

09.11. 2022

64 Prozent der Arbeitnehmer*innen spüren die Teuerung stark und erhöhen ihr Lunch-Budget

Von Contcept Commu...

(Zürich)(PPS) **Wie verbringt die Schweiz die Mittagspause? Dieser Frage geht eine Studie* von Swibeco nach, der innovativen Schweizer Plattform für Fringe Benefits. Klar ist: Die Lunch-Ausgaben sind im Vergleich zur vorjährigen Umfrage gestiegen und Take-Away übertrumpft von zu Hause mitgebrachtes Essen.**

Im Oktober 2022 hat Swibeco, die Herausgeberin der Lunch Card, bei ihren Nutzer*innen eine Umfrage zu Verpflegungsgewohnheiten über Mittag, Zeit und Budget durchgeführt. So machen über 80 Prozent der aktiven Schweizer Bevölkerung immer oder meistens eine Mittagspause. Nur 8 Prozent gaben an, gar keinen Break zu machen. Für ihre Verpflegung nehmen sich 68 Prozent durchschnittlich 30 bis 60 Minuten Zeit. Interessanterweise tendieren die Romands zu einer kürzeren Pause: Fast ein Drittel isst innerhalb von weniger als 30 Minuten, in der Deutschschweiz sind es nur 13 Prozent.

Lunch-Ausgaben auf sind gestiegen

Die Auswirkungen der Inflation im Bezug auf eine Verteuerung der Lebensmittel oder der täglichen Verpflegung sind deutlich spürbar: Die Mehrheit (64 %) merkt den Preisanstieg stark oder ziemlich stark. Ein weiteres knappes Drittel (29 %) spürt den Preisanstieg zumindest ein wenig im Vergleich zum Vorjahr. So erstaunt es nicht, dass mehr Geld für den Lunch ausgegeben wird: Rund ein Drittel aller Befragten gibt

an, für die Mittagsverpflegung täglich zwischen CHF 15.- und CHF 20.- auszugeben. Das ist ein Plus von 37 % für diese Ausgabenkategorie. Die im 2021 meistgenannte Kategorie von CHF 10.- bis CHF 15.- hat wiederum um 12% abgenommen.

Mittagspause ist auch Entspannung

Die Mehrheit der Befragten (41 %) nehmen die Mittagspause als einen Moment der Entspannung war. Ein Viertel macht Pause, weil sie hungrig sind. Ein weiteres Viertel geniesst über Mittag das Zusammensein mit Freunden/Kollegen.

Häufiger im Büro und draussen

Wo gegessen wird? – Im Vergleich zum letzten Jahr mehr am Arbeitsplatz (+12 %) und an der frischen Luft (+14 %): Die Mehrheit (38%) isst im Büro, also am Schreibtisch, in der Küche oder im Pausenraum. 16% geniessen ihren Lunch draussen, etwa im Park oder am See. Gleichgeblieben ist die Anzahl der Arbeitnehmer*innen (23 %), welche im Restaurant essen.

Mehr Take-Away, und gerne auch gesund

34 % bevorzugen dabei Take-Away Food (+8%), 28 % Restaurant/Kantine (+7%) und immerhin noch 26% von zu Hause mitgebrachtes Essen. Das Mitbringen des eigenen Lunches hat jedoch im Vergleich zum Vorjahr stark abgenommen (-18 %). Etwa ein Fünftel (19 %) schaut bei der Essenswahl auf den Preis. Am häufigsten (25 %) wird der Lunch nach Geschmack/Appetit gewählt. Erfreulich: Rund 23 % machen eine gesunde Mahlzeit zu ihrer Priorität.

Über die Organisation:

ÜBER SWIBECO

Swibeco ist eine Plattform im Bereich der sogenannten Fringe Benefits. Die Firma ermöglicht sowohl KMUs wie auch grossen Unternehmen ihren Mitarbeitenden attraktive Lohnnebenleistungen anzubieten, und so ihre Kaufkraft zu erhöhen. Die modularen, digitalen Lösungen stehen den Mitarbeitern über Web oder Mobile zur Verfügung. Swibeco bietet drei unabhängige Module an. www.swibeco.ch

Pressekontakt:

CONTCEPT COMMUNICATION GMBH

Barbara Ryter

Hardturmstrasse 76

CH-8005 Zürich

+41 43 501 33 00

barbara.ryter @

contcept.ch

Kategorie

Marktforschung & Werbung & Consulting

Source URL: <https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/64-prozent-der-arbeitnehmerinnen-spueren-die-teuerung-stark-und-erhoehen-ihr-lunch>