

Über die Hälfte der Deutschen lässt liefern



Essenslieferdienste erlebten während der Corona-Pandemie einen regelrechten Boom. Eine repräsentative GfK-Umfrage im Auftrag von Mastercard belegt, dass Essenslieferdienste trotz der aktuellen Herausforderungen populär bleiben / Foto: www.pexels.com

Sie zählen zu den Profiteuren der Corona-Pandemie: Essenslieferdienste erlebten einen regelrechten Boom und waren in Zeiten des Lockdowns eine echte Alternative für Verbraucher und Gastronomen. Eine repräsentative GfK-Umfrage im Auftrag von Mastercard belegt, dass Essenslieferdienste trotz der aktuellen Herausforderungen populär bleiben und für viele Menschen im Alltag dazugehören. Im Auftrag von Mastercard wurde mit dem GfK eBUS online eine repräsentative Stichprobe von 1.009 Personen im Alter von 18 bis 74 Jahren befragt. Die Befragung wurde im Zeitraum 11. bis 15. August durchgeführt. Vor allem bei jungen Menschen befragt

Ob Lunch, Date oder Sushi mit Freunden ? einfach einmal nicht den Kochlöffel schwingen: Mehr als jeder zweite Deutsche (53 Prozent) hat sich schon einmal Essen liefern lassen.

Dabei zeigt sich ein hohes Gefälle zwischen den Altersgruppen. Bei den Jüngeren von 18 bis 29 Jahren nutzen sieben von zehn Befragten (71 Prozent) Essenslieferdienste, bei den 60- bis 69-Jährigen dagegen mit 38 Prozent nur rund halb so viele. Gefragt sind die Lieferservices vor allem in Ballungszentren wie Berlin (61 Prozent) und in Städten ab 100.000 Einwohnern (60 Prozent). Kein Wunder, denn je höher die Gastronomiedichte in einer Region, desto größer die Auswahl für Konsumenten.

Mindestens einmal im Monat

Das Lieferangebot ist bei vielen fester Bestandteil des Alltags: So ordern 59 Prozent der Besteller mindestens einmal pro Monat und häufiger ihre Mahlzeiten. Die meisten Befragten (23 Prozent) lassen zwei- bis dreimal im Monat die Küche kalt und sich stattdessen

beliefern. Besonders häufig essen die 18- bis 29-Jährigen Geliefertes ? und zwar 69 Prozent mindestens einmal im Monat. 22 Prozent in dieser Altersgruppe nutzen Essenslieferungen mindestens einmal pro Woche, zwei Prozent sogar täglich. Bei den 60- bis 69-Jährigen bestellen sich lediglich sieben Prozent jede Woche Speisen nach Hause.

Bestellprozess neben Qualität und Frische entscheidend

Doch worauf achten Verbraucher, die Essenslieferdienste in Anspruch nehmen? Sie legen besonders viel Wert auf Qualität (73 Prozent) und Frische der gelieferten Speisen (67 Prozent) ? diese beiden Entscheidungskriterien werden mit zunehmendem Alter wichtiger. So entscheiden sich bei den 60- bis 69-Jährigen jeweils mehr als acht von zehn Befragten auf Basis dieser Aspekte für einen Essenslieferdienst wie Lieferando, Wolt oder ein lokales Restaurant. Eine einfache Bestellung ist für 58 Prozent wichtig bei der Auswahl eines Lieferservices, noch wichtiger ist sie für rund zwei Drittel der 50- bis 69-Jährigen. Über die Hälfte (53 Prozent) entscheidet sich aufgrund einer schnellen Lieferung nach Bestellaufgabe und bei 46 Prozent sind es dagegen günstige Preise.

Zur schnellen Bestellabwicklung trägt auch ein digitaler Bezahlprozess bei. So geben 64 Prozent der Nutzer an, dass sie ihre Essensbestellung am liebsten digital bezahlen. Um eine schnelle und bequeme Bestellung zu gewährleisten, hinterlegen viele daher ihre Zahlungsdaten direkt in der App oder der Lieferplattform. Die Zahlungsdaten müssen dann nicht mehr bei jeder Bestellung erneut eingegeben werden.

?Ein guter Lieferdienst zeichnet sich vor allem durch einen schnellen und unkomplizierten Service aus. Wer sein Essen nach Hause bestellt, will Zeit und Wege sparen. Die Zahlung per Kreditkarte oder Debit Mastercard ist schnell und sicher. Die Zahlungen werden durch die Zwei-Faktor-Authentifizierung geschützt. Kunden und Kundinnen ersparen sich dadurch das umständliche Hantieren mit Bargeld an der Haustür und Mitarbeitende können so auch kein Geld mehr verlieren oder bestohlen werden?, erläutert Dr. Peter Robejsek, Country Manager für Deutschland bei Mastercard.

Freundliche Zustellung und umweltfreundliche Verpackungen punkten

Die große Auswahl im Angebot der jeweiligen Restaurants und Plattformen (35 Prozent) sowie Kundenbewertungen als wichtige Entscheidungshilfe empfindet jeder Vierte als essenziell. Speziell die 18- bis 29-Jährigen (37 Prozent) lassen sich von Kundenbewertungen bei der Wahl ihres Essenslieferdienstes leiten. Das Zwischenmenschliche spielt für 29 Prozent der Befragten eine große Rolle: Ihre Entscheidung beeinflussen freundliche Zustellende ? die 60- bis 69-Jährigen (40 Prozent) legen sogar noch mehr Wert auf Freundlichkeit. Diese Altersgruppe ist zudem am achtsamsten (36 Prozent) im Vergleich zum Durchschnitt (26 Prozent), wenn es um umweltfreundliche Verpackungen geht. Bio-Essen (acht Prozent) oder vegetarische und vegane Angebote (ein Prozent) sind bislang noch selten Entscheidungskriterien.

Viele Menschen bestellen also regelmäßig Mahlzeiten bei Lieferdiensten. Zwei Drittel dieser Personen geben monatlich bis zu 50 Euro für Essenslieferungen aus. Bei den 18- bis 29-Jährigen investieren 73 Prozent bis 50 Euro im Monat für gelieferte Mahlzeiten. Ausgabefreudiger sind die 40- bis 49-Jährigen, bei jedem Fünften in dieser Altersgruppe betragen die Monatsausgaben zwischen 51 bis 75 Euro.