Wirtschafts-MAGAZIN

Handelsketten, Zustelldienste, Promiköche & andere Anbieter profitieren vom Trend, sein Essen wieder selbst zuzubereiten.

Kochbücher sind bei Jung und Alt Verkaufsschlager.

Online-Rezepte, Genuss-Bücher etc.

So werden die Kunden eingekocht

Kochaccessoires werden auch immer wichtiger. Sehr beliebt ist etwa eine „Zwiebelbrille", die beim Schneiden das Weinen verhindern soll.

Österreicher wollen wissen, was sie essen, und kochen oft

Fotos: Fotolia, DAS Kochwerk, Franz Helmreich, Christian Schörg, Billa, Spar, Thalia

Den Kochlöffel zu schwingen ist beliebter denn je. „Die Leute wollen wissen, was sie essen", berichtet Kochwerk-Chefin Anna Walcher, die mit ihrem Team Firmenkunden und Private beim Zubereiten von Menüs anleitet.

VON EVA MÜHLBERGER

Die Lebensmittelskandale haben diese Entwicklung wohl noch verstärkt und bereiten Kochschulen einen regen Zulauf. Einen Abend oder sogar ein Wochenende gemeinsam zu experimentieren und anschließend zu tafeln ist „in". Auch Promiköche wie Lisl Wagner-Bacher oder Toni Mörwald geben so ihr Wissen weiter und verdienen sich ein Zubrot.

Experte Peter Schnedlitz

Inspiration holen sich Hobbyköche neben Seminaren in Nachschlagewerken. „Kochbücher liegen voll im Trend", weiß Thalia-Chef Josef Pretzl, „auch die Jungen bleiben lieber daheim und machen sich ihr Essen selbst." Wertige Kochbücher mit schön gestalteten Einbänden und aufwändigen Fotos verzeichneten zweistellige Zuwächse.

Wer sich nicht den Kopf zerbrechen will, was er kochen soll, ist bei Zustelldiensten, die Rezepte samt Zutaten für mehrere Tage nach Hause liefern, gut aufgehoben. Kochabo-Geschäftsführer Michael Ströck: „Wir werden das Liefergebiet ab 27. Mai auf ganz Österreich ausweiten." Man punktet bei den Kunden unter anderem mit Produkten regionaler Herkunft.

Auch der Lebensmittelhandel unterstützt die Kochkünste gerne mit Magazinen, Büchern und Rezeptdatenbanken im Internet. Spar-Managerin Nicole Berkmann: „Rezepte sind immer ein Renner. Die Leute schmökern gerne." Ines Schurin von Rewe ergänzt: „Durch unsere Magazine steigt die Kundenbindung." Die Konzerne haben noch mehr Vorteile. „Die Konsumenten testen dadurch neue Lebensmittel", erläutert Handelsexperte Peter Schnedlitz. Das sei für die Ketten wichtig, da wir immer dasselbe einkaufen – im Schnitt sind das pro Jahr nur 400 verschiedene Lebensmittel. Zur Verfügung stünden aber Zigtausende Artikel. Schnedlitz: „Die Gewohnheitsspirale wird durchbrochen ..."

Supermärkte locken Konsumenten mit eigenen Magazinen voller Rezepte. ▼

Anna Walcher (vorne) veranstaltet im Kochwerk kulinarische Events für Firmen und Private

◀ Kochabo-Chef Michael Ströck liefert bald österreichweit Rezepte und Zutaten.