

25.03.2025 – 13:21 Uhr

Die geheime Zutat: Laut Knorr-Umfrage ist Kochen die ultimative Green Flag beim Dating

Rotterdam, Niederlande, 25. März 2025 (ots/PRNewswire) -

Kochen ist laut 78 % der Singles im Alter von 18 bis 35 Jahren die ultimative Green Flag, wobei fast zwei Drittel (65 %) eher bereit sind, sich mit jemandem auf einer Dating-App zu treffen, wenn dieser sich für Kochen interessiert oder kochen kann, während jeder Dritte (37 %) nicht einmal in Erwägung zieht, sich mit jemandem zu treffen, der nicht kochen kann.

Die Ergebnisse einer neuen internationalen Umfrage, die von den globalen Geschmacksexperten von Knorr in Auftrag gegeben wurde, zeigen, dass drei Viertel (75 %) der Befragten schon einmal gekocht haben, während jeder Dritte (32 %) das Kochen erlernt hat, um einem potenziellen Partner zu imponieren. Beeindruckende 90 % der Singles geben an, dass sie eher bereit sind, sich mit jemandem zu verabreden, dem sie ein tolles Essen zubereitet haben.

Um Menschen dabei zu helfen, ihre Chancen beim Dating zu verbessern, hat Knorr die Kampagne #UnlockYourGreenFlag ins Leben gerufen, die sich für die Kraft des Kochens einsetzt, um Singles zusammenzubringen. Während wir Red Flags vermeiden sollten, ist Kochen eine „Green Flag“, auf die man sich verlassen kann – deshalb ermutigt Knorr Singles, ihr Interesse am Kochen in ihrem Dating-Profil zu erwähnen.

Der Umfrage zufolge gehört Kochen ebenfalls zu den Top-Interessen (81 %), die Menschen attraktiv finden, ebenso wie eine gute Hautpflege (72 %) und sportliche Fähigkeiten (70 %). Das Lesen von Horoskopen (26 %), der Handel mit Kryptowährungen (21 %) und das Betreiben eines Podcasts (19 %) stehen ganz unten auf der Liste der attraktiven Hobbys.

Aber warum ist es so attraktiv, gut kochen zu können? Die Untersuchung ergab, dass fast die Hälfte der Befragten sagt, dass es Unabhängigkeit zeigt (49 %), dass die Person sich um andere kümmern kann (47 %) und dass sie rücksichtsvoll ist (37 %).

Kreative Rezepte (49 %), die Möglichkeit, einem Rezept eine eigene Note zu geben (44 %), gute Schneidetechniken (39 %) und Techniken zum Anrichten (33 %) wurden zu den attraktivsten Kochfähigkeiten gewählt, während die Salt-Bae-Würztechniken (13 %) und Flambieren (8 %) weniger attraktiv waren und auf den letzten Plätzen lagen.

Wenn es darum geht, was man für ein Date kochen sollte, sind ungewürzte Speisen (31 %), Fertiggerichte aus der Mikrowelle (28 %), zu scharfe Speisen (23 %) und zu lange gekochte Nudeln (22 %) die größten No-Go's für ein Date.

Aber Singles – seid gewarnt! Die Umfrage von Knorr ergab, dass fast ein Fünftel der Singles (17 %) zugeben, dass sie ihre Kochkünste übertreiben oder schwindeln, um einen potenziellen Partner zu beeindrucken, während mehr als jeder Zehnte (13 %) sogar so weit geht, Essen in einem Restaurant oder Geschäft zu kaufen und es als sein eigenes auszugeben.

Niek de Rooj, Direktor der globalen Dachmarke, bei Knorr, sagte: „Mit #UnlockYourGreenFlag unterstützt Knorr Singles, indem es sich für die universelle Green Flag einsetzt, auf die wir uns alle einigen können, und das ist das Kochen. Als Ihr Partner in der Küche haben wir es uns zur Aufgabe gemacht, der Welt zu zeigen, wie vielseitig es sein kann – unabhängig davon, ob Sie ein Profi sind oder nicht, ist das Kochen für jemanden eine großartige Möglichkeit, Ihre Kreativität unter Beweis zu stellen, während Sie gleichzeitig eine Verbindung zu Ihrem Date aufbauen und ihm zeigen, dass Sie sich für die Person interessieren.“

„Wenn Sie also auf der Suche nach Liebe sind – oder einfach nur einen Verkoster für Ihr neuestes Rezept suchen – versuchen Sie, Ihre Chancen zu verbessern, indem Sie Ihre Kochkünste zu Ihrem Dating-Profil hinzufügen.“

Weitere Informationen über die Kampagne und Veranstaltungen finden Sie auf [TikTok unter #UnlockYourGreenFlag](#).

** Befragung durchgeführt von Censuswide. Stichprobe von 4.001 Personen im Alter von 18 bis 35 Jahren, die offen für Dating-Apps sind, einschließlich derjenigen, die derzeit Dating-Apps nutzen, und derjenigen, die dies nicht tun (jeweils 1.000 Personen in Vietnam, Indien, Argentinien und 1001 Personen in Kanada). Die Daten wurden zwischen dem 13.12.2024 und dem 20.12.2024 erhoben. Censuswide unterstützt und beschäftigt Mitglieder der Market Research Society und befolgt den Verhaltenskodex der MRS sowie die ESOMAR-Grundsätze.*

Informationen zu Knorr

Die Leidenschaft von Knorr für besseres Kochen und Essen reicht bis zu den Anfängen der Marke im Jahr 1838 zurück. Knorr ist stolz darauf, die fünfthäufigste FMCG-Marke der Welt (laut Kantar World Panel) und die größte Lebensmittelmarke von Unilever zu sein – basierend auf dem Versprechen und der Umsetzung, gutes Essen für alle zugänglich zu machen. Knorr-Produkte werden in mehr als 90 Ländern weltweit verkauft und 3,1 Milliarden Mal pro Jahr in 379 Millionen Haushalten ausgewählt. 95 % des verwendeten Gemüses und der Kräuter stammen aus nachhaltigem Anbau, und Knorr bezieht zunehmend Zutaten, die nach den Grundsätzen der regenerativen Landwirtschaft angebaut werden.

Foto: https://mma.prnewswire.com/media/2647428/Knorr_UnlockYourGreenFlag.jpg

View original content: <https://www.prnewswire.com/de/pressemitteilungen/die-geheime-zutat-laut-knorr-umfrage-ist-kochen-die-ultimate-green-flag-beim-dating-302410617.html>

Pressekontakt:

Catriona Martin,
cmartin@webershandwick.com,
+447977530153

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100008704/100929885> abgerufen werden.