

BRANCHENNEWS

## So bestellt Deutschland



Die Bestellplattform Lieferando hat die Bestellgewohnheiten der Deutschen untersucht und die Ergebnisse in seinem Lieferando Report 2022 veröffentlicht / Foto: Lieferando

Mit dem Lieferando Report 2022 präsentiert der Online-Marktplatz für Essensbestellungen Lieferando auch in diesem Jahr wieder die wichtigsten Fakten und Trends zum Ess- und Bestellverhalten der Deutschen. Für den diesjährigen Lieferando Report wurden die Bestellungen von rund 15 Millionen Konsumenten anonymisiert ausgewertet. Ergänzt werden die Bestelldaten durch Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage, die Lieferando zusammen mit dem Marktforschungsinstitut Kantar umgesetzt hat, sowie durch Beobachtungen und Vorhersagen zum internationalen Essverhalten, die das englische Trendprognoseunternehmen WGSN für die Lieferando-Mutter Just Eat Takeaway.com ermittelt hat.

### Preisbewusster Genuss

Die steigenden Lebenshaltungskosten führen zu einem Wandel der Konsumgewohnheiten und Prioritäten von Verbrauchern. Auch wenn der Preis von Lieferessen vergleichsweise stabil geblieben ist, werden Verbraucher in Zukunft ihre Kaufentscheidungen stärker abwägen und nach Kompromissen Ausschau halten. Mahlzeiten, die sich besser einteilen lassen oder länger satt machen, werden bevorzugt; Gerichte, die länger haltbar bleiben, sodass man sie auch später noch essen kann; Gerichte, die sich leicht und unkompliziert aufwärmen lassen oder Gerichte, bei denen man die Beilagen selbst zubereitet, ermöglichen perspektivisch den preisbewussten Genuss. Schon jetzt geben mehr als drei Viertel (75 Prozent) der Deutschen an, sich regelmäßig einen Teil ihres Liefergerichts für den nächsten Tag aufzuheben. Ebenfalls bei 75 Prozent haben sich die Bestellgewohnheiten durch die

Situation der globalen Inflation geändert, 44 Prozent schauen stärker auf die Preise und zwölf Prozent bestellen nur bei Sonderangeboten. Dies sind Ergebnisse der repräsentativen Umfrage des Unternehmens Lieferando in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut Kantar. So könnte das veränderte Preisbewusstsein der Konsumenten eine mögliche Erklärung für die plötzliche Beliebtheit des Döners sein, der eine vergleichbar preisgünstige und sättigende Mahlzeit darstellt.

#### Snacks und Desserts werden immer beliebter

Die Ereignisse der letzten Jahre führten zu großen Veränderungen im Alltag. Verbraucher stellen vermehrt ihr geistiges und körperliches Wohlbefinden in den Fokus. Krisenmomente werden mit kleinen Genuss- und Glücksmomenten und Self-Care Ritualen überwunden. Kleine Snacks und süße Versuchungen vermitteln dabei ein Gefühl von Luxus zum kleinen Preis, sie erlauben kleine Momente der Freude, die ohne Schuldgefühle genießbar sind. So sind etwa neun der 30 am schnellsten wachsenden Gerichte bei Lieferando Desserts. Auch bei den Convenience-Bestellungen, deren Angebot Lieferando in diesem Jahr mit neuen Lebensmittel-Partnern und dem ersten Lieferando Express Store in Berlin stark erweitert hat, belegen Snacks wie gesalzene Nüsse, Paprika-Chips und Butterkekse die Top 3. 80 Prozent der Deutschen gönnen sich regelmäßig oder ab und zu Snacks zwischen den Hauptmahlzeiten. Besondere Naschkatzen sind dabei die 18- bis 24-Jährigen, nur 4,6 Prozent snacken nicht zwischendurch und reduzieren sich auf zwei oder drei größere Mahlzeiten pro Tag. Die beliebtesten Snacks sind mit 26 Prozent Süßigkeiten, auf Platz zwei folgen immerhin Früchte (21 Prozent) und auf Platz drei salzige Snacks wie Chips (17 Prozent). Das sind ebenfalls Ergebnisse der repräsentativen Umfrage mit dem Marktforschungsinstitut Kantar.

#### Grüne Küche

Bereits in den letzten zwei Jahren machten die vegetarischen Bestellungen bei Lieferando über 20 Prozent aus. 2022 erfreuen sich die veganen Optionen mit einem absoluten Zuwachs von 44 Prozent einer stetig wachsenden Beliebtheit. Das beliebteste unter den rein pflanzlichen Gerichten sind Pommes, dicht gefolgt vom veganen Sushi und veganen Zimtschnecken ? zwei Beispiele, wie klassische Gerichte als vegane Varianten neu interpretiert werden. Die Aufmerksamkeit für nachhaltige Ernährung leitet auch eine neue Ära der Relevanz lokaler Produkte ein, da Verbraucher saisonale, regional bezogene Lebensmittel als eine klimafreundliche Art der Ernährung anerkennen. Bereits jetzt geben 40 Prozent der Deutschen an, dass sie es begrüßen würden, wenn der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck der gesamten Bestellung angezeigt werden würde. Knapp die Hälfte (47 Prozent) achten darüber hinaus auf eine emissionsfreie Lieferung. Einen besonderen Fokus auf Nachhaltigkeit legen die 18- bis 24-Jährigen, hier wünschen sich 61 Prozent eine Auskunft über den CO<sub>2</sub>-Abdruck der Lieferung und zwei Drittel (65 Prozent) bevorzugen die klimafreundliche Zustellung per Fahrrad. Dies sind ebenfalls Ergebnisse der repräsentativen Umfrage in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut Kantar.

#### Inflationsbremse Lieferessen

Mit dem Lieferando Report bietet der Essenslieferdienst eine einmalige Übersicht über die Preise zweier Klassiker unter den Bestellgerichten innerhalb der Bundesrepublik: Pizza Margherita und Burger. Während Nahrungsmittel im September 2022 ganze 18,7 Prozent teurer waren als im Vorjahreszeitraum (Quelle: verbraucherzentrale.de, Oktober 2022),

erfuhren die beliebten Liefergerichte nur vergleichsweise geringe Preissteigerungen. Im bundesdeutschen Durchschnitt kostet eine Pizza 2022 8,50 Euro und ist damit nur ein Prozent teurer als im Vorjahr mit 8,40 Euro. Burger sind durchschnittlich zehn Prozent teurer als 2021 und kosten jetzt 7,50 statt 6,86 Euro im vergangenen Jahr. Den preiswertesten Burger für durchschnittlich 6,03 Euro isst man in Mecklenburg-Vorpommern, den teuersten für 8,15 Euro in Hamburg. Pizza Margherita bekommt man am günstigsten für durchschnittlich 7,26 Euro in Nordrhein-Westfalen, am teuersten für 10,06 Euro in Baden-Württemberg. So sahen die regionalen Preise 2021 aus: Den teuersten Burger gab es vergangenes Jahr für durchschnittlich 13,71 Euro in Nordrhein-Westfalen, den preiswertesten Burger bestellte man im Saarland für 5,53 Euro. Und die teuerste Pizza Margherita gab es 2021 für 9,82 Euro in Bayern, die preiswerteste für 6,72 Euro in Rheinland-Pfalz.

Pommes im Trend, italienische Klassiker fallen zurück

Pommes Frites sind ein internationaler Dauerbrenner, als Liefergericht läuft das belgische Nationalgericht aber erst jetzt zu Hochformen auf. Die Fritten sind das am schnellsten wachsende Gericht 2022 und kämpfen sich auf Platz zwei der beliebtesten Bestellgerichte vor. Im vergangenen Jahr schaffte es der beliebte Snack nicht einmal in die Top Ten. Unangefochten an der Spitze der Lieblingsliefergerichte steht wie schon im letzten Jahr der Cheeseburger. Platz drei und vier gehen an den Chickenburger, gefolgt vom Hamburger. Die Pizza Margherita muss einen Platz abgeben und rutscht auf die fünfte Position, während die Pizza Salami gänzlich aus den Top fünf verschwindet und sich erst auf Platz neun wiederfindet.

Bei den beliebtesten Küchenrichtungen führt wie gewohnt Italien die Rangliste an ? wenn auch mit weniger Vorsprung, denn auf Platz zwei folgt mit der amerikanischen Küche die Trend-Kulinarik-Nation des Jahres: Durch einen wahren Burger- und Pommes-Hype führt sie die internationale Wachstumswertung mit einem Plus von 15 Prozent gegenüber dem Vorjahr an. Die orientalische Küche belegt mit dem Revival des Kebabs Platz zwei beim Wachstum (plus 11,7 Prozent) sowie Platz drei bei den Gesamtbestellungen. Damit überholt der Döner sogar das Sushi. Auch wenn die japanische Küche mit einem Zuwachs von 7,1 Prozent den dritten Platz bei den am schnellsten wachsenden Küchenrichtungen einnimmt, rutscht sie in der Gesamtwertung um einen Platz auf Rang vier.

Methodik

Für den Lieferando Report 2022 wurden interne Statistiken und Daten von rund 15 Millionen Konsumenten bei über 32.000 angeschlossenen Restaurants in mehr als 2.000 deutschen Städten im Zeitraum vom 1. September 2021 bis 31. August 2022 anonymisiert ausgewertet.

Die Trends wurden von WGSN ermittelt, einem Unternehmen für globale Trendprognosen. Zusätzlich wurde eine Online-Umfrage vom Marktforschungsinstitut Kantar im Auftrag von Lieferando unter 1.000 Befragten im Alter von 18 bis 65 Jahren im Zeitraum vom 19. bis 30. September 2022 in Deutschland durchgeführt.<br> &nbsp;

Die ausführlichen Ergebnisse des Lieferando Reports 2022 ? etwa zu den Lieferando-Nutzern und ihren Motiven und Gewohnheiten, regionalen Bestelltrends und vielem mehr ? finden sich