

K&A  
Brand  
Research



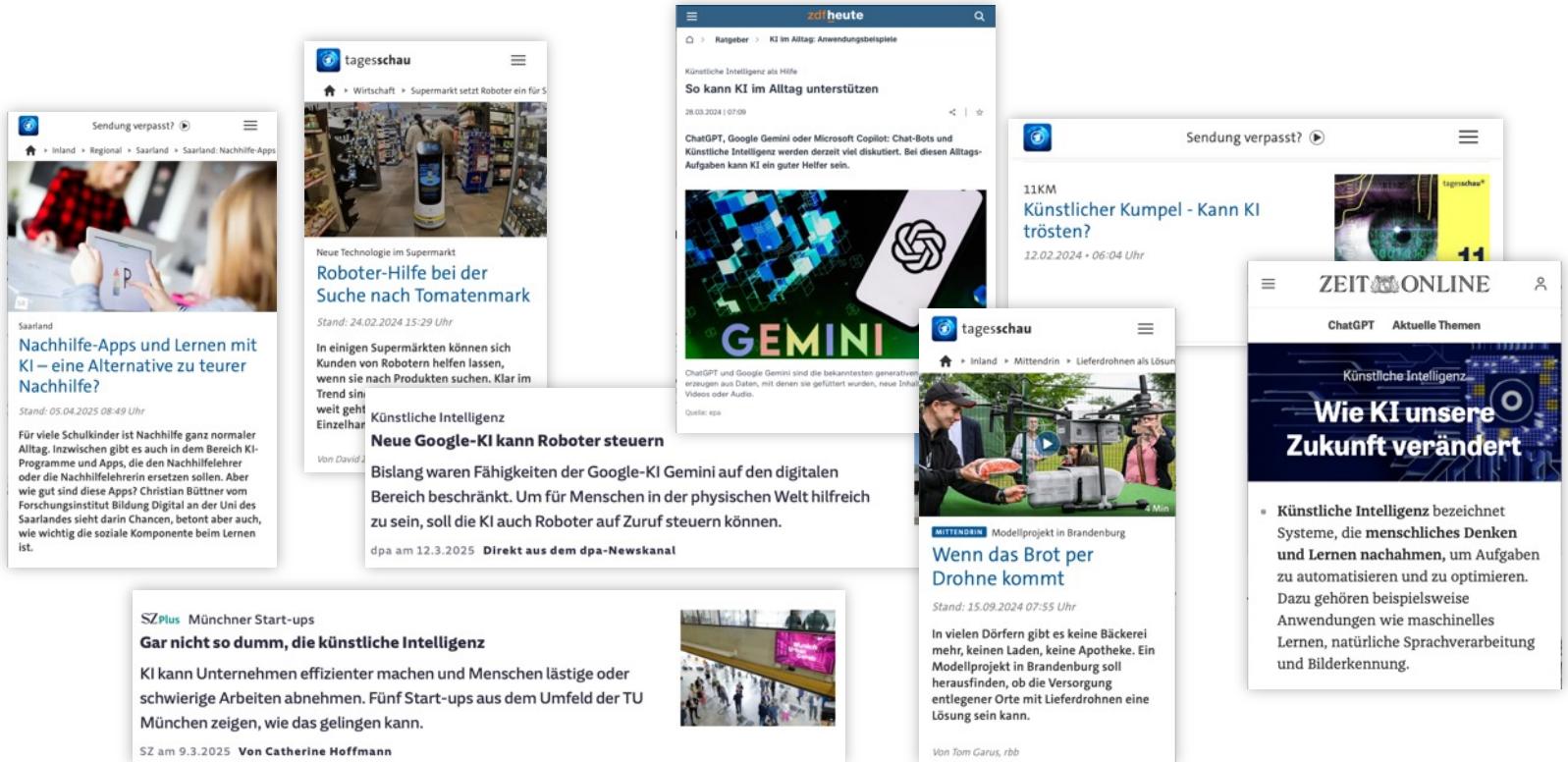
Der Schlüssel zu Mensch und Marke.



# Technologische Innovationen im Haushalt

Ergebnisse aus der K&A Küchen-Innovationsstudie 2025

# Technologie, Innovationen und KI sind heutzutage allgegenwärtig.



## Technologische Innovationen revolutionieren den Alltag.



**Internet of Things**  
Gerätevernetzung in  
Häusern, Autos, Städten



Robotik, Drohnen,  
KI-basierte **autonome**  
**Systeme**

**Alltag**



KI-gestützte **virtuelle**  
**Assistenz** und  
Personalisierung



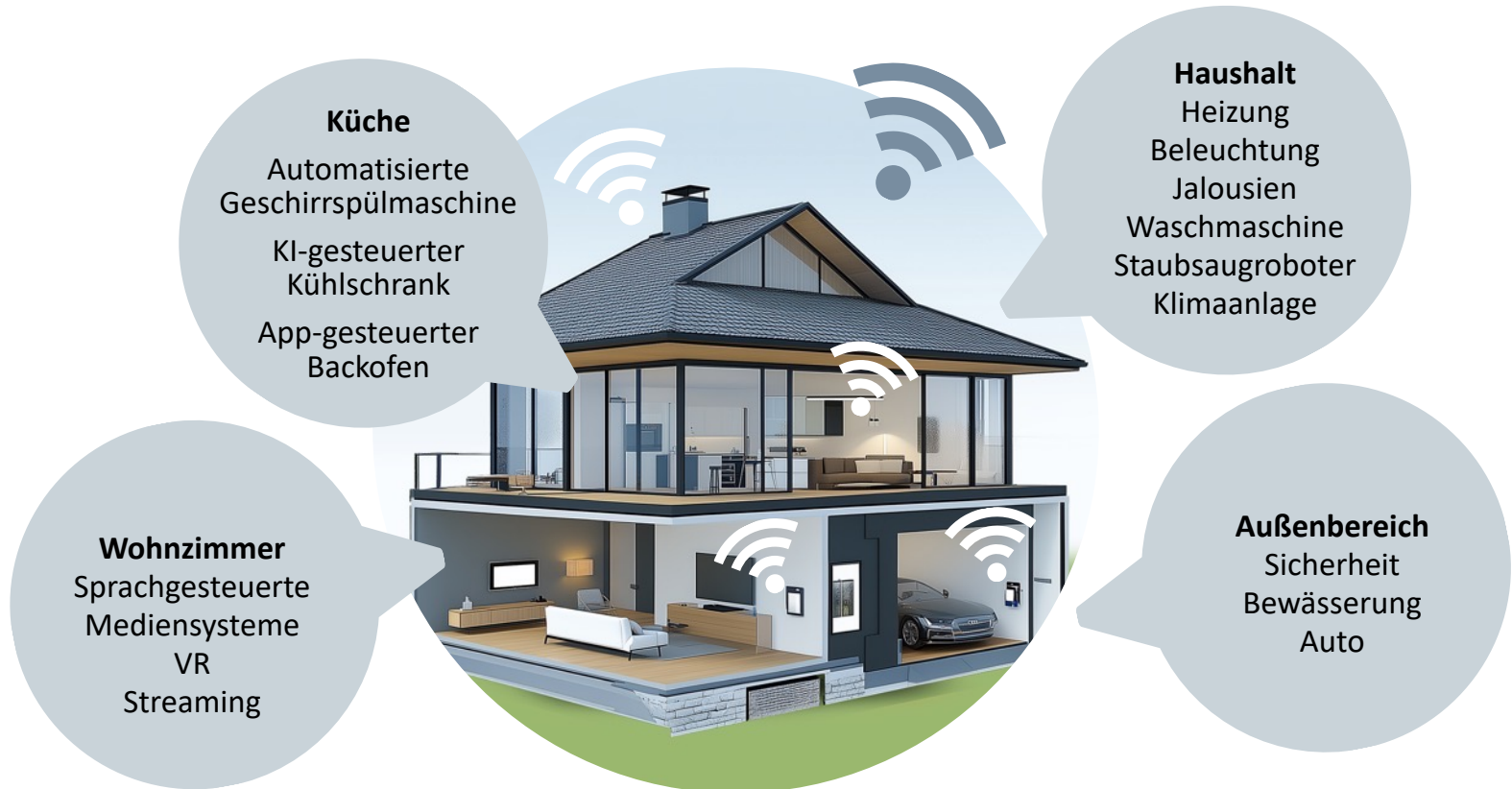
**Virtual Reality, Augmented Reality**, digitale Technologien  
z. B. zur Unterstützung beim  
Lernen, Shoppen, Sport, in  
Medizin oder Unterhaltung



Für das persönliche Leben werden Innovationen als Bereicherung gesehen.



## Technologische Innovationen revolutionieren den Alltag.



Auch in der multifunktionalen Küche werden Innovationen zunehmend relevant.



Zubereitung von  
Pausenbrot/Essen  
für die Arbeit



Gemeinsames  
Ausprobieren



Unterhaltung  
mit Freunden

## Die Küche als Lebensmittel- punkt

Austausch mit der Familie  
beim Abendessen



Schnelles  
Frühstück



Kaffeepause

Snack für  
Zwischen-  
durch



## K&A Küchen-Innovationsstudie 2025

in Kooperation mit LifeCare Network

### Zentrale Fragestellungen

- Welche Rolle spielen technologische Innovationen im Alltag der Menschen?
- Worauf achten Verbraucher beim Kauf und der Nutzung von Küchengeräten und -einrichtung?
- In welchen Kontexten spielen technologische Innovationen in der Küche bereits eine zentrale Rolle?
- Wie werden Technologie und Innovationen die Küchennutzung zukünftig verändern?

**Wie können technologische Innovationen in der Küche den Alltag vereinfachen?**



## Studiensteckbrief



Befragungszeitraum      Dezember 2024

---

Befragungssetup          n = 1.500  
Online-Befragung im Rahmen des Kitchen Innovation Award (LifeCare Network)

---

Quotierungsmerkmale

- **Interesse an Neuheiten** im Bereich Küche und Küchenausstattungen
- **(Mit-)Entscheider** beim Einkauf der Küchenausstattung
- **Ausschluss von reinen Käufern von No-Name-Produkten** im Bereich Küchenausstattung
- **Geschlecht:** 50 % weiblich / 50 % männlich
- **Alter:** 33 % Generation X, 1965 – 1979  
33 % Generation Y, 1980 – 1993  
33 % Generation Z, 1994 – 2007



## Grundsätzlich besteht großes Interesse an Neuem und technologischen Innovationen.

Probieren gerne **Neues** aus

**74 %**

Sind der Meinung, dass **technologische Fortschritte** das Leben verbessern

**72 %**

Lassen sich gern von **neuen Ideen und Trends** inspirieren

**71 %**

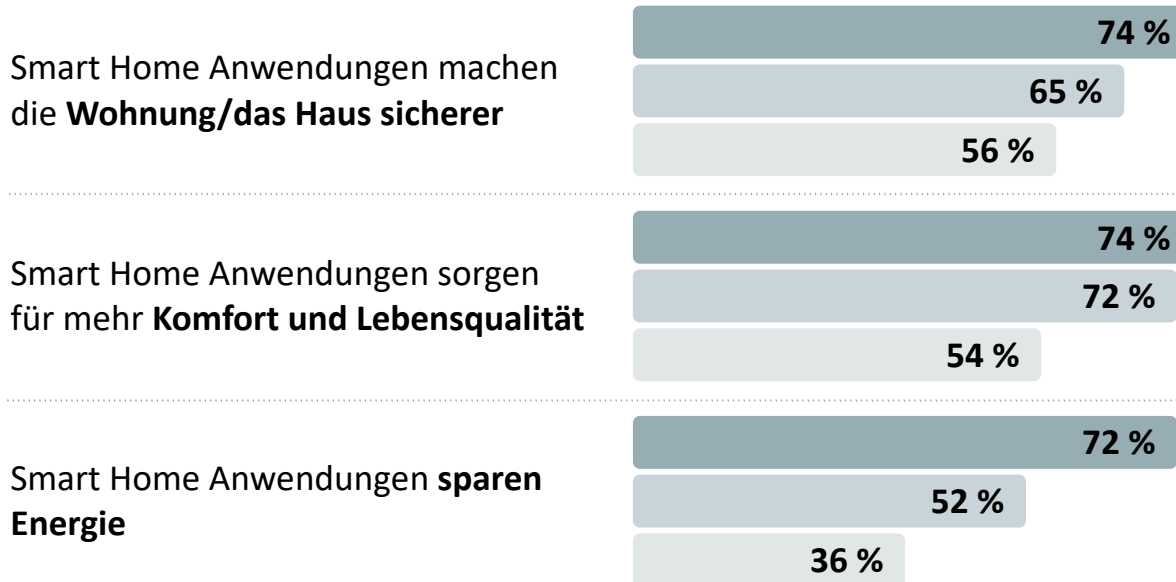
Interessieren sich für **neue Technologien und Innovationen**

**69 %**



## Technologie soll das Leben im Haushalt erleichtern.

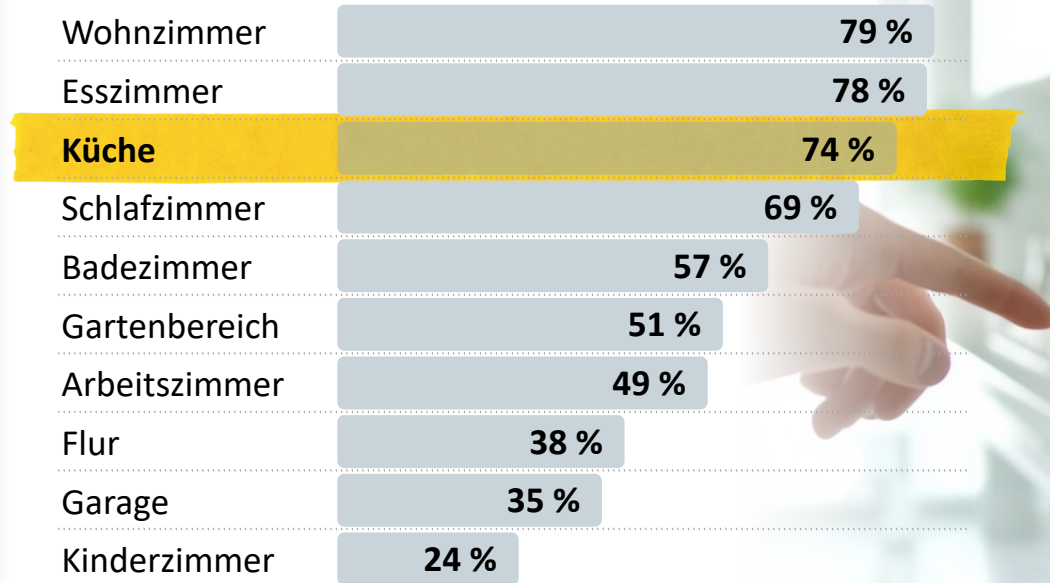
Top 3 Gründe für die Nutzung von Smart Home Anwendungen 2018-2022



**21 %**  
nutzen smarte  
Geräte im  
ganzen Haus

## Küche dabei unter den Top 3 Räumen mit innovativen Helfern!

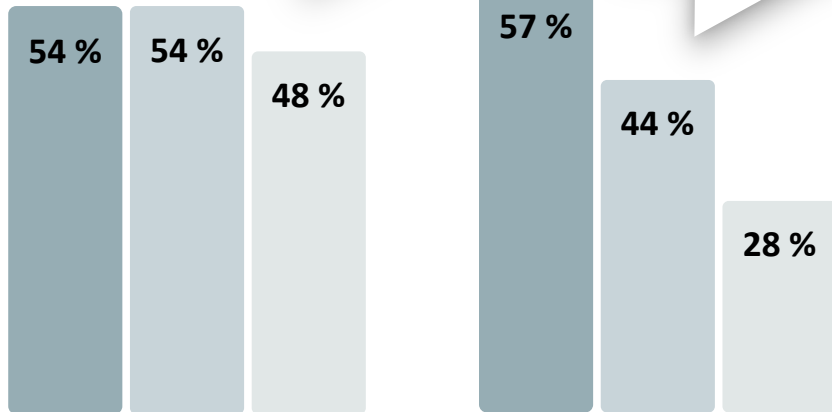
Nutzung von Smart Home Anwendungen 2022



## Im Kontext Küche wächst die Neugier für neue Entwicklungen und Trends – besonders in Gen Z.

„Der **Einsatz von innovativen Technologien** ist mir beim Kauf von Küchengeräten wichtig.“

„Ich nutze Social Media, um mich über **neue Trends** und Entwicklungen zu informieren.“



■ Gen Z ■ Gen Y ■ Gen X





Für Gen Z steht dabei insbesondere die Steigerung der Funktionalität im Fokus.

**47 %**

geben Geräten mit den  
**neuesten Technologien**  
den Vorrang vor  
Geräten mit Standard-  
ausstattung

**66 %**

der **Jüngeren** ziehen  
ein **multifunktionales**  
**Gerät** mehreren  
Einzelgeräten vor

**62 %**

der **Gen Z** suchen nach  
Küchengeräten, die möglichst  
viele **verschiedene**  
**Zubereitungsmöglichkeiten**  
in einem bieten

**Weniger Geräte und mehr Möglichkeiten!**



## Exkurs: Gen Z will sich nicht nur in der Küche ausleben.

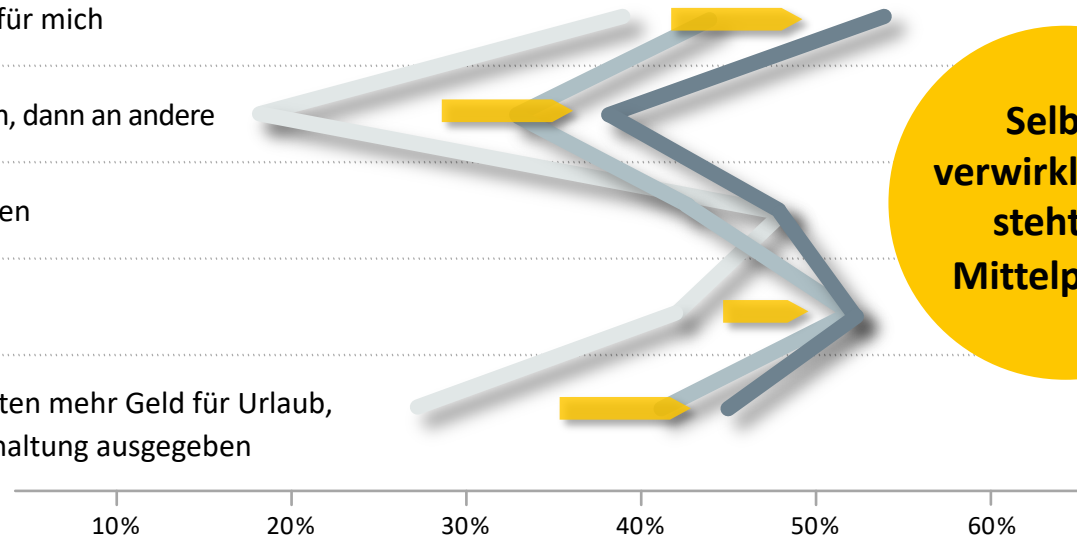
Ich bin am liebsten zu Hause für mich

Ich denke eher erst mal an mich, dann an andere

Mir ist egal, was andere denken

Ich bin gerne unter Leuten

Ich habe in den letzten Monaten mehr Geld für Urlaub,  
Freizeitaktivitäten und Unterhaltung ausgegeben



**Selbst-  
verwirklichung  
steht im  
Mittelpunkt!**

## Die Küche soll für Gen Z auch Möglichkeiten zur Selbstverwirklichung bieten.

Zukünftige Koch- und Essgewohnheiten der Gen Z

Ich werde mir **mehr Zeit nehmen** zum Kochen und Essen  
**60 %**

Ich lasse mich beim **Kochen inspirieren** von Restaurantbesuchen/Reisen  
**50 %**

Ich werde gern mal **exotische Gerichte** ausprobieren  
**56 %**

Ich koche mehr **selbst**  
**66 %**

Ich werde meine **Kochfertigkeiten verbessern**  
**63 %**

Ich möchte lernen, Gerichte auf dem Teller **professionell anzurichten**  
**41 %**

**Neues ausprobieren und Fähigkeiten verbessern**



## Dabei unterstützen innovative Geräte!

„Innovative Technologien, für z. B. **mehr Gelingsicherheit**, ziehe ich bewährten Funktionen vor.“

**50 %**

„Küchengeräte sollen mich durch innovative Technologien unterstützen, um zu **kochen wie ein Profi.**“

**50 %**

„Das Gerät soll eine **Schritt-für-Schritt-Anleitung** bei komplexen Rezepten geben.“

**52 %**

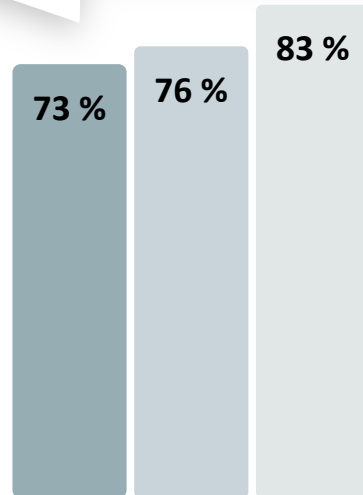
**Selbst-  
verwirklichung mit  
technologischer  
Hilfe**





## Für Ältere steht eher die Einfachheit in Bedienung und Anwendung im Fokus.

„Eine **einfache und selbsterklärende Bedienung** ist für mich ein relevantes Kriterium beim Kauf von Küchengeräten.“



## Gegenüber Vernetzbarkeit und Küchen-KI sind Ältere dagegen noch skeptisch.

„Ich nutze bereits **smarte, App-gesteuerte** Küchen-  
**geräte.**“

32 %

29 %

17 %

„Ich würde **KI in**  
**der Küche** nutzen.“

49 %

45 %

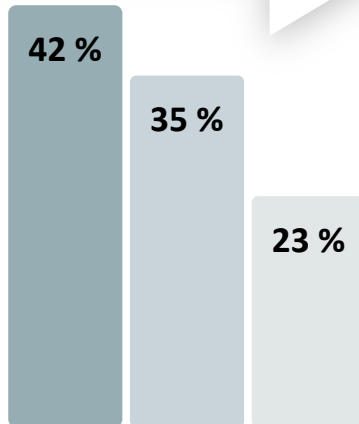
34 %

■ Gen Z ■ Gen Y ■ Gen X

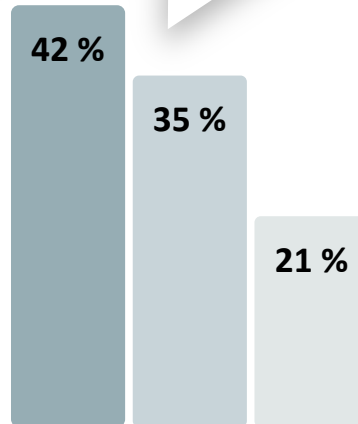


## Gen Z schätzt hingegen die Unterstützung durch App-gesteuerte Geräte.

*„Innovative App-Steuerung für effizientes Arbeiten ist mir wichtig.“*



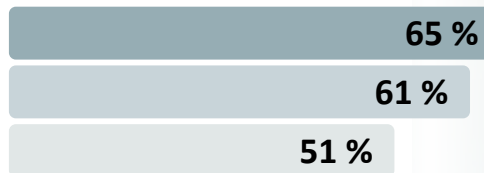
*„Digitale Vernetzbarkeit (mit Smartphone, Tablet etc.) für mehr Gelingsicherheit ist mir wichtig.“*



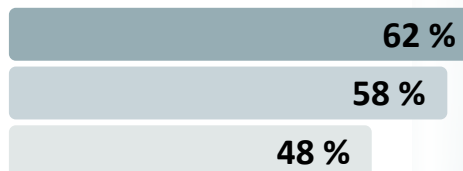
## Auch KI würde Gen Z künftig gern als Inspirationsquelle und Küchenhelfer nutzen.

Ich würde KI-Unterstützung in der Küche für diese Themen nutzen wollen:

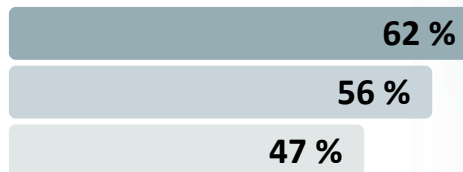
**Resteverwertung:** KI erstellt kreative Rezepte und Vorschläge für die Verwendung von Resten



**Rezeptempfehlungen:** KI erstellt personalisierte Rezeptempfehlungen



**Kochanleitungen:** Intelligente Küchengeräte bieten detaillierte Schritt-für-Schritt-Kochanleitungen





## Innovationen in Haushalt und Küche: Drei zentrale Outcomes!

**1**

### **Großes Interesse für Neues, das den Alltag vereinfacht**

- Smarte und innovative Technologien erleichtern das Leben im gesamten Haushalt
- Den größten Benefit liefern technologische Hilfsmittel in Wohn-/Esszimmer und Küche

**2**

### **Vernetzbarkeit und KI revolutionieren die Küchennutzung**

- Vernetzte Geräte machen Arbeiten rund um die Küche effizienter und einfacher
- KI bietet neue Möglichkeiten der Inspiration und Unterstützung verschiedener Arbeitsschritte

**3**

### **Je jünger, desto stärker wird auf Vernetzbarkeit und Automatisierung Wert gelegt**

- Gen Z sucht nach maximaler Individualität und Freiheit mithilfe technologischer Innovationen
- Ältere mit mehr Skepsis: halten eher an Gewohntem fest

K&A  
Brand  
Research



Der Schlüssel zu Mensch und Marke.



## K&A-Eigenstudie N° 75

Wenn Sie mehr über die  
Eigenstudie wissen möchten:

Nathalie Bauer

[n.bauer@ka-brandresearch.com](mailto:n.bauer@ka-brandresearch.com)

Dr. Uwe H. Lebok

[u.lebok@ka-brandresearch.com](mailto:u.lebok@ka-brandresearch.com)



Die in dieser Studie enthaltenen Bilder dienen  
ausschließlich der Illustrierung der Forschungsergebnisse.  
Die Weiterverwendung der Bilder für eigene Zwecke ist  
untersagt.