

Süßes Frühstück liegt im Trend - Marmelade bleibt Österreichs Favorit

Eine neue Studie zeigt: Österreich liebt sein Frühstück – besonders süß. Marmelade liegt klar vor Käse, Wurst und Müsli. Doch es gibt regionale Unterschiede.



Hierzulande liebt man das süße Frühstück: von fruchtintensiver Marmelade über handgemachtes Kleingebäck - man genießt es zu Hause oder auch sehr gerne unterwegs. © Paul Breuss

Österreichs Frühstücksgewohnheiten unter der Lupe

Frühstück hat in Österreich einen hohen Stellenwert. Laut einer aktuellen Umfrage, durchgeführt vom **Gallup Institut** im Auftrag von **Staud's Wien**, nehmen sich rund drei Viertel der Österreicher:innen unter der Woche regelmäßig Zeit für die

erste Mahlzeit des Tages. Am Wochenende steigt der Anteil sogar auf 87 %. Besonders auffällig: Je älter die Befragten, desto konsequenter wird gefrühstückt – bei den über 65-Jährigen liegt der tägliche Frühstückskonsum bei über 80 %.



Stefan Schauer (GF Staud's Wien) und Gabriele Reithner (Senior Studienleiterin Gallup Institut Österreich) präsentieren stolz den Staud's Frühstücksreport. © Paul Breuss

Zuhause, gemütlich - und gerne süß

Der Großteil der Befragten frühstückt in den eigenen vier Wänden: 85 % unter der Woche, 94 % am Wochenende. Die durchschnittliche Frühstücksdauer liegt werktags bei 10 bis 20 Minuten. Am Wochenende lassen sich viele mehr Zeit. Und was kommt auf den Tisch? Ganz klar: Süßes.

Frühstücks-Star Marmelade

Marmelade ist das mit Abstand beliebteste süße Frühstücksprodukt in Österreich. Rund 43 % der Befragten geben an, werktags **Marmelade** zu essen – am Wochenende steigt der Wert leicht an. Dabei bevorzugen viele Konsument:innen Sorten mit hohem Fruchtanteil (70–80 %) und Fruchtstücken. Die klassischen Konfitüren mit 50–60 % Fruchtanteil sind besonders bei der Generation 65+ beliebt. Junge Menschen greifen hingegen öfter zu alternativ gesüßten Varianten.

Süß, pikant oder gesund?

Die Studie unterscheidet drei Frühstückstypen:

Der süße Typ (39 %) setzt auf Marmelade, Honig und süße Aufstriche

Der pikante Typ (31 %) greift zu Käse, Wurst und Ei

Der gesunde Typ (24 %) bevorzugt Müsli, Obst oder pflanzliche Alternativen

Damit zeigt sich: Der klassische Marmeladen-Genuss hat in Österreich noch lange nicht ausgedient – er wird sogar zelebriert.

Wer frühstückt wie - und warum?

Hinter dem Frühstücksverhalten stehen laut Studie unterschiedliche Motive. Rund 70 % geben an, durch das Frühstück Energie für den Tag zu gewinnen oder ihre Konzentration zu steigern. Für über die Hälfte ist es ein wichtiger Stimmungsheber. Jeder zweite frühstückt schlichtweg, um den Hunger zu stillen.

Kaffee bleibt der Klassiker

Auch beim Frühstücksgetränk ist Österreich traditionsbewusst: Kaffee dominiert – werktags mit 73 %, am Wochenende mit 76 %. Tee, Milch oder Fruchtsäfte folgen mit deutlichem Abstand.

Die Genießer dominieren - auch altersabhängig

Rund 27 % der Befragten bezeichnen sich selbst als „Genießer:innen“. Gesundheitsbewusste machen gut ein Fünftel aus – sie finden sich vor allem unter Jüngeren und Menschen mit höherer Bildung. „Hastige Frühstückser:innen“ sind typischerweise in größeren Haushalten anzutreffen. Am stärksten zelebriert wird das Frühstück von der Generation 65+.

Warum das Thema für das Lebensmittelhandwerk relevant ist

Die Ergebnisse der Studie bieten wertvolle Hinweise für Bäcker:innen, Konditor:innen, Cafetiers und die gesamte Frühstücksbranche in Österreich. Der Trend zu süßen, hochwertigen Aufstrichen, die Betonung auf Genuss und Regionalität sowie das Bedürfnis nach ritualisierten Mahlzeiten bieten Chancen zur Sortimentsgestaltung – von fruchtintensiver Marmelade über handgemachtes Kleingebäck bis zu Frühstücksboxen für unterwegs.

Potenzial für handwerkliches Frühstücksangebot

Der Trend zu bewusster Ernährung und die differenzierten Frühstückstypen – süß, pikant oder gesund – erfordern auch angepasste Angebote im Bäckerei- und Cafésortiment. Handwerklich produzierte Marmeladen, vegetarische Aufstriche, Frischkornmüsli oder Eierspeisen in Kombi-Menüs könnten neue Umsatzimpulse setzen – insbesondere im urbanen Raum oder im Hotellerie-Bereich.

Studienhintergrund

Die repräsentative Online-Umfrage wurde im April 2025 unter 1.000 Personen ab 18 Jahren in Österreich durchgeführt. Die Methodik folgt den Standards der Markt- und Sozialforschung (ISO 20252).

Besuchen Sie uns auf: baeckerzeitung.at