

appinio

Hype Train • April 2024

Food Delivery



Mit Nono Konopka
Gründer LANCH

appinio

Insights

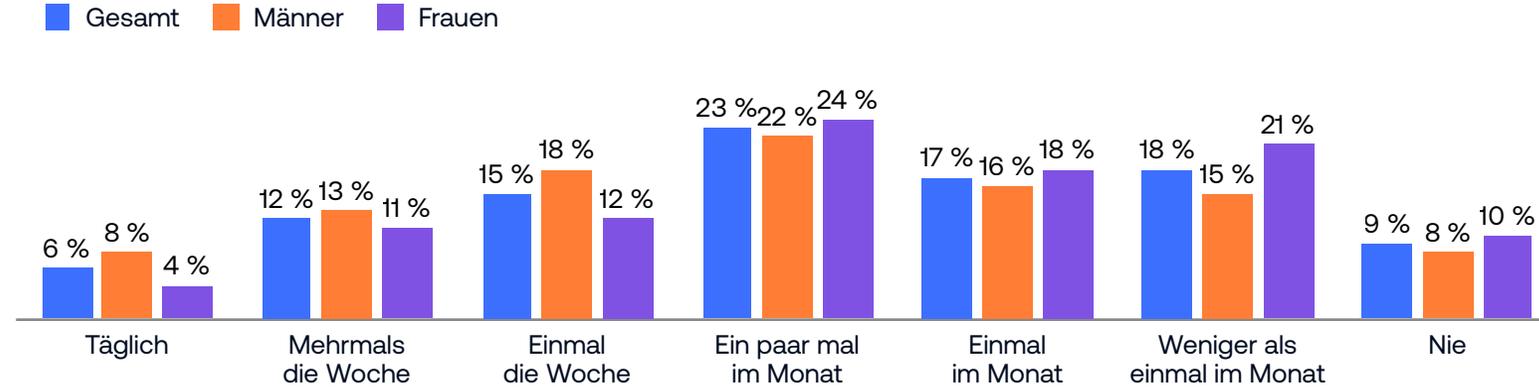
Food Delivery



Hype Train | So gerne bestellen die Deutschen Essen

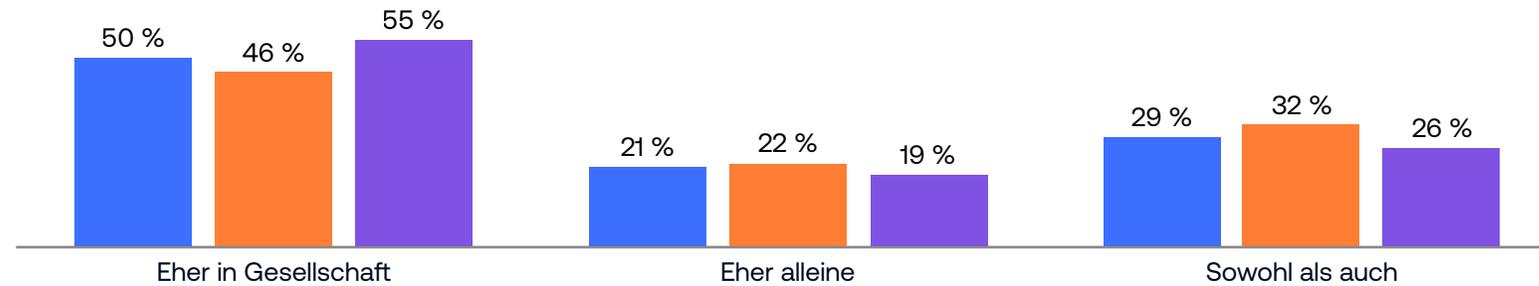
Jede/r vierte Deutsche bestellt mindestens einmal die Woche Essen über Lieferdienste.

„Wie häufig bestellst du Essen über Lieferdienste?“ (N=1000, Single Select)



Essen bestellen ist Gesellschaftssache – Zumindest für jede/n Zweiten.

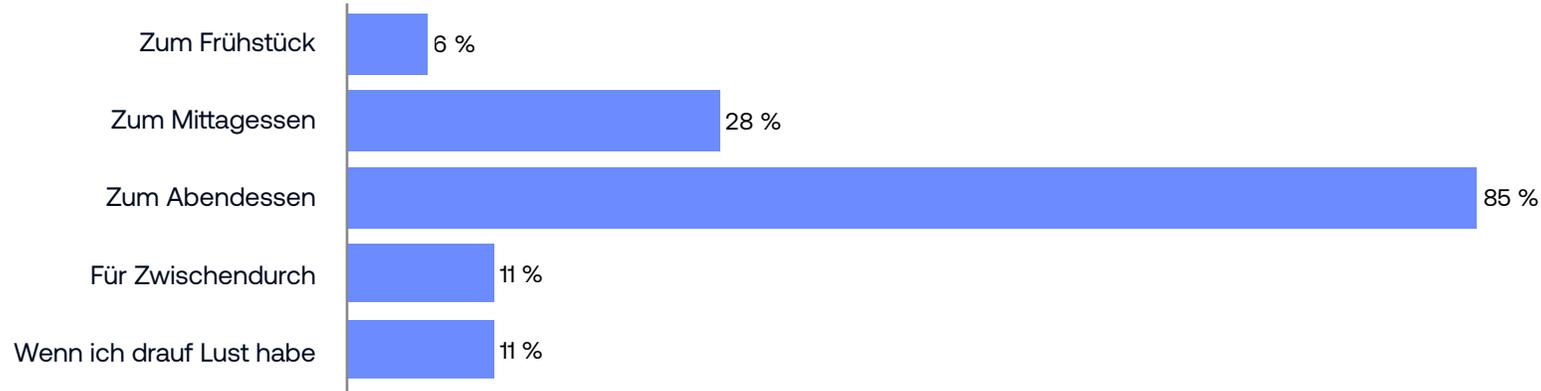
„Bestellst du Essen eher, wenn du alleine oder wenn du in Gesellschaft bist?“ (N=911, Single Select)



Hype Train | Wann die Deutschen Essen bestellen

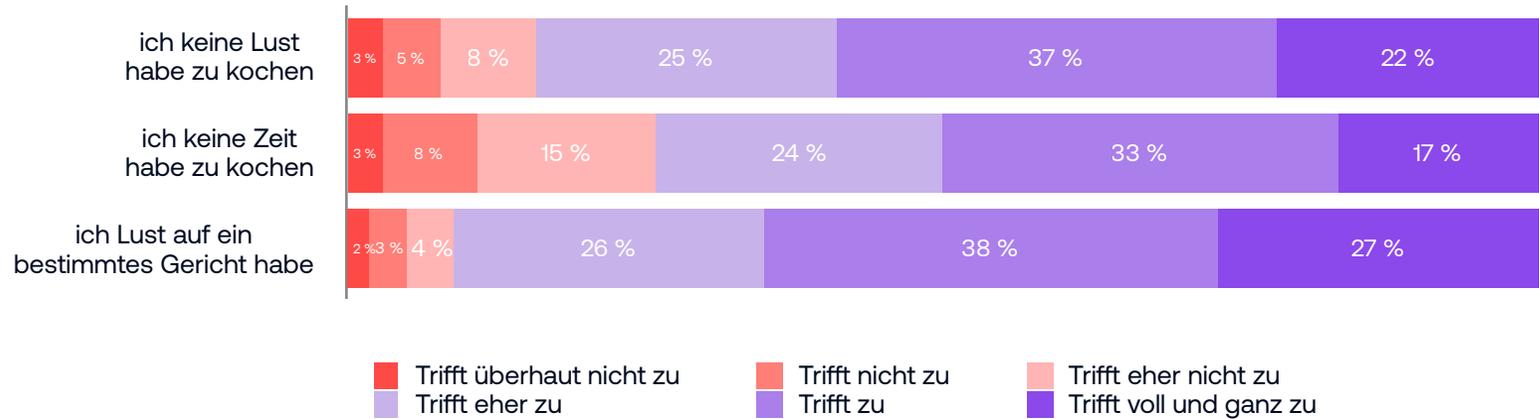
Gemütlich auf der Couch: Am liebsten bestellen die Deutschen abends.

„Zu welchen Tageszeiten bestellst du in der Regel Essen über Lieferdienste?“ (N=911, Multiple Choice)



Heißhunger auf ein bestimmtes Gericht ist der Hauptgrund um Essen zu bestellen.

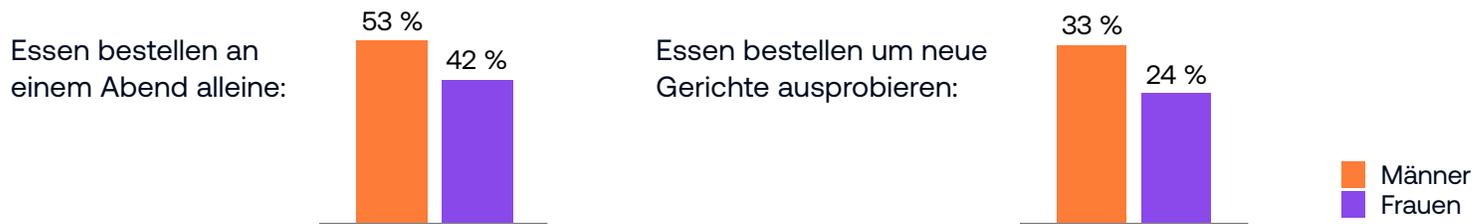
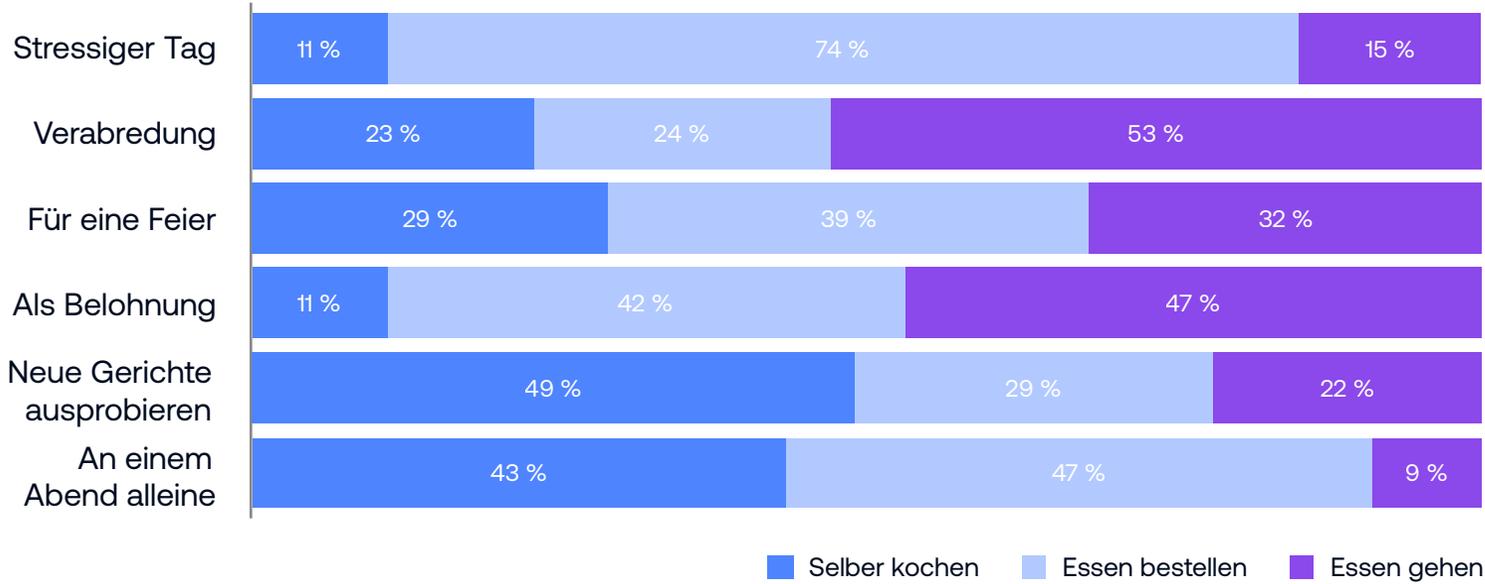
„Inwiefern treffen die folgenden Aussagen auf dich zu, wenn du Essen bestellst: ‘Ich bestelle Essen, weil ...‘“ (N=911, Single Select)



Hype Train | In welchen Situationen Essen bestellt wird

Die Deutschen lassen sich am häufigsten an stressigen Tagen Essen liefern.

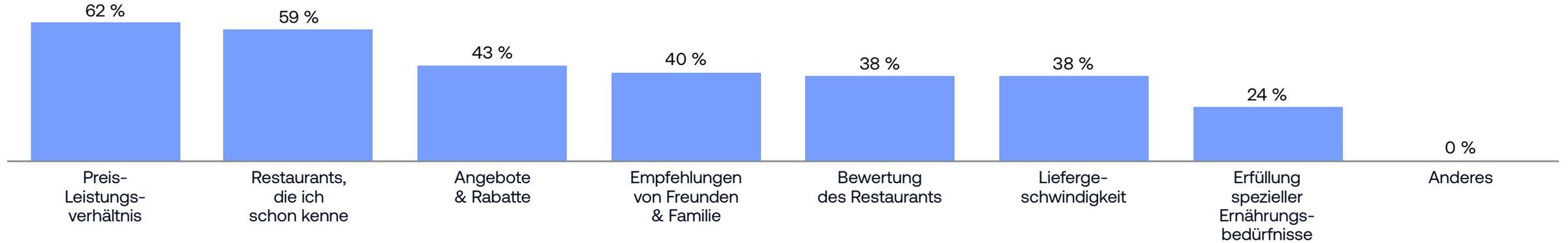
„Bitte gib an, ob du in den folgenden Situationen eher Essen bestellen, Essen gehen oder selber kochen würdest.“
(N=911, Single Select)



Hype Train | Worauf es beim Bestellen ankommt & welche Küche die beliebteste ist

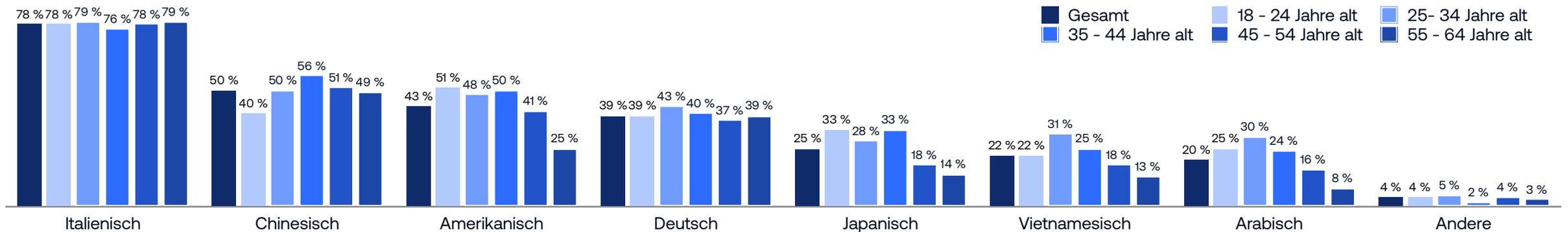
Wo bestellt wird hängt vor allem vom Preis-Leistungsverhältnis ab und davon, ob man ein Restaurant schon kennt.

„Wonach wählst du aus, wo du Essen über Lieferdienste bestellst?“ (N=911, Multiple Select)



Italienisch ist mit Abstand die beliebteste Küche bei allen Altersgruppen, danach sind sich die Deutschen uneinig.

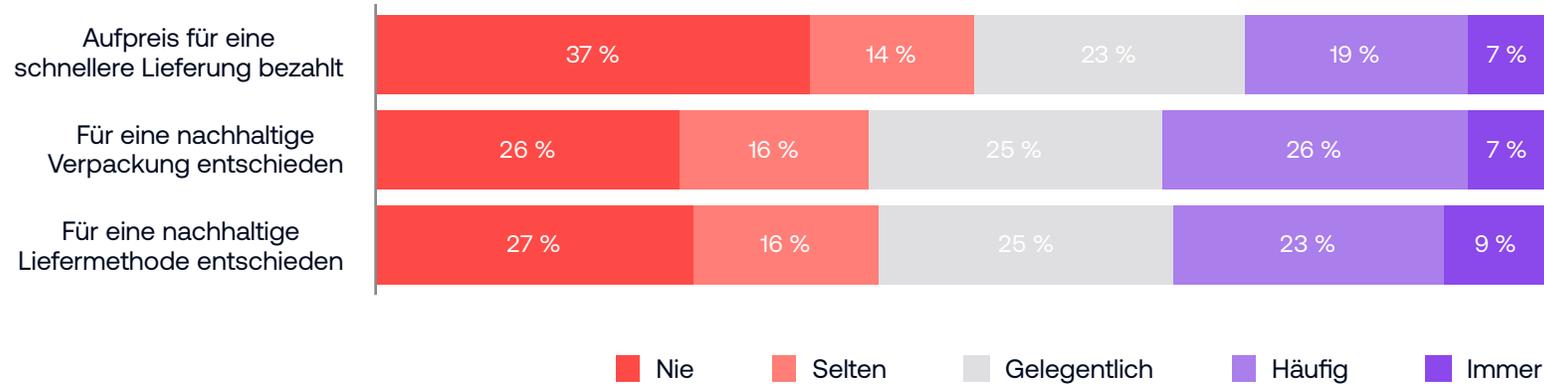
„Welche der folgenden Küche(n) bestellst du am häufigsten?“ (N=911, Multiple Select)



Hype Train | Nachhaltigkeit & Live Verfolgung der Lieferung

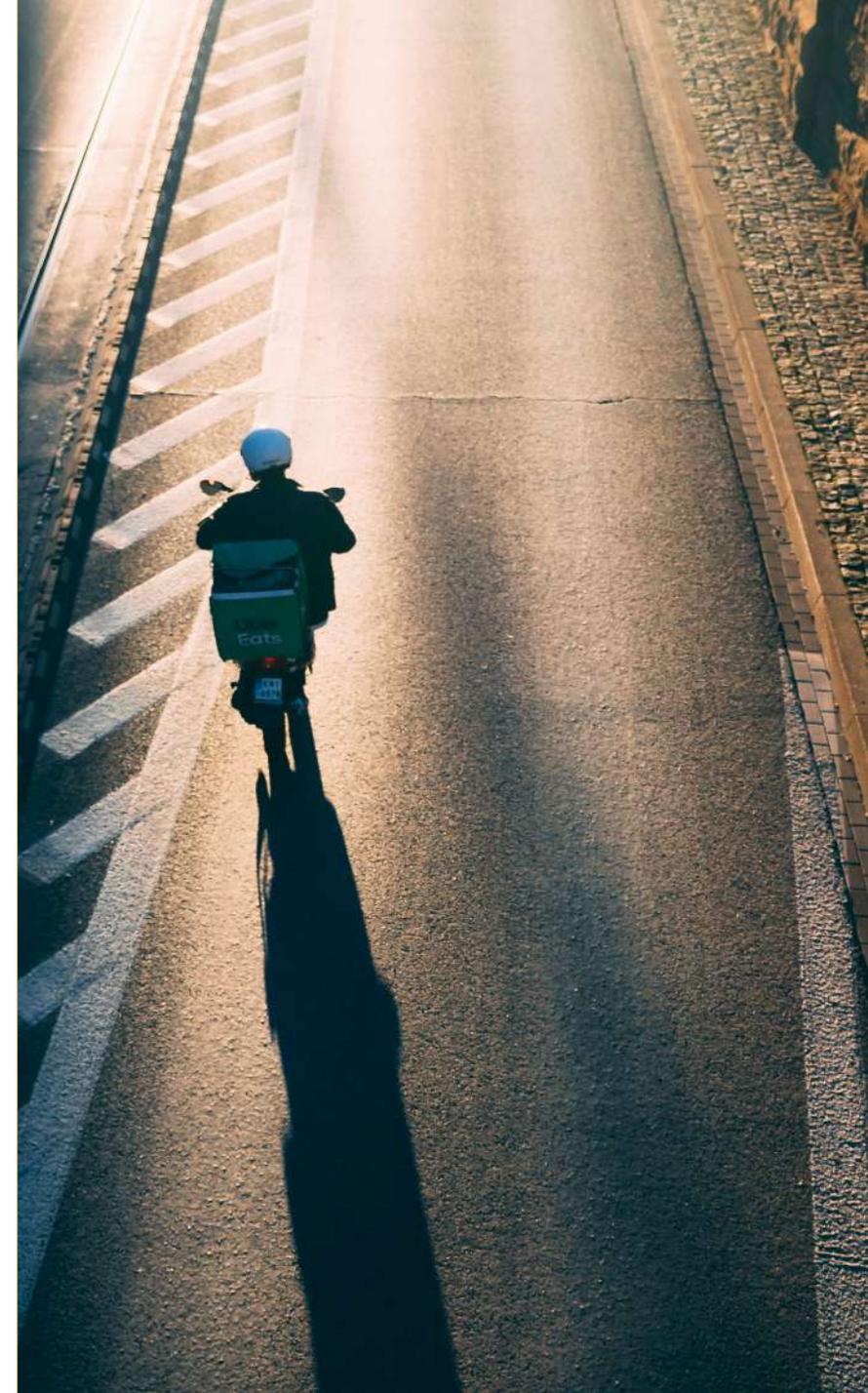
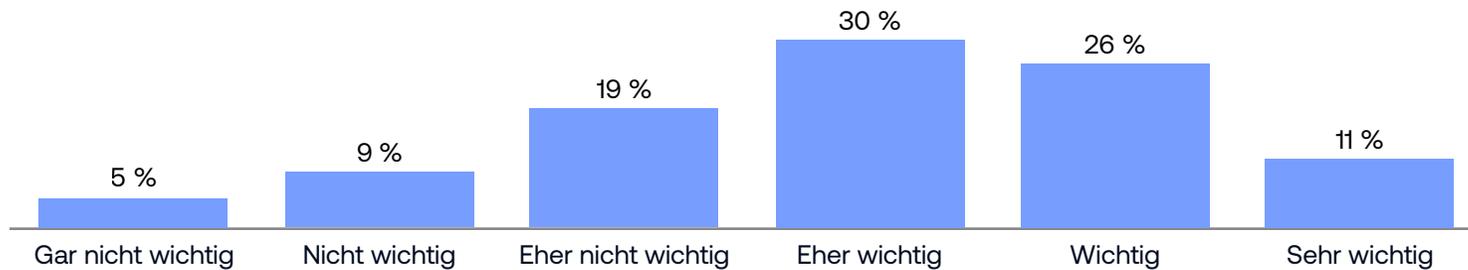
Ein Viertel zahlt häufig bis immer einen Aufpreis für eine schnelle Lieferung und ein Drittel entscheidet sich häufig bis immer für nachhaltige Optionen bei der Verpackung und Liefermethode.

„Denke an deine letzten Bestellungen. Wie oft hast du dabei das folgende getan?“ (N=911, Single Select)



Sehen, wo das Essen bleibt – 37 Prozent ist die Live-Verfolgung ihrer Bestellung (sehr) wichtig.

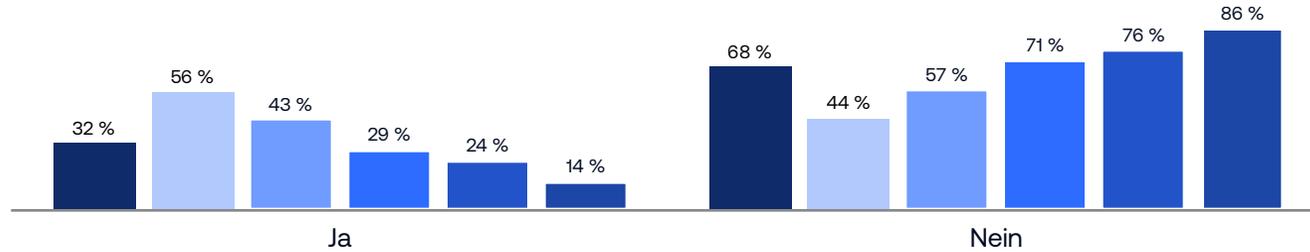
„Wie wichtig ist dir die Möglichkeit, die Lieferung deines Essens in Echtzeit zu verfolgen?“ (N=911, Single Select)



Hype Train | Lieferdienste und Influencer

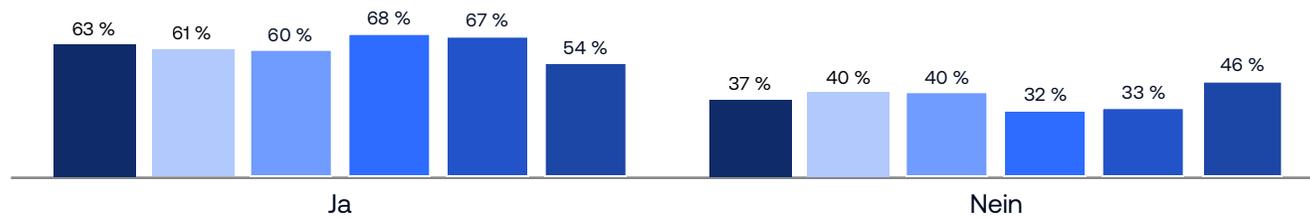
Mehr als jede/r zweite 16-24 Jährige hat bereits Influencer-Werbung von Lieferdiensten gesehen.

„Hast du schon einmal Influencer-Werbung von Lieferdiensten gesehen?“ (N=911, Single Select)



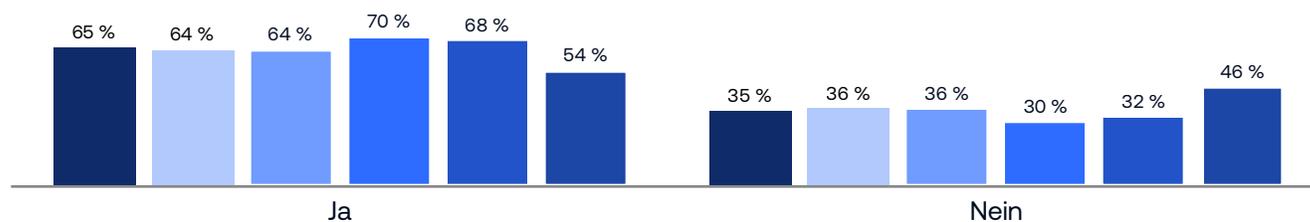
Von allen Befragten, die es gesehen haben, haben 63 % deswegen bei einem Lieferservice bestellt.

„War die Werbung schon einmal Grund dafür, dass du bei einem Lieferdienst bestellt hast?“ (N=293, Single Select)



Von allen Befragten, die es gesehen haben, haben 65 % deswegen ein bestimmtes Produkt bestellt.

„War die Werbung schon einmal Grund dafür, dass du ein bestimmtes Produkt bestellt hast?“ (N=293, Single Select)



■ Gesamt ■ 18 - 24 Jahre alt ■ 25- 34 Jahre alt ■ 35 - 44 Jahre alt ■ 45 - 54 Jahre alt ■ 55 - 64 Jahre alt

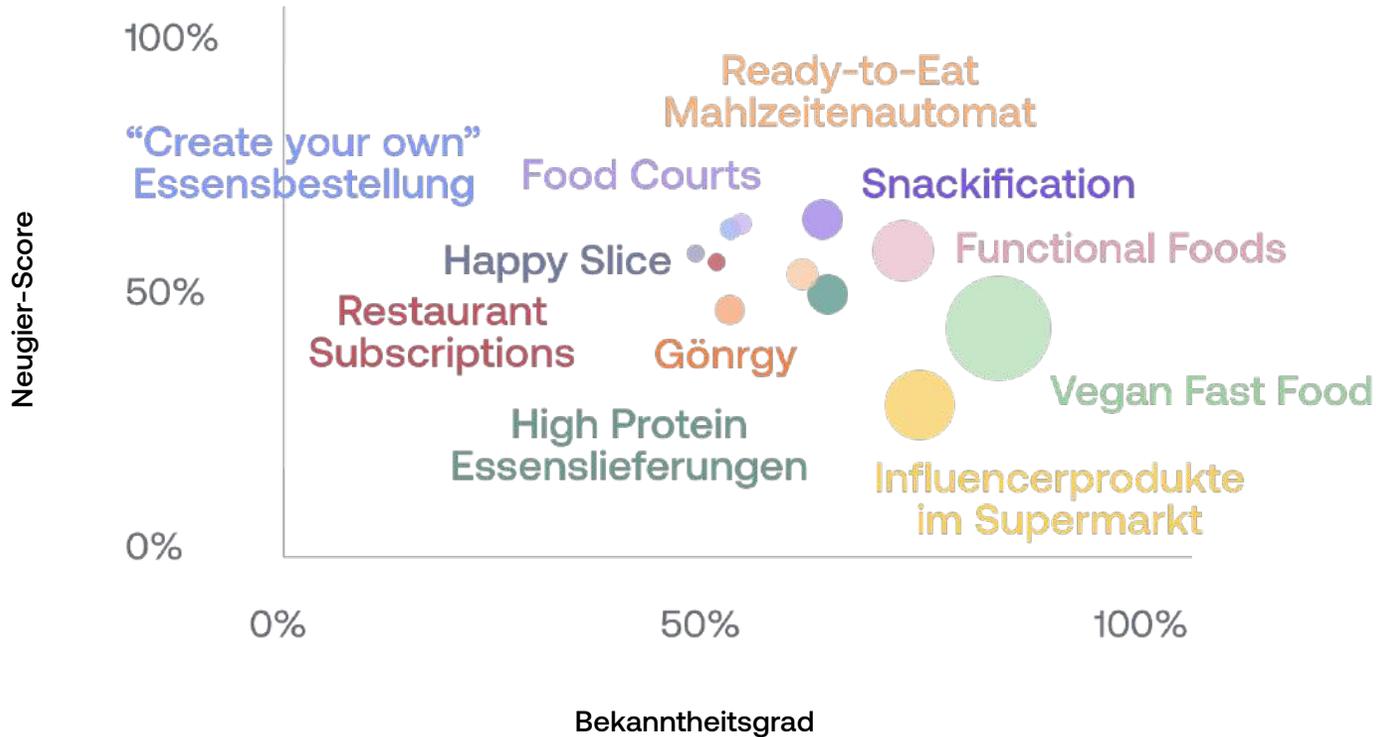


appinio

Hype Tracker

Nono Konopka





Bekanntheitsgrad

Prozent der Befragten, die mindestens einmal von dem Hype gehört haben.

Neugier-Score

Prozent der Befragten, die mindestens einmal von dem Hype gehört haben und sagen: „Finde ich (eher) interessant“.

Appinio Buzz (Größe der Bubble)

Verhältnis zwischen Befragten, die in letzter Zeit oft/ständig von einem bestimmten Hype gehört haben, und denen, die noch nie davon gehört haben. Je größer die Blase desto größer der Buzz.

Hype Experte

Nono Konopka

Er ist Serial Founder & Angel Investor; zuletzt hat er 2023 das Tech Startup LANCH gegründet. LANCH ist eines der schnellst wachsenden Consumer Unternehmen Europas und verbindet berühmte Social Media Creator mit Food Marken. Nono ist zudem Mitgründer der NGO Biking Borders, die weltweit Schulen für inzwischen über 12.500 Kinder erbaut hat. Einen gleichnamigen Film über seine NGO gibt es auf Netflix.

02 Hype Tracker | Hypes kurz erklärt

“Create Your Own” Essensbestellungen: Dieser Trend ermöglicht es den Kunden, ihre Mahlzeiten individuell zusammenzustellen, indem sie aus einer Vielzahl von Zutaten und Optionen auswählen können. Dies gibt den Verbrauchern die Kontrolle über ihre Ernährung und ihre Vorlieben.

Ready-to-Eat Mahlzeitenautomat: Diese Automaten bieten sofort verzehrfertige Mahlzeiten an, die schnell und bequem verfügbar sind. Sie sind besonders beliebt bei Menschen, die unterwegs sind und wenig Zeit zum Essen haben.

Snackification: Dieser Trend bezieht sich auf die Veränderung des Essverhaltens hin zu häufigerem Snacken anstelle von traditionellen Mahlzeiten. Snackification bietet eine Vielzahl von kleinen, gesunden Snacks für unterwegs oder zwischendurch.

Vegan Fast Food: Diese Restaurants bieten schnelle, vegane Speisen an und decken somit den Bedarf nach vegetarischen oder veganen Optionen in der Fast-Food-Branche. Sie sind eine gute Alternative für Menschen, die sich pflanzlich ernähren möchten.

Restaurant Subscriptions: Diese Abonnements ermöglichen es Kunden, eine monatliche Gebühr zu zahlen, um bestimmte Restaurants oder Cafés zu nutzen und regelmäßig spezielle Gerichte oder Rabatte zu erhalten.

Influencerprodukte im Supermarkt: Immer mehr Influencer bringen ihre eigenen Produktlinien auf den Markt, die in Supermärkten erhältlich sind (bspw. BraTee von Capital Bra). Diese Produkte sind oft auf die Vorlieben und Bedürfnisse der Zielgruppe des Influencers zugeschnitten.

Functional Foods: Diese Lebensmittel enthalten zusätzliche gesundheitsfördernde Inhaltsstoffe wie Vitamine, Mineralien oder probiotische Bakterien. Sie sollen nicht nur sättigen, sondern auch bestimmte gesundheitliche Vorteile bieten.

High Protein Essenslieferungen: Diese Services liefern Mahlzeiten mit einem hohen Proteingehalt direkt nach Hause oder ins Büro. Sie sind beliebt bei Sportlern, Fitness-Enthusiasten und Menschen, die sich eiweißreich ernähren möchten.

Food Courts: Food Courts sind Bereiche in Einkaufszentren oder öffentlichen Gebäuden, die eine Vielzahl von verschiedenen Restaurants oder Imbissständen beherbergen. Kunden können zwischen einer Vielzahl von kulinarischen Angeboten wählen und viele verschiedene Gerichte probieren.

Gönrgy: Gönrgy (sprich “Gönner”) ist ein Energydrink, der vom Streamer MontanaBlack ins Leben gerufen wurde. Er setzt sich aus den Wörtern “gönnen” und “Energy” zusammen.

Happy Slice: Happy Slice ist eine virtuelle Restaurantkette, bei der Pizzen, Dips und Cookies bestellt werden können. Hinter der Marke stecken die YouTuber Knossi und Trymacs, die Happy Slice ins Leben gerufen haben.



Constanze Schumann-Plekat

Team Lead Marketing DACH

constanze.schumannplekat@appinio.com

Methode

- Mobiler Fragebogen, ausgespielt über die Appinio-App
- Die Befragung erfolgte am 25. und 26.04.2024
- Daten können immer unter research.appinio.com eingesehen werden
- Erhebungsland Deutschland

Stichprobe

1000

Teilnehmende

42

Durchschnittsalter

National repräsentativ – quotiert nach Alter & Geschlecht –
Zum Dashboard: [Hier](#)

Stichprobenzusammensetzung

