



Der Food Delivery Markt Schweiz

Ergebnisse einer Gesamtmarktstudie im Auftrag von EAT.ch
Mai 2021

Der Food Delivery Markt Schweiz

Inhaltsverzeichnis

1. Vorwort und Kontakt
2. Aus aktuellem Anlass: Unsere Fahrer*innen
3. Summary: Der Food Delivery Markt Schweiz
4. Der «Online Food Delivery User»
5. Der «Online Food Delivery User»: Demografische Merkmale
6. Der «Online Food Delivery Heavy User»: Demografische Merkmale
7. Warum wird Essen bestellt?
8. Welche Küche wird bei Online Food Delivery bevorzugt?
9. Zum Vergleich: Welche Küche wird im Restaurant bevorzugt?
10. Zum Vergleich: Welche Küche wird bei Take Away bevorzugt?
11. Food Delivery: Online-Anteil vs. Offline-Anteil
12. Marktvolumen Food Delivery Schweiz 2018 vs. 2020
13. Über EAT.ch
14. Über Just Eat Takeaway.com



Vorwort und Kontakt

Der Schweizer Marktführer EAT.ch hat gemeinsam mit einem renommierten Marktforschungsinstitut eine schweizweite, repräsentative Umfrage durchgeführt. Dabei sollte der Delivery Markt sowie alle anderen Bereiche, in denen Essen konsumiert wird - vom Restaurant bis zum Take Away - untersucht werden. Kurz: Wo, wann und warum wird in welchem Segment Essen konsumiert. EAT.ch stellt mit diesem Report einen Teil der Ergebnisse für Medienschaffende zur Verfügung.

Übrigens: Im Januar 2021 hat EAT.ch eigene Daten - so umfassend wie nie zuvor - ausgewertet und analysiert. Im Zentrum stand die Frage, wie der Schweizer Konsument vor, während und nach dem nationalen Lockdown bestellt hat. Der Report kann jederzeit unter media@eat.ch als PDF bestellt werden (Deutsch und Französisch).

Für Interviewanfragen mit Herrn Dominic Milliod, mehr Informationen zu den Ergebnissen sowie Bildmaterial stehen wir jederzeit zur Verfügung.

Kontakt: EAT.ch, Werdstrasse 21, 8004 Zürich
Frau Séverine Götz, Communications EAT.ch, severine.goetz@eat.ch



Summary: Der Food Delivery Markt Schweiz



«Online Food Delivery User»

Knapp 70% der an der Umfrage teilgenommenen Personen gehören zu den «Online Food Delivery Usern»: Diese bestellen mehr als einmal im Jahr ihr Essen online (über eine Webseite oder App) und lassen es sich liefern. 28.5% der «Online Food Delivery User» sind sogenannte «Heavy User»: Sie bestellen mehr als 2-3 x pro Monat online. Es finden sich doppelt so viele «Heavy User» im Alterssegment 16-39 Jahre gegenüber dem Alterssegment 40-65 Jahre. Zudem ist der Männer-Anteil bei den «Heavy Usern» mit 57% gegenüber den Frauen deutlich höher. 63% der «Heavy User» befinden sich in einem Vollzeit-Arbeitsverhältnis und davon verdienen 36% mehr als CHF 8'000 im Monat. Es ist daher plausibel, dass Personen die mehr arbeiten und mehr verdienen Food Delivery nutzen.

Warum wird Essen bestellt?

Online Food Delivery entstand aus dem Bedürfnis einer mobilen, digitalen Gesellschaft und wird weiter dynamisch wachsen. Doch: Was sind konkrete Gründe, die letztendlich zu einer Bestellung führen? Die Auswertung hat ergeben, dass besonders junge Personen (16-39 Jahre) für entlastende Convenience-Angebote empfänglich sind. Je älter die befragten Personen sind, umso mehr Zeit nehmen sich diese selber zu kochen und entsprechend einzukaufen. Die oftmals verbreitete Meinung, junge Menschen sind nicht mehr fähig zu kochen, lässt sich hier nicht bestätigen. Im Gegenteil: Nur 17% der Teilnehmer*innen zwischen 16-29 Jahren bestellen deswegen ihr Essen. Die meistgenannten Gründe stehen im Zusammenhang mit einem zeitintensiven Berufsleben.

Food Delivery vs. Restaurant vs. Take Away

Pizza, Pasta und Risotto: Die italienische Küche ist in allen vier Altersgruppen sowie in allen drei abgefragten Consumption-Segmenten (Delivery, Restaurant, Take Away) die beliebteste. Schweizer Gerichte liegen im Delivery-Segment auf Platz 8, hingegen bei der Konsumation im Restaurant sind Speisen wie Röstli, Älplermagronen und Bratwurst auf dem zweiten Platz. Türkisch ist mit 15% Wachstum gegenüber 2018 die am schnellsten gewachsene Küche im Bereich Delivery. Besonders beliebt ist sie bei den 16-29 jährigen: Diese bestellen doppelt so viel türkisch wie die 50-65 jährigen.

Gesamtmarkt Food Delivery Schweiz (Online / Offline)

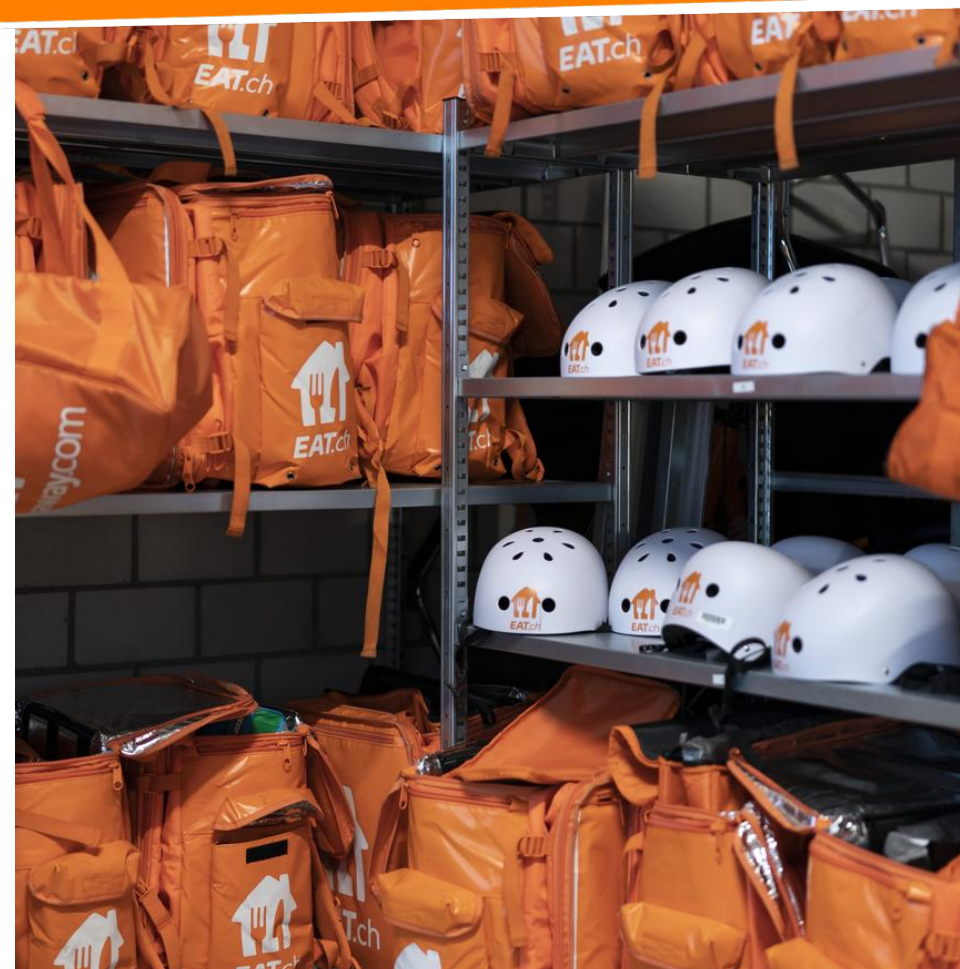
Bereits im 2018 wurde die gleiche Marktforschungsstudie durchgeführt und das Volumen des Delivery Marktes Schweiz auf 1.28 Milliarden CHF geschätzt. Die neue Schätzung – gemeinsam mit externen Experten definiert – liegt bei 2.1 Milliarden CHF. Damit ist der Gesamtmarkt Schweiz um 64% gewachsen. Der Online-Anteil (Bestellungen über Webseite und App) innerhalb des Gesamtvolumens stieg inner zwei Jahren sogar um 100% an und ist heute so gross wie der damalige Gesamtmarkt. Der Anteil Online / Offline bei allen Delivery-Bestellungen lag im 2018 bei 50% zu 50%. Nun beträgt der Online-Anteil 61% und ist somit gegenüber dem Offline-Anteil inner zwei Jahren um 11% gewachsen.

Der Food Delivery Markt Schweiz

Aus aktuellem Anlass: Unsere Fahrer*innen

Wichtig: Das Arbeitsmodell von EAT.ch ist NICHT teil der Gig Economy!

Aufgrund der zunehmenden medialen Berichterstattung im Zusammenhang mit Arbeitsbedingungen im Food Delivery-Business möchten wir unsere fairen Arbeitsbedingungen hervorheben: EAT.ch bezahlt schweizweit über dem Mindestlohn von CHF 23 auf die Stunde. Das ist der höchste kantonale Mindestlohn in Genf. Dieser Lohn erhalten die Fahrer*innen in allen Schweizer Kantonen. Entschädigt wird pro Stunde und nicht pro Fahrt. Damit ist auch die Leerzeit entlohnt. Unsere Fahrer*innen sind ordentlich angestellt, versichert und profitieren von Sozialleistungen. Zusätzlich erhalten alle Festtags- und Ferienentschädigungen. Somit verdienen EAT.ch-Fahrer*innen rund CHF 27 pro Stunde. Das Trinkgeld wird zusätzlich auf diesen Betrag direkt und zu 100% übermittelt und ermöglicht so einen Stundenlohn von CHF 30-CHF 33. Wir stellen unseren Fahrer*innen die Ausrüstung und Rucksäcke zur Verfügung.



Der Food Delivery Markt Schweiz

Der «Online Food Delivery User»

Knapp 70 % der befragten Teilnehmerinnen und Teilnehmern gehören zu den «Online Food Delivery Usern»: Diese bestellen mehr als einmal im Jahr ihr Essen Online (über eine Webseite oder App) und lassen sich dieses liefern.

Die «Online Food Delivery User» werden in drei Segmente eingeteilt:

«Heavy User» → Total: 28.5%

- mehrmals wöchentlich: 2.9% «Online Food Delivery User»
- ca. 1 x wöchentlich: 9.5% «Online Food Delivery User»
- ca. 2 - 3 x im Monat: 16.1% «Online Food Delivery User»

«Medium User» → Total: 31.3%

- ca. 1 x im Monat: 16.8% «Online Food Delivery User»
- alle paar Monate: 14.5% «Online Food Delivery User»

«Light User» → Total: 20.1%

- ca. 1 - 2 x im Jahr: 8.8% «Online Food Delivery User»
- weniger als 1 - 2 x im Jahr: 11.3%*

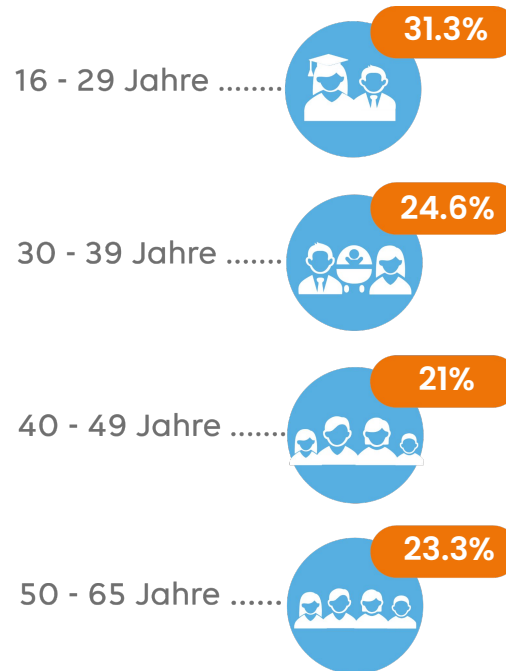
- 8.9% sagten, Online Food Delivery noch nicht genutzt zu haben, können sich dies jedoch vorstellen.
- 11.3% sagten, Online Food Delivery nicht mehr zu nutzen oder nicht zu nutzen.

*gehören nicht mehr zu den «Online Food Delivery Usern», werden allerdings im Segment «Light User» aufgeführt.



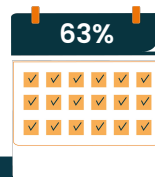
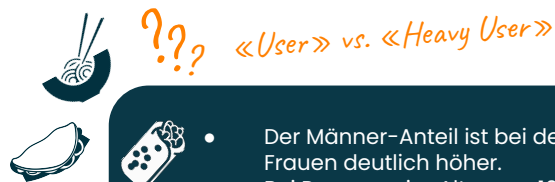
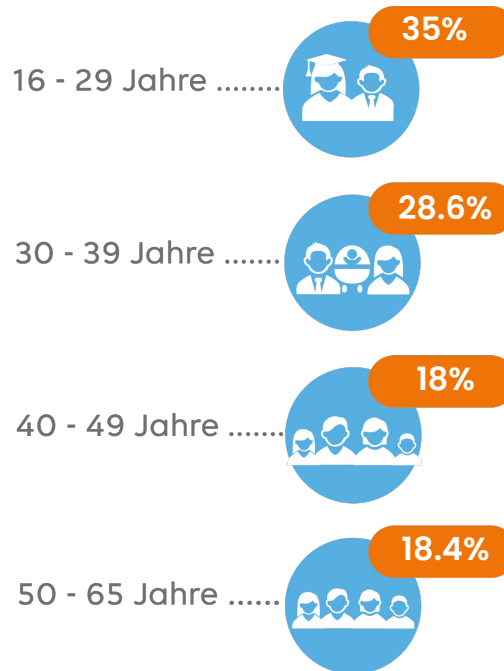
Der Food Delivery Markt Schweiz

Der «Online Food Delivery User*»: Demografische Merkmale



Der Food Delivery Markt Schweiz

Der «Online Food Delivery Heavy User»*: Demografische Merkmale



- Der Männer-Anteil ist bei den «Heavy Usern» mit 57% gegenüber den Frauen deutlich höher.
- Bei Personen im Alter von 16–39 Jahren sind mehr «Heavy User» vertreten als bei Personen im Alter von 40–65 Jahren.
- 36% der «Heavy User» verdienen mehr als CHF 8'000 im Monat.
- 63% der «Heavy User» befinden sich in einem Vollzeit-Arbeitsverhältnis.

Warum wird Essen bestellt?

Online Food Delivery entstand aus dem Bedürfnis einer mobilen, digitalen Gesellschaft und wird weiter dynamisch wachsen.

In der Marktforschungsumfrage wurden jedoch konkrete Gründe definiert, die zu einer Online-Bestellung führen und dementsprechend abgefragt. Die Auswertung hat ergeben, dass besonders junge Personen (16-39 Jahre) für entlastende Convenience-Angebote empfänglich sind. Je älter die befragten Personen sind, umso mehr Zeit nehmen sich diese selber zu kochen und entsprechend einzukaufen.

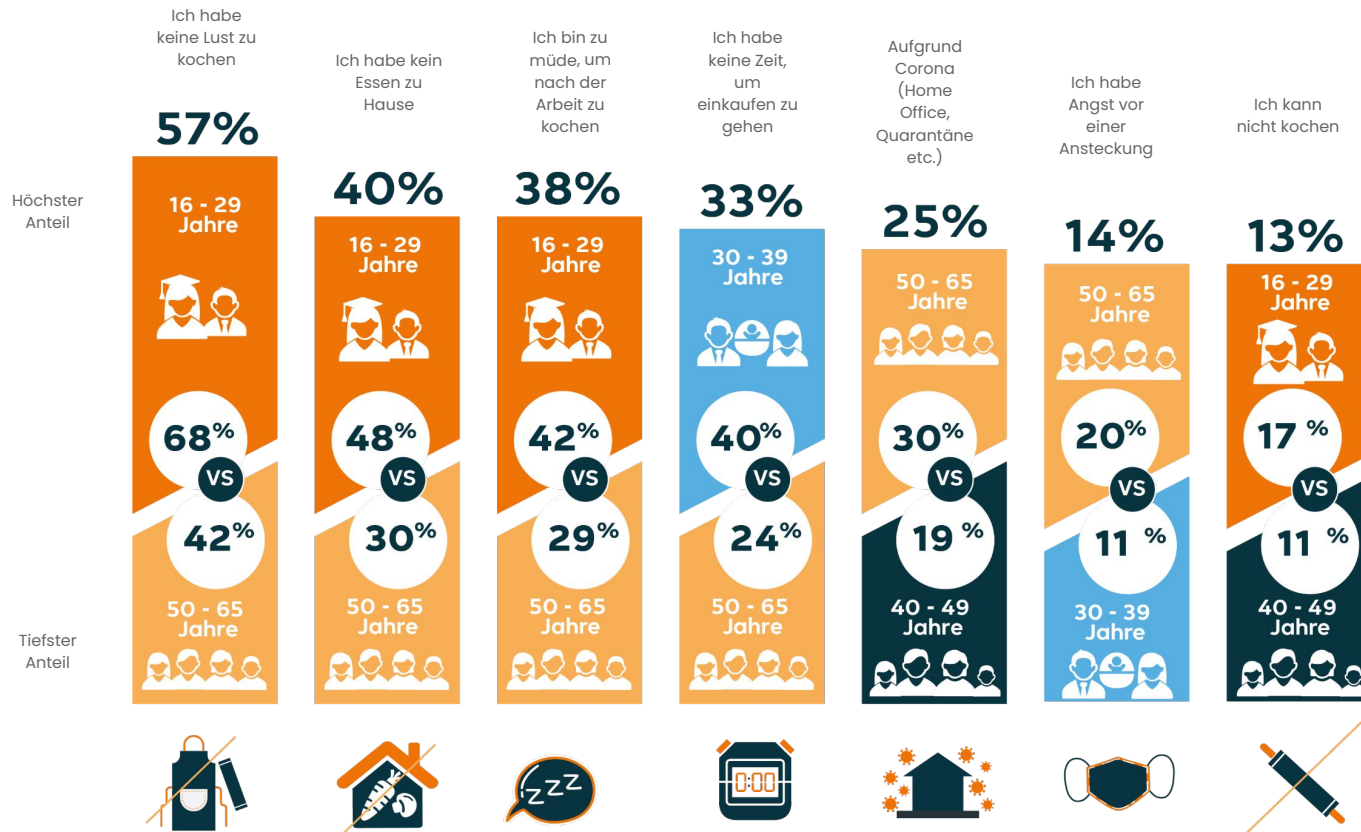
Doch: Die Behauptung, junge Personen können nicht kochen, lässt sich anhand der Ergebnisse nicht bestätigen. Im Gegenteil: nur 17% der Teilnehmer geben dies als Grund für Online Food Delivery an. Die meistgenannten Gründe stehen im Zusammenhang mit einem zeitintensiven Berufsleben (siehe nächste Seite).

Betrachtet man die gleichen Argumente im Zusammenhang mit dem Besuch eines Restaurants, fällt auf: Keine Zeit, um einzukaufen, ist kaum ein Grund um ein Restaurant besuchen. Der häufigste Grund für einen Besuch in einem Restaurant ist: man möchte sich belohnen (55% der Befragten). Dieses Argument wurde im Zusammenhang mit Online Food Delivery nur von 27% der Teilnehmer gewählt.



Der Food Delivery Markt Schweiz

Warum wird Essen bestellt?*



* Basierend auf der Frage:
Zu welchen der folgenden Gelegenheiten nutzen Sie Food Delivery (bzw. würden Sie diese nutzen falls Sie es bis jetzt noch nicht getan haben)? Mehrere Antworten möglich.

Der Food Delivery Markt Schweiz

Welche Küche wird bei Online Food Delivery bevorzugt?*



1. Italienische Küche (vs. 2018: - 7%)

Nutzung nach Alterssegment:



Die italienische Küche ist bei allen Teilnehmern und durch alle Altersklassen die beliebteste.



2. Asiatische Küche (vs. 2018: + 9%)

Nutzung nach Alterssegment:

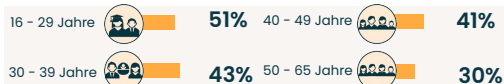


Die asiatische Küche (= Regionalküchen in den asiatischen Staaten östlich des Einflussbereiches der Arabischen Küche) ist besonders bei Personen im Alter zwischen 30-39 Jahren beliebt.



3. Burger (vs. 2018: neue Kategorie)

Nutzung nach Alterssegment:



Burger lieben alle! Allerdings ist das Bun-Sandwich klarer Favorit bei den 16-29 Jährigen.



4. Türkische Küche (vs. 2018: +15%)

Nutzung nach Alterssegment:



Die 16 - 29 Jährigen bestellen doppelt so viel türkisch wie die 50- 65 Jährigen. Die türkische Küche ist seit 2018 um 15% gewachsen.



5. Japanische Küche (vs. 2018: - 7%)

Nutzung nach Alterssegment:

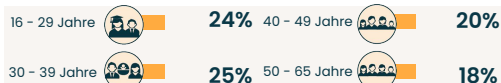


Personen im Alter zwischen 30-39 Jahren wählen bei Online Food Delivery 60% häufiger japanische Küche als die 40-65 Jährigen aus. Basis dabei ist Reis und Fisch.



6. Indische Küche (vs. 2018: +5%)

Nutzung nach Alterssegment:

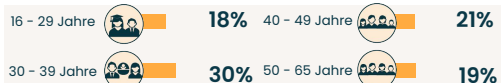


Indisch ist bei allen gleich beliebt. Übrigens: Bei EAT.ch gehören die Teigtaschen Samosa zu den am schnellsten wachsenden Gerichten.



7. Salat (vs. 2018: -2%)

Nutzung nach Alterssegment:

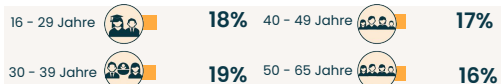


Salat - besonders als Vorspeise - wird von den 30-39 Jährigen am meisten bevorzugt.



8. Schweizer Küche (vs. 2018: -5%)

Nutzung nach Alterssegment:

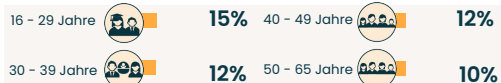


Die Schweizer Küche ist bei allen gleich beliebt. Bei der Konsumation im Restaurant sind Rösti und Älplermagronen auf Platz 2 (siehe nächste Seite).



9. Vegetarisch & Vegan (vs. 2018: +9%)

Nutzung nach Alterssegment:

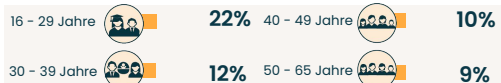


Vegetarische und vegane Gerichte sind seit 2018 um 8% gewachsen. Diese werden von den 16-29 Jährigen am häufigsten bestellt.



5. Bowls (vs. 2018: new category)

Nutzung nach Alterssegment:



Personen zwischen 16-29 Jahren konsumieren doppelt so viele Bowls als die anderen Alterssegmente.

*Basierend auf der Frage:

Wenn Sie Essen bestellen: Welche der folgenden Küchentypen konsumieren Sie bei Online Food Delivery? Mehrere Antworten möglich.



Zum Vergleich: Welche Küche wird im Restaurant bevorzugt?

- Auch im Restaurant sind Pasta, Pizza und Risotto die beliebtesten Gerichte und damit auf dem ersten Platz.
- Schweizer Gerichte liegen im Delivery-Segment auf Platz 8, hingegen bei der Konsumation im Restaurant sind Speisen wie Röstli, Älplermagronen und Bratwurst auf dem zweiten Platz.
- Die mexikanische Küche, spanische Küche sowie grillierte Gerichte sind nur beim Restaurant-Besuch in den Top 10, da sich diese wohl einfacher in einem Restaurant konsumieren lassen. Besonders die spanische Tapas-Küche mit kleinen Tapas-Portionen eignet sich nicht immer für Delivery. Zudem mangelt es in diesen Kategorien auch an Restaurants, die ihr Essen liefern.
- Der Salat wird im Restaurant zu 25% mehr bestellt als bei Food Delivery.
- Die Türkische Küche wird hingegen eher bei Delivery oder Take Away bevorzugt. Beim Restaurant-Besuch ist sie nicht in den Top 10 vertreten.



Durchschnitt Warenkorbwert: 37.25 CHF
Durchschnitt Personen pro Warenkorbwert: 3.09



Zum Vergleich: Welche Küche wird bei Take Away* bevorzugt? **

- Die italienische Küche führt auch die Rangliste beim Take Away-Verzehr an und ist damit in allen drei Consumption-Bereichen die beliebteste.
- Griechische Gerichte, Suppen sowie Wraps und Sandwiches erscheinen ausschliesslich in den Top 10 der Take Away-Favoriten.
- Der Salat wird bei der Take Away-Konsumation zu 28% mehr konsumiert als bei Food Delivery.
- Asiatisch wird bei Delivery und im Restaurant gegenüber Take Away bevorzugt: Reis und Fisch sind in den Take Away-Top 10 nicht vertreten.



Durchschnitt Warenkorbwert: 17.31 CHF
Durchschnitt Personen pro Warenkorbwert: 2.15

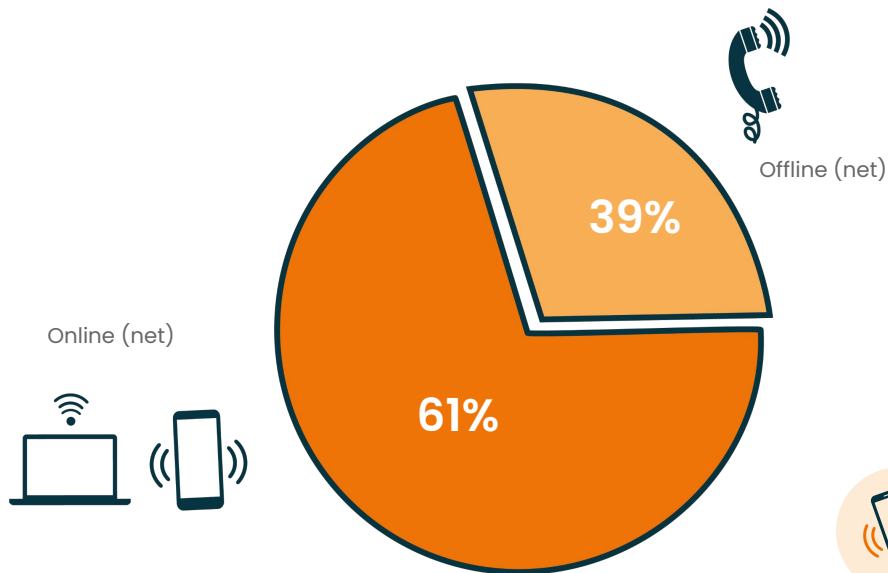
* Als Take Away gelten Produkte, die über eine Theke (auch eines Restaurants) oder Take Away-Kiosk ohne Sitzgelegenheit konsumiert werden.

** Basierend auf der Frage:

Wenn Sie Take Away konsumieren: Welche der folgenden Küchentypen konsumieren Sie? Mehrere Antworten möglich.

Der Food Delivery Markt Schweiz

Food Delivery: Online-Anteil vs. Offline-Anteil



Online:

- Via Webseite eines Online Food Delivery-Anbieters
- Via App eines Online Food Delivery-Anbieters
- Via Webseite eines Restaurants
- Via App eines Restaurants

Offline:

- Direkt beim Restaurant per Telefon

Übrigens:

- Personen im Alter von 16 - 29 Jahren bestellen 3 x mehr über eine Online Food Delivery-App als die restlichen Altersklassen.
- Personen im Alter von 50 - 65 Jahren bestellen doppelt so viel über das Telefon als Personen im Alter von 16 -29 Jahren.

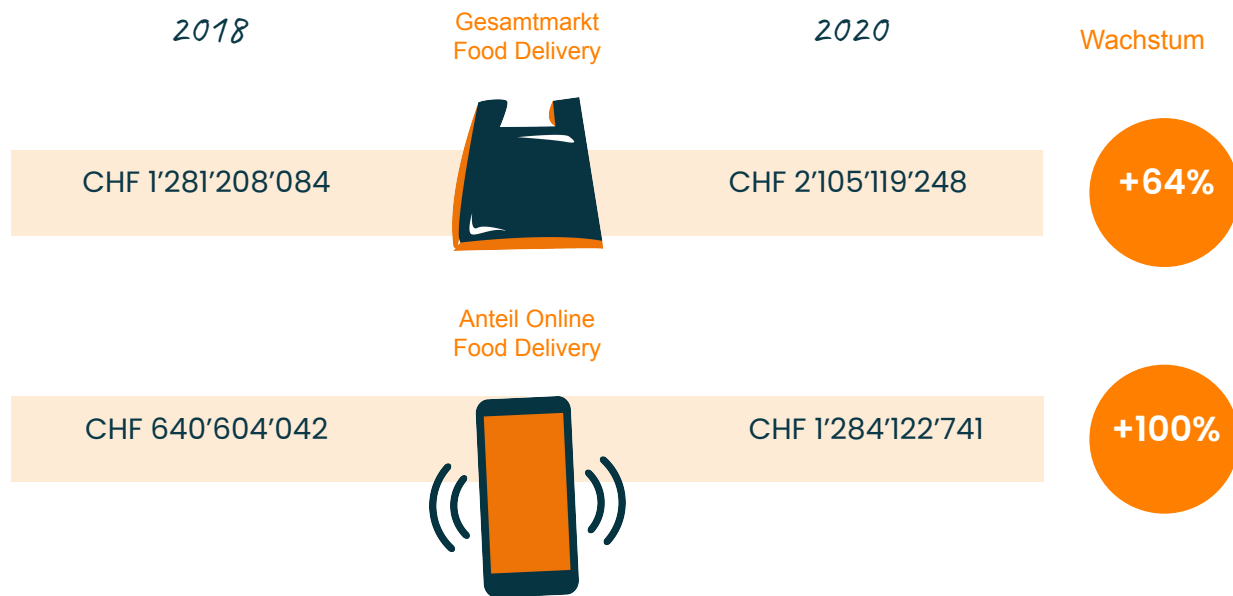


Der Anteil Online / Offline bei allen Delivery-Bestellungen lag im 2018 bei 50% zu 50%.

Nun beträgt der Online-Anteil 61% und ist somit gegenüber dem Offline-Anteil innert zwei Jahren um 11% gewachsen.

Der Food Delivery Markt Schweiz

Marktvolumen Food Delivery Schweiz 2018 vs. 2020



Bereits im 2018 wurde die gleiche Marktforschungsstudie durchgeführt und das Volumen des Delivery Marktes Schweiz auf 1.28 Milliarden CHF geschätzt. Die neue Schätzung - gemeinsam mit externen Experten definiert - liegt bei 2.1 Milliarden CHF. Damit ist der Gesamtmarkt Schweiz um 64% gewachsen. Der Online-Anteil (Bestellungen über Webseite und App) innerhalb des Gesamtvolumens stieg innerhalb zwei Jahren sogar um 100% an und ist heute so gross wie der damalige Gesamtmarkt.

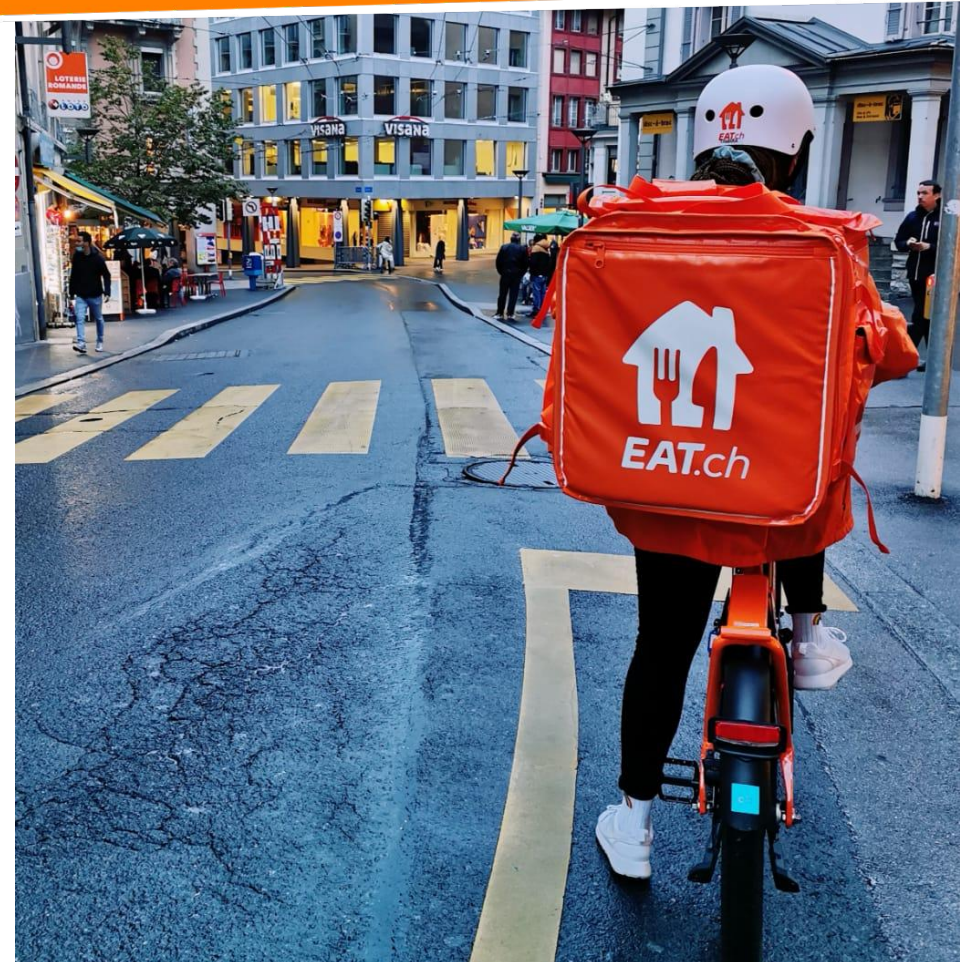
Über EAT.ch

EAT.ch ist mit 3'500 Partner-Restaurants Schweizer Marktführer im Bereich Food Delivery und agiert als Plattform zwischen dem Konsumenten und dem Restaurant.

Gegründet wurde EAT.ch im Jahre 2007 von zwei HSG-Studenten gegründet. Fünf Jahre später erfolgte ein Joint Venture mit der britischen JUST EAT-Gruppe und ab 2015 wurde EAT.ch eine Tochtergesellschaft von JUST EAT.

Anfang 2020 fusionierte die JUST EAT-Gruppe mit dem niederländischen Food Delivery-Unternehmen Takeaway.com zu Just Eat Takeaway.com (LSE: JET, AMS: TKWY). In diesem Zusammenhang erfolgte auch in der Schweiz der Zusammenschluss der Marken EAT.ch und Takeaway.com. Das Unternehmen wird unter dem Namen EAT.ch weitergeführt und die Position als Schweizer Marktführer weiter ausgebaut.

Dominic Millioud ist Country Manager von EAT.ch und verantwortet in dieser Rolle die operative Führung des Unternehmens in der Schweiz. Er arbeitet seit 2011 im Unternehmen und war erster Mitarbeiter nach dem Gründerteam.



Über Just Eat Takeaway.com N.V.

Just Eat Takeaway.com (LSE: JET, AMS: TKWY) ist ein führender Online-Marktplatz für Essensbestellungen ausserhalb von China. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Amsterdam fokussiert sich darauf, Konsumenten und Restaurants über seine Plattformen zusammenzubringen.

Mit über 205'000 angeschlossenen Restaurants bietet Just Eat Takeaway.com Konsumenten eine breite Vielfalt an Gerichten. Just Eat Takeaway.com arbeitet hauptsächlich mit Restaurants zusammen, die einen eigenen Lieferservice anbieten. Zusätzlich bietet Just Eat Takeaway.com auch einen Auslieferungsdienst für Restaurants ohne eigenen Lieferservice an.

Der Zusammenschluss aus Just Eat und Takeaway.com hat sich schnell zu einem führenden Online-Marktplatz für Essenslieferungen entwickelt mit Standorten in Großbritannien, den Niederlanden, Deutschland, Kanada, Australien, Österreich, Belgien, Bulgarien, Dänemark, Frankreich, Irland, Israel, Italien, Luxemburg, Neuseeland, Norwegen, Polen, Portugal, Rumänien, Spanien und die Schweiz sowie Partnerschaften in Kolumbien und Brasilien.

