



# The Rapid Evolution

Die transformative Zukunft von On-Demand-Lieferungen für Lebensmittel und mehr

# Inhalt

---

<b>01</b>	<b>Vorwort</b>	4
<b>02</b>	<b>Begleiten Sie uns auf einer rasanten Reise</b>	6
<b>03</b>	<b>Die transformative Wirkung auf die Käufer</b>	8
<b>04</b>	<b>Erweiterung des Einkaufs-Ökosystems</b>	12
<b>05</b>	<b>Vorteile für die breite Gesellschaft</b>	20
<b>06</b>	<b>Aufbau von Resilienz</b>	26
<b>07</b>	<b>Wie geht es weiter mit On-Demand? Mehr als nur Lebensmittel</b>	30
<b>08</b>	<b>Im Gespräch mit ...</b>	38
<b>09</b>	<b>Nächste Schritte</b>	42
<b>10</b>	<b>Ansatz</b>	44



**JUST EAT**  
Takeaway.com

**Über Just Eat Takeaway.com (Lieferando.de)**  
[www.justeattakeaway.com](http://www.justeattakeaway.com) ([www.lieferando.de](http://www.lieferando.de))

Just Eat Takeaway.com (Lieferando.de) ist ein weltweit führender Online-Marktplatz für Essenslieferungen, der Verbraucher mit über 699.000 Partnern in 19 Ländern verbindet. Unsere Mission ist es, den Komfort im Alltag zu verbessern.



**Über PA Consulting**  
[www.paconsulting.com](http://www.paconsulting.com)

PA glaubt an die Kraft des Erfindungsreichtums, um eine positive Zukunft für die Menschheit aufzubauen. Unser Team aus über 4.000 Strategen, Innovatoren, Designern, Beratern, Digitalexperten, Wissenschaftlern, Ingenieuren und Technologen arbeitet branchenübergreifend in Großbritannien, den USA, Irland, den nordischen Ländern und den Niederlanden.

# Vorwort



## Ein Vorwort von Guido Fambach, Executive Vice President of Sales von Just Eat Takeaway.com

Just Eat Takeaway.com (Lieferando.com) hat sich seit Just Eat Takeaway.com und Lieferando haben sich seit ihren Anfängen enorm weiterentwickelt, von einem lokalen Essensbestellmarktplatz zu einem weltweit führenden Anbieter von Essenslieferungen. Gleich geblieben sind in dieser Zeit unsere Mission und unser Versprechen gegenüber den Kunden: Ihnen mehr Komfort im Alltag zu bieten.

In der Zwischenzeit hat der E-Commerce den Einzelhandel grundlegend revolutioniert. Mehr Auswahl, eine bessere Zustellung und eine stärkere Personalisierung haben unser Leben verändert. Nun erreichen wir den nächsten Wendepunkt des Komforts und Einkaufsverhaltens im Lebensmittelbereich.

In diesem Jahrzehnt wird das Konzept „hier und jetzt“ neu definiert, das bisher mit Ladengeschäften in den Einkaufsstrassen assoziiert war. Einkaufserlebnisse werden vielschichtiger, da wir vom täglichen Einkauf eine immer größere Bequemlichkeit, Effizienz und sofortige Verfügbarkeit der Waren erwarten. Auch dadurch bestellen immer mehr Menschen auf Plattformen wie Lieferando, und wir freuen uns, diese Bedürfnisse zu erfüllen.

Mit unserem Sortiment an Lebensmitteln und Bedarfsartikeln bieten wir den Verbrauchern komfortable Bezugsalternativen, wann immer sie diese brauchen. Anstelle des Besorgungsgangs können sie einfach die unmittelbare Lieferung mittels Bestellplattformen wie Lieferando, Just Eat oder Thuisbezorgd genießen. Mit den Untersuchungsergebnissen dieses Berichts geben wir Ihnen einen Einblick in das Verbraucherinteresse an dem wachsenden Bedarfsartikelsortiment von Convenience-Plattformen wie den unseren.

Der Bericht befasst sich mit den „Push“- und „Pull“-Kräften, die diese Entwicklung vorantreiben – mit den Dingen, die Menschen am Einkaufen stören, und den zentralen Vorteilen einer schnellen Lieferung aus einer großen Auswahl von lokalen Geschäften auf einer zentralen Marktplatz-App mit vertrauenswürdigen Marken.

Ich wünsche Ihnen eine aufschlussreiche Lektüre. Wir alle bei Just Eat Takeaway.com und Lieferando stehen Ihnen gerne zur Verfügung, um Ihnen den Alltag zu erleichtern.

### Guido Fambach



## Ein Vorwort von Frazer Bennett, Chief Innovation Officer von PA Consulting

In den letzten 20 Jahren ist der Onlinehandel praktisch unverzichtbar geworden. Immer mehr Auswahl, Komfort und Personalisierung: Heute gelten 24 Stunden als lange Wartezeit für eine Onlinebestellung.

Diese Zunahme schneller Direktlieferungen vom Geschäft bis zur Haustür schwächt die Assoziation von „hier und jetzt“ als Alleinstellungsmerkmal von Geschäften in den Einkaufsstrassen weiter ab. Und während sich die sofortige Verfügbarkeit als Verbrauchererfahrung von einer Neuheit zu einer Notwendigkeit entwickelt, folgt bereits die nächste große Veränderung. Die Rapid Evolution ist in vollem Gange.

Die Verbrauchernachfrage und kommerzielle Innovationen haben den Einzelhandel grundlegend verändert. Immer mehr Kunden suchen nach besseren Alternativen: nach mehr Auswahl, mehr Leichtigkeit und mehr Kontrolle. Wir von PA Consulting haben Meilensteine für diese Zukunft gesetzt. Von der Entwicklung des ersten Schwangerschaftstests für die Eigenanwendung im Jahr 1976 bis hin zu einer Reihe von Virtual-Reality- und Mixed-Reality-Apps für die Branchen Gesundheit, Einzelhandel, operatives Geschäft und Unterhaltung. Wir haben großen Marken dabei geholfen, digitale Chancen zu nutzen und näher an die Kunden heranzukommen, indem sie deren Bedürfnisse nun noch schneller erfüllen.

Die Entwicklung von On-Demand-Lieferungen zur Norm ist unausweichlich. Unternehmen wie Just Eat Takeaway.com und ihre Plattformen wie Lieferando sind Katalysatoren dieses Wandels. Nicht nur in ihrem Kerngeschäft mit Restaurantessen, sondern auch bei Lebensmitteln und andere Produkten. Haben Sie den Geburtstag Ihrer Tante vergessen? Schicken Sie ihr Lieblingspralinen innerhalb einer Stunde direkt an ihre Haustür. Aufgewacht mit rasenden Kopfschmerzen? Bestellen Sie sich Paracetamol und erhalten es innerhalb von 20 Minuten. Ihr Sohn hat

sein Pausenbrot vergessen? Lassen Sie ihm eine gesunde Zwischenmahlzeit direkt vor das Schultor bringen.

Die Rapid Evolution bietet den Menschen, was sie wollen und wann sie es wollen. Sie ermöglicht Unternehmen eine nahtlose Verzahnung von Online und der realen Welt mit neuartigen Angeboten, mit denen sie ein größeres Stück vom Kuchen abbekommen können. Diese Chance für den traditionellen Einzelhandel wird zu neuen Serviceangeboten führen, bei denen die Wünsche der Menschen auf eine Art und Weise kombiniert und zusammengeführt werden, die bisher nicht möglich war. Kombiniert man die Sofortlieferung mit einer KI-inspirierten „Kaufvorwegnahme“ und der Echtzeitpersonalisierung von Produkten („meine Pralinschachtel – genau so, wie ich sie mag“), eröffnet sich eine neue Welt des Einkaufserlebnisses.

Die nächste Verbrauchergeneration wird im Einzelhandel bargeldlose, unmittelbare, hyperpersonalisierte Interaktionen erwarten. Sie wollen Produkte und Erlebnisse, die speziell für sie entwickelt wurden. Das erfordert andere Vertriebskanäle und neue Wege der Kommunikation. Dieser Wandel ist tiefgreifend, und die Rapid Evolution spielt dabei eine zentrale Rolle.

Wir haben 4.000 Verbraucher interviewt, um herauszufinden, wie sie On-Demand- beziehungsweise Sofortliefersdienste wahrnehmen. Es ist keine Überraschung, dass die Konsumenten diesen Fortschritt begrüßen. Was uns jedoch überrascht hat, ist ihr Bewusstsein dafür, wie er ihr Leben verändern wird, und wie sehr sie diesen Wandel wollen – und zwar sofort.

### Frazer Bennett

# Begleiten Sie uns auf einer rasanten Reise ...

## Die Situation in der On-Demand-Branche und ihre Herausforderungen

### Die On-Demand-Landschaft

On-Demand-Lieferungen oder die unmittelbare Sofortzustellung – definiert als Zustellung von Artikeln binnen weniger als einer Stunde nach Bestellung – erobern den europäischen Lebensmittelhandel und versprechen einen schnellen Komfort mit einer nahtlosen Integration in geschäftige Lebensstile. Der europäische Markt für On-Demand-Lebensmittellieferungen steckt zwar noch in den Kinderschuhen, kommt aber bereits auf ein Volumen von 11,19 Mrd. US-Dollar in 2024, und er soll bis 2029 mit einer jährlichen Wachstumsrate von 8,13 % (CAGR) auf 16,54 Mrd. Dollar anwachsen.<sup>1</sup>





Verbraucher zeigen ein eindeutiges Interesse an On-Demand-Lieferungen, was angesichts der weltweiten Trends in Sachen Komfort und Einkauf nicht verwundert. Schwellenländer wie China, Indien und Brasilien sind in puncto Erleichterungen des Alltags bereits einen Schritt weiter, und Lebensmittellieferungen etablieren sich dort als feste Größe in den urbanen Zentren. In China werden Lebensmittellieferungen durch Miss Fresh und Meituan Meicai von Tencent mit einem prognostizierten Wachstum des Sektors von 11 % in den nächsten fünf Jahren vorangetrieben. In Südamerika sind On-Demand-Lieferungen bereits die Norm, wobei die beiden Marktführer Rappi und iFood ihre Kenntnisse der lokalen Verbraucher nutzen, um noch schneller zu wachsen.

In europäischen Städten ist das Konzept der Online-Lebensmittelbestellung zwar bekannt, jedoch noch nicht Usus. Skeptische Stimmen prognostizieren, dass Sofortlieferungen hierzulande nur in Notfällen genutzt werden und es generell schwerer haben könnten. Vielleicht ist deshalb ein negatives EBITDA ein wichtiges Thema bei den „Unicorns“, die Lieferungen in weniger als 15 Minuten versprechen. Einsparungen bei On-Demand-Lieferdiensten scheinen an der Tagesordnung, und einige Anbieter haben bereits begonnen, ihre Aktivitäten in Europa zu reduzieren. Das Wachstum von Unternehmen, die sich auf die Sofortzustellung fokussieren, scheint eine große Herausforderung zu sein,

ganz zu schweigen von einem nachhaltigen Gewinn auf dem europäischen Markt.

Ist dieses Segment angesichts der jüngsten Trends also ein Markt, in dem Marken nachhaltig Wert schaffen können? Was denken die Kunden wirklich über die On-Demand-Lieferung, und wie sieht die Zukunft des Sektors aus? Sicherlich handelt es sich dabei um mehr als nur einen schnellen Not-Einkauf.

### Prognostiziertes Wachstum bei On-Demand-Lebensmittellieferungen

Prognostizierte Nutzerquote (bis 2029)	Erwartete jährliche Wachstumsrate (CAGR 2024–2029)	
15,7 %	8,59 %	 UK
19,5 %	8,83 %	 NL
6,0 %	9,56 %	 DE
16,0 %	8,06 %	 ES

Quelle: Statista (2024), prognostiziertes Wachstum im Schnellhandel – Lebensmittel

### Über diesen Bericht

Just Eat Takeaway.com, Lieferandos globale Muttergesellschaft, und PA Consulting nehmen die Zukunft von On-Demand-Lieferungen genauer unter die Lupe und stützen sich dabei auf valide Kundendaten.

Dieser Bericht untersucht die Entwicklung von On-Demand-Lieferungen vom Wandel der Branche und veränderten Verbrauchereinstellungen bis hin zur Evolution des Einkaufs-Ökosystems. Außerdem schauen wir uns an, wohin sich der Kundenwunsch als Nächstes entwickeln dürfte (Spoiler-Alarm: Es geht weit über Lebensmittel hinaus). Vor allem aber wird das Whitepaper aufzeigen, wo die Fehler der ersten Anbieter liegen und welche Voraussetzungen erfüllt sein müssen, damit Einzelhandelsunternehmen in diesem Bereich florieren und die Lieferung auf Abruf zu einem tragfähigen und nachhaltigen Geschäftsweig wird.

Für Erfolg im On-Demand-Geschäft gilt es, den Konsumenten in den Mittelpunkt zu stellen, mit seinen Bedürfnissen, Vorlieben, Prioritäten und Problemen. Insofern haben wir 3.000 Personen in Großbritannien, den Niederlanden, Deutschland und Spanien qualitativ befragt, die solche Services bereits nutzen (Speed Seeker). Zudem haben wir 1.000 weitere Personen interviewt, die solche Services noch nicht nutzen, um eine Meinung über die Branche zu erhalten und ihre zukünftige Akzeptanz zu ermitteln (Pacey Prospects). Zudem haben wir Tiefeninterviews mit 30 Speed Seekern und Pacey Prospects in Großbritannien durchgeführt, um ihre Routinen, Gewohnheiten und Zukunftserwartungen genauer zu untersuchen.

Also, bitte anschnallen – die Rapid Evolution beginnt.



### Wer sind Speed Seeker?

Um die Zukunft zu prognostizieren, kann es helfen, die Menschen zu befragen, die bereits in ihr Leben. „Speed Seeker“ sind Early Adopter von On-Demand-Lieferungen und haben in den letzten 6 Monaten mindestens einmal Lebensmittel „spontan auf Abruf“ bestellt.

Da wir den Schwerpunkt unserer Untersuchungen auf Speed Seeker gelegt haben, wollen wir den Einstellungswandel der Verbraucher näher beleuchten und wie sich der Sektor künftig entwickeln dürfte.



### Wer sind Pacey Prospects?

Um unmittelbare Wachstumspotenziale zu identifizieren, haben wir uns angeschaut, welche Zielgruppen in naher Zukunft in diese Kategorie fallen werden. Pacey Prospects sind Menschen, die gegenüber On-Demand-Lieferung offen sind, diese aber noch nicht ausprobiert haben.

Indem wir die Perspektive von Pacey Prospects einbeziehen, können wir uns auf die wichtigsten Aspekte des Bestellangebots konzentrieren, die künftig immer mehr Menschen überzeugen dürften.

03

# Die transformative Wirkung auf Käufer

## On-Demand-Lieferungen geben Kunden Freiheit, Zeit und Gelassenheit zurück

### Zeit zurückgewinnen

Man sollte seine Zeit „weise nutzen“ oder „im Hier und Jetzt leben“. Gleichzeitig sollte man „produktiv sein“ und seine „Aufgaben erledigen“. Aber was ist, wenn das „Erledigen“ der Wocheneinkauf ist?

Im Supermarkt ist Multitasking unmöglich. Wir suchen unter tausenden von Optionen nach den Artikeln, die wir tatsächlich kaufen wollen. In Kombination mit den Alltagsaufgaben im Job, im Haushalt sowie anderen Verpflichtungen wird unsere Zeit zum knappen Gut. Wäre es nicht schön, sich etwas davon zurückzuholen? Mehr Zeit zu Hause mit der Familie, einen Abend mit Freunden, für einen selbst, für ein gutes Buch oder die Lieblingsserie – das ist uns sicher lieber, als noch mehr

Zeit mit dem Wocheneinkauf im Supermarkt zu verbringen.

**On-Demand-Lieferungen geben Kunden ihre wertvollste Ressource zurück. Die kurzfristige Zustellung spontaner Bestellungen verschafft ihnen Zeit und Raum für Alternativen.**

**Unsere Speed Seeker haben den Zeitgewinn durch Lebensmittel-Sofortlieferung bereits als essenziell erkannt:**

Zeit ist ein knappes Gut

71 %

Speed Seeker sagen, dass sie immer beschäftigt und unterwegs sind

UK 71 % | NL 65 % | DE 72 % | ES 75 %

Zeit schaffen

75 %

Speed Seeker lieben es, dass die On-Demand-Lieferung Ihnen Zeit für die wirklich wichtigen Momente gibt

UK 76 % | NL 69 % | DE 72 % | ES 81 %

01 Zeit haben  
**Intelligenter zu leben und mehr Zeit zu haben für das, was man liebt**

3 von 4



Speed Seeker stimmten zu, dass sie dank Sofortlieferungen mehr Zeit haben, etwa um sich zu entspannen, mit Freunden und der Familie zusammen zu sein und andere Dinge zu tun, die ihnen wichtiger sind. Die Mehrheit gab sogar an, dass sie dadurch mindestens 30 Minuten zurückgewinnen, die sie sonst für den Supermarkteinkauf gebraucht hätten.

02 Entspannung  
**Erleichterung der physischen und psychischen Belastung durch Vermeidung von Stress beim Einkaufen**

2 von 3



Speed Seeker benennen On-Demand-Lieferungen als clevere Wahl, da sie ihnen das Gefühl geben, alles unter Kontrolle zu haben. Der Einkauf verläuft nach ihren Bedingungen.

03 Keine Kompromisse  
**Was Sie wollen, wann Sie es wollen**

3 von 4



Speed Seeker sehen in der ständigen Verfügbarkeit von Lebensmittel-Sofortlieferungen den entscheidenden Vorteil, ihren Tagesablauf nicht auf den Einkaufsgang einstellen zu müssen.



## Eine neue Art des Einkaufens

Die Vorteile dieser Entwicklung gehen über die bloße Zeiteinsparung hinaus. Wir wissen schon lange, dass das Einkaufserlebnis für die Kunden in Geschäften nicht perfekt ist. Die überwältigende Mehrheit (9 von 10) der Speed Seeker und Pacey Prospects erlebt Probleme beim Lebensmitteleinkauf im Supermarkt. Die Branche sucht nach Lösungen, die Verbrauchern mehr Gelassenheit, Gesundheit und Zeit gibt.

Laut den befragten Speed Seeker bietet die Sofortlieferung ihnen eine zusätzliche Alternative zum Druck und den

Problemen beim Lebensmitteleinkauf im Laden. Der Einkauf im Geschäft wurde als unpersönlich, überfüllt und stressig empfunden und kann zu einer Reizüberflutung führen. Die On-Demand-Lieferung hingegen bietet ein persönliches, weniger stressiges und angenehmeres Einkaufserlebnis.

Warum also sollten Kunden die On-Demand-Lieferung nicht in ihren Alltag integrieren, wenn sie ihnen doch mehr Entspannung, Kontrolle und Komfort bietet?

## So sieht die Zukunft des Einkaufens aus

### VERGANGENHEIT | Einkauf im Laden

Unpersönlich  
**Suche nach den wenigen Produkten, die wir wirklich wollen, zwischen allen irrelevanten Artikeln**

1 von 4



gaben an, dass sie im Laden Schwierigkeiten haben, die gewünschten Artikel zu finden.

Überfüllt und hektisch  
**Lange Warteschlangen und Menschenmassen in den Gängen**

1 von 2



sagten, dass sie lange Warteschlangen an den Kassen oder überfüllte Läden als problematisch empfinden.

Reizüberflutung  
**Zu intensive Geräuschkulisse und anstrengende Atmosphäre im Laden**

1 von 5



erleben den Einkauf im Laden als Reizüberflutung.

### ZUKUNFT | On-Demand-Lieferung

Personalisiert nach Ihren Wünschen  
**Die Entscheidungsfindung wird erleichtert und die Qual der Wahl minimiert**

3 von 4



stimmen zu, dass die On-Demand-Lieferung ein personalisiertes Einkaufserlebnis mit relevanten Empfehlungen bietet.

Stressfrei  
**Eine ruhige Umgebung, in der Sie sich in Ihrem eigenen Tempo bewegen können**

3x



Die On-Demand-Lieferung ist dreimal weniger stressig als das Einkaufen im Laden.

Komfort  
**Spontane Sofortlieferungen sind wie eine Kuschedecke.**

1,5 x



Lieferungen auf Abruf sind 1,5-mal komfortabler als das Einkaufen im Laden.

Frustration beim Einkaufen im Laden kommt häufig vor

93 %

der Speed Seeker haben beim Lebensmitteleinkauf im Laden schon einmal Probleme gehabt

UK 93 % | NL 93 % | DE 92 % | ES 95 %



# Erweiterung des Shopping- Ökosystems

**On-Demand-Lieferungen wandeln sich von einer Notlösung im dringenden Bedarfsfall zur festen Routine und definieren die Dynamik des Einkaufsverhaltens und der Ausgabegewohnheiten von Verbrauchern neu**

## Wachsende Einkaufskörbe – eine Ergänzung zu anderen Formen des Lebensmitteleinkaufs

Nie gab es mehr Möglichkeiten zum Lebensmitteleinkauf. Vom großen Wocheneinkauf über die Bestellung eines individuell zusammengestellten Mahlzeiten-Kits bis hin zur Vorbestellung mit Zustellung in einem bestimmten Zeitfenster: Heute haben die Verbraucher unzählige Alternativen. Diese Optionen bieten mehr Flexibilität, aber konkurrieren auch miteinander um Anteile in der Einkaufsroutine der Verbraucher.

Sofortlieferungen haben das Shopping-Ökosystem grundlegend verändert und das Spektrum der Einkaufsmöglichkeiten erweitert. Die Verbraucher nutzen die Kürze der Lieferzeit, die Spontanität und den Komfort für zusätzliche Einkäufe: 76 % der Speed Seeker kaufen

zusätzlich zu ihren normalen Einkaufsgewohnheiten Lebensmittel per Sofort- oder Expresszustellung. Das Ergebnis ist ein Anstieg der Ausgaben und eine Vergrößerung des Warenkorbs. Speed Seeker schätzen, dass mindestens 20 % ihres wöchentlichen Lebensmitteleinkaufs auf On-Demand-Lieferungen entfallen, die sie also zusätzlich ausgeben.<sup>2</sup>

On-Demand-Lieferungen haben damit neue Wachstumschancen eröffnet: 53 % der Speed Seeker und fast 50 % der Pacey Prospects erwarten, dass sie sich im nächsten Jahr mehr spontan liefern lassen werden. **Für Einzelhändler bedeutet dies, dass sie ihren Kundenkreis erweitern können.**

On-Demand-Lieferungen werden den Gesamtkonsum ankurbeln

# 60 %

der Speed Seeker werden mehr Lebensmittel einkaufen, wenn die On-Demand-Lieferung möglich ist

UK 60 % | NL 55 % | DE 61 % | ES 65 %

On-Demand-Lebensmittelkäufe mit Just Eat Takeaway.com (Lieferando.de) steigen

# +152 %

Anstieg des Bruttotransaktionswerts von On-Demand-Lebensmittelkäufen im Vergleich zu 2022 auf Just Eat Takeaway.com (Lieferando.de)

On-Demand-Lieferungen sind eine zusätzliche Einkaufsmethode

# 76 %

der Speed Seeker geben an, dass sie On-Demand-Lebensmittel zusätzlich zu ihrer traditionellen Einkaufsroutine kaufen

UK 75 % | NL 82 % | DE 70 % | ES 77 %



## Die Revolution der Routine

### Sofortlieferungen schaffen neue Einkaufsanlässe und Genussmomente

Dieser Anstieg der Ausgaben und die Veränderung der Einkaufsgewohnheiten wirft die Frage auf, woher die entsprechenden Konsumanlässe kommen sollen. Was veranlasst Kunden dazu, plötzlich mehr Lebensmittel zu kaufen als zuvor?

Die Erwartung an On-Demand beruht zunächst auf der Vorstellung, dass es hauptsächlich für dringende, impulsive Situationen gedacht ist. Pacey Prospects, die Sofortlieferungen noch nicht genutzt haben, stimmen dem zu – sie sind der Meinung, dass die Zukunft des On-Demand-Shoppings von der Dringlichkeit lebt, wobei die Bestellung von der Notwendigkeit geprägt ist. Manche stufen sie sogar als Hilfsmittel für „Faulpelze“ oder Personen ein, die es sich leisten können, für Bequemlichkeit mehr

zu zahlen, um sich vor Aufwand und Verantwortung zu drücken. Die Ergebnisse dieser Untersuchung widerlegen dies jedoch als Missverständnis. Für Speed Seeker ist die On-Demand-Lieferung eine strategische Wahl des Zeitmanagements. Ein Blick auf das Verhalten von Speed Seekern zeigt uns, wie sich die Wahrnehmung und das Verhalten ändern, wenn On-Demand zu einem Teil des Repertoires und eines weiterentwickelten Ansatzes beim Einkaufen wird. Tatsächlich geben die häufig bestellenden Speed Seeker (die täglich einkaufen) mit 2,3-facher Wahrscheinlichkeit an, dass es sich um einen „geplanten“ Kauf handelt, und sie bezeichnen es auch mit 1,3-fach geringerer Wahrscheinlichkeit als „impulsiv“.

## Spektrum der Akzeptanz von On-Demand-Lebensmittelkäufen



Neue Nutzer

4 von 5



**Pacey Prospects glauben, dass die Zukunft der On-Demand-Lieferung von Dringlichkeit getrieben wird:**

- Hohe wahrgenommene Dringlichkeit und Notwendigkeit
- Grundbedarf
- Unerreichte Geschwindigkeit ist das herausragende Leistungsmerkmal
- On-Demand-Lieferung ist ein „Lebensretter“
- Erlaubnis der Annahme einer neuen Gewohnheit



Gewohnheitsnutzer

3 von 4



**Speed Seeker sagen, dass On-Demand-Lieferungen ihre Hauswirtschaft und Routinen verändern:**

- Verfügbar, wenn es passt
- Grundbedarf und Impulsprodukte
- On-Demand, d. h. auf Abruf, ist das herausragende Leistungsmerkmal
- On-Demand ist ein „zuverlässiger Begleiter“
- Moderne Art des Einkaufens



Sowohl bei den künftigen als auch aktuellen Speed Seekern eröffnet sich eine neue Welt der impulsiven und geplanten Einkäufe, ermöglicht durch die Einfachheit und den Komfort von On-Demand. Dabei handelt es sich keineswegs nur um Einkäufe zum Auffüllen des Kühlschranks, sondern um neue, flexiblere Möglichkeiten, zu essen, zu kochen und für andere zu sorgen.

Die On-Demand-Kultur bietet beispielsweise gesunde Alternativen zur traditionellen Essenslieferung. Sie ermöglicht eine proaktivere und weniger rigide Planung von Mahlzeiten, kann das Abendessen abwechslungsreicher machen, die Umsorgung der Familie erleichtern und uns mehr Zeit füreinander verschaffen. Im Folgenden beschreiben wir verschiedene Zukunftsszenarien, die wir im Rahmen der Analyse aufgedeckt haben und die sich mit der zunehmenden Verbreitung von On-Demand-Lieferungen als nächstes durchsetzen dürften.

**Anfachen des Kreislaufs schneller Belohnung**  
**Das unmittelbare, nahtlose und komfortable Erlebnis weckt ein Gefühl der Zufriedenheit**

Sobald ein Kunde seine erste Sofortlieferung erhält, gibt es in der Regel kein Zurück mehr. Die Idee, etwas „entdeckt“ zu haben – etwas Neues zu tun, das einem das Leben erleichtert – ruft ein Gefühl von Cleverness, Erfolg und Stolz hervor. Die Unkompliziertheit und sofortige Belohnung geben Käufern das Gefühl, mehr Kontrolle zu haben. Diese Gefühle festigen sich, je mehr sie bestellen. Während sich die Sofortzustellung zu einer Verhaltensroutine entwickelt, entsteht eine positive Feedbackschleife, die das Verhalten verstärkt und einen Kreislauf der wiederkehrenden Nutzung anregt. Wir sehen diesen Kreislauf bei den untersuchten Speed Seekern, und 89 % von ihnen geben an, dass sie im nächsten Jahr mehr oder gleich viele Lebensmittel per On-Demand-Lieferung kaufen werden.

Mit der Zeit wird dieser Belohnungskreislauf noch befriedigender werden, da datengesteuerte Algorithmen das Erlebnis immer individueller und intuitiver machen. Wie wir bereits gesehen haben, sind sich die Speed Seeker einig, dass On-Demand-Lieferungen individueller sind als andere Arten des Einkaufens. Zudem werden die Kaufempfehlungen umso besser und wirkungsvoller sein, je mehr sie On-Demand-Plattformen nutzen.

Dadurch verändert sich letztendlich die tägliche Routine der Käufer. Lästige Planung weicht einer befreienden Spontaneität und regelmäßige Routine wird durch einen fließenderen Lebensstil ersetzt.

**MODERNE ON-DEMAND-EINKAUFSITUATIONEN** | Zukunftsszenario der potenziellen Akzeptanz

**Geplant**  
**Gesundes Takeaway:** Fördern einen gesunden Lebensstil in vielen Lebenslagen



Drei von vier Speed Seeker geben an, dass sie immer beschäftigt sind und zahlreiche Aufgaben zu erledigen haben. Es ist daher nicht verwunderlich, dass sie kaum Zeit zum Einkaufen und Kochen finden. Und mit den anhaltenden Gesundheits- und Wellnesstrends bieten On-Demand-Lieferungen eine einfache Alternative ohne Reue im Vergleich zur traditionellen Essenslieferung.

**Geplant**  
**Care-Paket:** Überbrückung die Kluft zwischen digitaler und physischer Welt



Viele unserer Interaktionen mit Menschen haben sich digitalisiert. Die Landflucht und zunehmende Individualisierung der Wohngegebenheiten reduzieren das direkte Zusammenleben zusätzlich. Sofortlieferungen können hier eine Lücke schließen, indem sie es per Mausklick ermöglichen, binnen Minuten ein Care-Paket an kranke Angehörige oder ein Last-Minute-Geschenk zu versenden.

**Impulsiv**  
**Spontane Bewirtung von Gästen:** Schaffung Momente der Verbundenheit und der gemeinsamen Freude.



On-Demand-Käufe bieten ein Höchstmaß an Komfort und Effizienz beim Bewirten von Gästen. Ob für unerwartete Gäste oder spontane Zusammenkünfte – die Möglichkeit, die fehlenden Zutaten schnell direkt an die eigene Haustür zu erhalten, erleichtert die Bewirtung und schafft ein angenehmeres Erlebnis für Gastgeber und Gäste.

**Impulsiv**  
**Heißhungerattacke:** Sich etwas gönnen, wenn man darauf Lust hat.



Verzehrtes Restaurantessen ist seit langem ein Synonym für Genuss, erleichtert und bereichert den Alltag. On-Demand-Lieferungen erweitern diese Genussmomente um eine größere Vielfalt und Alternative.

**EMOTIONEN IM ZUSAMMENHANG MIT DER ON-DEMAND-LIEFERUNG VON LEBENSMITTELN** | Nach Häufigkeit der Nutzung von On-Demand-Lieferungen

Speed Seeker, die häufiger (täglich) On-Demand-Lieferungen von Lebensmitteln nutzen, verspüren

1,4 x  
**mehr Kontrolle**

2,9 x  
**mehr Stolz**

1,6 x  
**mehr Spaß**



... als Speed Seeker, die seltener (monatlich) On-Demand-Lieferungen von Lebensmitteln nutzen



### Fokusmarkt

Spaniens fortgeschrittene On-Demand-Mentalität zeigt, dass der Warenkorb von Lebensmitteln weiter wächst.

Der Wandel hin zu On-Demand-Bestellungen als Grundversorgung des Haushalts ist in Spanien relativ weit fortgeschritten, was sich in der Entwicklung des Einkaufsverhaltens zeigt.

Spanische Speed Seeker setzen immer mehr auf geplante Bestellungen und nutzen On-Demand-Lieferungen für besondere Anlässe, oder um sich selbst, ihre Familie oder Freunde zu verwöhnen. Deshalb fühlen sie sich noch cleverer und weniger impulsiv, wenn sie Lebensmittel spontan liefern lassen.

Mit Blick auf die Zukunft haben die Spanier eine viel progressivere Vorstellung davon, was eine On-Demand-Kultur bieten kann. Drei von vier spanischen Speed Seekern sind der Meinung, dass Schnelliefersysteme alles bieten sollten, was sie sich wünschen oder brauchen, von Lebensmitteln bis hin zu Elektronik.

On-Demand-Lieferungen werden den Einzelhandel verändern, und Spanien dürfte dabei eine führende Rolle einnehmen.



**1,4 x**

der spanischen Speed Seeker haben im Vergleich zu Speed Seekern aus anderen Ländern eher das Gefühl, dass ihre On-Demand-Lebensmittelbestellung clever ist

**1,6 x**

der spanischen Speed Seeker bestellen mit höherer Wahrscheinlichkeit Lebensmittel per On-Demand-Lieferung für einen besonderen Anlass als die Speed Seeker anderer Nationen

# Vorteile für die breite Gesellschaft

## On-Demand-Lieferungen können über den Komfort hinaus positiv auf die Gesellschaft wirken

### Gesellschaftlicher Nutzen

Die Lieferung von Lebensmitteln spart fraglos Zeit und vermeidet wesentliche Probleme des Ladeneinkaufs, womit sie zur körperlichen und geistigen Gesundheit der Käufer beitragen kann. Ihre Vorteile gehen jedoch über den einzelnen Käufer hinaus. On-Demand-Lieferungen von Lebensmitteln könnten auch zum gesellschaftlichen Fortschritt beitragen.

### Stärkung der Nachhaltigkeit On-Demand-Lieferungen könnten Lebensmittelverschwendung reduzieren

Die gesellschaftlichen Nachteile von Lebensmittelverschwendung sind bekannt. In Europa fallen jährlich über 58 Millionen Tonnen Lebensmittelabfälle in Haushalten, im Einzelhandel und bei Lebensmitteldienstleistern an. Dies entspricht einem Verlust von Lebensmitteln im Wert von 132 Milliarden Euro pro Jahr. Neben den wirtschaftlichen Kosten hat dies auch erhebliche Auswirkungen auf die Umwelt, da Lebensmittelabfälle für etwa 16 % der Treibhausgasemissionen der europäischen Lebensmittelbranche verantwortlich sind.<sup>3</sup>

Diese Statistiken sind bedrückend, überraschen aber nicht. Vielen Menschen passiert es, dass sie beim Lebensmitteleinkauf für die kommenden Tage mehr kaufen als sie benötigen. Es kommen unerwartete Pläne auf, der Appetit ändert sich, das Leben geht weiter.

Die befragten Speed Seeker bewerten On-Demand-Lieferungen als Möglichkeit, weniger Vorräte wegschmeißen zu müssen. Die Mehrheit gab an, dass die spontane Bestellung und Zustellung es ihnen erleichtert, zu kaufen, was sie brauchen, wenn sie es brauchen. Spontane Pläne sind für sie nicht länger ein Problem, das bereits gekaufte Vorräte überflüssig machen könnte. Die Sofortlieferung ermöglicht es ihnen, die Lebensmittelverschwendung zu verringern und

wirtschaftlicher einzukaufen.

Da es sich um einen aufstrebenden Bereich in der Einzelhandelsbranche handelt, sind weitere Untersuchungen erforderlich, um die Umweltauswirkungen von On-Demand-Lebensmittelgeschäften während des gesamten Bestellvorgangs zu verstehen. Speed Seeker erwarten von On-Demand-Anbietern, dass sie nachhaltige Praktiken priorisieren. Daher ist es wichtig, die CO<sub>2</sub>-Bilanz von On-Demand und die Auswirkungen häufigerer Bestellungen zu verstehen.

Just Eat Takeaway.com adressiert Lebensmittelverschwendung als zentrales Handlungsfeld. Das Unternehmen nimmt seine Verantwortung zur Verringerung der Lebensmittelverschwendung und zur Förderung nachhaltiger Praktiken ernst und trägt damit auch zur Zukunftssicherheit des Sektors bei.

### Priorisierung nachhaltiger Praktiken

# 74 %

der Speed Seeker erwarten, dass Schnelllieferdienste für Lebensmittel umweltverträgliche Praktiken priorisieren

UK 73 % | NL 69 % | DE 77 % | ES 78 %

### Was Sie brauchen, wann Sie es brauchen

# 2 von 3

Speed Seeker geben an, dass Lebensmittel-Schnelllieferungen ihr Einkaufsverhalten verändert haben, da sie Lebensmittel nun schnell und frisch bestellen können, wenn sie sie brauchen

UK 63 % | NL 60 % | DE 69 % | ES 70 %



### Fokusmarkt

Umweltbewusste Briten begrüßen die positiven Umweltauswirkungen von On-Demand-Lieferungen

Britische Kunden sind eher als andere Nationen von den Nachhaltigkeitsvorteilen der On-Demand-Lieferung angetan. In einer kürzlich durchgeführten Studie belegte das Vereinigte Königreich den dritten Platz der grünsten Länder der Welt, gleich hinter Schweden und Dänemark.<sup>4</sup> Ganze 88 % der Briten erachten Umweltschutz als eine persönliche Verantwortung.<sup>5</sup>

Unsere britischen Speed Seeker wollen Komfort ohne Kompromisse bei der Nachhaltigkeit. Sie sind besonders daran interessiert, dass die Waren ihrer On-Demand-Bestellung in einer einzigen Box geliefert werden. So erhalten Sie ein praktisches Mahlzeiten-/Rezept-Kit ohne überflüssigen Verpackungsabfall.

Um die Gunst der britischen Kunden zu gewinnen, dürften die Einzelhändler erfolgreich sein, die neben der On-Demand-Option zusätzlich auf Nachhaltigkeit achten.



# 79 %

der britischen Speed Seeker stimmen zu, dass sie es toll fänden, wenn die Zutaten für ein bestimmtes Rezept in einer einzigen Box per On-Demand-Dienst geliefert würden – das würde die Zubereitung von Last-Minute-Mahlzeiten beträchtlich vereinfachen!

# 1,6 x

Britische Pacey Prospects (d. h. Menschen, die noch nie eine On-Demand-Lieferung bestellt haben) werden im nächsten Jahr mit 1,6-fach höherer Wahrscheinlichkeit Lebensmittel per On-Demand-Lieferung bestellen als ein Mahlzeiten-/Rezept-Kit.

## Beitrag zum Aufbau einer nachhaltigen Zukunft

Just Eat Takeaway.com hat auch in Kanada Initiativen zur Vermeidung von Lebensmittelverschwendung erprobt, die Geschäften und Restaurants dabei helfen sollen, die Menge der am Ende des Tages übrig gebliebenen Lebensmittel zu verwalten.

In Zusammenarbeit mit 40 Partnern half das Programm „Do Good Deal“ diesen, Lebensmittelabfälle und Betriebskosten besser in den Griff zu bekommen, indem sie überschüssige Lebensmittel am Ende des Tages als günstige Mahlzeiten in Form einer „Überraschungstüte“ anboten. Die Pilotversuche zeigten einen konsistenten Anstieg des durchschnittlichen Bestellwerts von ca. 6 US-Dollar pro Bestellung – und leisteten damit einen entsprechenden Beitrag zum Umweltschutz.

Wie könnten wir diese Ergebnisse auf die Sofortlieferung von Lebensmitteln anwenden? Vielleicht indem wir Boxen anbieten, die Lebensmittel enthalten, die kurz vor dem Verfallsdatum stehen, um ein nahrhaftes Abendessen zuzubereiten. Oder als Challenge für Kunden, ein Gericht aus einer Überraschungstüte mit Zutaten kurz vor dem Ablaufdatum zuzubereiten. Es gibt für On-Demand-Dienste unzählige Möglichkeiten, ansprechende und nachhaltige Initiativen anzubieten.

Anzahl der im Rahmen der Initiative „Do Good Deal“ bereitgestellten Mahlzeiten

# 304



“

*Während der schnelle Lebensmitteleinkauf den Komfort für den Verbraucher erhöht, muss er für den langfristigen Erfolg mit Nachhaltigkeitsaspekten verknüpft werden.“ „Indem wir Nachhaltigkeit in jeden Schritt des Bestellvorgangs integrieren, können wir sowohl die Bedürfnisse der Menschen als auch die des Planeten erfüllen.*

**Jaz Rabadia, Global Head of Responsible Business and Sustainability, Just Eat Takeaway.com**

### Menschen befähigen

**On-Demand-Lieferungen kommen den Bedürfnissen von Menschen mit Behinderung oder besonderen Anforderungen an Barrierefreiheit entgegen**

Ein weiterer sozialer Nutzen von Sofortlieferungen ist, dass sie die Möglichkeiten von Menschen mit Handicap oder besonderen Anforderungen an Barrierefreiheit erweitern. Behinderungen gehören zum Leben vieler Menschen weltweit. Wenngleich sie unterschiedlich klassifiziert werden, leben schätzungsweise 24 % der britischen<sup>6</sup>, 32% der niederländischen, 30 % der deutschen und 30% der spanischen Bevölkerung<sup>7</sup> mit irgendeiner Art von Behinderung. Behinderung umfasst körperliche, visuelle, auditive, sprachliche und kognitive Anforderungen an eine Barrierefreiheit. Und sie kommt in allen Bevölkerungsschichten und Lebensphasen vor. Die Entwicklung von Dienstleistungen und Produkten, die den Bedürfnissen von Menschen mit Behinderungen gerecht werden, trägt dazu bei, die Gesellschaft als Ganzes zu stärken.

Die Lieferung von Lebensmitteln auf Abruf bis an die Haustür ist eine dieser Dienstleistungen. Sie erleichtert Menschen mit eingeschränkter Mobilität den Bezug der benötigten Artikel, was sowohl funktionale als auch emotionale Vorteile mit sich bringt. Zum Beispiel ermöglicht sie den Kauf aus einer sicheren und vertrauten Umgebung unter Vermeidung beengter Einkaufserlebnisse. Wenn der Dienst auf einer screenreader-kompatiblen Webseite oder App angeboten wird, erhöht dies die Barrierefreiheit zusätzlich, optional inklusive personalisierter Produktempfehlungen.

Dies ist für jeden nützlich. Wir alle können situationsbedingt davon profitieren, z. B. bei der Pflege von Angehörigen, der Kinderbetreuung, einer Krankheit oder Autopannde. Doch Menschen mit Behinderung können durch On-Demand-Lieferungen ihre Selbstständigkeit und Lebensqualität grundlegend verbessern und sich neue Freiheiten erschließen.

Erfüllung der unterschiedlichen Bedürfnisse der Menschen

# 79 %

der Speed Seeker stimmen zu, dass die On-Demand-Lieferung die Barrierefreiheit und Inklusivität fördert und sicherstellt, dass eine breite Palette von Produkten für jeden verfügbar ist

UK 81 % | NL 73 % | DE 80 % | ES 83 %



“

*Ich halte die On-Demand-Lieferung von Lebensmitteln für eine echte Bereicherung im Zeitalter der digitalen Möglichkeiten und der urbanen Mobilität. Ich selbst bin schwer krank und kann manchmal nicht aus dem Haus gehen*

**Mann, 35–44, Deutschland**

# Aufbau von Resilienz

## Aufbau eines nachhaltigen und resilienten Geschäftsmodells im Bereich der On-Demand-Lieferungen

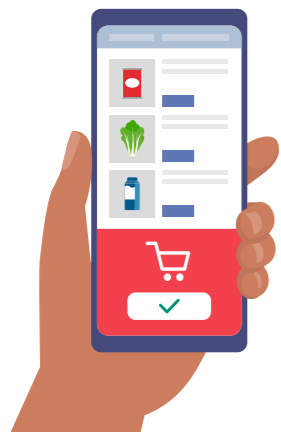
Die Lieferung von Lebensmitteln auf Abruf bietet Einzelhändlern die Möglichkeit, ihre Kunden auf neue Weise anzusprechen. Die Verbraucher wollen ihren Bedarf zur gewünschten Zeit erfüllen. Sobald ihnen das gelingt, bleiben sie dabei.

Während sich der Markt für On-Demand-Lieferungen weiterentwickelt, können Einzelhändler aus dem Aufstieg und Fall von Marken wie Getir und Gorillas wertvolle Lehren ziehen. Mit dem richtigen Ansatz können Einzelhändler das Potenzial der On-Demand-Lieferung und den ständig wachsenden Wunsch nach mehr Komfort für sich nutzen.

Die Herausforderung besteht darin, ein nachhaltiges und resilientes Geschäftsmodell zu entwickeln, das diese Nachfrage befriedigt und die Hindernisse überwindet, mit denen bisherige Anbieter von On-Demand-Lebensmittellieferungen zu kämpfen hatten.

### Warum Anbieter wie Lieferando anders sind

Aggregatoren für Lebensmittellieferungen wie Lieferando bieten hinsichtlich ihres Geschäftsmodells, ihrer Marke und operativen Infrastruktur ein grundlegend anderes Erlebnis als Dark-Store-Modelle, bei denen Bestellungen aus Lagern anstelle eines Ladens stammen, sowie als reine Logistik-Konzepte, die Sofortlieferungen nur von einem einzigen Einzelhändler anbieten.



### 01 Reichweite ist Trumpf

**Die Verbraucher wollen alle Einzelhändler – große Marken und lokale Geschäfte – unter einem digitalen Dach**

Drei von vier Speed Seekern gaben an, dass eine große Auswahl von Einzelhändlern, unter einem digitalen Dach, ein wichtiges Kriterium für ihre Zufriedenheit mit dem Angebot ist. Marktplätze wie Lieferando bieten eine einzigartige Mischung aus großen Einzelhandelsmarken und lokalen Geschäften, durch die Verbraucher eine breite Vielfalt mit dem Gefühl von Vertrautheit verbinden. Demgegenüber bieten Dark-Store-Betreiber und Einzelgeschäftskonzepte ein spezifisches und isoliertes Einzelhandelserlebnis, bei dem die Verbraucher nur eingeschränkte Auswahlmöglichkeiten haben. Lieferaggregatoren vereinfachen den Einkauf, da sie alles unter einem digitalen Dach anbieten.

### Die Verbraucher wollen eine Reihe von Einzelhändlern zur Auswahl

# 75 %

der Speed Seeker sagen, dass eine Auswahl an Einzelhändlern ein wichtiges Kriterium für die Zufriedenheit mit On-Demand-Diensten ist

UK 78 % | NL 60 % | DE 74 % | ES 86 %

Käufer wollen On-Demand-Angebote ihrer lokalen Einzelhändler

“

*Ich erwarte, dass es von meinem Tesco vor Ort kommt, denn das ist die Filiale, in der ich einkaufe. Ich habe immer noch das Gefühl, dass ich mein lokales Geschäft und meine Gemeinde unterstütze, was mir sehr wichtig ist.*

Speed Seeker, weiblich, 25–34, London

## JUST EAT TAKEAWAY.COM (LIEFERANDO.DE) ARBEITET DERZEIT ZUSAMMEN MIT ...

# 160

Lebensmittel-/Bedarfsartikel-Marken in ganz Europa



Flink | Mediamarkt | Saturn | Royal Donuts | GameStop | Mittemeer | Dat Backhus | Dallmeyers | H.v.Allwörden | Madame Croissant | Barfers | Pets Deli | Edgar & Cooper | Sweet Candy | Feinkost Pritzl | La Floraison | Blumen Florentine | Jouz & Louz | VINOS | Senftenauer Apotheke | Shell | Lieferando Express | Lego



Dia | Clarel | llaollao | Condis (Grupo IFA) | Smöoy | Luda Partners | Häagen Dazs | FloraQueen | Bombon Boss | Veritas | Kibus | Dia | (Independent) | Galp | Tu Super | Supermercado Family Express | Kibus | Mercado 47 | Carrefour Express | Veritas



Flink | Ben & Jerry's Grom | STACH | The Tosti Club | Vlaamsch Broodhuys | SPAR | Marqt | Henri Willig Kaas

# 12971

einzelnen Lebensmittel-/Bedarfsartikelläden



Co-Op Group | Londis | Iceland | One Stop | Morrisons Daily | Premier | ASDA Grocery | Sainsbury's | SPAR | Southern Co-Operative | Central England Co-Operative | Midcounties Co-Operative | Totally Wicked | VPZ | Shop 'N Drive | Parfettis | Budgens | Asda Express | Park&Shop | Evapo | East Of England Co-Operative | Costcutter | Lincolnshire Co-Operative | Bargain Booze | Nisa | SIPUP | Scotmid Co-operative | Vape HQ | Spar 24/7 | Family Shopper | Best One | Ascona Group (NISA) | Vape Blizz | Vapez 24/7 | The Kay Group | Pyramid Pharmacy | Tariq Halal Meats | Centra | Zapp | Whisky Circle | Karan Retail | Prime Vapour | Ziggicig | Chana Chemist | Pop Specs | Gorillas | Pricewatch Ltd (Nisa) | TAP Retail Limited (Nisa) | McColls | Go Local | Vapourz Lounge | Spivack Chemist | KeyStore | Highway Stops | Getir | FloraQueen | Woods Chemist | Wine Rack | Sterling Chemist | Starbucks | Sherrys Chemist | Ridgway Pharmacy | Queens Pharmacy | Pinewood Stores | Pallion Pharmacy | Little Dessert Shop | Lewis Pharmacy | Lambeth Pharmacy | Lakes and Dales Co-operative | Kings Pharmacy & Opticians | Kings Pharmacy | Keystore More | IQ Pharmacy | High street Local | Freed Pharmacy | Fishpool Pharmacy | CK Pharmacy | Church Street Pharmacy | Camden Pharmacy | Bramley Chemist | Boost Convenience | Allchin Pharmacy

## 02 Globale Markenliebe und -treue sind ein Muss

### Die Werkzeuge zur Schaffung von Kategorietreue

Den Marken im Bereich On-Demand-Lebensmittellieferung fehlten bisher zwei wichtige Zutaten: Markenbekanntheit und die Markentreue des Massenmarkts. Dark-Store-Anbieter agieren unter unbekanntem Namen, während Lieferando und andere Marktplätze von Just Eat Takeaway.com das Vertrauen der Kunden mit ihrem Lieferversprechen über Jahre hinweg aufgebaut haben. Die Markenbekanntheit von europaweit 88 % spricht für sich. Und jeder Zweite würde in Erwägung ziehen, bei Lieferando auch Lebensmittel spontan zu bestellen.

Bekannte Aggregatoren für Lebensmittellieferungen können eine hohe Kategorietreue generieren und damit sicherstellen, dass die Kunden immer wieder bestellen. 90 % aller befragten Lieferando-Nutzer geben an, dass sie im nächsten Jahr mehr oder ebenso viele Lebensmittel bestellen werden. Darüber hinaus ist die Zahl der On-Demand-Lebensmittelkäufer bei Just Eat Takeaway.com im ersten Quartal 2024 um fast 10 % gestiegen.

Die Markenbekanntheit des Bestellkanals überträgt sich auch auf die Einzelhandelspartner. Speed Seeker gaben an, dass sie einen Einzelhändler eher als innovativ, vertrauenswürdig und positiv wahrnehmen, wenn er auf Lieferandos Marktplatz für On-Demand-Lieferungen findbar ist. Außerdem war die Wahrscheinlichkeit hoch, dass sie einen solchen Einzelhändler für fähig halten, ihr Einkaufsbedürfnis zu bedienen. Zugleich kann eine hohe Markenbekanntheit das Auftragsvolumen erhöhen.

Die Marke Just Eat Takeaway.com (Lieferando.de) ist im Massenmarkt bekannt

# 88 %

der Verbraucher kennen die Marke Just Eat Takeaway.com (Lieferando.de) und ihr Angebot

UK 89 % | NL 91 % | DE 88 % | ES 85 %

## 03 Ein Angebot mit operativer Exzellenz

### Die Infrastruktur für erfolgreiche Lieferungen

Eine Lieferung in weniger als einer Stunde ist den Verbrauchern wichtig, und dieser Zeitdruck nimmt in Notfallsituationen weiter zu. Was jedoch wohl noch wichtiger ist: Anbieter müssen ihre Geschwindigkeitsversprechen auch einhalten. Die Verbraucher wollen die Gewissheit haben, dass sie von einer Plattform kaufen, die ihnen den Rücken stärkt, sie unterstützt und pünktlich liefert. Es verwundert daher nicht, dass Anbieter, die dahinter zurückbleiben, das Vertrauen der Käufer verlieren. Früheren Schnelllieferdiensten fehlte es jedoch oft an der dafür erforderlichen operativen Infrastruktur.

Aggregatoren für Lebensmittellieferungen sind jedoch genau darauf spezialisiert. Ihr engmaschiges Logistiknetzwerk mit Tausenden von Lieferfahrern in ganz Europa ist für die Umstellung auf On-Demand gerüstet und bereit. Die logistische Infrastruktur, um die Anforderungen an die Geschwindigkeit der On-Demand-Lieferung zu erfüllen, ist bereits vorhanden. Die Kundenzufriedenheit von Just Eat Takeaway.com liegt bei 78 % und die Zufriedenheit mit der Liefergeschwindigkeit erreicht 83 % – das Unternehmen versteht es, seine Versprechen zu halten.

Just Eat Takeaway.com (Lieferando.de) kann seine Geschwindigkeitsversprechen halten

# 4 von 5

Kunden von Just Eat Takeaway.com (Lieferando.de), die Lebensmittel per On-Demand-Lieferung bestellen, sind mit der Liefergeschwindigkeit zufrieden

Quelle: Umfrage zur Verfolgung von Lebensmitteln von Just Eat Takeaway.com (Lieferando.de) (Daten aus UK, NL, DE, ES, CA, AU)



# Wie geht es weiter mit On-Demand? Mehr als nur Lebensmittel

## Analyse der nächsten Entwicklungsstufe von On-Demand-Lieferungen und der Möglichkeiten für Einzelhändler, ihren Kundenstamm und deren Warenkorb zu vergrößern

### Die nächste Grenze

Angesichts des Mentalitätswandels der Verbraucher und ihrer Vorstellungen von Komfort ist die Sofortlieferung von Lebensmitteln erst der Anfang.

Immer mehr Konsumenten bestellen regelmäßig online eine immer größere Bandbreite von Non-Food-Produkten. Jüngere Beispiele für Expresslieferungen sind Gesundheits- und Apothekenartikel, Heimwerkerprodukte, Kleidung, Schönheits- und Hautpflegeartikel, Babyartikel oder Tierbedarf. Auch die Bestellung kleiner Elektroartikel liegt nahe.

In Großbritannien und Spanien, wo es häufiger zu On-Demand-Käufen kommt, floriert das Angebot von Gesundheitsprodukten, Blumen und Babyartikeln. Doch das ist erst der Anfang. Es gibt ein schier unbegrenztes Sortiment, das Händler ihren Kunden zur Sofortlieferung anbieten können.

Die Triebkraft dafür ist das große Interesse der Verbraucher an unterschiedlichen Produktkategorien. Insgesamt 93 % aller Speed Seeker gaben an, Interesse an der Sofortlieferung von Non-Food-Produkten zu haben. Ähnliches gilt für die Pacey Prospects: neun von zehn haben ein großes Interesse daran.

Doch welche Produkte werden sich die Kunden angesichts der Vielzahl potenzieller Produktkategorien als nächstes on-demand liefern lassen? Zu welchen Anlässen wird welche Zielgruppe welche Produkte benötigen?

Kommen wir nun zur nächsten Stufe der On-Demand-Lieferung.

### Das künftige Angebot von Nischenprodukten per On-Demand-Lieferung ist der natürliche nächste Schritt in Sachen Komfort

# 75 %

der Speed Seeker stimmen zu, dass On-Demand-Lieferungen zu einem Teil unseres täglichen Lebens werden

UK 77 % | NL 70 % | DE 73 % | ES 79 %

# 2 von 3

Speed Seekern stimmen zu, dass On-Demand-Lieferungen alles bieten, was sie wollen oder brauchen

UK 67 % | NL 60 % | DE 66 % | ES 75 %

### Die Roadmap der Schnelllieferung

Da es so viele Produktkategorien gibt, die für On-Demand-Lieferungen in Frage kämen, gehen wir zuerst einen Schritt zurück und schauen uns an, wohin sich die Branche als nächstes entwickeln wird. Auf Basis unserer Speed Seeker-Interviews haben wir eine Roadmap für die Einführung von Produktkategorien entwickelt. Auf der Grundlage quantitativer Daten hilft diese uns zu verstehen, welche Produktkategorien die Verbraucher in der unmittelbaren, nahen und kurzfristigen Zukunft voraussichtlich auf Abruf bestellen werden.

Indem wir jede der On-Demand-Kategorien sowohl nach rationalen als auch nach emotionalen Gesichtspunkten testen, können wir herausfinden, wohin die Aufmerksamkeit und die Ausgaben der Verbraucher als nächstes gehen werden.

#### Erklärung

#### Die Bewertung der Akzeptanz von Produktkategorien

Wir können die folgenden Metriken, die sowohl rationale als auch emotionale Reaktionen umfassen, kombinieren, um zu beurteilen, was Speed Seeker in Bezug auf On-Demand-Lieferungen als Nächstes suchen

Rationales Interesse  Emotionale Begeisterung

#### Bewertung des rationalen Interesses

Prozentualer Anteil mit Interesse an der Bestellung der Produktkategorie per Sofortlieferung, abzüglich des Anteils, der dies nicht tun würde.

#### Bewertung der emotionalen Begeisterung

Prozentualer Anteil, der überrascht und/oder sich freuen würde, wenn diese Produktkategorie per Sofortlieferung erhältlich wäre.

### ROADMAP FÜR NEUE KATEGORIEN DER ON-DEMAND-LIEFERUNG

#### Unmittelbar

Speed Seeker nennen Apotheken-/Gesundheitsartikel und Blumen als Produktkategorien, die sie gerne ab sofort auf Abruf liefern lassen würden. Für beide Kategorien waren sowohl die emotionale Begeisterung als auch das rationale Interesse hoch. Nicht zu vergessen Haustierprodukte und Baby-/Kinderpflegeartikel. Auch die Schnelllieferung dieser Produktkategorien stößt in ihren demographischen Zielgruppen (Haustierhaltern bzw. Eltern) auf eine sofortige Akzeptanz.



#### In Kürze

Als nächstes sehen wir Kosmetikartikel, Kleidung, Elektronikprodukte und Haushaltsgeräte auf der Roadmap. Die On-Demand-Lieferung solcher Produkte wird von den Käufern in Kürze gefragt und stößt bei Speed Seekern auf ein großes Interesse.



#### In naher Zukunft

Heimwerker- und Gartenartikeln werden von den Verbrauchern wahrscheinlich in naher Zukunft mehr nachgefragt. Das Interesse von Verbrauchern an solchen Produkten ist aktuell schon groß, und mit der richtigen Logistik werden diese künftig auch on-demand bestellt. Sobald Sofortlieferungen in diesen Kategorien mehr genutzt werden, wird sich die Erwartungshaltung der Verbraucher auch weiterentwickeln.





## Fokusmarkt

Deutsche Kunden signalisieren eine große On-Demand-Nachfrage für Apotheken- und Gesundheitsartikel

Wie sieht die Roadmap zur Einführung von neuen Produktkategorien für deutsche Verbraucher aus? Unsere Umfrageergebnisse zeigen, dass freiverkäufliche Apotheken- und Gesundheitsartikel schon heute von deutschen Kunden nachgefragt werden. Mehr als die Hälfte der Speed Seeker bekundet ein starkes Interesse an Sofortlieferungen in dieser Kategorie. Selbiges gilt für die Pacey Prospects, obwohl diese heute noch nicht einmal auf Sofortlieferungen von Lebensmitteln zurückgreifen.

Wenn man bedenkt, wie sich die deutsche Apothekenlandschaft im Allgemeinen entwickelt hat, überrascht es kaum, dass die Nachfrage nach Apothekenartikeln per Sofortlieferung weiter wächst. In den vergangenen Jahren haben mehr als 3.000 Apotheken in Deutschland aufgegeben. Das hat zur Folge, dass es noch nie weniger Apotheken im Land gab, als das aktuell der Fall ist.<sup>8</sup>

Aktuell ist die Nachfrage nach Apotheken- und Gesundheitsartikeln größer als je zuvor. Zudem verschärfen Schwierigkeiten bei der Mitarbeitergewinnung und -bindung der Apotheken weiter die Lage. On-Demand-Lieferungen könnten dabei helfen, diese Versorgungslücke zu schließen.



**54 %**

der deutschen Speed Seeker interessieren sich für die On-Demand-Lieferung von Apotheken- und Gesundheitsprodukten

**15 %**

der Apotheken in Deutschland haben in den letzten Jahren geschlossen; in der Regel aufgrund von Schwierigkeiten, Personal zu finden



## Fokusmarkt

Haustierartikel erweisen sich als Wachstumssegment niederländischer On-demand-Besteller

In den Niederlanden entwickelt sich die On-Demand-Nachfrage langsamer als in anderen Ländern. Unsere Umfrageergebnisse zeigen, dass sich viele niederländische Speed Seeker noch am Anfang ihrer On-Demand-Reise befinden und noch lernen, wie sie diese neue Option am besten für sich nutzen können. Bislang dominieren die Notbestellungen, während geplante Anlässe eine untergeordnete Rolle spielen.

Ein Bereich mit hohem Zukunftspotenzial für niederländische Verbraucher ist der Haustierbedarf. Diese Produktkategorie wünschen sich Speed Seeker in den Niederlanden am meisten für die nahe Zukunft, wobei mehr als ein Drittel großes Interesse bekundet, schon jetzt Haustierprodukte per Sofortlieferung zu beziehen.

Der Hintergrund: Fast die Hälfte der niederländischen Haushalte hat ein Haustier. Insbesondere Tierfutter ist ein riesiger Markt, da viele Heimtierbesitzer in den Niederlanden nach hochwertigem Tierfutter suchen und bereit sind, für Qualität mehr zu bezahlen. Das lässt vermuten, dass Sofortlieferungen von Haustierprodukten von den Niederländern hervorragend angenommen werden.



**1 von 3**

niederländischen Speed Seekern zeigte großes Interesse an Haustierbedarf als zukünftiges Nischenprodukt

## Künftige Wachstumschancen

Der Einzug von On-Demand-Lieferungen in neue Produktkategorien stellt für Einzelhändler in vielerlei Hinsicht eine wichtige Wachstumsmöglichkeit dar. Künftige On-Demand-Kategorien haben das Potenzial, den Gesamtwarenkorb der Verbraucher zu vergrößern, neue Kaufanlässe schaffen und relevante Zielgruppen ansprechen. Schauen wir uns diese drei Wachstumsmöglichkeiten etwas genauer an.

### 01 Finanzielles Wachstum

Ähnlich wie bei Lebensmitteln bietet die On-Demand-Lieferung neuer Produktkategorien den Kunden eine zusätzliche Möglichkeit, bei ihren Lieblingshändlern einzukaufen. Anstatt bestehende Einkaufskanäle zu kannelisieren, ist On-Demand ein ergänzendes Mittel, um den Warenkorb der Verbraucher zu vergrößern. Unsere Befragung hat dies in allen untersuchten Kategorien gezeigt: Bei Blumen gaben 73 % der Speed Seeker an, dass On-Demand-Lieferungen einen zusätzlichen Effekt haben würden. Bei Schönheits-/Hautpflegeartikeln waren es 77 %, bei Babyartikeln 70 %.

Es überrascht daher nicht, dass zwei von drei Speed Seekern angaben, dass sie wahrscheinlich mehr für eine bestimmte Produktkategorie ausgeben würden, wenn sie diese sofort geliefert bekommen könnten.

### 02 Erreichen der Zielgruppen

Die Sofortlieferung neuer Produktkategorien kann auch dazu beitragen, ein breiteres Spektrum von Generationen, Einkommensgruppen und Menschen in verschiedenen Lebensphasen anzusprechen. Dies wird einen erheblichen Einfluss auf das Wachstum und die Bindung der Kundschaft haben. Möchten Sie Millennials mit einem höheren Einkommen ansprechen? Dann sollten Sie Blumen und Apothekenartikel bei der Entwicklung Ihrer On-Demand-Lieferstrategie priorisieren. Adressieren Sie die Generation Z in urbanen Zentren? Dann sollten Sie Schönheits-/Hautpflegeprodukte und Mode in den Vordergrund stellen. Die Kenntnis des optimalen Produktmixes und seiner entsprechenden On-Demand-Charakteristik kann den Erfolg eines Einzelhändlers gegenüber verschiedenen demografischen Kohorten bzw. Zielgruppen stärken.

Vergrößerung des Warenkorbs der Verbraucher

**74 %**

der Speed Seeker sagen, dass On-Demand-Lieferungen ihnen eine zusätzliche Möglichkeit bieten, bei ihren bevorzugten Einzelhändlern einzukaufen

UK 78 % | NL 62 % | DE 73 % | ES 81 %

## Die Zukunft von On-Demand-Lieferungen gestalten

Lieferando kooperiert seit Frühjahr 2023 mit einem großen Elektronikhändler in Deutschland, ermöglicht Konsumenten dadurch die spontane Lieferung von Consumer- und Haushaltselektronik, etwa von Smartphone-Ladegeräten, Computerzubehör und Audiogeräten.

Zu den anfänglichen Herausforderungen gehörte es, Verbrauchern die Möglichkeit einer Sofortlieferung von Heimelektronik bewusst zu machen. Das starke Logistiknetzwerk und Marketing sorgten für eine wachsende Bekanntheit und Akzeptanz der Partnerschaft bei den Verbrauchern sowie für eine kontinuierlich hohe Kundenzufriedenheit. So wuchs das Bestellvolumen gegenüber der anfänglichen Pilotphase binnen eines Jahres um das zwei- bis dreifache.

Just Eat Takeaway.com und Lieferando stärken die Bekanntheit von On-Demand-Lieferungen auch für andere Kategorien. Und mit einem größeren Bewusstsein wird die spontane Bestellnachfrage auch für eine Vielzahl weiterer Produktkategorien weiter zunehmen.

Umsatzspitzen durch spezielle Marketinginitiativen im Rahmen der Partnerschaft

# 15x



“

*[Es war eine] sehr positive Erfahrung. Der Artikel war in knapp 20 Minuten da. Eine bequeme, einfache und schnelle Hilfe.*

**Kundin einer Sofortlieferung von Elektronikprodukten mittels Lieferando, weiblich, 55–64, Deutschland**

### 03 Schaffung neuer Kaufanlässe

Für jede Produktkategorie gibt es typische Stoßzeiten und Schlüsselanlässe, zu denen Käufer die Sofortlieferung und ihren Komfort als besonders hilfreich empfinden. Ungeachtet des grundsätzlichen Trends zu On-Demand-Lieferungen zeigt unsere Befragung, dass die Bestellung in manchen Kategorien überproportional mit bestimmten Anlässen korreliert.

Einige dieser Anlässe erweitern die bereits für Lebensmittel-Sofortlieferungen beschriebenen Anlässe. Mit der Erweiterung des On-Demand-Ökosystems um weitere Produktkategorien kommen weitere Anlässe hinzu. Der entsprechende Komfort erleichtert den Alltag in bislang unbekannter Dimension.

#### Notfall

##### Lieferung in Momenten des akuten Bedarfs

Apothekenartikel, Haustierbedarf und Babypflege sind Produktkategorien, in denen es häufiger vorkommt, dass ein plötzlich bemerkter und dringender Bedarf der Grund für die Bestellung ist. Beispiele: Eine Mutter ist mit ihrem Baby allein zu Hause und stellt fest, dass sie keine Windeln mehr hat. Oder ein Partygänger wacht mit einem Kater auf. Dringlichkeit und Schnelligkeit der Lieferung sind von größter Wichtigkeit. Obwohl dringende Anlässe auch bei der Lieferung von Lebensmitteln eine zentrale Rolle spielen, erweitern solche Produktkategorien die Palette der "Notfallsituationen", in denen spontane Sofortlieferungen konkret helfen.

77 %

der Speed Seeker stimmen zu, dass man dank On-Demand-Lieferungen etwas Wichtiges, das man vergessen hat, in wenigen Augenblicken nachbestellen kann

UK 80 % | NL 75 % | DE 73 % | ES 80 %

#### Genuss

##### Sich und anderen etwas gönnen

Kategorien wie Beauty, Kleidung und Blumen sind eher mit Genussbestellungen assoziiert. Sei es ein Geschenk für einen geliebten Menschen oder ein besonderes Ereignis: Diese Produkte haben tendenziell eher etwas mit Genuss und luxuriösen Momenten zu tun. Dies eröffnet eine ganze Reihe neuer Anlässe, bei denen On-Demand-Lieferungen eine Rolle im Leben der Menschen spielen, und das Luxuriöse an Genuss und Geschenken kann sich als lukrativ erweisen.

75 %

der Speed Seeker stimmen zu, dass es mit On-Demand-Lieferungen einfacher denn je sein wird, unseren Lieben in Echtzeit passende Überraschungen und Geschenke zu schicken

UK 77 % | NL 69 % | DE 72 % | ES 79 %

#### Unerwartete Defekte

##### Hilfe beim Umgang mit Unvorhergesehenem

Heimwerkerartikel, Gartenbedarf, Elektronik- und Haushaltsgeräte werden meistens bestellt, wenn Produkte kaputt gehen. Gerade wenn Sie Zeit zum Heimwerken haben, geht ein wichtiges Werkzeug kaputt oder fehlt etwas. In diesen Produktkategorien sind schneller Ersatz oder eine Reserveoption für die meisten Haushalte hilfreich. On-Demand-Lieferungen können sich in immer mehr Anlässen dieser Art als Alltagsretter erweisen.

1 von 3

Speed Seekern gibt an, auf eine On-Demand-Lieferung zurückgreifen zu wollen, wenn ein Elektronik-, Heimwerker-, Garten- oder Haushaltsgerät kaputt geht

UK 36 % | NL 37 % | DE 33 % | ES 34 %

### Die Einkaufmeile in Ihrer Hosentasche

Eine Fülle von Verbraucherdaten zeigen, wohin sich die Kategorien als nächstes entwickeln. Dieses Whitepaper zeigt nur eine Momentaufnahme der Daten, die einen Wandel in der Branche signalisieren. Die nächste Phase wird eine Realität, in der On-Demand-Lieferungen von Produkten aller Art zur Norm werden.

Von Aggregatoren für Lebensmittellieferungen erwarten die Käufer, dass sie diese nächste Phase der Rapid Evolution in die Wege leiten. Immer mehr Verbraucher wünschen sich, alle ihre Bedarfsprodukte unter einem digitalen Dach zu finden. Angesichts des stetigen Nachfragerückgangs im stationären Einzelhandel ist der Wechsel logisch. Die neue Einkaufsstraße dürfte in Ihre Hosentasche passen.

Plattformen wie Just Eat Takeaway.com und Lieferando sind gut positioniert, um diese Vision voranzutreiben. Sie sorgen bereits heute für Millionen von Menschen weltweit täglich für eine spontane und komfortable Erleichterung ihres Alltags. Sie kennen Schlüsselfaktoren für immer mehr Produktkategorien, um den Kundenstamm zu vergrößern und Sofortlieferungen zu einem nachhaltig profitablen Geschäft für ihre Einzelhandelspartner zu machen.

### Die Käufer schauen auf Just Eat Takeaway.com (Lieferando.de) für die Zukunft der On-Demand-Lieferung

81 %

der Speed Seeker freuen sich darauf, auf Just Eat Takeaway.com (Lieferando.de) verschiedene Kategorien per On-Demand-Lieferung zu bestellen

UK 78 % | NL 79 % | DE 84 % | ES 83 %

75 %

der Pacey Prospects freuen sich darauf, auf Just Eat Takeaway.com (Lieferando.de) verschiedene Kategorien per On-Demand-Lieferung zu bestellen

UK 68 % | NL 75 % | DE 81 % | ES 76 %



# Im Gespräch mit ...



**Matt Hood,**  
Geschäftsführer  
von Co-op Food

**Frage:** Erzählen Sie mir, wie die Schnelllieferung von Lebensmitteln für Ihr Unternehmen funktioniert?

**Matts Antwort:** Unsere Analyse von Schnelllieferungen während der Covid-Pandemie hat gezeigt, dass unsere Kunden hier einen Bedarf haben, und seitdem ist dieses Segment bei uns exponentiell gewachsen.

Als Bedarfsartikelkette war es nicht unser Ziel, in den üblichen E-Commerce-Markt mit großen Warenkörben und Slots für mehrtägige Lieferzeiten einzusteigen. Unser Ziel ist es, den Komfort noch weiter zu steigern.

Mit mehr Bedarfsartikelläden in Großbritannien als jeder andere Anbieter sind wir näher an unseren Communitys und verfügen wie niemand sonst über die Fähigkeit, Schnelllieferungen korrekt umzusetzen. Wir decken über 80 % des Vereinigten Königreichs ab, meist mit einer Lieferzeit von etwa 20 Minuten, wodurch wir unsere Position festigen können.

**Frage:** Unsere Befragungen ergaben, dass On-Demand-Käufer von Lebensmitteln eine große Auswahl an Geschäften, aber auch die Lieblingsläden ihrer Umgebung wünschen. Erklärt dieser Wunsch nach Vielfalt die Schwierigkeiten früherer Marktteilnehmer?

**Matts Antwort:** Co-op versteht sich als „Community“-Einzelhändler, als ein Unternehmen im Besitz unserer Mitglieder. Dadurch können wir die Anforderungen unserer Kunden bezüglich der Angebotsbreite mit „Lokalität“ und einem Gefühl von Community in Einklang bringen. Der Grund, warum wir im Vergleich zu vielen anderen Quick-Commerce-Startups nicht scheitern werden, ist, dass die Kosten der letzten Meile für uns durch unsere Läden deutlich geringer sind und uns zudem Einblicke in die Kaufwünsche unserer Kunden gewähren.

**Frage:** Wir haben herausgefunden, dass die meisten Verbraucher Sofortlieferungen von Lebensmitteln als Ergänzung zum Einkauf im Ladengeschäft sehen, nicht als Ersatz dazu. Ist das eine Chance für Läden wie Ihre, die beides anbieten?

**Matts Antwort:** Auf jeden Fall. Ich war immer besorgt, dass unsere Schnelllieferungen einfach nur auf Kosten unserer bestehenden Ladenbesucher gehen würden, und da diese Art der Vermarktung weniger profitabel ist als ein Kunde im Laden, war das ein Risiko. Nun freuen wir uns jedoch über die hohen Gewinnzuwächse durch diese Kunden. Die Chance ist also groß, überwiegt das Risiko. Wir haben jede Woche etwa 17 Millionen Transaktionen – und

belegen damit wahrscheinlich Platz zwei im Vereinigten Königreich. Dennoch halten wir Schnelllieferungen für ein wichtigstes Mittel, unsere Marktdurchdringung noch weiter zu steigern.

Covid beschleunigte die digitale Bequemlichkeit der Kunden – insbesondere die der älteren Generationen. Dieses Verhalten wurde beibehalten, und die Kunden wollen heute nicht mehr nur Komfort, sondern schlicht eine sofortige Verfügbarkeit.

**Frage:** Und wo sehen Sie Sofortlieferungen im Verhältnis zu anderen Einkaufskanälen, die Ihr Unternehmen anbietet, z. B. vor Ort im Laden, die Lieferung zu bestimmten Zeiten usw.?

**Matts Antwort:** Unsere 2.500 Geschäfte können als Mini-Depots fungieren. Das ist ein großer Vorteil. Schnelllieferungen tragen dazu bei, die operativen Kosten der Läden zu decken und steigern ihre Rentabilität. In einigen Läden machen Schnelllieferungen über 20 % des Umsatzes aus. Unsere Teams haben ein effizientes Modell für die Ladenöffnungszeiten entwickelt, und da der Anteil der Schnelllieferungen am Umsatz wächst, werden wir wohl neue Ladenlayouts entwickeln.

**Frage:** Im Rahmen unserer Untersuchung wurden acht verschiedene „Einkaufssituationen“ ermittelt, die für den Schnellkauf von Lebensmitteln entscheidend sind. Bei der Hälfte handelt es sich um gelegentliche „Notfälle“, bei der anderen um normale Lebensmitteleinkäufe. Wie werden sich Verbraucherbedürfnisse Ihrer Meinung nach ändern?

**Matts Antwort:** Die von Ihnen beschriebene Ausgewogenheit der Kaufsituationen ist erfreulich. Natürlich nutzen viele Menschen den Service für Notfälle und Dinge, die sie vergessen haben, wie ja auch in unseren Läden. Die größere Chance besteht jedoch darin, die Warenkörbe zu steigern. In unseren physischen Ladengeschäften haben wir den Anteil frischer Lebensmittel auf 50 % des Umsatzes erhöht. Der typische Anteil an frischen Lebensmitteln in Convenience-Läden beträgt weniger als die Hälfte und wäre vor zehn Jahren noch niedriger gewesen.

Ein komfortables Einkaufen hilft den Kunden, ihre Ausgaben und Lebensmittelverschwendung zu reduzieren. Allerdings wird der Komfort oft als teurer Luxus stigmatisiert. Wir haben viel getan, um diesen Aufpreis zu senken, und unsere Partner können uns helfen, diese Botschaft zu verbreiten.

**Frage:** Welche Rolle wird die On-Demand-Schnelllieferung Ihrer MeWelche Rolle werden Sofortlieferungen in den nächsten 10 Jahren für Ihr Unternehmen und Ihre Kunden spielen?

**Matts Antwort:** Unserer Analyse zufolge wird der Markt für Sofortlieferungen weiter wachsen. Trotz der Krise steigender Lebenshaltungskosten haben die Kunden ein arbeitsreiches Leben, dem so ein Service Rechnung trägt. Die Erwartungen an den E-Commerce ändern sich, und wir wollen an der Spitze dieser Trends stehen. Mein Ziel ist es, in den nächsten 3 Jahren 35 bis 40 % des britischen Marktes für Sofortlieferungen abzudecken. Das können wir nur erreichen, wenn wir langfristig, eng und innovativ mit unseren Partnern zusammenarbeiten und danach streben, die Entwicklung in diesem Markt anzuleiten.

Die Kunden zeigen mit ihrem Verhalten, dass Sofortlieferungen ein fester Bestandteil ihres Alltags sind. Doch wir können noch viel tun, um die Marktpenetration, Bestellhäufigkeit und Größe des Warenkorbs zu steigern.



**Andrew Kenny,**  
Chief Commercial Officer  
bei Just Eat Takeaway.com  
(Lieferando.de)

**Frage:** Was ist Ihrer Meinung nach der Grund dafür, dass die Verbraucher die On-Demand-Lieferung von Lebensmitteln so schätzen? Welche aktuellen Trends, Marktbedingungen oder Konsumgewohnheiten treiben Ihrer Meinung nach die Nachfrage nach diesem Service an?

**Andrews Antwort:** Wir leben in einer Zeit, in der jeder alles jederzeit und überall bestellen kann – und es schnell geliefert wird. Wir haben während Covid ein enormes Wachstum von On-Demand-Lieferungen und einen Wandel des Bestellverhaltens festgestellt. Seitdem ist die Nachfrage der Verbraucher weiter gestiegen. Die Menschen erwarten mehr Komfort, eine schnelle Zustellung und Präzision.

Just Eat Takeaway.com ist Teil des Alltags vieler unserer Kunden, und wir nutzen unsere Technologie, um ihnen den Tag zu vereinfachen. Wir wissen, dass es eine Reihe von Faktoren gibt, die den Wert von On-Demand-Lieferungen weiter steigern, z.B. bei Menschen, denen die Zeit für Besorgungen fehlt, oder bei Kunden, die das Einkaufserlebnis im Laden frustriert. Egal, ob sie einen Liter Milch oder eine fehlende Zutat benötigen, wir kümmern uns darum – damit die Kunden mehr Zeit für Dinge haben, die ihnen wichtiger sind.

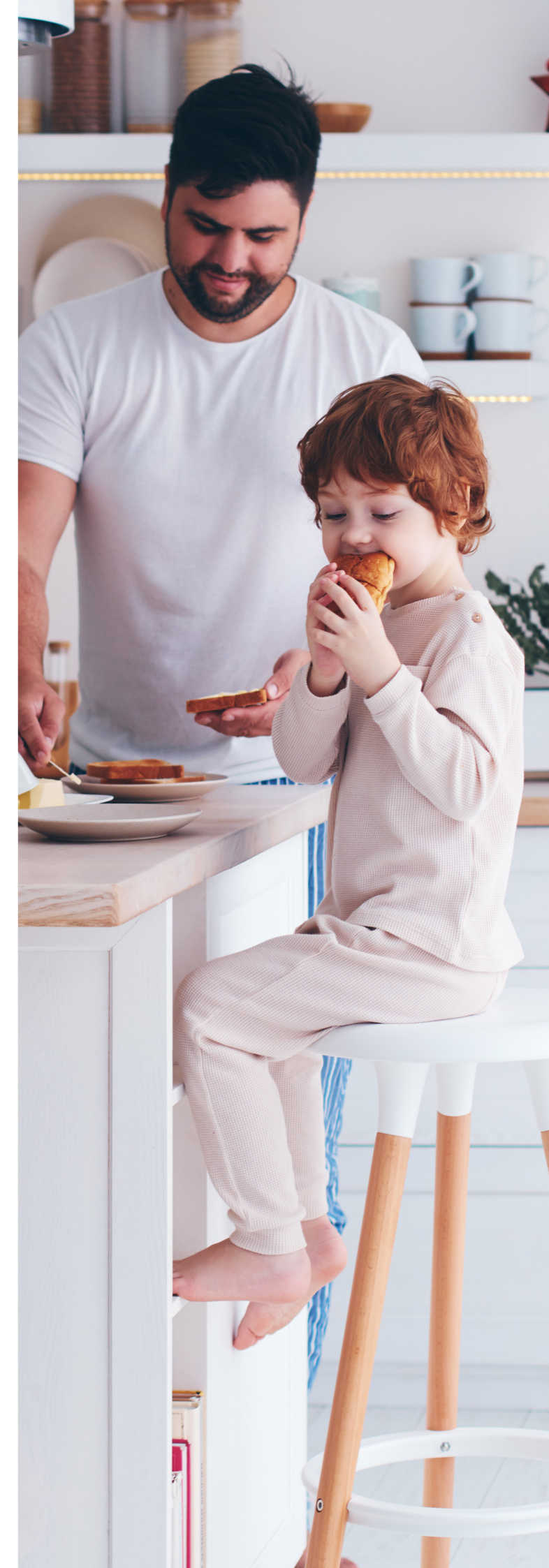
**Frage:** Wie hat Just Eat Takeaway.com die On-Demand-Lieferung von Lebensmitteln erschlossen und sich darauf ausgerichtet? Und was ist Ihrer Meinung nach das Erfolgsgeheimnis Ihres Modells gegenüber anderen?

**Andrews Antwort:** Wir haben in den letzten Jahren ein enormes Wachstum unseres Logistikangebots erlebt. Wir sind damit gut positioniert, um dem Wandel der Erwartung, Konsumgewohnheiten und Praxisanforderungen an Sofortlieferungen gerecht zu werden, indem wir Kunden binnen 20 Minuten liefern können, was immer sie wollen und wann sie es wollen.

Parallel dazu investieren wir weiter in unsere Technologie, um die Kundenerfahrung zu verbessern und unsere Plattform zukunftssicher zu halten. Dazu gehört auch die Einführung von Funktionen zur Vereinfachung des Bestellvorgangs, z.B. die Möglichkeit, bei Lebensmittelbestellungen einen Ersatzartikel zu ordern, wenn das ursprünglich gewünschte Produkt ausverkauft ist. Außerdem haben wir die Suchfunktion für Einzelhandelsprodukte und Lebensmittel vereinfacht, sodass die Kunden die gewünschte Kategorie besser finden.

**Frage:** Die Sofortlieferung von Lebensmitteln nimmt weiter zu. Wo sehen Sie die nächsten großen Schwerpunkte für Just Eat Takeaway.com, und wie werden sich diese in Ihrer App und Ihrem Geschäftsmodell widerspiegeln?

**Andrews Antwort:** Wir müssen das Bedürfnis der Verbraucher nach Komfort und Vielfalt weiter von der Spitze weg bedienen. Kundenorientierung bedeutet, dass wir ihre heutigen und künftigen Erwartungen verstehen müssen. Daher suchen wir ständig nach Innovationen für einen relevanten und praktischen Bestellvorgang. Sei es durch unseren KI-Chatbot oder durch unsere spezielle App zum Bestellen aus dem Auto. Außerdem ist es wichtig, die Kategorien auf der Plattform zu erweitern und auszubauen. Die Kunden können über Lieferando und Just Eat Takeaway.com bei immer mehr Handelspartnern bestellen. Aber das ist erst der Anfang, ein Kratzen an der Oberfläche. Wir konzentrieren uns dabei auf die Gewinnung weiterer Partner in Bereichen wie Haustierbedarf, Apothekenartikel, Spielzeug und Blumen. Was auch immer ein Kunde schnell haben möchte, wir liefern es.



# Nächste Schritte

## Die nächsten Schritte zu On-Demand-Lieferungen Ihres Unternehmens

Unsere Untersuchungsergebnisse zeigen, dass Sofortlieferungen den Alltag auf neuartige Weise erleichtern. Das ist nicht nur ein Trend. Es ist ein gesellschaftlicher Wandel, der von einer Generation vorangetrieben wird, die an eine sofortige Bedürfnisbefriedigung gewöhnt ist, die Schnelligkeit nicht mehr als Luxus ansieht, sondern sie erwartet. Was sollten Einzelhändler also tun?

### 01 Werden Sie Teil des Wandels

Einzelhändler sollten proaktiv handeln, um den Wandel der Bedürfnisse ihrer Kunden zu begleiten und in einer Welt der On-Demand-Zustellung zu profitieren. Andernfalls riskieren sie, ins Hintertreffen zu geraten. Die Verbraucher wollen eine unmittelbare Lieferung. Der Wunsch nach Schnelligkeit, Alltagserleichterung und Komfort nimmt weiter zu. Wer in dieser schnelllebigen Landschaft den Mut hat, innovativ auf die Bedürfnisse einer neuen Verbrauchergeneration einzugehen, wird mit Unternehmenserfolg belohnt.

### 02 Integrieren Sie Sofortlieferungen in Ihre Nachhaltigkeits- und Inklusivitätsstrategie

Die Käufer sehen einen klaren Zusammenhang zwischen der On-Demand-Lieferung und der Vermeidung von Lebensmittelverschwendung, wobei das nachhaltige Wirtschaften für viele eine hohe Priorität hat. Außerdem bieten On-Demand-Lieferungen einen gesellschaftlichen Mehrwert für Menschen mit Behinderung oder besonderen Anforderungen an Barrierefreiheit, indem sie ihnen den Zugang zu Dingen vereinfachen, die sie brauchen oder wünschen. Damit sollte die On-Demand-Zustellung ein zusätzlicher Pfeiler bei der Entwicklung nachhaltiger und integrierter Geschäftspraktiken werden.

### Vergrößern Sie Ihren Warenkorb um neue, erweiterte Einkaufsanlässe

Die On-Demand-Lieferung hat neue Anlässe für geplante und impulsive Einkäufe geschaffen, die es traditionell nicht gab. Der Einkauf per On-Demand-Lieferung ersetzt zwar nicht unseren regulären Einkauf, aber er erweitert den Warenkorb und die Konsumfreude. Gezielte Strategien zur Gewinnung von Kunden in diesen Kaufsituationen eröffnen neue Wege, Marken zu kontaktieren und mehr Geld auszugeben.

### 04 Machen Sie Ihre Produktpalette fit für On-Demand-Lieferungen

Abgesehen von Lebensmitteln wünschen sich Kunden den Komfort unmittelbarer Lieferungen auch in anderen Kategorien, zum Beispiel von Apothekenartikeln, bis hin zu Haustierprodukten. Überlegen Sie, wie die Expresszustellung in Non-Food-Kategorien erfolgen kann und welcher Produktmix die Kaufbereitschaft der Kunden maximiert.

### 05 Beachten Sie die Dynamik der Kaufentscheidungen bei der Optimierung für On-Demand-Lieferungen

Die Kunden haben hohe Erwartungen an On-Demand-Lieferungen. Dazu gehören die Einhaltung von Geschwindigkeitsversprechen, die richtige Auswahl von Händlern und das richtige Produktangebot, die Nutzerfreundlichkeit sowie ein hohes Maß an Kundenservice. Wenn diese Erwartungen enttäuscht werden (vor allem bezüglich der Zustellzeit), sinkt die Wahrscheinlichkeit, dass die Kunden erneut bestellen. Kooperieren Sie mit Plattformen, die die erforderliche Technologie und Logistik bereitstellen.

**Werden Sie zum Partner von Lieferando und Just Eat Takeaway.com auf unserer On-Demand-Reise. Täglicher Komfort ist unsere Mission. Wir verfügen sowohl über die operativen Möglichkeiten als auch über einen loyalen und bestellfreudigen Kundenstamm, um die On-Demand-Lieferung für Ihr Einzelhandelsgeschäft zum Erfolg zu machen. Wenn Sie mehr über diese Untersuchung erfahren oder Möglichkeiten einer Partnerschaft besprechen möchten, wenden Sie sich gerne an uns.**



**Rahat Gazi**  
Strategieleiterin – Lebensmittel und Einzelhandel,  
Just Eat Takeaway.com (Lieferando.de)  
[rahat.qazi@justeattakeaway.com](mailto:rahat.qazi@justeattakeaway.com)



**Carlos Hernandez Bermejo**  
Globaler Leiter – Lebensmittel und Einzelhandel,  
Just Eat Takeaway.com (Lieferando.de)  
[carlos.hernandez@justeattakeaway.com](mailto:carlos.hernandez@justeattakeaway.com)



# Ansatz

## Unsere Methodik

Um die Welt der On-Demand-Lieferungen zu ergründen, haben wir eine 15-minütige Online-Umfrage mit 4.000 Personen in vier Märkten (Großbritannien, Deutschland, Niederlande und Spanien) durchgeführt. Die meisten Befragten (75 %) hatten in den letzten sechs Monaten bereits mindestens einmal Lebensmittel per On-Demand-Lieferung bestellt – wir bezeichnen diese Befragten als Speed Seeker. Die übrigen (25 %) hatten noch nie etwas per On-Demand-Lieferung bestellt, wären aber dazu bereit – wir bezeichnen diese Befragten als Pacey Prospects.

Just Eat Takeaway.com hat außerdem unter Verwendung eines Online-Tagebuchs und in persönlichen Fokusgruppen mit 30 britischen Verbrauchern gesprochen, um ihre Bedürfnisse zu ermitteln und die Zukunft der On-Demand-Lieferung zu analysieren.

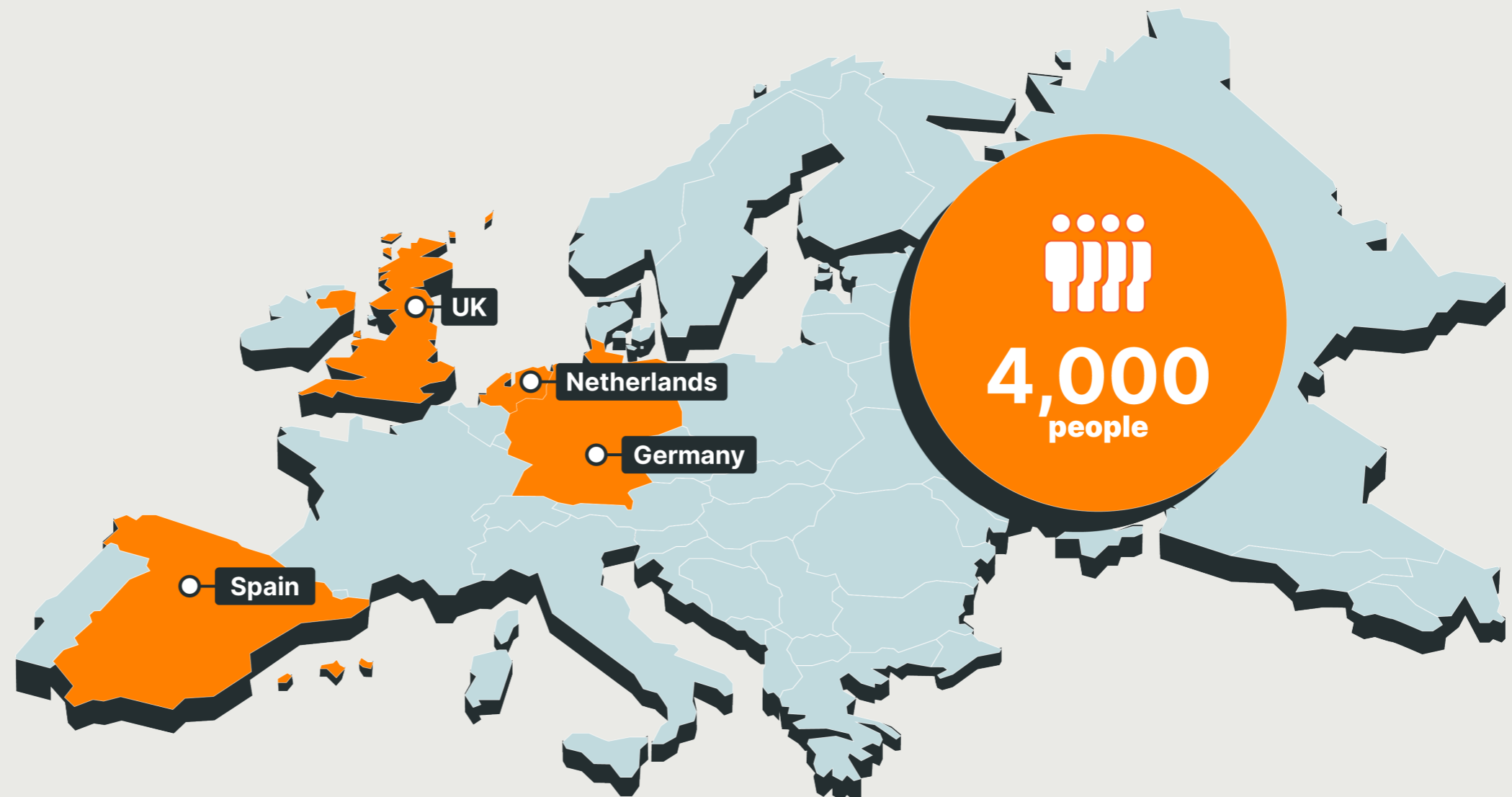
**Bitte wenden Sie sich an uns, wenn Sie mehr über die Untersuchung und Ergebnisse in diesem Whitepaper erfahren möchten**



**Fran Martin**  
Insight- und Strategie-Expertin,  
PA Consulting  
[fran.martin@paconsulting.com](mailto:fran.martin@paconsulting.com)



**Robyn Lee**  
Insight- und Strategie-Expertin,  
PA Consulting  
[robyn.lee@paconsulting.com](mailto:robyn.lee@paconsulting.com)



## Externe Quellen

- 1. Statista (2024)**  
**Quick commerce projections - Grocery**  
Abgerufen von: [www.statista.com/outlook/emo/online-food-delivery/grocery-delivery/quick-commerce/worldwide](https://www.statista.com/outlook/emo/online-food-delivery/grocery-delivery/quick-commerce/worldwide)
- 2. Oliver Wyman (2022)**  
**Why quick commerce is here to stay.**  
Abgerufen von: <https://www.oliverwyman.com/our-expertise/insights/2023/mar/quick-commerce-next-generation-grocery-shopping.html>
- 3. European Commission (2024)**  
**Food Waste**  
Abgerufen von: [https://food.ec.europa.eu/safety/food-waste\\_en](https://food.ec.europa.eu/safety/food-waste_en)
- 4. Greenmatch (2024)**  
**The World's Greenest Countries**  
Abgerufen von: <https://www.greenmatch.co.uk/blog/greenest-countries>
- 5. Beko (2021)**  
**European Sustainability Survey**  
Abgerufen von: <https://www.beko.co.uk/beko-research-reveals-uk-determination-to-save-the-planet>
- 6. House of Commons Library (2023)**  
**UK Disability Statistics: Prevalence and life experiences**  
Abgerufen von: <https://commonslibrary.parliament.uk/research-briefings/cbp-9602/>
- 7. Rat der Europäischen Union (2022)**  
**Behinderungen in der EU: Fakten und Zahlen**  
Abgerufen von: <https://www.consilium.europa.eu/de/infographics/disability-eu-facts-figures/>
- 8. Euro News. (2023)**  
**Das drohende Apothekensterben in Deutschland**  
Abgerufen von: <https://www.euronews.com/health/2023/06/21/a-medicine-shortage-is-behind-the-looming-death-of-community-pharmacies-in-germany#:~:text=According%20to%20ABDA%2C%20there%20are,of%20the%20German%20healthcare%20system>



**JUST EAT**  
Takeaway.com

**Über Just Eat Takeaway.com (Lieferando.de)**  
[www.justeattakeaway.com](http://www.justeattakeaway.com) ([www.lieferando.de](http://www.lieferando.de))

Just Eat Takeaway.com (Lieferando.de) ist ein weltweit führender Online-Marktplatz für Essenslieferungen, der Verbraucher mit über 699.000 Partnern in 19 Ländern verbindet. Unsere Mission ist es, den Komfort im Alltag zu verbessern.



**Über PA Consulting**  
[www.paconsulting.com](http://www.paconsulting.com)

PA glaubt an die Kraft des Erfindungsreichtums, um eine positive Zukunft für die Menschheit aufzubauen. Unser Team aus über 4.000 Strategen, Innovatoren, Designern, Beratern, Digitalexperten, Wissenschaftlern, Ingenieuren und Technologen arbeitet branchenübergreifend in Großbritannien, den USA, Irland, den nordischen Ländern und den Niederlanden.