

Lieferando Report



Inhalt



Vorwort unserer Branchenexpertinnen

- 5 Lieferando-Geschäftsführerin Katharina Hauke
6 Food Trend Expertin Hanni Rützler

Über Lieferando

- 9 Wer wir sind
11 Die wichtigsten Meilensteine des Jahres

Unsere Nutzer:innen

- 14 Deutschlands Bestell-Fans
• Wie sie ihr Essen am liebsten genießen
• Die leckersten Tage des Jahres
• Bestell-Rekorde
• Mit einem Klassiker ins neue Jahr
• Liebe auf den ersten Biss

Die Bestell-Trends des Jahres

- 19 So bestellt Deutschland
• Die Spitzensreiter
• Die Favoriten
• Deutschlands liebste Nebendarsteller
• Die Aufsteiger
• Deutsche Traditionsgesichte, die wir lieben
• Grünes Deutschland
• Die vegetarischen und veganen Lieblinge
• Ein Blick in den Einkaufswagen

- 22 So bestellen die Bundesländer
• Regionale Lieblinge
• Die Aufsteiger in den Bundesländern
• Der Bundesländer-Preisvergleich
• Pikante Details aus den Bundesländern

Was gibt es heute? Trends aus der Liefer-Welt

- 39 Mood Food
Stimmung geht durch den Magen
43 Zero Heroes
Eine Zukunft ohne Abfall
47 Fusion Food
Die Mischung macht's
50 Direct-to-Cart
Aus dem Shop vor die Haustür
54 Tastemaker
Social Media macht Appetit

Quellen

Kontakt

Das sagen

unserer
Branchen
-expertinnen



Vorwort der Geschäftsführerin Katharina Hauke

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

die Lieferung von Lebensmitteln nach Hause spielt im Alltag der in Deutschland lebenden Menschen von Jahr zu Jahr eine immer zentralere Rolle. Sie schätzen vor allem die Vielfalt, aber auch die Benutzerfreundlichkeit und Geschwindigkeit der Online-Marktplätze für Lebensmittellieferungen.

In diesem sehr dynamischen Umfeld mit wachsendem Wettbewerb ist Kundenorientierung essenziell. Mit unserem langjährigen Know-How verstehen wir die Bedürfnisse unserer Konsument:innen und beantworten diese mit Innovationen und vor allem einem diversen Angebot. Uns ist es wichtig, unseren Nutzer:innen die bestmögliche Auswahl an Restaurants, Lebensmitteln und weiteren Produkten des täglichen Bedarfs zu bieten. Deswegen legen wir besonderen Wert darauf, unser Angebot kontinuierlich mit weiteren Partnern zu erweitern.

Wenn es um's Essen geht, lässt Lieferando keine Wünsche offen. Dank unserer vielen Gastronomie-Partner beglücken wir auch im nächsten Jahr die Deutschen mit aktuellen Food Trends und den besten Kreationen des Landes.

„Uns ist es wichtig, unseren Nutzer:innen die bestmögliche Auswahl an Restaurants, Lebensmittel und weiteren Produkten des täglichen Bedarfs zu bieten.“

Bereits zum dritten Mal präsentieren wir den deutschen Lieferando Report. Als Teil von Just Eat Takeaway.com, einem der weltweit führenden Online-Marktplätze zum Bestellen von Essen, Lebensmitteln und Alltagsprodukten, haben wir Einblick in das Bestellverhalten von Menschen in 20 Ländern. Für die deutschen Liefertrends untersuchten wir unsere eigenen Daten und beauftragten das Marktforschungsinstitut YouGov mit einer Studie rund um das Thema Bestellungen.

In unserem Report erklären wir internationale Trends, beleuchten heimische Gewohnheiten und wollen vor allem die Lust aufs Essen in den Fokus stellen. Denn längst ist Essen mehr als das Stillen des Hungers. Über die Hälfte der Deutschen glaubt, dass bestelltes Essen sich positiv auf ihre Stimmung auswirkt. Unser Orange steht für Glücksmomente. Wer eine/n unserer Fahrer:innen sieht weiß, hier ist kulinarische Vielfalt unterwegs, hier liefert ein Glücksbote.

Wir sind froh und stolz, seit vielen Jahren in Deutschland unterwegs zu sein und feiern 2024 sogar unseren 15. Geburtstag. Dafür möchten wir uns bei allen Menschen, die bei Lieferando bestellen, bedanken.

Mahlzeit!
Ihre Katharina Hauke
Geschäftsführerin Lieferando



Hanni Rützler

Vorwort der

Food-Trend Expertin

Was die Welt bewegt, spiegelt sich immer auch in unserem Essen. War es in den letzten Jahren vor allem die Pandemie, die unsere Ernährungsgewohnheiten deutlich verändert und damit vor allem dem Food Delivery Business zum endgültigen Durchbruch verholfen hat - weltweit haben sich die Essensbestellungen 2020 verdoppelt und entwickeln sich seither auf hohem Niveau weiter - so sind es aktuell die anhaltende Inflation, steigende Lebensmittelpreise und der Wandel der Arbeitswelt. Viele wollen nach der erzwungenen Home-Office-Zeit während der Pandemie auch danach nicht mehr täglich retour ins Büro und nutzen gerne die Angebote von Lieferdiensten.

Optimierte mobile Anwendungen machen es den Nutzer:innen immer einfacher, Menüs zu durchsuchen, Preise zu vergleichen, Bestellungen aufzugeben und Zahlungen vorzunehmen - und das alles bequem vom Laptop oder Smartphone aus.

Das vielfältige Angebot erleichtert es zudem, beim gemeinsamen Essen auf individuelle Bedürfnisse und Geschmäcker einzugehen: Vegane und vegetarische Optionen, die bei Lieferando aktuell 35 bzw. 12 Prozent aller Bestellungen ausmachen, können

gleichzeitig mit deutschen Favoriten wie Currywurst und Schnitzel oder amerikanischen Klassikern wie Cheeseburger und Hamburger geordert werden.

Dass vor allem jüngere Personen auf Lieferservices zurückgreifen, ist nicht überraschend. Ihr „nativer“ Umgang mit digitalen Tools, ihre anspruchsvollen Zeitpläne, aber auch ihr schnellebiger Lebensstil führen dazu, dass sie häufiger Essen online bestellen, als selbst zu kochen (und aufzuräumen). Nicht zuletzt schätzen sie das vielfältige Angebot internationaler Küchen, sind - das gilt insbesondere für regelmäßige Besteller:innen - bei der Wahl ihres Essens experimentierfreudiger und lassen sich durch Tipps aus sozialen Medien gerne dazu inspirieren, etwas Neues auszuprobieren.



„1 von 3 Lieferando Kund:innen gibt an, dass ihr Essverhalten von Tag zu Tag unterschiedlich ist.“



Vorwort unserer Branchenexpertinnen

Die Jüngeren zeichnen sich aber nicht nur durch kulinarische Weltoffenheit aus. Auch Nachhaltigkeit wird immer wichtiger. Und dabei spielt besonders beim Lieferservice die Verpackung eine große Rolle. 47 Prozent der Besteller:innen aus der Gen Z geben an, dass sie öfter Essen in wiederverwendbarer Verpackung bestellen würden, gäbe es mehr entsprechende Angebote. Kund:innen mit einer höheren Bestellfrequenz nutzen schon heute öfter wiederverwendbare Verpackungen und wären sogar bereit, einen Aufpreis zu zahlen.



„Die Jüngeren zeichnen sich nicht nur durch kulinarische Weltoffenheit aus.“



Das heißt: Restaurants müssen sich mit neuen Produktangeboten und Möglichkeiten zur Abfallvermeidung noch deutlicher an den Werten der Kund:innen orientieren.

Mit Verpackungsmöglichkeiten für mehr Kreislauf-Lösungen, die so konzipiert sind, dass sie wiederverwendet, recycelt oder kompostiert werden können anstatt nach einmaligem Gebrauch weggeworfen zu werden, können Restaurants und Lieferservices in Zukunft nicht nur bei jüngeren Kund:innen punkten. Angesichts von Greenwashing und einer Informationsflut erwarten Kund:innen von den Marken, dass sie den Weg weisen, nachhaltige Alternativen anbieten und klar und aufrichtig kommunizieren, worum es sich dabei handelt und weshalb sie durchgeführt werden.

Über Lieferando



Über Lieferando

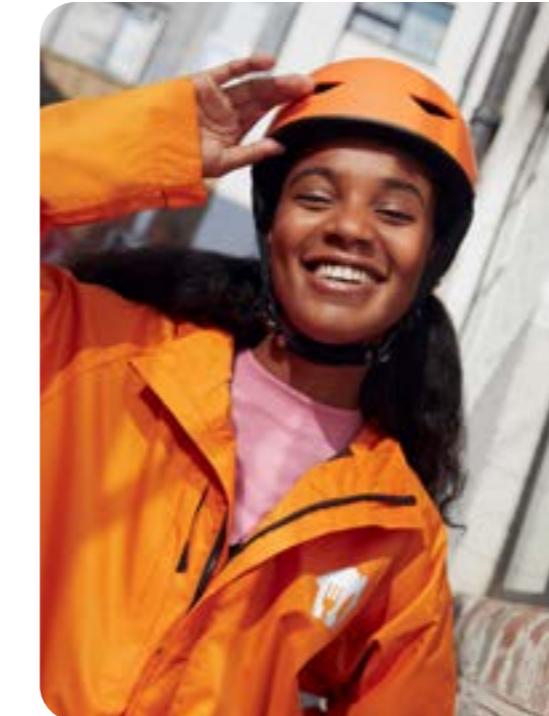
Wer wir sind

Mit rund 35.000 Restaurants und weiteren Partnern für Produkte des täglichen Bedarfs, in mehr als 2.000 deutschen Städten sind wir ein erfolgreicher Online-Marktplatz für Essenslieferungen in Deutschland. Für mehr als 15 Millionen Konsument:innen sind täglich rund 1.100 Büro-Mitarbeitende und mehrere tausend Fahrer:innen im Einsatz.

Ob Frühstück, Abendessen oder ein Mitternachtssnack - wir liefern zu jeder Tageszeit die Lieblingsgerichte unserer Nutzer:innen. Auf unserer Plattform kommen nahezu täglich neue Partner hinzu, sodass stets die volle kulinarische Vielfalt zur Auswahl steht. Wir übernehmen sogar den Gang zum Supermarkt und liefern auch frische Lebensmittel und Produkte des täglichen Bedarfs. Ein Angebot, welches wir stetig erweitern, sei es mit unserem hauseigenen Lieferando Express Store Berlin, oder auch in weiteren Städten mit Partnern wie Getir, dem Pionier für Express-Lebensmittellieferung, und lokalen Supermärkten wie Mitte Meer in Berlin und München und Bäckereien wie Dat Backhus in Hamburg. Auch ausgewählte Wünsche können wir durch unsere



„Wir übernehmen sogar den Gang zum Supermarkt und liefern auch frische Lebensmittel und Produkte des täglichen Bedarfs...“



Partnerschaften erfüllen, sei es Elektronikartikel von Media Markt, Blumenlieferungen von Egora oder Kosmetikprodukte von Lush.

All das wird möglich gemacht durch unsere Mitarbeiter:innen, die täglich unterwegs sind und die Bestellungen emissionsarm zustellen. Unsere Fahrer:innen sind unbefristet angestellt, umfassend versichert und abgesichert und ihr Durchschnittsverdienst liegt über dem Mindestlohn, zuzüglich Trinkgeld.

Just Eat Takeaway.com, der Mutterkonzern von Lieferando, ist einer der führenden Online-Marktplätze für Lebensmittel-Lieferungen weltweit, mit mehr als 679.000 verbundenen Restaurants und Standorten in 20 Ländern: den USA, Großbritannien, Deutschland, den Niederlanden, Kanada, Australien, Österreich, Belgien, Bulgarien, Dänemark, Frankreich, Irland, Israel, Italien, Luxemburg, Neuseeland, Polen, Slowakei, Spanien und Schweiz.

Lieferando Deutschland in Zahlen



1.100

Mitarbeiter:innen in den Bereichen Tech, Account Management, Sales, Produkt, Kundensupport, Daten, Kommerzielles Wachstum, Marketing, HR, Logistik und mehr

Mehere

tausend

festangestellte Fahrer:innen



15 Millionen

Nutzer:innen



35.000

Partner

Verfügbar in

2.000

Städten

Die wichtigsten Meilensteine des Jahres



2023

Januar

Zum dritten Mal in Folge unterstützt Lieferando 2023 wieder den „Veganuary“ und motiviert Verbraucher:innen dazu, im Januar eine rein pflanzliche Ernährung auszuprobieren.

März

Lieferando erweitert mit dem zweiten 'Lieferando Express' Store seinen Lebensmittel-Service in Berlin.

April

Lieferando präsentiert erweiterte Restaurant-Services auf der Internorga 2023.

Mai

Verleihung der Lieferando Awards 2023.

Juli

Lieferando unterstützt die Katastrophenhilfe für die Menschen in der Türkei und Syrien.

August

Berliner Kult-Imbiss Curry 36 steigt über Lieferando ins Bestellgeschäft ein.

Juli

Modenschau zur Feier des Pride Month im Berliner Lieferando Headoffice: Jorge Gonzalez, Bambi Mercury und Katharina Hauke küren die Gewinnerin des Lieferando Drag Outfit Design Contests.

August

Lieferando feiert die Vielfalt beim Berliner CSD mit einem eigenen Truck.

Oktober

Lieferando und Vytal bieten erstmals die kostenlose Rücknahme von Mehrwegbehältern an.

November

MediaMarktSaturn und Lieferando erweitern die Partnerschaft - mehr als 1.000 Artikel können jetzt in Berlin mit Lieferando bestellt und in ca. 60 min geliefert werden - weitere Städte folgen!

Veröffentlichung des 3. Lieferando Reports, der jährlichen Studie zu den Essensbestellungen in Deutschland.

Christina Aguilera und Latto sind die neuen globalen Gesichter von Lieferando bzw. Just Eat Takeaway.

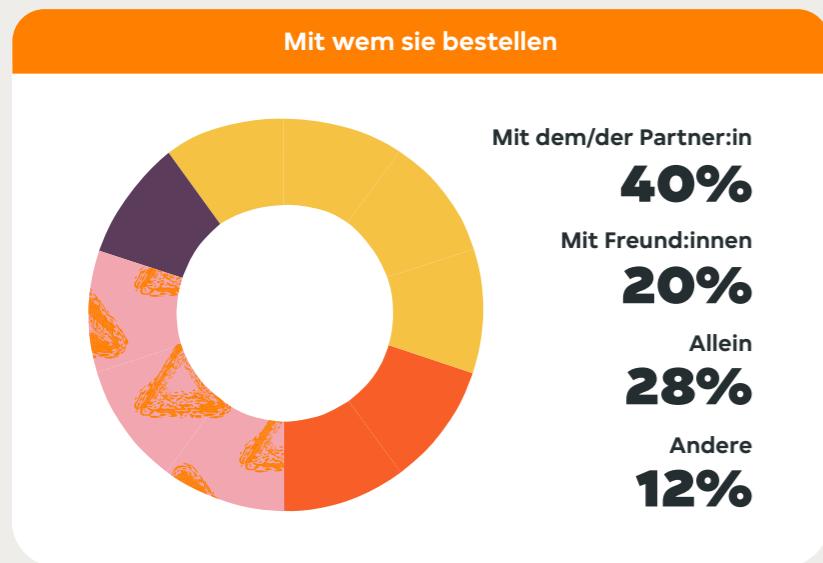
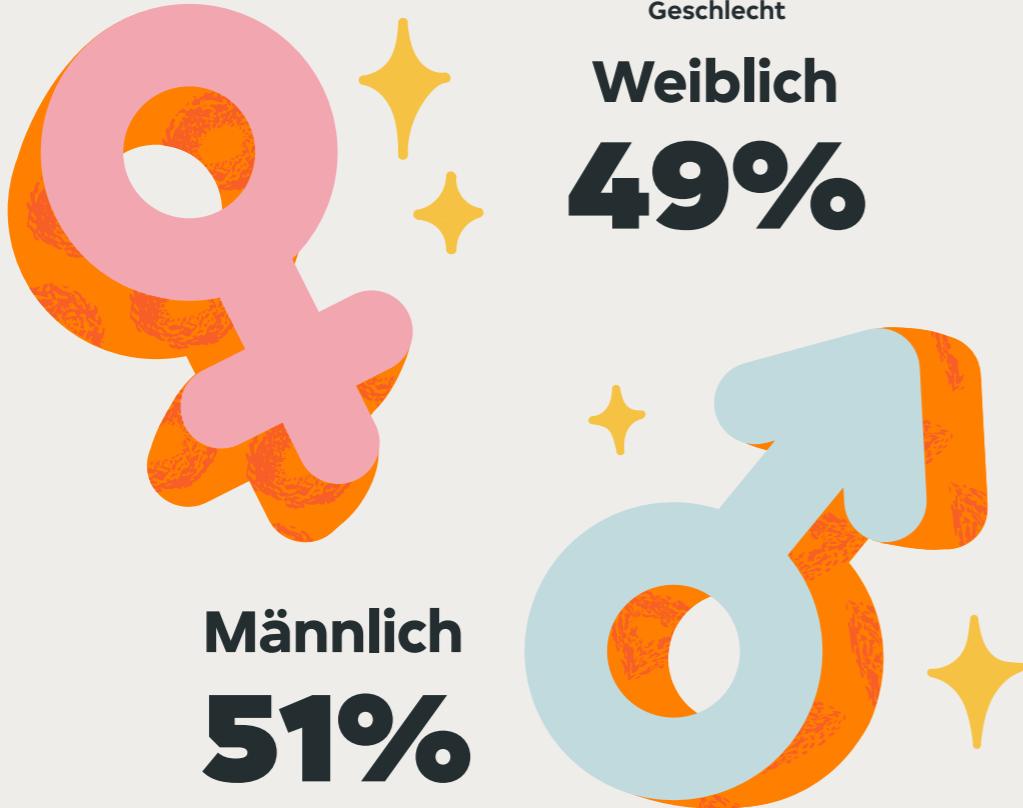


**Unsere
Nutzer:innen**



Deutschlands Bestell-Fans

Wer sie sind

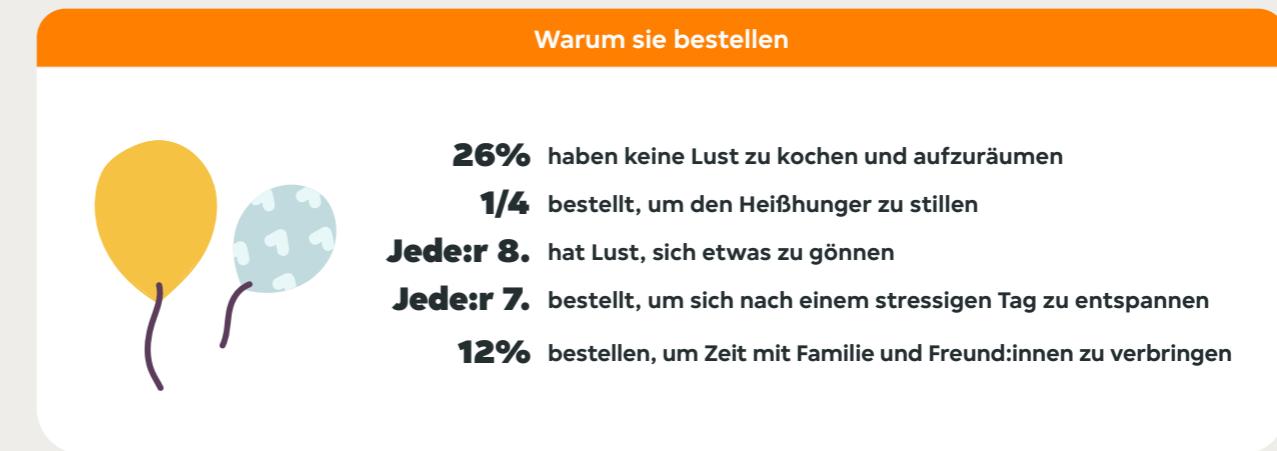
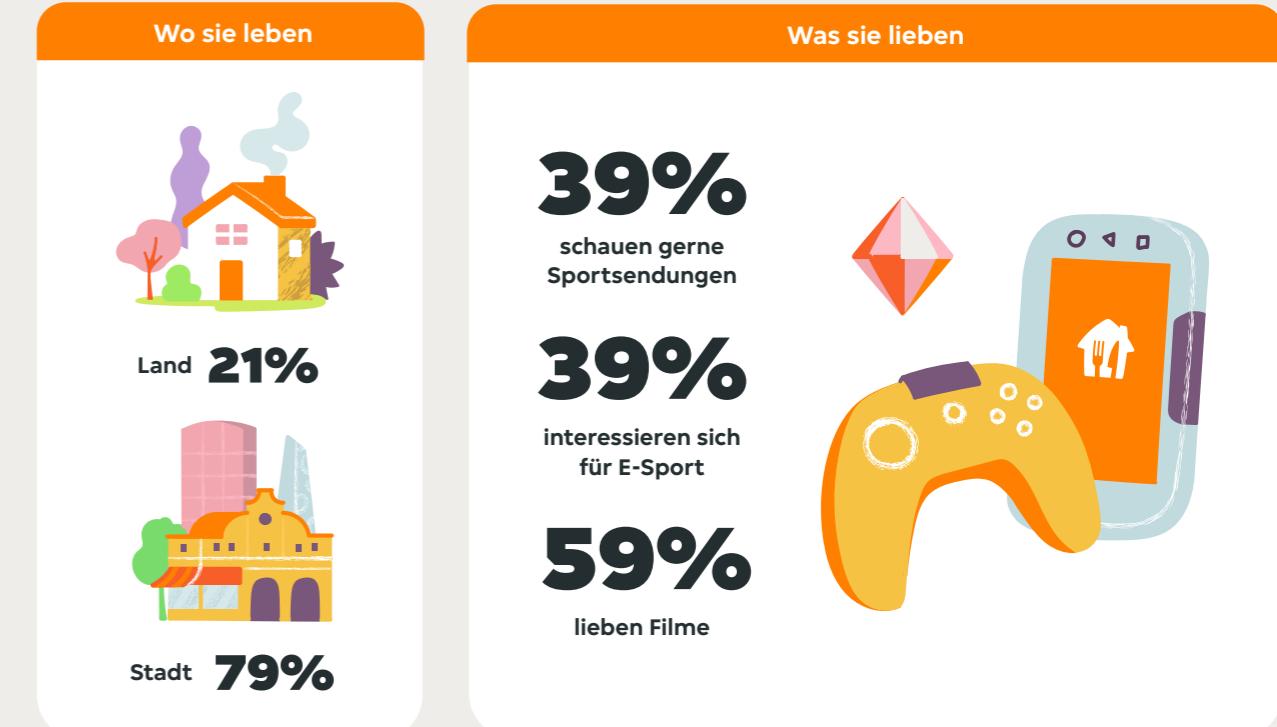
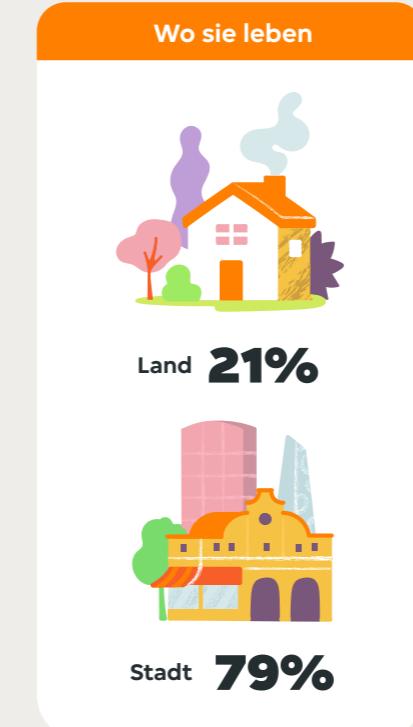
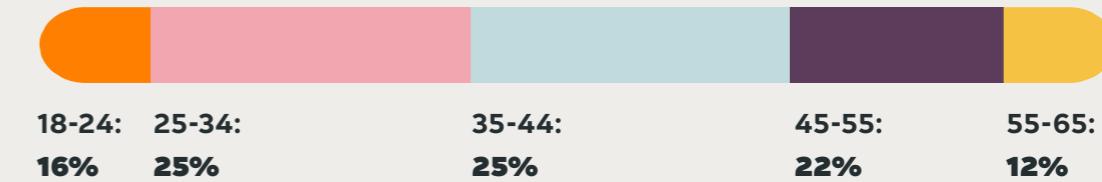


Unsere Nutzer:innen

Was sie durchschnittlich für ihre Bestellung ausgeben:

26,17€

Alter



Bestell-Rekorde

Die teuerste Bestellung

Die teuerste Bestellung ging an einem Samstag beim Restaurant Food Brother in Münster ein und kostete

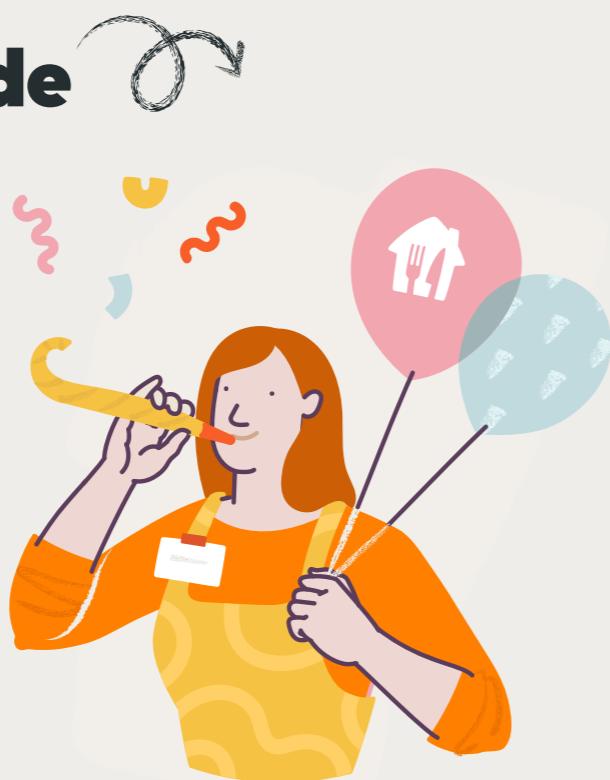
2.987€.

Bestell-König:in

Kommt aus Berlin: 1.016 Bestellungen innerhalb eines Jahres, darunter

1.024

Doppel-Cheeseburger.



Wie sie ihr Essen am liebsten genießen



Beim Schauen von TV, Filmen oder Serien



In der Gesellschaft von Freund:innen oder Familie



Wenn sie von der Arbeit nach Hause kommen



Beim Arbeiten oder Studieren

26%

27%

14%

5%

Die leckersten Tage des Jahres

An diesen Tagen gingen die meisten Bestellungen ein:

18.12.2022
Adventsonntag und Finale der Fußball-Weltmeisterschaft

04.12.2022
Adventssonntag

01.01.2023
Neujahrstag

01.05.2023
Erster Maifeiertag

03.10.2022
Tag der deutschen Einheit

Mit einem Klassiker ins neue Jahr

Der Cheeseburger war das meistbestellte Gericht an Neujahr.

Liebe auf den ersten Biss

Pommes Frites

wurden am Valentinstag am häufigsten bestellt.
Ideal zum romantischen Teilen!

Die Bestell-Trends des Jahres



So bestellt Deutschland

Was in diesem Jahr auf der Speisekarte stand

Die Spitzenreiter

Die beliebtesten Küchenrichtungen und ihre Top 3 Gerichte

Italienisch

Pizza Margherita
Pizza Salami
Pizzabrotchen

Die Favoriten

Die Top 10 der beliebtesten Gerichte

Cheeseburger

Pommes Frites
Chickenburger
Pizza Margherita
Hamburger
Doppel-Cheeseburger
Pizza Salami
Butter Chicken
Chicken Nuggets
Gebratene Nudeln

Amerikanisch

Cheeseburger
Chickenburger
Hamburger

Sushi / Japanisch

Avocado Maki
Edamame
Sake Maki

Die Aufsteiger

Diese Küchenrichtungen und Gerichte wachsen am schnellsten

Die trendigsten Küchenrichtungen

Polnisch
Holländisch
Kebab / Türkisch
Indisch
Italienisch

Kebab / Türkisch

Döner Teller
Döner
Dürüm

Die trendigsten Gerichte

Pizza Margherita
McCrispy
McWrap Chicken
Sweet Chilli
BigMac
Grand BBQ Cheese

Chinesisch

Gebratene Nudeln
Gebratene Nudeln mit Hühnerfleisch
Gebratener Reis

Deutschlands liebste Nebendarsteller

Desserts

Tiramisu
Heiße Apfeltasche
Gebackene Banane

Getränke

Cola
Fanta
Spezi

Dips & Saucen

Mayo
Tzatziki
Knoblauchsauce

Vorspeisen

Edamame
Bruschetta
Knoblauchbrot



Das beliebteste Dessert in Deutschland ist Tiramisu.

**Deutsche
Traditionsgerichte,
die wir lieben**

Die meistbestellten Klassiker
Currywurst
Schnitzel Wiener Art
Jägerschnitzel
Rahmschnitzel
Schnitzel Hollandaise

In diesen Bundesländern
sind deutsche Klassiker am
beliebtesten
Saarland
Hessen
Mecklenburg Vorpommern
NRW
Rheinland Pfalz

**Die
vegetarischen
und veganen
Lieblinge**

Vegetarisch
Pommes Frites
Pizza Margherita
Tiramisu
Pizzabrötchen
Avocado Maki

Vegan
Pommes Frites
Avocado Maki
Edamame
Gemischter Salat
Gebratene Nudeln

**Der
Lieferando
Award 2023
für das beste
vegetarische
Essen**



ging nach
Düsseldorf zum
Restaurant
MaKE

Grünes Deutschland

8

**Jede
8. Bestellung
ist vegan**

3

**Mehr als jede
3. Bestellung
ist vegetarisch**



**Ein Blick in den
Einkaufswagen**

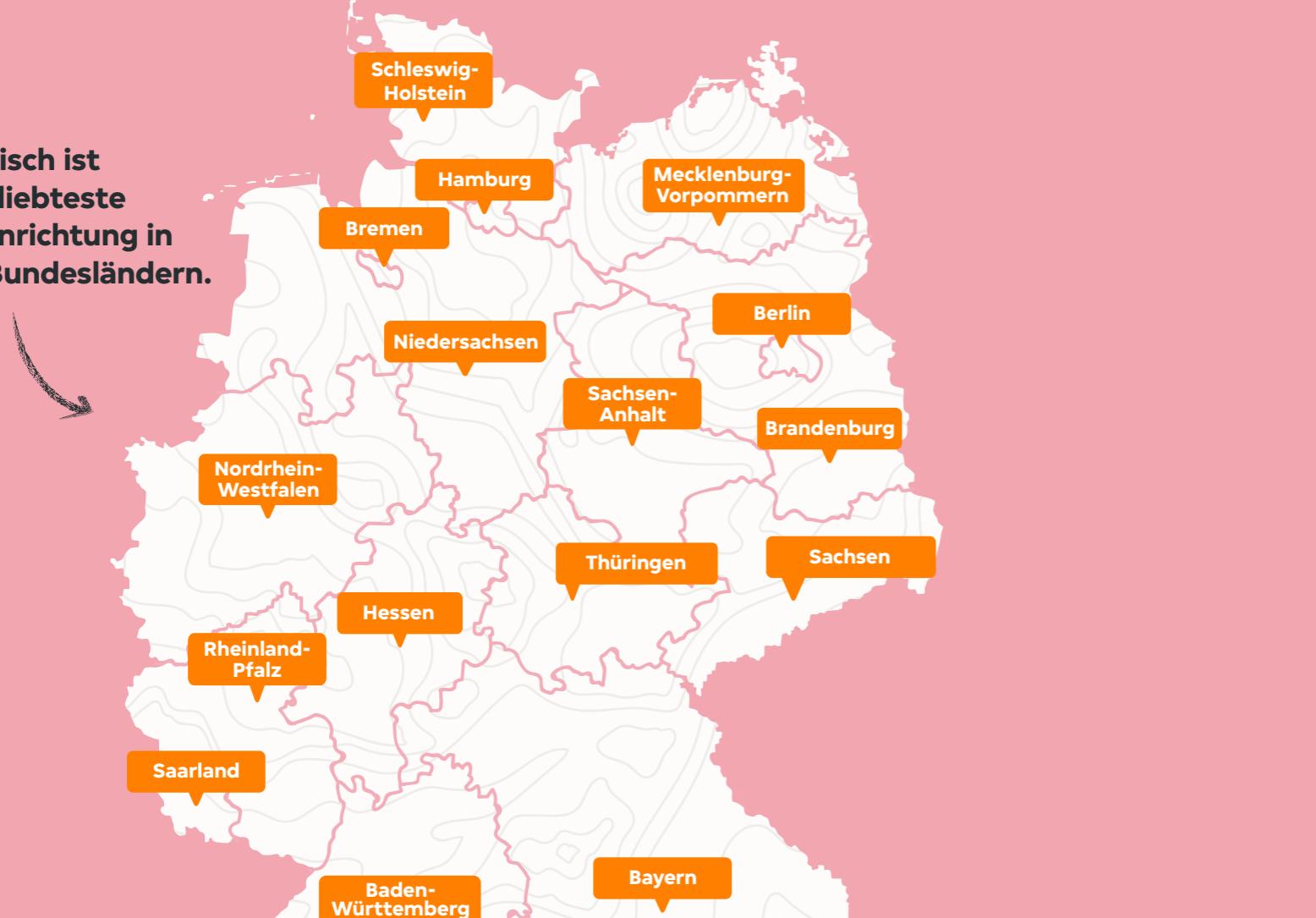
Die beliebtesten
Produkte bei der Online-
Lebensmittelbestellung
Cola
Stilles Mineralwasser
Banane
Haltbare Milch 1.5 % Fett
Lagerbier Hell
Pils
Cola Zero
Freiland Eier
Spezi
Cherry-Tomaten



Regionale Lieblinge

So bestellen die Bundesländer

Italienisch ist die beliebteste Küchenrichtung in allen Bundesländern.



Die beliebtesten Küchenrichtungen und Gerichte in den Bundesländern

Baden-Württemberg

Italienisch
Pizza Margherita
Pizza Salami
Pasta Carbonara

Amerikanisch
Cheeseburger
Chickenburger
Hamburger

Japanisch
Avocado Maki
Edamame
Sake Maki

Top Gerichte
Cheeseburger
Pommes Frites
Chickenburger

Bayern

Italienisch
Pizza Margherita
Pizza Salami
Pasta Carbonara

Amerikanisch
Cheeseburger
Chickenburger
Hamburger

Indisch
Butter Chicken
Naan
Chicken Tikka Masala

Top Gerichte
Cheeseburger
Pommes Frites
Butter Chicken

Berlin

Italienisch
Pizza Margherita
Pizza Salami
Pizza Mista

Japanisch
Sake Maki
Avocado Maki
Sake Avocado Maki

Amerikanisch
Cheeseburger
Chickenburger
Hamburger

Top Gerichte
Cheeseburger
Pommes Frites
Curly Fries

Brandenburg

Italienisch
Pizza Salami
Pizzabrotchen mit Käse und Schinken
Pasta Bolognese

Amerikanisch
Cheeseburger
Chickenburger
Doppel-Cheeseburger

Japanisch
Sake Maki
Sake Avocado Maki
Avocado Maki

Top Gerichte
Cheeseburger
Chickenburger
Bhatura

Die beliebtesten Küchenrichtungen
und Gerichte in den Bundesländern

Bremen

Italienisch

Pizza Margherita
Pasta Carbonara
Pasta Bolognese

Amerikanisch

Cheeseburger
Hamburger
Chickenburger

Japanisch

Avocado Maki
Kappa Maki
Sake Maki

Top Gerichte

Pommes Frites
Cheeseburger
Hamburger

Hamburg

Italienisch

Pizzabrötchen mit Käse
Pizza Margherita
Pizza Salami

Amerikanisch

Cheeseburger
Chickenburger
Doppel-Cheeseburger

Japanisch

Edamame
Avocado Maki
Kappa Maki

Top Gerichte

Pommes Frites
Cheeseburger
Snack Rolls

Hessen

Italienisch

Pizza Margherita
Pizza Salami
Pizzabrötchen

Amerikanisch

Cheeseburger
Chickenburger
Hamburger

Japanisch

Avocado Maki
Edamame
Kappa Maki

Top Gerichte

Cheeseburger
Pommes Frites
Pizza Margherita

Mecklenburg-Vorpommern

Italienisch

Pasta Carbonara
Pasta Bolognese
Pizza Salami

Amerikanisch

Cheeseburger
Chickenburger
Hamburger

Kebab / Türkisch

Döner
Lahmacun
Dürüm

Top Gerichte

Cheeseburger
Pommes Frites
Döner





Die Bestell-Trends des Jahres

Die beliebtesten Küchenrichtungen und Gerichte in den Bundesländern

Niedersachsen

Italienisch
Pizzabrotchen
Pizza Margherita
Pizza Salami

Amerikanisch
Cheeseburger
Chickenburger
Hamburger

Kebab / Türkisch
Döner
Döner Teller
Dürüm

Top Gerichte
Pommes Frites
Cheeseburger
Chickenburger

Nordrhein-Westfalen

Italienisch
Pizzabrotchen
Pizza Margherita
Gefüllte Pizzabrotchen

Amerikanisch
Cheeseburger
Chickenburger
Hamburger

Kebab / Türkisch
Döner
Döner Teller
Lahmacun

Top Gerichte
Cheeseburger
Pommes Frites
Pizzabrotchen

Rheinland-Pfalz

Italienisch
Pizza Margherita
Pizza Salami
Italienischer Salat

Amerikanisch
Cheeseburger
Chickenburger
Hamburger

Kebab / Türkisch
Döner Teller
Döner
Döner Box

Top Gerichte
Pommes Frites
Cheeseburger
Chickenburger

Saarland

Italienisch
Pizza Margherita
Pizza Salami
Pasta Panna

Amerikanisch
Cheeseburger
Chickenburger
Doppel-Cheeseburger

Kebab / Türkisch
Döner
Döner Teller
Döner Box

Top Gerichte
Cheeseburger
Pommes Frites
Chickenburger

Die beliebtesten Küchenrichtungen
und Gerichte in den Bundesländern

Sachsen

Italienisch
Pizza Margherita
Pizza Salami
Pasta Bolognese

Amerikanisch
Cheeseburger
Chickenburger
Hamburger

Japanisch
Avocado Maki
Sake Maki
Kappa Maki

Top Gerichte
Cheeseburger
Pommes Frites
Chickenburger

Sachsen-Anhalt

Italienisch
Pizza Salami
Pizzabrötchen mit
Schinken und Käse
Pasta Bolognese

Amerikanisch
Cheeseburger
Chickenburger
Hamburger

Kebab / Türkisch
Döner
Döner Teller
Dürüm

Top Gerichte
Cheeseburger
Pommes Frites
Chickenburger

Schleswig-Holstein

Italienisch
Pizzabrötchen mit Käse
Pizza Salami
Pizza Margherita

Amerikanisch
Cheeseburger
Chickenburger
Hamburger

Kebab / Türkisch
Döner
Dürüm
Döner Teller

Top Gerichte
Pommes Frites
Cheeseburger
Snack Rolls

Thüringen

Italienisch
Pizza Salami
Pizza Margherita
Pasta Carbonara

Amerikanisch
Cheeseburger
Chickenburger
Hamburger

Kebab / Türkisch
Döner
Döner Teller
Dürüm

Top Gerichte
Cheeseburger
Pommes Frites
Chickenburger



Regionale Lieblinge

Die Aufsteiger in den Bundesländern

Diese Küchenrichtungen und Gerichte wachsen am schnellsten

Baden-Württemberg

Bayern

Berlin

Küchenrichtungen

Russisch
Koreanisch
Indisch

Küchenrichtungen

Polnisch
Rumänisch
Indisch

Küchenrichtungen

Polnisch
Kebab / Türkisch
Französisch

Gerichte

Fried Sake Maki
Fried Ebi Futo
Mini Frühlingsrollen

Gerichte

Chicken Cap Burger
Halbes Grillhendl
Crusty Chicken

Gerichte

Wok mit gebratenem Eierreis
Wok mit gebratenen Nudeln
Chicken Roll

Brandenburg

Bremen

Hamburg

Küchenrichtungen

Kebab / Türkisch
Arabisch
Amerikanisch

Küchenrichtungen

Koreanisch
Spanisch
Griechisch

Küchenrichtungen

Holländisch
Kebab / Türkisch
Griechisch

Gerichte

New York Hotdog
Cheeseburger
Potato Wedges

Gerichte

Big Angus Cheeseburger
Gebratene Nudeln
Big Angus Steakhouse Burger

Gerichte

Crispy Chicken Crunchy
Nagano Crunchy
Pizza Margherita

Hessen

Mecklenburg-Vorpommern

Niedersachsen

Küchenrichtungen

Holländisch
Kebab / Türkisch
Indisch

Küchenrichtungen

Japanisch
Amerikanisch
Kebab / Türkisch

Küchenrichtungen

Holländisch
Japanisch
Amerikanisch

Gerichte

Chicken Sandwich
Avocado Chicken Roll
Fried Chicken Futo Roll

Gerichte

Gebackenes Hühnerfilet
Crunchy Chicken
Gebackenes Hühnerfleisch

Gerichte

Chicken Pops
Crunchy Chicken Burger
Garden Roll

Die polnische Küche wächst in Bayern, Berlin und Nordrhein-Westfalen am schnellsten.



Nordrhein-Westfalen

Rheinland-Pfalz

Saarland

Küchenrichtungen

Polnisch
Portugiesisch
Mexikanisch

Küchenrichtungen

Koreanisch
Indisch
Arabisch

Küchenrichtungen

Koreanisch
Japanisch
Chinesisch

Gerichte

Pizza Margherita
Pizzabrötchen Caprese
Pizza Tonno

Gerichte

Cheeseburger
US Burger
Chili-Cheese Pommes Frites

Gerichte

Gyoza Huhn
Sushi Box
Grill Teller

Sachsen

Sachsen-Anhalt

Schleswig-Holstein

Küchenrichtungen

Französisch
Kebab / Türkisch
Spanisch

Küchenrichtungen

Koreanisch
Mexikanisch
Indonesisch

Küchenrichtungen

Spanisch
Indonesisch
Koreanisch

Gerichte

Tempura Maki Roll
Udon Xao
Big Angus Cheese Burger

Gerichte

Cheeseburger
Poke Bowl
Bratnudeln mit gebackener Hühnerbrust

Gerichte

Pizza Salami
Crusty Chicken
Cheeseburger

Thüringen

Küchenrichtungen

Schweizer Küche
Japanisch
Arabisch

Gerichte

Cheeseburger
Alpen Burger
Chicken Roll



Der Bundesländer-Preisvergleich

Das kosten Pizza Margherita und Hamburger

Baden-Württemberg	Hessen	Sachsen
Pizza 11,08 €	Pizza 9,37 €	Pizza 10,62 €
Hamburger 7,76 €	Hamburger 6,97 €	Hamburger 7,31 €
Durchschnittlicher	Durchschnittlicher	Durchschnittlicher
Bestellwert: 27,26 €	Bestellwert: 26,00 €	Bestellwert: 26,60 €
Bayern	Mecklenburg-Vorpommern	Sachsen-Anhalt
Pizza 10,48 €	Pizza 9,80 €	Pizza 10,28 €
Hamburger 8,70 €	Hamburger 7,20 €	Hamburger 6,88 €
Durchschnittlicher	Durchschnittlicher	Durchschnittlicher
Bestellwert: 28,09 €	Bestellwert: 25,09 €	Bestellwert: 26,87 €
Berlin	Niedersachsen	Schleswig-Holstein
Pizza 10,29 €	Pizza 9,30 €	Pizza 11,51 €
Hamburger 8,94 €	Hamburger 7,08 €	Hamburger 7,32 €
Durchschnittlicher	Durchschnittlicher	Durchschnittlicher
Bestellwert: 25,93 €	Bestellwert: 25,56 €	Bestellwert: 25,82 €
Brandenburg	Nordrhein-Westfalen	Thüringen
Pizza 10,44 €	Pizza 8,10 €	Pizza 9,43 €
Hamburger 7,60 €	Hamburger 7,08 €	Hamburger 7,04 €
Durchschnittlicher	Durchschnittlicher	Durchschnittlicher
Bestellwert: 29,00 €	Bestellwert: 25,06 €	Bestellwert: 26,70 €
Bremen	Rheinland-Pfalz	
Pizza 11,45 €	Pizza 9,78 €	
Hamburger 8,18 €	Hamburger 6,98 €	
Durchschnittlicher	Durchschnittlicher	
Bestellwert: 24,03 €	Bestellwert: 26,56 €	
Hamburg	Saarland	
Pizza 11,71 €	Pizza 9,76 €	
Hamburger 10,03 €	Hamburger 7,13 €	
Durchschnittlicher	Durchschnittlicher	
Bestellwert: 25,89 €	Bestellwert: 24,54 €	

Den günstigsten Hamburger bekommt man für durchschnittlich 6,88€ in Sachsen-Anhalt.

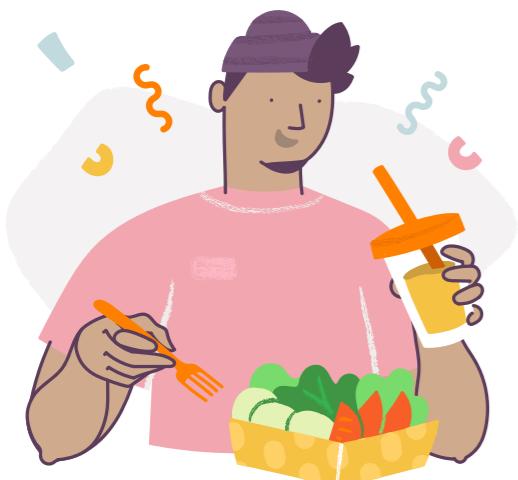


Pikante Details aus den Bundesländern

Baden-Württemberg

In Baden-Württemberg sind besonders viele Nachtschwärmer:innen unterwegs: Knapp aller Bestellungen dort gehen zwischen 0 und 6 Uhr ein. Nur Berlin ist das einzige Bundesland, in dem ähnlich viele Bestellungen nachts getätigt werden.

2%



Bayern

Das meist bestellte Getränk ist Cola, gefolgt von Fanta und Spezi. Bier kommt selbst im Bundesland der Wiesn nur auf Platz 4.



Berlin

Am Wochenende unterwegs: Bei den Bestellungen am Wochenende landet Berlin im Bundesvergleich auf dem letzten Platz. Die meisten Schwindler:innen leben in Berlin:

28%

der Berliner Befragten geben an, schon einmal Essen bestellt zu haben und behaupteten, sie hätten selbst gekocht.

Brandenburg

Mit durchschnittlich 29,00 € pro Bestellung geben Brandenburger:innen am meisten aus. Der bundesweite Durchschnitt liegt bei 26,17 €.



Bremen

Die meisten Flexitarier:innen leben in Bremen: Knapp

74%

gaben an, vegetarisches / veganes Essen zu bestellen, obwohl sie sich selbst nicht als Vegetarier:in / Veganer:in betrachten.



Hamburg

Hamburger Schietwetter: Im Bundesvergleich geben Hamburger:innen am häufigsten an, wegen des schlechten Wetters zur Lieferapp zu greifen. 27 % sagen, das schlechte Wetter sei ein Grund, um Lebensmittel online zu bestellen. Bundesweit ist das schlechte Wetter nur für 16 % ein Grund, um am selben Tag Lebensmittel online zu bestellen.

Hessen

Hess:innen wollen sich nicht zu viele Gedanken machen:

44%

gaben an, gerne vorgefertigte Produkt-Pakete bzw. Meal-Kits zu bestellen, weil sie sich dann nicht lange mit der Auswahl beschäftigen müssen.



Mecklenburg-Vorpommern

Keine Zeit für Mitternachtssnacks: In Mecklenburg-Vorpommern werden nicht einmal 1 % aller Bestellungen nach Mitternacht getätigt. Nur Sachsen-Anhalt bestellt nachts noch weniger.



Rheinland-Pfalz

Rheinland-Pfalz ist am spendabelsten. Mit durchschnittlich

2,64 €

geben sie am meisten Trinkgeld und liegen damit 43 Cent über dem Bundesdurchschnitt.

Saarland

Die Saarländer:innen halten ihre Ernährung für am gesündesten:

54%

stufen ihre Ernährung als gesund ein (Skala 1 - 10, 53,8 % gaben 8, 9 oder 10 an). Damit liegen sie bundesweit vorne.

Niedersachsen

In Niedersachsen werden

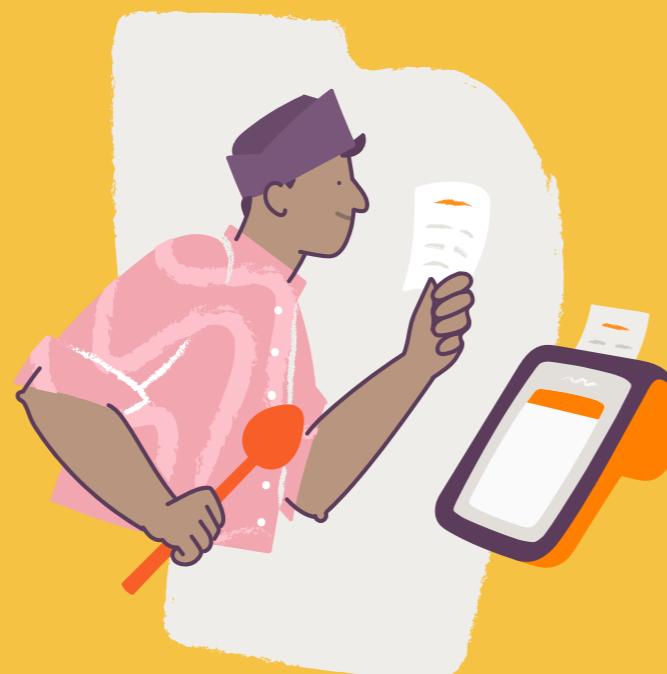
36%

aller Bestellungen am Wochenende getätig - bundesweiter Spitzenwert!

Nordrhein-Westfalen

Frühstücksmuffel:

Weniger als 1% aller Bestellungen in NRW sind Frühstücksbestellungen.



Sachsen

Sachsen ist BIO-vernarzt: 65 % geben an, dass sie mehr Essen bestellen würden, wenn sie wüssten, dass die verfügbaren Gerichte mit nachhaltigen Zutaten hergestellt werden. Damit liegen sie über dem Bundesdurchschnitt von 52 %.



Sachsen-Anhalt

Sachsen-Anhalt ist gerne vorbereitet: Mit

14%

werden hier die meisten Gerichte zu einem bestimmten Zeitpunkt vorbestellt.



Schleswig-Holstein

Schleswig-Holsteiner:innen sind die Snack-Meister:innen – 27 % geben an, regelmäßig kleine Gerichte / Snacks zwischen den Mahlzeiten zu essen.

Thüringen

Thüringen plant im Voraus:

3%

der Bestellungen werden auch persönlich abgeholt - Spitzenwert in den Bundesländern.

Was gibt es heute?

Trends aus der Liefer-Welt



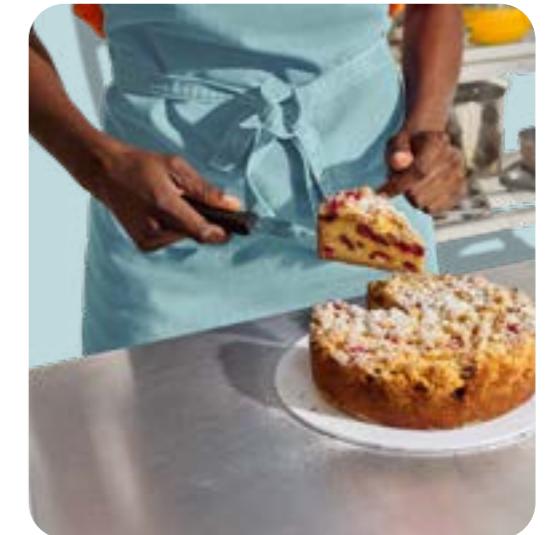
Trend 1

Mood Food

Stimmung geht durch den Magen

Dass Schokolade glücklich macht, wissen wir nicht erst seit Bridget Jones' Frühstücksgewohnheiten. Trotzdem erlebt Essen als Stimmungsmacher gerade ein Revival in einer ganz neuen Dimension. Mood Food ist das Schlagwort der Stunde. Gesundheitsbewusste Ernährung ist für viele Menschen längst gelebte Praxis. Dabei bezieht sich Gesundheit längst nicht mehr allein auf den Körper, sondern auch auf unser mentales Wohlbefinden. Wir essen nicht nur, um satt zu werden, sondern vor allem auch, weil es unsere Stimmung beeinflussen kann. Essen löst bekanntlich allerlei Emotionen aus und in Deutschland sorgen Essensbestellungen vor allem für Ausgeglichenheit und Zufriedenheit – ganze 77 % geben an, sich entspannt zu fühlen, wenn sie sich ihr Lieblingsessen nach Hause liefern lassen.

Und reicht der Klassiker mal nicht aus, um die Laune zu heben, gibt es eine Vielzahl von Neukreationen, die unsere Sinne beflügeln. Denn die Rezepte für gute Laune sind so unterschiedlich und vielfältig wie die Geschmäcker. Und über guten Geschmack lässt sich nun mal nicht streiten. Über die positive Wirkung unterschiedlicher Lebensmittel auch nicht. Mutter Natur bietet uns einen Bauchladen voller Zutaten, die schmecken und gleichzeitig die Stimmung heben. Ob Matcha, Avocado, Maca, Guave, Feigen oder CBD – natürliche Glücklichmacher befeuern die Food Trends und machen Lust darauf, Neues auszuprobieren. Vom typischen Matcha-Latte bis zum CBD-Burger lassen die neusten Küchenkreationen unsere Emotionen tanzen. Knapp 63 Prozent der Befragten haben auch genau darauf Appetit und geben an, Lust zu haben, ein Gericht zu probieren, das ihre Stimmung verbessert.



„Gesundheitsbewusste Ernährung ist für viele Menschen längst gelebte Praxis. Dabei bezieht sich Gesundheit längst nicht mehr allein auf den Körper, sondern auch auf unser mentales Wohlbefinden.“

Absoluter Moodbooster ist in Deutschland die italienische Küche: 32 % der Befragten geben an, italienisch zu bestellen, wenn sie ihre Stimmung verbessern wollen. Pizza und Pasta sind einfach das Comfort-Food schlechthin. Doch auch die deutsche Küche ist ein Stimmungsgarant, besonders für Männer: Knapp ein Viertel der Männer geben an, deutsche Gerichte zu bestellen, wenn sie ihre Laune verbessern wollen. Bei den Frauen sind es nur ein Achtel.

Nicht zuletzt sind es Lieferdienste wie wir, die den Trend Mood Food bedienen. Noch nie war es so einfach und unkompliziert, Neues auszuprobieren. Niemals zuvor war es so leicht, genau das zu essen, worauf wir gerade Lust haben. Wir bringen die ganze Welt der Kulinarik per Klick auf den Tisch, nahezu jederzeit. Das macht Lust auf mehr.

Trend 1

Das sagt unsere Food Trend Expertin

Es ist zwar nichts Neues, aber wir erleben es dennoch fast täglich aufs Neue: Essen hat einen großen Einfluss auf unsere Stimmung. Und wir nutzen es gerne als Tool für unser Emotionsmanagement, als Regulativ für die persönliche Stimmungslage. Um unsere Laune aufzubessern, um uns zu trösten oder zu belohnen. Ist uns langweilig, greifen wir zu Snacks, die einen knackigen, akustischen Stimulus versprechen und etwas „Knistern“ ins Leben bringen.

Mit kleinen Häppchen zwischendurch motivieren wir uns und bringen so Genusspausen in unseren Alltag. Fühlen wir uns traurig, erschöpft oder gestresst, naschen wir gerne was Süßes. Dass der Verzehr kohlenhydratreicher, meist süßer Lebensmittel in solchen Momenten - zumindest kurzfristig - hilft, ist auch wissenschaftlich belegt. Es funktioniert aber auch pikant in Form klassischer „Mood Food“-Speisen aus Getreiden oder Hülsenfrüchten wie Pizza, Pasta, Falafel & Co. Doch Achtung: Ohne bewussten Genuss kann auch Mood Food zur reinen Kalorienquelle verkommen.

Stimmungsbild:
Die Saarländer:innen interessieren sich am meisten für Stimmungs-Experimente.

77 %*
Saarland

63 %*
Bundesdurchschnitt

71 %*
Berlin

58 %*
Brandenburg

69 %*
Sachsen

55 %*
Thüringen, Sachsen-Anhalt & Hesse

53 %*
Mecklenburg-Vorpommern

*Anteil der Befragten, die angaben, interessiert daran zu sein, ein Gericht zu probieren, das ihre Stimmung verbessert.





Was gibt es heute?

Trend 2

Zero Heroes

Eine Zukunft ohne Abfall

In den letzten Jahren nahm nicht nur die Bestellung veganer und vegetarischer Gerichte stark zu, gerade das Thema möglichst wenig Abfall zu verursachen, liegt Besteller:innen heute sehr am Herzen - das gilt sowohl für Essensreste als auch übermäßige Verpackungen. Dabei schließen sich Umweltbewusstsein und gemütlich Essen nach Hause bestellen, keinesfalls aus, wie die Lieferando-Umfrage zeigt: 37 Prozent der befragten Besteller:innen stufen sich als sehr umweltbewusst ein. Das gilt vor allem für die Menschen, die öfter (mehrmais pro Woche) bestellen, hier würden sich sogar 53 Prozent als sehr umweltbewusst einschätzen. Übung macht demnach den Meister, auch bei den wiederverwendbaren Verpackungen trifft dies zu: 69 Prozent derjenigen, die täglich Essen bestellen, geben an, schon einmal wiederverwendbare Verpackungen genutzt zu haben – bei den Befragten, die selten bestellen, haben hingegen nur 24 Prozent schonmal in einer Mehrwegverpackung geordert.

„In diesem Jahr bestellten bereits mehr als dreimal so viele Restaurantpartner die vollständig recycle- und kompostierbaren Verpackungen.“

Doch nicht nur das Verhalten der Verbraucher:innen zählt. Eine zentrale Rolle spielen auch die Restaurants, die durch umweltfreundliche Bestelloptionen und wiederverwendbare, recycle- oder kompostierbare Verpackungen bei ihren Besteller:innen punkten können. In diesem Jahr bestellten bereits mehr als dreimal so viele Restaurantpartner die von Lieferando in Zusammenarbeit mit dem revolutionären Verpackungsunternehmen Notpla entwickelten vollständig recycle- und kompostierbaren Verpackungen als im Vorjahr. Statt einer Kunststoffbeschichtung verwendet Notpla für die umweltfreundlichen Verpackungen eine natürliche, vegane Beschichtung aus Algen, die sich in nur sechs Wochen auf natürliche Weise abbaut.

Gänzlich ohne Verpackungsmüll kommen Nutzer:innen bei der Bestellung ihrer Lieblingsgerichte in wiederverwendbaren Verpackungslösungen aus. Hier arbeitet Lieferando mit RECUP (REBOWL) und VYTAL zusammen, die den Restaurants die Mehrwegverpackungen zur Verfügung stellen. Über 1.600 Restaurantpartner in ganz Deutschland bieten diese Option inzwischen bei der Essensbestellung an. Ein Service, der gerne genutzt wird und den Lieferando dieses Jahr in einigen Städten erweiterte: Nutzer:innen können ihre Mehrwegverpackungen bequem bei der nächsten Bestellung in den Warenkorb legen und die genutzten Vytals werden von Fahrer:innen der teilnehmenden Restaurants bei der nächsten Lieferung wieder mitgenommen.

Ein wichtiger Teil der Abfallvermeidung ist auch die Reduzierung der Lebensmittelverschwendungen. Dabei setzen viele Restaurants auf den Trend der Sharing Economy und bieten ihre überschüssigen Lebensmittel z. B. über Apps wie TooGoodToGo zu vergünstigten Preisen an. Auf der Website und App bietet Lieferando Konsument:innen in Zusammenarbeit mit der Umweltschutzorganisation Hubbub leicht zugängliche Tipps zur Aufbewahrung, zum Aufwärmen und Wiederverwenden von Essensresten.

Trend 2

Das sagt unsere Food Trend Expertin

Geschmack ist immer beides: Ein sinnliches Erlebnis und ein subjektives Werturteil. Letzteres kann aber einem auch den Appetit verderben, z.B. wenn Food Waste irritiert. Deshalb achten immer mehr überwiegend junge Menschen darauf, Food Waste und Verpackungsmüll zu minimieren. Im Alltag ist das aber meist gar nicht so einfach, nicht zuletzt, weil Supermärkte und Restaurants sich mit entsprechenden Produktangeboten und Möglichkeiten zur Abfallvermeidung noch zu wenig an den sich wandelnden Werten der Kund:innen orientieren.

Das betrifft vor allem Verpackungsmöglichkeiten, die sich recyceln, kompostieren oder im besten Fall wiederverwenden lassen. Auch Essenlieferdienste stehen hier in der Verantwortung, ihren Kunden vermehrt nachhaltige Lösungen anzubieten und damit - zu ihrem eigenen Vorteil - auch die Kundenbindung zu erhöhen. Lieferando testet daher aktuell bereits die Abholung von Mehrwegverpackungen im Zuge der nächsten Bestellung. Denn die Bereitschaft, den zeitlichen und finanziellen Mehraufwand, den Bestellungen in wiederverwendbaren Verpackungen mit sich bringen, tragen vor allem jüngere Kund:innen sowie Kund:innen mit einer hohen Bestellfrequenz.

Die Bundesländer im Mehrweg-Check: Hamburg hat die Nase vorn.

47,2 %*	31 %*
Hamburg	Bundesdurchschnitt
46,2 %*	25,3 %*
Saarland	Hessen
37,3 %*	21,1 %*
Berlin	Bremen
18,2 %*	
Thüringen	

*Anteil der Befragten, die angaben, schon einmal Essen in einer wiederverwendbaren Verpackung bestellt zu haben.





Trend 3

Fusion Food

Die Mischung macht's

Kuba ist ja eher für Zigarren und Rum berühmt. Trotzdem ziehen wir die Insel für einen aktuellen Food Trend heran: Die kubanische Küche verbindet spanische, afrikanische und karibische Einflüsse und ist trotzdem etwas Eigenständiges. Auch in New Orleans kocht man interkulturell: Kreolisch wurde von der französischen, spanischen, italienischen, afrikanischen und deutschen Küche beeinflusst. In Louisiana gehen die Köch:innen noch einen Schritt weiter. Denn die kreolischen Gerichte wurden an die im Mississippi-Delta verfügbaren Lebensmittel angepasst. Und damit sind wir bei einem der aktuell heißesten Trends angekommen: Fusion Kitchen. Das Phänomen beschreibt die Verbindung unterschiedlicher Ess-Kulturen, die auch äußere Faktoren wie regionale Verfügbarkeiten oder Umwelteinflüsse berücksichtigt.

Kurz gesagt – Fusion Kitchen ist nicht neu, aber angesagter als je zuvor. Was wir aktuell erleben ist nicht nur die Lust auf neue geschmackliche Höhepunkte,

sondern ein neuer Anspruch an unser Essen. Und das kommt gut an: 69 % der Deutschen sind offen für Restaurants, die ihnen die intensiven Geschmäcker aus den verschiedensten Teilen der Welt anbieten. Besonders für Männer ist dieser Trend spannend, von ihnen gaben 72 % an, interessiert zu sein – bei den Frauen sind es mit 66 % knapp sechs Prozent weniger.

Ob vegan, vegetarisch oder flexitarisch - Fusion Kitchen verbindet Gewohnheiten, Kulturen und Werte miteinander. Neue Kreationen bedienen unsere Essgewohnheiten genauso wie den gesellschaftlichen Wandel. Fusion Kitchen greift Gewohnheiten, Trends und Einstellungen auf und kombiniert sie zu neuen Rezepten und Kreationen. Übrigens, selbst die Currywurst ist streng genommen Fusion pur, denn sie verbindet die deutsche Wurst mit amerikanischem Ketchup und indischem Curry. Und neu interpretiert, darf sie gerne auch BIO, vegan oder vegetarisch sein.

Wer hat's schon probiert: Brandenburger:innen sind Fusion-Vorreiter:innen

47 %*
Brandenburg

35 %*
Bundesdurchschnitt

46 %*
Saarland

23 %*
Rheinland-Pfalz

44 %*
Sachsen

22 %*
Schleswig-Holstein

5 %*
Sachsen-Anhalt

*Anteil der Befragten, die angaben, schon einmal Fusionsküche ausprobiert zu haben.



Trend 3

Das sagt unsere Food Trend Expertin

Während sich auf der Ebene der Ausgangsprodukte der Trend zu mehr Regionalität und Lokalität weiter ausbreitet, sehen wir auf der Ebene der Speisen eine immer stärkere Internationalisierung. Es geht längst nicht mehr allein darum, „fremde Gerichte“ wie Sushi, Samosas oder Frühlingsrollen in den kulinarischen Alltag zu integrieren. Inzwischen zeichnet sich zusätzlich eine neue Lust am Fusionieren und Vermischen von Küchenstilen ab.

Was vor 30 Jahren noch Spitzenköchen vorbehalten war, das Experimentieren mit verschiedenen Zutaten und Zubereitungsarten, ist heute ein Trend, der viele begeistert und sich in Form von neuen populären Rezepturen rasant auf Social-Media-Plattformen verbreitet. Auch das Angebot der Lieferdienste zeigt: Anything goes! Auf der Pizza darf sich Koriander mit Artischocken paaren, in der Bowl kann der Lachs durch Falafel ersetzt werden.



Trend 4

Direct-to-Cart

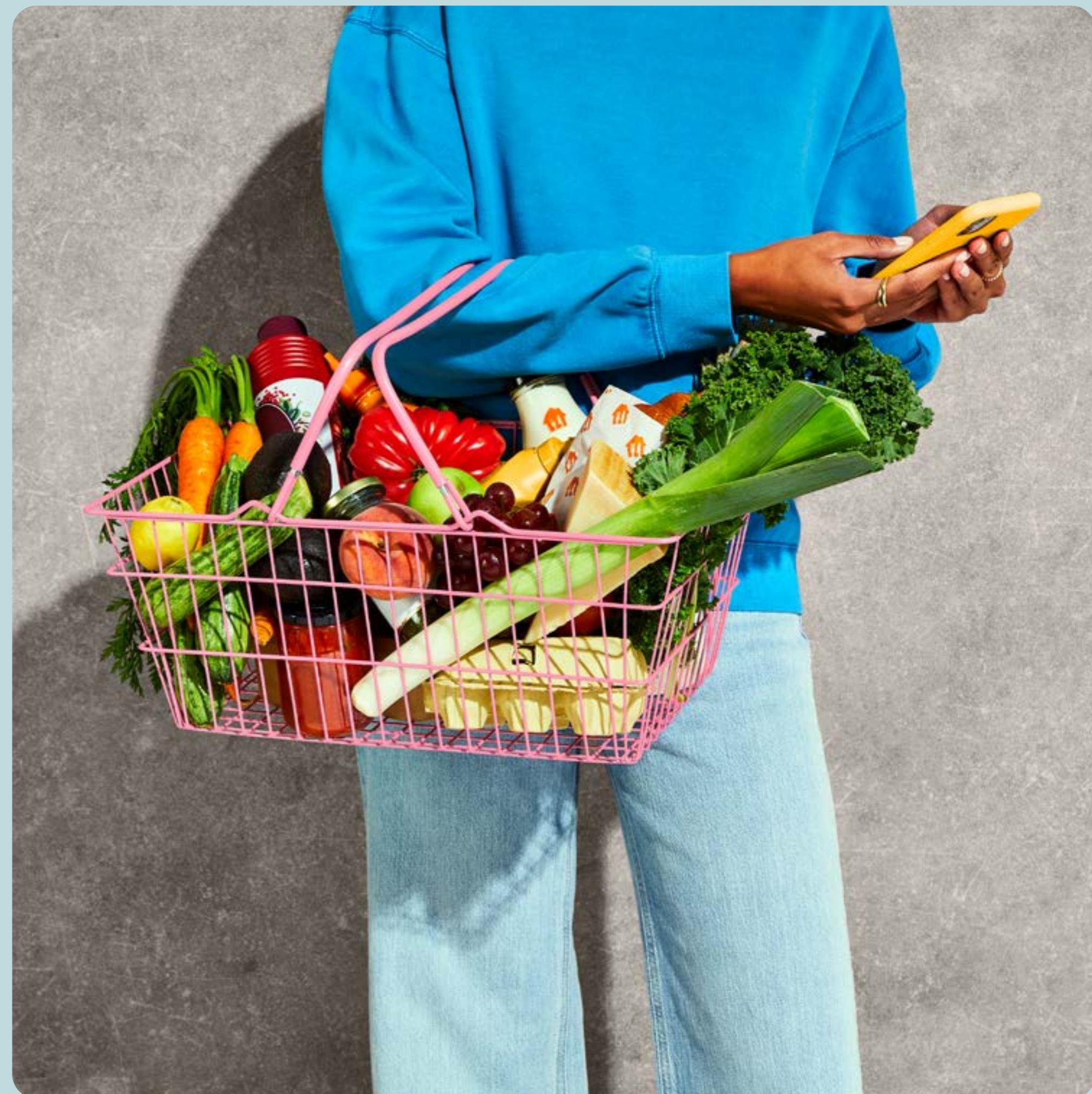
Aus dem Shop vor die Haustür

Den Supermarkteinkauf aus dem Homeoffice erledigen, schnell noch zwei Flaschen Wein nachbestellen, während man schon mit den Freund:innen beim Abendessen sitzt oder am Morgen kurz die Lieblingsseife nachkaufen, ohne dabei zerzaust und ungeduscht das Haus zu verlassen - Online-Einkäufe machen unseren Alltag bequemer und sparen uns Zeit. Schnelle Liefermöglichkeiten in teilweise weniger als 10 Minuten verschaffen den Konsument:innen mehr Flexibilität denn je zuvor. Viele können sich einen Alltag ohne diese Sofortlieferungen schon gar nicht mehr vorstellen - ohne lange Planung, frisch und direkt genau dann, wenn wir sie brauchen.

Die Liebe zum Liefern lassen geht inzwischen weit über Essen und Lebensmittel hinaus. Mit 15 Prozent ist ein besonderer Anlass ein wichtiger Grund für die Online-Bestellung. Vor allem unter 50 jährige zeigen Interesse an der Online-Bestellung von Gütern des täglichen Bedarfs. Zu eben dieser Altersgruppe zählen auch viele junge Familien, in denen beide Elternteile arbeiten.

Die häufigsten Gründe für eine Online Bestellung sind die fehlende Lust, Einkaufen zu gehen (31 Prozent) und mit anderen Dingen beschäftigt zu sein und deshalb das Haus nicht verlassen zu können (39 Prozent).

Groß im Trend liegen auch fertige Pakete - vom Weinabend mit Freunden über das Family Dinner bis zum romantischen Date ist hier alles zusammengepackt, was gebraucht wird, um den jeweiligen Anlass zu feiern. Dabei sparen sich die Besteller:innen nicht nur endlose Gänge durch die Supermarktregale, um alles zusammen zu suchen, sondern auch das Schreiben des Einkaufszettels. Und auch der Algorithmus der jeweiligen App trägt seinen Teil dazu bei, den Nutzer:innen maßgeschneiderte Produktvorschläge und Angebote zu unterbreiten.





Was gibt es heute?

Trend 4

Das sagt unsere Food Trend Expertin

Convenience ist zweifelsohne ein zentrales Motiv, um sich Lebensmittel, Essen und Getränke zustellen zu lassen. Und die immer schnelleren und vielfältigeren Liefermöglichkeiten erleichtern vor allem jungen Familien den stressigen Alltag, in dem das Planen der Einkäufe oft zu kurz kommt und das Kochen meist zu viel Zeit in Anspruch nimmt. In Zukunft werden an Lieferdienste aber noch weitere Anforderungen gestellt werden. Mit einem wachsenden und

damit auch unübersichtlicherem Angebot werden Kunden nicht nur Effizienz und Bequemlichkeit zu schätzen wissen, sondern auch eine ihren Werten und Wünschen entsprechende Kuratierung. Lieferservices werden sich vom bloßen Provider zum Supporter wandeln. Dank optimierter Suchkriterien in den Apps und datengenerierter Informationen können sie in Zukunft noch tiefer in die konkrete Lebenswelt ihrer Kunden eintauchen, um maßgeschneiderte, individuelle Angebote zu entwickeln.

**Nachgeschaut:
In welchem Bundesland
kaufen die meisten Leute
Lebensmittel online ein?**

73,7 %*	56,9 %*
Brandenburg	Bundesdurchschnitt
66,9 %*	45 %*
Berlin	Sachsen-Anhalt
63,2 %*	41 %*
Bremen	Rheinland-Pfalz
36,4 %*	
Thüringen	

*Anteil der Befragten, die Lebensmittel online kaufen.

40%

„Knapp 40 % der Befragten haben schon einmal ein Foto ihrer bestellten Gerichte gemacht, um es anschließend in den sozialen Netzwerken zu teilen..“



Trend 5

Tastemaker

Social Media macht Appetit

Wir feiern die Geschmacksverstärker. Ja, richtig gelesen. Wir finden Geschmacksverstärker toll, aber nicht im herkömmlichen Sinn. Wir meinen nicht die Zusatzstoffe mit den E-Nummern, sondern sprechen von Tastemakern, die unsere kulinarische Welt mit neuen Ideen und Trends bereichern. Cruffins, Cronuts, Brookies, Whoopies – laufend erfinden Tastemaker neue Kreationen, die unsere Geschmacksnerven überraschen und die wir, einmal probiert, nicht mehr missen wollen.

Wieder ist es vor allem die digitale Welt, die unsere Gastronomieszene nachhaltig verändert. Wenn wir etwas lieben, wollen wir es teilen – zumindest digital. Essen wird heute wie wild gepostet, nicht nur von den Restaurants selbst, sondern vor allem von begeisterten Gästen – knapp 40 % der Befragten haben schon einmal ein Foto ihrer bestellten Gerichte gemacht, um es anschließend in den sozialen Netzwerken zu teilen.

Die Bilder von saftigen Burgern oder gesunden Bowls auf verschiedenen Plattformen lassen uns nicht nur das Wasser im Mund zusammenlaufen, sondern dienen für viele zur Inspiration: 44 Prozent haben schon einmal ein Restaurant ausgewählt, weil sie Bilder oder Videos davon auf Social Media gesehen haben. In Berlin wird

für Restaurantvorschläge sogar KI genutzt: 11 % der Berliner:innen geben an, sich für neue Restaurants bei ChatGPT inspirieren zu lassen – bundesweit liegen sie damit vorn.

Für Restauranttipps ist Social Media besonders für junge Menschen in Deutschland relevant. Knapp 79 % der 18- bis 24-Jährigen nutzen soziale Netzwerke, um sich Inspiration für neue Restaurants zu suchen.

Für Köch:innen bedeutet das, ihre Gerichte so ansprechend zu servieren, dass es sofort dazu verführt, sich das Restaurant für künftige Bestellungen abzuspeichern und im besten Fall sogar online zu teilen. Schmecken sollte es natürlich auch. Beim Entwickeln der eigenen Gerichte kommen den kreativen Köch:innen oft neue Ideen. Tastemaker kreieren dabei immer wieder neue Trendgerichte, die auf den sozialen Netzwerken viral gehen. Creator:innen haben im letzten Jahr beispielsweise mit der Pasta alla Vodka, dem Leibgericht von Gigi Hadid, für einen Hype gesorgt. Wenn es ums Essen geht, sind wir heute offener als je zuvor: Knapp die Hälfte in Deutschland sind offen Trendgerichte, wie die Pasta alla Vodka, zu bestellen. Immer da, wo es besonders kreativ zugeht, sind Voraussagen schwierig. Ob vegane Interpretationen, gewagte Fusionen oder ganz neue Gerichte – wir sind auf neue kulinarische Kreationen gespannt und liefern sie auch in Zukunft gerne nach Hause, ins Büro oder wo es gerade am besten schmeckt.

Trend 5

Das sagt unsere Food Trend Expertin

Natürlich spielen Influencer:innen heute auch im Food-Marketing eine Rolle. Ihr Einfluss auf die Wahl unseres Essens, der medial immer wieder stark mit Influencer:innen in Verbindung gebracht wird, wird aber überschätzt. Das zeigt nicht nur eine aktuelle Umfrage des deutschen Online-Plattform Statista, das belegen auch die Ergebnisse der Lieferando-Studie 2023. Nur knapp 9 Prozent sagen, sie würden Gerichte auf Empfehlung von Influencer:innen

bestellen. Bei Essensempfehlungen vertrauen auch die Jüngeren lieber ihren Freunden und lassen sich eher dadurch inspirieren, was diese in persönlichen Gesprächen erzählen oder auf ihren Social-Media-Kanälen posten. Und das sind oft auch Gerichte oder Rezepte von bekannten Küchenchefs wie Tim Raue, Yotam Ottolenghi, Ralf Zacher, Jamie Oliver oder Tim Mälzer, die sich auf YouTube & Co genauso souverän bewegen wie in ihren Profiküchen - und so die eigentlichen „Tastemakers“ sind.

Dort leben die Food-Paparazzis: Brandenburger:innen fotografieren ihr Essen am häufigsten

58 %*	40 %*
Brandenburg	Bundesdurchschnitt
55 %*	30 %*
Thüringen	Schleswig-Holstein
48 %*	27 %*
Baden-Württemberg	Rheinland-Pfalz
26 %*	
Bremen	

*Anteil der Befragten, die angaben, ihr Essen schon einmal fotografiert zu haben.





Quellenangabe

Die Zutaten des Lieferando Reports

Für diesen Report wurden interne Statistiken und Daten im Zeitraum vom 01. Juli 2022 bis 01. Juli 2023 ausgewertet. Darüber hinaus wurde im Auftrag von Lieferando eine Online-Umfrage unter 1.000 Befragten in ganz Deutschland vom Marktforschungsinstitut YouGov durchgeführt.

Die Trends wurden von WGSN ermittelt, einem Unternehmen für globale Trendprognosen.

Pressekontakt



Für Fragen oder einen Austausch zu unseren kulinarischen Fun-Facts stehen wir jederzeit gerne zur Verfügung:

Lieferando
Ann-Kathrin Donwald, Brand PR Manager
ann-kathrin.donwald@justeattakeaway.com

