

Jalgpalli MM-i ajal said eestlaste uueks lemmiksnäkiks murelid

Jalgpalli maailmameistrivõistluste esimesed päevad mõjutasid lisaks mänguõhtuks tellitud roogadele ootamatul moel ka eestlaste suupistevalikuid, selgub Wolti statistikast. Restoranidest telliti mänguõhtuteks tavapärasest sagedamini suuremaid einekompakte, kõige kiiremini kasvanud valikute seas olid burgeri- ja kanaained.

Ent traditsiooniliste mänguõhtu einete kõrval kasvas ka värskete hooajatoodete populaarsus. Wolti müügiandmete järgi suurenes Eestis jalgpalli MM-i esimese kümne päeva jooksul murelite tellimine turniirieelse perioodiga võrreldes ligi viis korda, samal ajal kui nektariinide, herneste ja ubade tellimine kasvas ligi kahekordselt.

Suvine saagiaeg tõi tervislikud mänguõhtud

„Tänavune jalgpalli MM langes kokku suvise aiasaaduste valmimise hooajaga, mistõttu nägime, et traditsiooniliste mänguõhtu einete kõrval jõudsid ostukorvi tavapärasest sagedamini ka murelid, hernerid ja teised värsked hooajatooted. Eesti inimeste mänguõhtute suupistevalik kujunes seega üsna mitmekesiseks ja tervislikuks,“ ütles Wolti Soome ja Baltikumi kliendihalduse juht Irina Kuzina.

Sarnast trendi oli näha ka Leedus, kus mureleid telliti turniirieelse perioodiga võrreldes üle nelja korra rohkem. Lätis kasvasid toidukaupadest kõige enam hoopis lihakonservide ja pirukate tellimused, mida tehti mängude ajal ligi kaks korda rohkem kui tavaliselt. Puuviljadest kasvas Lätis enim virsikute tellimine, mis suurenes varasemaga võrreldes ligikaudu poole võrra.

Erinevalt mitmest teisest Euroopa riigist ei toonud jalgpalli MM Eestis kaasa grupitellimuste üldist kasvu. „Sellest hoolimata telliti mänguõhtuteks sagedamini suuremaid einekompakte, mis viitab, et paljude inimeste jaoks oli tegemist siiski seltskondliku üritusega. Suurte

ühistellimuste asemel vaadati mänge pigem pere või väiksema sõpruskonnaga," märkis Kuzina.

Teave Wolt kohta

Wolt on Helsingis asuv tehnoloogiaettevõte, mis pakub veebiplatvormi tarbijatele, kaupmeestele ja kulleritele. Platvorm ühendab inimesi, kes soovivad tellida toitu ja muid kaupu, nende müümisest ja kohaletoomisest huvitatud inimestega. Selleks arendab Wolt erinevaid tehnoloogilisi lahendusi alates kohalikust logistikast kuni jaemüügitarkvara ja finantslahendusteni. Platvorm opereerib Wolt Market kaubamärgi all oma toidupoode. Wolt'i teenuste hulka kuuluvad Wolt+ (tellimusteenus klientidele), Wolt at Work (toidu tellimine töötajatele ja kontoritesse kohalevedu), Wolt Drive (kiire viimase miili tarne kaupmeestele) ja Wolt Self-Delivery (teenus kaupmeeste partneritele, kellel on oma kullerid). Wolt'i missioon on muuta kohalikku kogukonda panustamisega linnaelu paremaks. Wolt asutati 2014. aastal ja ühendas 2022. aastal jõud DoorDashiga.

Kontaktandmed

Piret Pert

Head of Communications, North Region

press@wolt.com

Kopeeri link

<https://press.wolt.com/et-EE/268307-jalgpalli-mm-i-ajal-said-eestlaste-ueeks-lemmiksnakiks-murelid/>