

Wenn Freude nach Kuchen duftet: Die Dr. Oetker Backstudie 2026



Bielefeld, September 2026 – Wenn es um Freude geht, spielt die Küche ganz vorne mit. Für viele Menschen beginnt diese Freude schon beim Anrühren des Teigs, setzt sich mit dem Duft aus dem Ofen fort und endet nicht selten am gedeckten Kaffeetisch mit Familie oder Freundinnen und Freunden. Kaum etwas bringt Menschen so zuverlässig zusammen wie ein frisch gebackener Kuchen. Die aktuelle Dr. Oetker Backstudie 2026 zeigt: Für viele Menschen geht es beim Backen um weit mehr als die Zubereitung von Kuchen, Torten, Plätzchen oder Muffins. Es geht um Genuss, Kreativität, gemeinsame Zeit und die Freude, anderen eine Freude zu bereiten. Die repräsentative Studie wurde von YouGov Deutschland GmbH im Auftrag von Dr. Oetker durchgeführt. Befragt wurden 2.032 Personen ab 18 Jahren in Deutschland.

Ein Stück Freude, bitte

Ein selbstgebackener Kuchen ist oft mehr als nur etwas Süßes. Er ist eine Einladung, ein Mitbringsel, ein Dankeschön oder einfach eine kleine Aufmerksamkeit für Menschen, die einem wichtig sind. 79 Prozent der mindestens jährlich Backenden geben an, gerne zu backen, um anderen eine Freude zu machen. Fast jeder Zweite (49 Prozent) erlebt Backen als verbindenden Moment, und 33 Prozent nennen das Freude-Machen sogar als konkreten Anlass zum Backen. Die Ergebnisse zeigen, dass die Freude am Backen für viele eng



mit dem Teilen, Verschenken und gemeinsamen Genießen verbunden ist. Offenbar gilt: Die schönsten Kuchen sind oft die, die wir für andere backen. Besonders die jüngere Generation erlebt Backen als gemeinschaftliches Erlebnis: 73 Prozent der Gen Z (Zoomers, Jahrgänge 1997-2012) sagen, dass gemeinsames Backen oder das Teilen von Selbstgebackenem Menschen verbindet, bei den Boomern (Babyboomer, Jahrgänge 1946-1964) sind es lediglich 36 Prozent. Auch zwischen den Geschlechtern zeigen sich Unterschiede: Während 55 Prozent der Männer angeben, dass gemeinsames Backen oder das Teilen von Gebäck sie mit anderen zusammen-

bringt, sagen dies bei den Frauen 45 Prozent.

Teig statt To-do-Liste

Offenbar steckt in einer Schüssel Teig für viele Menschen mehr als nur die Aussicht auf Kuchen, Torten oder Plätzchen: Für 82 Prozent der mindestens jährlich Backenden ist Backen ein Genussmoment. 59 Prozent empfinden es als kleine Auszeit vom Alltag, und 55 Prozent sagen, dass ihnen Backen hilft, abzuschalten und Stress abzubauen. Backen wird damit für viele zu einem Moment, in dem nicht Geschwindigkeit zählt, sondern der Weg zum Ergebnis: Zutaten abwiegen, Teig rühren, etwas Neues ausprobieren und am Ende beobachten, wie aus wenigen Zutaten etwas entsteht, das Freude bereitet. Gleichzeitig schätzen 70 Prozent die Möglichkeit, kreativ zu sein und neue Ideen auszuprobieren.

Besonders bemerkenswert: Gerade jüngere Menschen verbinden Backen häufig mit positiven Erlebnissen. So sehen 72 Prozent der Gen Z Backen als Auszeit vom Alltag, 74 Prozent sagen, dass ihnen Backen beim Abschalten und Stressabbau hilft, und 76 Prozent schätzen die Möglichkeit, kreativ zu sein und Neues auszuprobieren. Was oft als tradi-



tionelles Hobby wahrgenommen wird, ist für viele junge Menschen ein kreativer Freiraum, eine bewusste Auszeit vom Alltag und zugleich eine Möglichkeit, mit anderen in Verbindung zu kommen.

Deutschland backt. Manche jede Woche. Andere nur zu Weihnachten

Ob jede Woche oder nur zu besonderen Anlässen: Irgendwo in Deutschland läuft offenbar immer gerade ein Backofen. Denn die Freude am Backen ist in Deutschland weit verbreitet: Rund zwei Drittel der Deutschen (68 Prozent) backen mindestens einmal pro Jahr Kuchen, Torten, Plätzchen oder Muffins. Dabei reicht die Bandbreite von regelmäßigen Hobbybäckerinnen und Hobbybäckern, von denen 11 Prozent mindestens einmal pro Woche und weitere 26 Prozent mindestens einmal pro Monat backen, bis hin zu Gelegenheitsbäckerinnen und -bäckern: 21 Prozent stehen mindestens einmal im halben Jahr am Backofen und weitere 10 Prozent mindestens einmal pro Jahr. Weitere 14 Prozent backen zwar nicht jedes Jahr, greifen aber zumindest hin und wieder zu Rührschüssel und Backform. Lediglich 18 Prozent geben an, nie zu backen. Die Ergebnisse zeigen damit: Für die große Mehrheit der Deutschen gehört Backen in unterschiedlicher Intensität zum Alltag dazu und schafft immer wieder Anlässe für Genuss, Kreativität und gemeinsame Momente.

Hauptsache, etwas Leckerer auf dem Tisch

Mal wird der Lieblingskuchen von Grund auf selbst gebacken, mal hilft eine Backmischung und manchmal darf es für den spontanen Kaffeebesuch auch ganz unkompliziert sein. Die Freude am Backen kennt viele Wege: 83 Prozent legen Wert auf Selbstgemachtes und 89 Prozent schätzen die Möglichkeit, beim Backen selbst zu entscheiden, welche Zutaten im eigenen Kuchen stecken. Gleichzeitig nutzen 31 Prozent Backmischungen, 16 Prozent Tiefkühlkuchen und 15 Prozent fertige Kuchen oder Torten. 25 Prozent entscheiden je nach Anlass unterschiedlich. Und am Ende zählt ohnehin nur die wichtigste Frage: Schmeckt's?

Die süßen Stars der Kaffeetafel

Ob von Grund auf selbst gebacken oder mit ein wenig Unterstützung aus der Backmischung: Am Ende zählt vor allem, was auf dem Kuchenteller landet. Und hier zeigt sich: Bei aller Lust auf Neues bleiben die Klassiker die heimlichen Stars auf der Kaffeetafel. Ganz vorne liegen Obstkuchen und Käsekuchen mit jeweils 62 Prozent. Dahinter folgen Muffins (54 Prozent), Marmorkuchen (52 Prozent) sowie Cookies und Kekse (48 Prozent). Auch der Streuselkuchen (44 Prozent) hat seinen festen Platz in den Herzen der Deutschen. Jede Generation hat dabei ihre Backlieblinge: Während jüngere Backende häufiger

zu kleineren und kreativen Gebäckformaten greifen, gewinnen mit zunehmendem Alter die Kuchenklassiker an Bedeutung. 66 Prozent der Millennials (Generation Y, Jahrgänge 1981-1996) backen Muffins und 64 Prozent Cookies und Kekse. Bei den über 55-Jährigen sind es dagegen nur 45 Prozent, die Muffins, und 39 Prozent, die Cookies oder Kekse backen. Noch deutlicher wird der Unterschied bei Cake-Pops: Während 20 Prozent der Gen Z zu den kleinen Trendgebäcken greifen, spielen sie bei älteren Generationen kaum eine Rolle. Mit den Jahren wächst dagegen die Liebe zu den Klassikern: 77 Prozent der über 55-jährigen backen Obstkuchen und 72 Prozent Käsekuchen. Bei den 18- bis 24-Jährigen liegen die Werte mit 34 beziehungsweise 33 Prozent deutlich niedriger.



Weil es immer einen Grund für Kuchen gibt

Backen gehört für viele Menschen fest zu besonderen Momenten im Leben. 83 Prozent stimmen der Aussage zu, dass Backen für sie zu bestimmten Anlässen oder Traditionen dazugehört. Ob Geburtstag, Familienfeier oder spontaner Kaffeebesuch: Gebacken wird vor allem dann, wenn schöne Momente geteilt werden sollen. Mehr als die Hälfte der mindestens jährlich Backenden (54 Prozent) greift für Geburtstagsfeiern zu Rührschüssel und Backform. Dahinter folgen Weihnachten (49 Prozent), Besuch oder Gäste (48 Prozent) sowie Familienfeiern (43 Prozent). Gleichzeitig braucht es für viele keinen besonderen Anlass: 45 Prozent backen einfach, weil sie Lust dazu haben, und 41 Prozent stellen auch ohne konkreten Anlass etwas Selbstgebackenes auf den Tisch. Gebacken wird also nicht nur für die großen Feste des Jahres, sondern auch für die kleinen Glücksmomente dazwischen. Manchmal braucht es eben keinen besonderen Anlass – Lust auf Kuchen reicht völlig aus. Und vielleicht ist genau das das Schöne daran: Für die Mehrheit ist Backen keine Pflicht. Nur 34 Prozent empfinden es als „Muss“.

Überraschend große Airfryer-Backfreude

Unsere letzte Dr. Oetker Airfryer-Backstudie hat zudem herausgefunden, dass auch die Fans der Heißluftfritteuse einen süßen Zahn haben: Unter den befragten Nutzern, die ihre Heißluftfritteuse mind. einmal pro Monat nutzen, verwenden 10 Prozent ihre Heißluftfritteuse wöchentlich zum Backen und doppelt so viele (20 %) sogar monatlich.² Etwas mehr

als 10 Prozent greifen einmal im halben Jahr zur Heißluftfritteuse, wenn sie Lust aufs Backen von Süßem haben. Damit ergibt sich ein deutlich höherer Anteil an Backbegeisterten als erwartet: Fast ein Drittel (30 %) der regelmäßigen Nutzer*innen von Heißluftfritteusen backt mindestens monatlich Kuchen, Muffins oder andere süße Gebäcke im Airfryer.

Die schönsten Zutaten heißen Genuss, Kreativität und Miteinander

Die Dr. Oetker Backstudie 2026 zeigt: Backen ist für viele Menschen weit mehr als die Zubereitung von Kuchen und Gebäck. Es steht für Genuss, Kreativität, kleine Auszeiten und gemeinsame Erlebnisse. Vor allem aber verbindet Backen Menschen und schafft Momente, die Freude machen. Denn oft entsteht die Freude nicht erst beim Genießen, sondern schon beim Backen selbst und wird noch größer, wenn man sie mit anderen teilt.



„Die Ergebnisse zeigen, wie eng Backen mit Freude verbunden ist. Für viele Menschen geht es dabei nicht nur um den fertigen Kuchen, sondern auch um die kleinen Momente dazwischen – und darum, anderen eine Freude zu machen. Genau das macht Backen für so viele Menschen bis heute besonders.“

Andrea Stieg, Executive Managerin Marketing Germany Ambient

¹ Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH, an der 2.032 Personen im Zeitraum 24. - 27.07.2026 teilnahmen. Die Ergebnisse wurden nach Alter, Geschlecht und Region quotiert und anschließend entsprechend gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren.

² Quelle: Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH, an der 2.116 Personen zwischen dem 17. - 19.12.2025 teilnahmen. Befragte mit regelmäßig benutzter Heißluftfritteuse (n=1.006). Die Ergebnisse wurden nach Alter, Geschlecht und Region quotiert und anschließend entsprechend gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren. Die hier dargestellten Fragen haben als Basis Befragte mit regelmäßig benutzter Heißluftfritteuse (mind. monatlich; n=1.003).

Weiteres Bildmaterial finden Sie [hier zum Download](#).

Fotohinweis:

© Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG (exklusive Rechte), September 2026. Abbildung zeigt einen Serviervorschlag.

Nutzung: Abdruck bis August 2027 zur Illustration der redaktionellen Berichterstattung. Nur im Zusammenhang mit Informationen zu Produkten und Marken von Dr. Oetker und dem Unternehmen Dr. Oetker zu verwenden.

Abdruck honorarfrei, Belegexemplar/Online-Link erbeten



PR-Kontakt:

Dr. Oetker Deutschland

Brand and Product Communication

Inga Steege

Communication Business Partner and
Media Spokesperson Cake

P: 0521 – 155 2656

M: inga.steege@oetker.com

Linked The LinkedIn logo icon, a blue square with a white 'in' inside.

Hannah Strüver

Executive Manager and Media Spokesperson
Brand and Product Communication

P: 0521 – 155 3044

M: hannah.struever@oetker.com

Linked The LinkedIn logo icon, a blue square with a white 'in' inside.

Jana Nörenberg

Communication Business Partner and
Media Spokesperson Cake

P: 0521 – 155 4216

M: jana.noerenberg@oetker.com

Linked The LinkedIn logo icon, a blue square with a white 'in' inside.