



So bestellte die Schweiz 2021

Datenauswertung des Schweizer Online
Food Delivery-Marktführers Just Eat



Inhaltsverzeichnis



Vorwort

Lukas Streich, Country Manager Schweiz	4-5
Séverine Götz, Corporate Communications Manager	6-7

Über Just Eat Schweiz

Die Milestones der letzten 14 Jahre	8-11
-------------------------------------	------

Was kommt auf den Teller, Schweiz? Nationale Datenauswertung zum Bestellverhalten

Die beliebtesten Küchen und ihre jeweiligen Top 3 Gerichte	12-15
Die Aufsteiger: Diese Küchen wurden beliebter Diese Gerichte wurden in den letzten zwölf Monaten immer beliebter	16
Die Absteiger: Diese Küchen wurden etwas weniger bestellt	17
Die beliebtesten vegetarischen und veganen Gerichte	18-19
In diesen Städten wird am meisten Essen bestellt (per capita)	20
Die Food Delivery-Uhr: Um diese Uhrzeit wird bestellt	21

Eine kulinarische Tour durch die Schweiz: So bestellen die 26 Schweizer Kantone

Die am häufigsten bestellten Gerichte	22-25
Die kulinarischen Unterschiede in den zwei grossen Schweizer Sprachregionen	26-27
Diese Gerichte verzeichnen den am schnellsten wachsenden Umsatz	28-29
Der Burger- und Pizza-Index	30-31
Das sagt die Expertin: Nora Kralle, wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Universität St.Gallen	32-33

Customer Insights

Wer lässt sich Essen liefern?	34-35
Soziodemografische Merkmale	36-37
Ein wahrer Food Delivery Fan und die Rekord-Rechnung	38
Touchscreen oder Keyboard?	39
An diesen Tagen sind in den letzten 12 Monaten die meisten Bestellungen eingegangen	40-41

Unsere Restaurant-Partner

Die Restaurants auf unserer Plattform	
Neue Partner	
Die zehn Städte mit der höchsten Restaurantdichte (per capita)	42-43
Das sagen unsere Restaurant-Partner	44-47

Company Insights

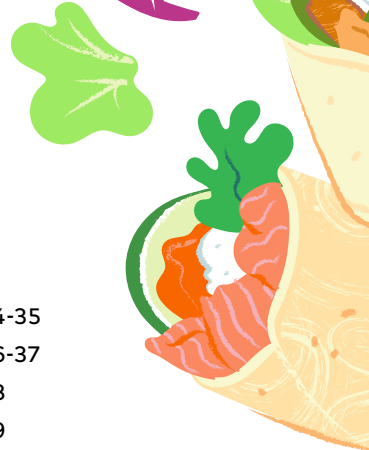
Die Auswirkungen der Pandemie auf das Bestellverhalten	48-51
Corona-Hilfspaket für unsere Restaurant-Partner	52-53
Key Areas of Focus: Umwelt, Angebot, Menschen und Gesellschaft	54-57
Unsere Fahrer:innen	58-59
Just Eat for business: Just Eat ist auch eine Online-Kantine	60-61

Just Eat Takeaway

So bestellt Europa	62-65
--------------------	-------

Quellenangaben

Pressekontakt	66-67
---------------	-------



Vorwort



Lukas Streich
Just Eat Country
Manager Schweiz



Liebe Leserin, lieber Leser

Auch dieses Jahr stand ganz im Zeichen der Pandemie, doch wir durften trotzdem schöne Highlights erleben: Eines davon war unbestritten der Start unseres Sponsoring-Deals mit der UEFA. Als sich die Schweizer Fussball-Nationalmannschaft im Sommer sensationell ins Viertelfinale spielte, war unsere Marke auf den Perimeter LED-Boards für alle sichtbar mittendrin. Auch bei den Champions League-Spielen sowie bei zehn weiteren Turnieren, darunter die Women's Champions League, die UEFA Europa League oder die Europa Conference League, wird unser oranges Logo überall zu sehen sein. Von dieser hohen Visibilität profitieren unsere Restaurant-Partner.

Das Delivery-Geschäft hat sich in den vergangenen Jahren stark entwickelt und war während der Lockdowns für viele unserer Restaurant-Partner zu einem wichtigen, teilweise überlebensnotwendigen Standbein geworden. Wir erinnern uns: Ab dem 22. Dezember 2020 bis zum Mai 2021 war es Gastronomie-Betrieben nicht erlaubt, Gäste vor Ort zu bewirtschaften – eine herausfordernde Situation für alle. In dieser schwierigen Zeit durften wir als Plattform unsere Restaurants mit ihren Gästen verbinden und ihnen auch neue Kundschaft vermitteln. Kleiner Spoiler aus unserem Report: Die Lunch-Bestellungen sind

im zweiten Lockdown um über ein Drittel gestiegen, das Bestellvolumen am Abend wuchs um mehr als 30 %. Zudem haben wir in den vergangenen zwölf Monaten das Restaurant-Angebot um 40 % ausbauen können.

Zu unseren Restaurant-Partnern pflegen wir langjährige, erfolgreiche und vertrauenswürdige Partnerschaften. Diese bekräftigten wir mit einem grossen Corona-Hilfspaket, von dem Sie in diesem Report mehr erfahren werden.

Persönlich habe ich mich, als die Restaurants wieder öffneten, auf das besondere Ambiente gefreut, auf den persönlichen Kontakt und darauf, einen aufmerksamen Service zu geniessen. Gleichzeitig habe ich weiterhin – wie viele andere Konsument:innen auch – das Food Delivery Angebot genutzt. Die Gründe für Food Delivery sind unterschiedlich – für mich bedeutet es oftmals eine Entlastung im hektischen Alltag mit Homeoffice. Bestelle ich mit meiner Familie, ist es mehr eine Belohnung: Pizza zum Freitag! So oder so lässt sich die Verlagerung des Konsums in die digitale Welt nicht mehr aufhalten. Die beiden unterschiedlichen Bedürfnisse, einerseits das Erlebnis, im Restaurant zu essen und andererseits sich beliefern zu lassen, werden sich abwechseln und gegenseitig beflügeln.

Von mir wissen sie es: Am Freitagabend gibt es bei uns oft Pizza. Diese ist natürlich ein Dauerbrenner. Doch Sie werden von einigen Resultaten unserer Datenauswertung überrascht sein. Hätten Sie gedacht, dass das beliebteste vegane Gericht Momos (tibetische Teigtaschen) sind?

Wir freuen uns, Sie auf den folgenden Seiten mit dem Schweizer Bestellverhalten vertraut zu machen und unser Business näher zu bringen.

Herzlich
Lukas Streich





Vorwort



Séverine Götz
Corporate Communications
Manager



Liebe Leserin, lieber Leser

Seit der Lancierung des ersten Reports “So bestellte die Schweiz 2020” ist bereits ein Jahr vergangen. Ausschlaggebend für die Publikation war das grosse Interesse der Medien an unserem Business. Ich erinnere mich an Tage im ersten Lockdown, an denen wir jeweils bis zu 15 Anfragen erhalten haben. Wir nahmen diese als Anlass, den Medienschaffenden und damit der Öffentlichkeit in Form von Reports einen Einblick zu vermitteln. Wie und was wird bei Food Delivery bestellt? Wer nutzt das Angebot? Und welche Auswirkungen hatte und hat die Pandemie?

Just Eat wurde 2007 gegründet und ist der älteste und grösste Anbieter auf dem Schweizer Markt. Food Delivery war also schon lange vor der Pandemie Trend und entstand aus dem Bedürfnis einer mobilen, digitalen Gesellschaft. Klar ist, dass der Trend durch die Pandemie stark beschleunigt wurde. Die Zielgruppe wurde breiter, das Angebot vielfältiger und die Menü-Auswahl grösser. Während sich im ersten Lockdown die Fragen der Medien auf das Bestellverhalten konzentrierten, verschob sich der Fokus im zweiten Lockdown Ende 2020 auf diejenigen, welche das Essen ausliefern: die Fahrer:innen.

Corona hat unsere Lebensweise stark verändert. Das Schlagwort heisst Flexibilität. Auch in Bezug

auf den Arbeitsplatz oder das Arbeitsmodell. Auf dem Schweizer Delivery-Markt existieren unterschiedliche Geschäftsmodelle und damit verbundene Anstellungsverhältnisse. Eines davon wird der Gig Economy zugeordnet. Der Begriff entstand in der Musikbranche und beschreibt, dass eine Band nach einem Gig ihre Gage erhält und weiterzieht. Eigentlich eine neu gewonnene Freiheit. Kritisch wird es dann, wenn der nötige Schutz bei Unfall oder Krankheit fehlt.

Just Eat gehört nicht zur Gig Economy. Die 1'500 Fahrer:innen sind ordentlich angestellt, versichert und profitieren von Sozialleistungen. Sie werden in der gesamten Schweiz weit über dem höchsten, kantonalen Mindestlohn, der bei 23 Franken pro Stunde liegt, bezahlt. Entschädigt wird zudem pro Stunde und nicht pro Fahrt. Damit ist auch die Leerzeit entlohnt, während derer die Kurier:innen auf einen Auftrag warten. Das Trinkgeld wird direkt und zu 100 % ausbezahlt. Zudem werden den Fahrer:innen Ausrüstung und Rucksäcke zur Verfügung gestellt.

Danke, dass diese Differenzierung immer mehr wahrgenommen und auch anerkannt wird.

Herzlich
Séverine Götz

Über Just Eat Schweiz

Unsere Geschichte



Just Eat ist mit 4'500 Partner-Restaurants Schweizer Marktführer im Bereich Food Delivery und agiert als Plattform zwischen Konsument:innen und Restaurants.

Dabei werden zwei Geschäftsmodelle verfolgt: Entweder liefert das Restaurant das Essen selbst aus oder Just Eat übernimmt die Lieferung mit vertraglich angestellten Kurier:innen. Diese sind versichert, profitieren von Sozialleistungen und werden weit über dem Mindestlohn bezahlt.

Gegründet wurde Just Eat als EAT.ch im Jahr 2007 in der Schweiz von den ehemaligen HSG-Studenten Reto Graf, Lukas Weder und Alexander Gouk.

2011 erfolgte ein Joint Venture mit der britischen Just Eat-Gruppe, die ihren Hauptsitz in London hatte.

2015 wurde EAT.ch eine 100 %-ige Tochtergesellschaft der Just Eat-Gruppe.

Anfang 2020 fusionierte die britische Just Eat-Gruppe mit dem niederländischen Food Delivery-Unternehmen Takeaway.com zu Just Eat Takeaway.com. In diesem Zusammenhang erfolgte auch in der Schweiz der Zusammenschluss der Marken EAT.ch und Takeaway.com.

Das Unternehmen wurde vorerst unter dem Namen EAT.ch weitergeführt, und die Position als Schweizer Marktführer konnte weiter gestärkt werden.

Im März 2021 hat Just Eat Takeaway.com eine der bislang grössten UEFA-Partnerschaften unterzeichnet.

Das damit verbundene, stark präsenste Branding soll nicht nur den 4'500 Schweizer Restaurant-Partnern hohe Aufmerksamkeit verschaffen, sondern auch Kund:innen zahlreiche Vorteile ermöglichen.

Um die zahlreichen Werbe- und Marketingaktivitäten des Mutterunternehmens Just Eat Takeaway.com auch im Schweizer Markt effizient umsetzen zu können, wechselte im Mai 2021 der Markenname EAT.ch auf Just Eat. Die Änderung bezog sich rein auf den Markennamen.

Nach wie vor wird der Schweizer Standort kontinuierlich ausgebaut.

Die operative Führung des Unternehmens in der Schweiz verantwortet Lukas Streich in seiner Rolle als Country Manager von Just Eat. Er ist seit 2017 im Unternehmen tätig.

Die Milestones der letzten 14 Jahre



2011
Joint Venture mit der britischen Just Eat-Gruppe

2007

2008

2009

2010

2011

2012

2013

2014

2007
Drei HSG-Studenten gründen unter der Marke EAT.ch das erste Food Delivery-Unternehmen der Schweiz





2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021

2015
EAT.ch wird eine Tochterfirma der britischen Just Eat-Gruppe



2020
Globaler Zusammenschluss von Just Eat mit dem niederländischen Konzern Takeaway.com zu Just Eat Takeaway.com

2020
Eröffnung des ersten Drivers Hub in der Stadt Bern (weitere Städte folgten)

2021
Markenname wechselt von EAT.ch auf Just Eat Schweiz

2021
Start UEFA-Sponsoring



Was kommt auf den Teller, Schweiz?

Nationale Datenauswertung
zum Bestellverhalten

Die beliebtesten Küchen und ihre jeweiligen Top 3 Gerichte

1 Italienisch

1. Pizza Margherita
2. Pizza Prosciutto
3. Pizza Hawaii



2



Burger

1. Cheese Burger
2. Hamburger
3. Pommes Frites

3



Indisch

1. Garlic Naan
2. Tikka Masala
3. Palak Paneer

4



Chinesisch

1. Poulet Sweet & Sour
2. Fried Rice
3. Gebratenes Rindfleisch mit Reis

5



Türkisch

1. Döner Box
2. Kebab im Fladenbrot
3. Kebab im Taschenbrot



Die beliebtesten Gerichte der Schweiz:

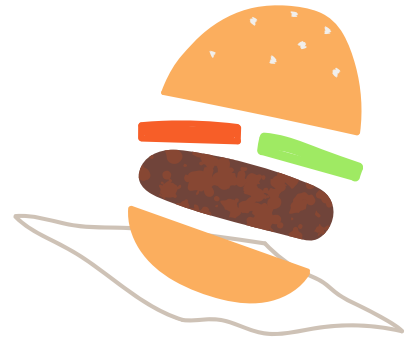
1 Pizza Margherita

2 Burger

3 Pommes Frites

4 Cheese Burger

5 Pizza Prosciutto



Die Aufsteiger

**Diese Küchen wurden
in den letzten 12
Monaten beliebter:**

- 1.** Dumplings / Momos
- 2.** Schweizerisch
- 3.** Griechisch-Mediterran



**Diese Gerichte wurden
in den letzten 12
Monaten beliebter:**

- 1.** Wunschkpizza
- 2.** Sushi California Roll
- 3.** Momos mit Fleisch
- 4.** Vegetarische
Frühlingsrollen
- 5.** Cordon Bleu



Die Absteiger

Diese Küchen wurden in den letzten 12 Monaten etwas weniger bestellt:

1. American Pizza
2. Cake
3. Sandwich



40 Tonnen Sushi

... ist das Gewicht aller bei Just Eat Schweiz bestellten Sushi-Rollen der vergangenen 12 Monate.



Die Bestellungen von
vegetarischen und veganen
Gerichten sind über

600%

gewachsen!



Die beliebtesten vegetarischen Gerichte:

1 Pizza Margherita



2

Vegetarische
Frühlingsrollen



3

Gemischter
Salat



Die beliebtesten veganen Gerichte:

- 1** Vegane Momos
- 2** Sushi-Rolle mit Mango
- 3** Beyond Burger



In diesen Städten wird am meisten Essen bestellt (Per Capita)

- | | |
|----------------------|---------------------|
| 1 Wallisellen | 6 Dübendorf |
| 2 Kloten | 7 Frauenfeld |
| 3 Biel | 8 Genf |
| 4 Winterthur | 9 Basel |
| 5 Lausanne | 10 Zürich |

Die Food Delivery-Uhr

Um diese Uhrzeit wird bestellt



09 – 12 Uhr:
10%



12 – 16 Uhr:
12%



19 – 23 Uhr:
38%



16 – 19 Uhr:
39%

A person wearing a red shirt is garnishing a dish with green herbs. The dish is on a white plate and contains yellow and green ingredients. In the background, there are other dishes, including one with salmon and another with pineapple. A smartphone is also visible on the table.

Eine kulinarische Tour durch die Schweiz

So bestellten die 26
Schweizer Kantone



Die am häufigsten bestellten Gerichte



Kanton	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Aargau	Pizza Margherita	Pizza Prosciutto	Pommes Frites
Appenzell Innerrhoden	Kebab im Fladenbrot	Pizza Hawaii	Pommes Frites
Appenzell Innerrhoden	Pad Thai	Gelbes Curry	Pizza Prosciutto
Basel-Landschaft	Pizza Margherita	Pizza Prosciutto	Pizza Prosciutto e Funghi
Basel-Stadt	Pizza Margherita	Pad Thai	Cheese Burger
Bern	Pizza Margherita	Pizza Prosciutto	Pommes Frites
Freiburg	Pizza Margherita	Pizza Prosciutto	Gebratener Reis
Genf	Cheese Burger	Poulet-Spiess	Pad Thai
Glarus	Pizza Prosciutto	Pizza Margherita	Pommes Frites
Graubünden	Kebab im Fladenbrot	Pizza Margherita	Döner Box
Jura	Kebab im Taschenbrot	Poulet-Tacos	Tiramisù
Luzern	Pizza Margherita	Pizza Prosciutto	Tiramisù
Neuenburg	Bowl mit Reis	Tacos	Bowl mit Quinoa
Nidwalden	Pizza Margherita	Pommes Frites	Pizza Prosciutto
Obwalden	Pommes Frites	Tiramisù	Kebab im Fladenbrot
St. Gallen	Pizza Margherita	Pizza Prosciutto	Pommes Frites
Schaffhausen	Pizza Margherita	Pizza Prosciutto	Pizza Margherita
Schwyz	Pizza Kebab	Pizza Prosciutto	Pizza Margherita
Solothurn	Pizza Margherita	Döner Box	Kebab im Fladenbrot
Tessin	Pizza Margherita	Tiramisù	Pizza mit scharfer Salami
Thurgau	Pizza Margherita	Tiramisù	Spaghetti Bolognese
Uri	Kebab im Fladenbrot	Pizza Prosciutto	Pizza Margherita
Wallis	Kebab im Fladenbrot	Frühlingsrollen	Pizza Prosciutto
Waadt	Tacos	Pommes Frites	Pad Thai
Zug	Pizza Margherita	Kebab im Taschenbrot	Pommes Frites
Zürich	Pizza Margherita	Pizza Prosciutto	Pommes Frites

Die kulinarischen Unterschiede in den zwei grossen Schweizer Sprachregionen

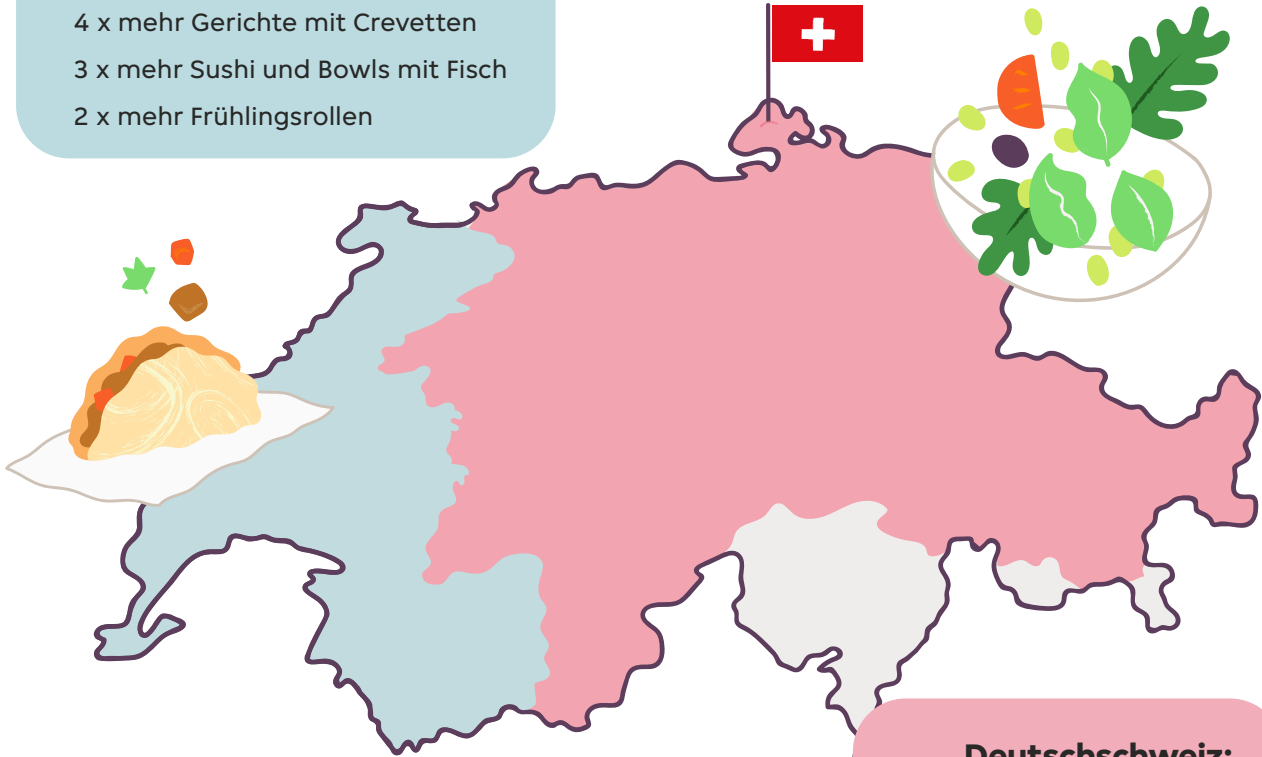
Romandie:

30 x mehr Tacos

4 x mehr Gerichte mit Crevetten

3 x mehr Sushi und Bowls mit Fisch

2 x mehr Frühlingsrollen



Hinweis: Tacos sind in der Romandie French Tacos – eine Mischung aus Panini, Döner und Wrap. Als Basis wird das Fladenbrot mit Käse Sauce und Pommes Frites gefüllt. Weitere Optionen sind unter anderem Poulet, Speck, Oliven oder Champignons. Das Brot wird gefaltet und danach getoastet.

Deutschschweiz:

35 x mehr Salat

15 x mehr Tiramisù

12 x mehr Pizza Margherita

5 x mehr Cheese Burger

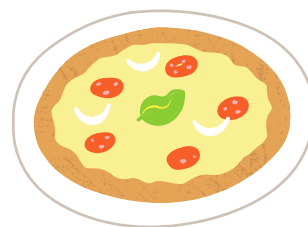


Kanton	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Aargau	Kebab im Fladenbrot	Sushi California Rol	Poulet Sweet & Sour
Appenzell Innerrhoden	Kebab im Fladenbrot	Frühlingsrollen	Poulet Satay
Appenzell Innerrhoden	Burger	Süsskartoffel Frites	Cordon Bleu
Basel-Landschaft	Kebab im Fladenbrot	Nüsslisalat mit Ei und Speck	Vegetarische Frühlingsrollen
Basel-Stadt	Japanische Frühlingsrollen	Panang Curry	Gyoza mit Poulet
Bern	Sushi mit Crevetten	Vegetarische Frühlingsrollen	Poulet Sweet & Sour
Freiburg	Pommes Frites	Dürüm im Fladenbrot	Peking-Ente
Genf	Poulet Wings	Pad Thai Poulet	Burger mit Poulet
Glarus	Pizza Calabrese	Gemischter Salat	Kebab im Fladenbrot
Graubünden	Pizza Prosciutto e Funghi	Pizza Rustica	Pasta Carbonara
Jura	Tiramisù	Döner Box	Cheese Burger
Luzern	Knoblauch Naan	Vegetarische Samosas	Edamame
Neuenburg	Gebratener Reis	Wunschkpizza	Poulet Satay
Nidwalden	Kebab im Fladenbrot	Pizza Salami	Wunschkpizza
Obwalden	Pommes Frites	Kebab im Fladenbrot	Onion Rings
St. Gallen	Nachos mit Käse	Kebab im Fladenbrot	Wunschkpizza
Schaffhausen	Pizza Margherita	Momos	Gebratene Ente
Schwyz	Vegetarische Frühlingsrollen	Wunschkpizza	Poulet Sweet & Sour
Solothurn	Burrito mit Poulet	Cordon Bleu	Edamame
Tessin	Pizza Capricciosa	Cannelloni	Pizza Prosciutto e Funghi
Thurgau	Knoblauch Naan	Wunschkpizza	Pide mit Kalbfleisch
Uri	Döner Box	Pizza Kebab	Pizza Salami
Wallis	Frühlingsrollen	Gebratenes Poulet	Pad Thai
Waadt	Sushi mit Lachs	Ravioli mit Crevetten	Gebratene Ente
Zug	Poulet-Flügeli	Vegetarische Frühlingsrollen	Mousse au Chocolat
Zürich	Momos mit Rindfleisch	Poulet mit Reis	Sushi mit Lachs

Diese Gerichte verzeichnen den am schnellsten wachsenden Umsatz



Der Pizza-Index



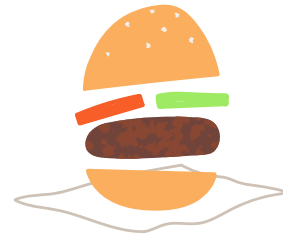
Der durchschnittliche Preis einer Pizza in der Schweiz beträgt 18.65 Franken.

In den Kantonen auf der linken Seite ist der durchschnittliche Preis einer Pizza weniger als 18.65 Franken, in den Kantonen auf der rechten Seite muss im Durchschnitt mehr als 18.65 Franken für eine Pizza

bezahlt werden. Im Durchschnitt sind die Pizzas im Kanton Appenzell Innerrhoden am günstigen und im Kanton Genf am teuersten.



Der Burger-Index



Der durchschnittliche Preis eines Burgers in der Schweiz beträgt 15.50 Franken.

In den Kantonen auf der linken Seite ist der durchschnittliche Preis eines Burgers weniger als 15.50 Franken, in den Kantonen auf der rechten Seite muss im Durchschnitt mehr als 15.50 Franken für einen

Burger bezahlt werden. Im Durchschnitt sind die Burger im Kanton Genf am günstigsten und im Kanton Wallis am teuersten.



Das sagt die Expertin



Nora Kralle
wissenschaftliche Mitarbeiterin
an der Universität St. Gallen

Was unsere Lieblingsgerichte über uns sagen

Seit Jahren ging der Trend dahin, dass Schweizer Konsument:innen vor allem gesund und schnell essen wollten. Während der Pandemie beobachteten wir einen Gegentrend: Der Genuss ist wichtiger geworden, und Konsument:innen nahmen sich wieder mehr Zeit zum Essen. Bei vielen verstärkte sich das Bedürfnis, sich etwas zu gönnen – beispielsweise indem sie sich die Mahlzeiten ihrer Lieblingsrestaurants nach Hause bestellt haben. Entsprechend führten auch 2021 Pizza, Burger und Co. das Ranking der beliebtesten, nach Hause bestellten Gerichte an.

Aber auch gesunde Gerichte wie Salate fanden vermehrt den Weg aus den Restaurants in die Haushalte. Dies ist darauf zurückzuführen, dass Schweizer:innen immer häufiger am Mittag, beispielsweise aus dem Homeoffice, bestellen. Gerade beim Frühstück und Mittagessen unter der Woche möchten sich viele Konsument:innen



möglichst gesund ernähren. Beim Abendessen und am Wochenende wird dafür geschlemmt.

Ein weiterer wichtiger Ernährungstrend der vergangenen Jahre, der sich auch im Bestellverhalten äussert, ist der Verzicht auf Fleisch: 12 % aller Konsument:innen in der Schweiz ernähren sich strikt vegetarisch (2019 waren es noch 8 %), 4 % davon sogar strikt vegan (2019 waren es noch 2 %). Darüber hinaus ernähren sich 7 % aller Konsument:innen flexitarisch, d.h. sie schränken den Fleischkonsum bewusst ein und essen nur gelegentlich Fleisch. Die Generation Z verzichtet überproportional häufig auf Fleisch: Jede:r Fünfte der 16-24-Jährigen ernährt sich mittlerweile vegetarisch, weitere 9 % dieser Altersgruppe geben an, Flexitarietät zu sein. Somit ist es wenig überraschend, dass immer mehr Konsument:innen vegetarische oder vegane Gerichte bestellen.



Insights: Wer lässt sich Essen liefern?

Customer Insights

Wer lässt sich Essen liefern?

Knapp

1.5
Millionen

aktive Konsument:innen
bestellen bei Just Eat Schweiz.

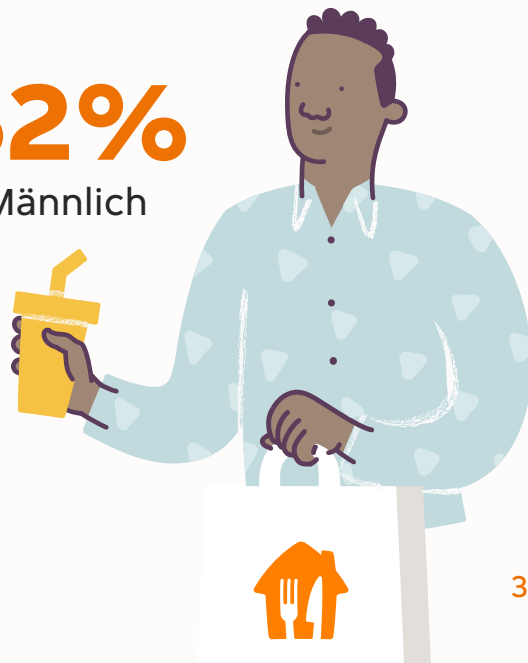


Geschlecht:



48%
Weiblich

52%
Männlich



Soziodemografische Merkmale

Alter:

18-34 Jahre:

44%

35-55 Jahre:

47%



Zu welchem Anlass wird bestellt?

TV / Film schauen:

27%

Zusammensein mit Freunden und Familie:

25%

Während der Arbeit:

21%

Nach der Arbeit:

19%



Wohnort:

Stadt: **46%**

Urban: **19%**

Rural: **35%**

Mit wem wird bestellt?

43%

Partnerin oder Partner

20%

Allein

22%

Freunde und Familie



Mit Kindern im Haushalt:

38%



Warum wird Food Delivery genutzt?



57%

Ich habe keine Lust zu kochen.

40%

Ich habe kein Essen zu Hause.

38%

Ich bin zu müde, um nach der Arbeit zu kochen.

33%

Ich habe keine Zeit, um einkaufen zu gehen.

25%

Aufgrund Corona (Homeoffice, Quarantäne etc.).

13%

Ich kann nicht kochen.

Ein wahrer Food Delivery Fan!

In den vergangenen zwölf Monaten hat ein und dieselbe Person

1'145

Bestellungen bei Just Eat aufgegeben. Das sind im Durchschnitt mehr als drei Bestellungen pro Tag.



Die Rekord-Rechnung

Der höchste Rechnungsbetrag der vergangenen zwölf Monate war **990 Franken**, eingegangen Mitte August 2021.



Touchscreen oder keyboard?





An diesen Tagen sind in den letzten 12 Monaten die meisten Bestellungen eingegangen



27. Dezember 2020

Der erste Sonntag nach dem Weihnachtsfest



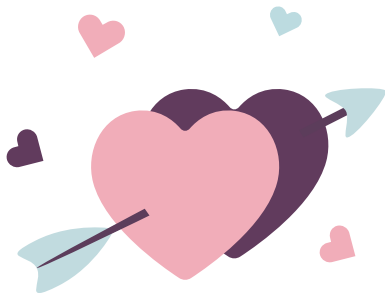
01. Januar 2021

Der erste Tag im Jahr



29. Januar 2021

Ein kalter Freitag mit Schnee und Regen



14. Februar 2021

Valentinstag



01. Mai 2021

Tag der Arbeit



26. September 2021

Ein regnerischer Abstimmungssonntag

Unsere Restaurant- Partner

Die Restaurants auf unserer Plattform

Wir dürfen

4'500

Restaurants zu unseren
Partnern zählen.

Die zehn Städte mit der höchsten Restaurantdichte

(per capita)

1. Bottmingen
2. Birsfelden
3. Winterthur
4. Chêne-Bougeries
5. Lausanne
6. Riehen
7. St. Gallen
8. Basel
9. Zürich
10. Genf

Neue Partner

In den vergangenen
zwölf Monaten konnten
wir unser Restaurant-
Angebot um

+40%

erweitern.

Das sagen unsere Restaurant-Partner

UNMEAT ist der erste Burgerladen im Ort, der komplett fleischlos ist. Eigenetikett: Vast Vood, 100 % vegan.

Wie sich die Pandemie auf den Betrieb auswirkte, kann UNMEAT-Gründer Theo nicht sagen. Denn er eröffnete sein kleines Restaurant just am 10. Dezember 2020, nur zwei Wochen vor dem zweiten Lockdown. Doch was er bestätigen kann: Von Anfang an erlebte dieses unkonventionelle, innovative Angebot einen sehr positiven Zuspruch. Während der Monate ohne Vorort-Bewirtung war Delivery ein wichtiger Pfeiler für den Betrieb: 55 % des Bestellvolumens wurde per Lieferung an die Kundschaft gebracht.

Diese Kundschaft ist, darüber zeigt sich Theo sehr stolz, bunt gemischt. UNMEAT könne mit seinem Angebot wirklich alle abholen. Das Konzept macht es den Menschen einfach, Gutes zu tun: Niemand muss auf das geliebte Geschmackserlebnis verzichten. Mit Soja-, Weizen- und Erbsenprotein hat UNMEAT valablen Ersatz für Fleisch im Einsatz. Theo ist fest davon überzeugt, dass sich in Zukunft immer mehr Menschen immer öfters für nachhaltigere Produkte entscheiden. Er spricht aus dem Herzen, wenn er über die dramatischen Dimensionen der Nutztierhaltung redet. Milliarden



von Nutztieren setzen einen signifikanten Anteil der klimaschädlichen Emissionen frei. Und leiden dabei. Theo selbst ist zu 99 % vegan und konsumiert sehr bewusst.

Die Idee für UNMEAT entstand vor sieben Jahren aus dem Handel mit veganen Produkten heraus. Sie war das Ergebnis der wachsenden Überzeugung, damit die grösstmögliche Hebelwirkung zu erreichen. Sein Angebot richtet sich bewusst an Flexitariet, die sehr offen für das Probieren neuartiger Speisen sind. Und dies können sie bald an weiteren Standorten im Land tun. Ganz getreu dem Unternehmensmotto Let's unmeat the world wird zuerst die Schweiz entfleischt.





Oh My Greek!

Eine lange Schlange bildet sich um die Mittagszeit vor dem Tresen von Oh My Greek!

Das Angebot kommt an: eine moderne griechische Küche mit hausgemachten Zutaten. Convenience Produkte werden kaum verwendet. Und doch geht es schnell. Von Fastfood möchte Mitinhaber Alex Sgouros jedoch nicht sprechen. Lieber von Streetfood. Schliesslich liegt da der Ursprung des Konzepts. Der Unterschied liege in der Qualität! Was als Foodtruck begann, ist zu einem stattlichen, expandierenden Familienbetrieb herangewachsen.

Die Pandemiekrise haben die Restaurants bislang, auch dank dem Food-Delivery, relativ gut überstanden. Die Nachfrage war im Lockdown stark gestiegen. Rasch war auch ihre Produktionsküche in Adliswil zu einem weiteren Ausgangspunkt für Auslieferungen geworden. So konnte die grosse Nachfrage bedient und



alle Mitarbeitenden weiterbeschäftigt werden. Mit der Einführung der 3G-Regelung entstand erneut ein Aufschwung. Den Betreibern kommt entgegen, dass ihr Speiseangebot seit jeher für Take Away und Delivery konzipiert war. Und während bei anderen Anbietern die Wärme des Menüs ausschlaggebend für das Kundenerlebnis ist, funktioniert dieser Food auch lauwarm hervorragend. Im September 2021 eröffnete der Oh My Greek! Takeaway im Bahnhof Winterthur. Und anfangs 2022 eröffnen Alex und sein Vater Nikos einen weiteren Standort in Genf.

Die Renner des coolen Griechen sind die Pitas und die exklusiven Club-Sandwiches. Die gefüllten Pita-Taschen kann die Kundschaft selbst zusammenstellen und wählt aus drei Fleischvarianten, zwei vegetarischen Zutaten oder zwei veganen Optionen. Dazu gibt es elf verschiedene Saucen. Vegane Angebote sind ein wichtiger Menü-Fokus, wie überall zieht auch bei Oh My Greek! die Nachfrage nach veganem Essen an. Ob mit oder ohne Fleisch: Reinbeissen und OMG erleben.



Die Auswirkungen der Pandemie auf das Bestellverhalten

Rückblick

Bereits zu Beginn des Jahres 2020, als in der Schweiz noch kein Coronafall bekannt war, vermeldete Just Eat einen Rekord von über einer halben Million Bestellungen im Januar und damit eine Verdoppelung des Bestellvolumens innert zwei Jahren.

Als das Virus die Schweiz im März 2020 erreichte, und vom Bundesrat der schweizweite Lockdown verordnet wurde, verdoppelte bis verdreifachte sich das Bestellvolumen zeitweise. Schon 2020 hatte Just Eat untersucht, wie sich das Bestellverhalten im Zusammenhang mit der Pandemie verändert hatte. Einerseits wurde mehr gekocht und auf die Verwendung heimischer Produkte geachtet; traditionelle Rezepte wurden zudem wiederentdeckt: In unsicheren Zeiten sehnt man sich nach Bewährtem und Vertrautem.



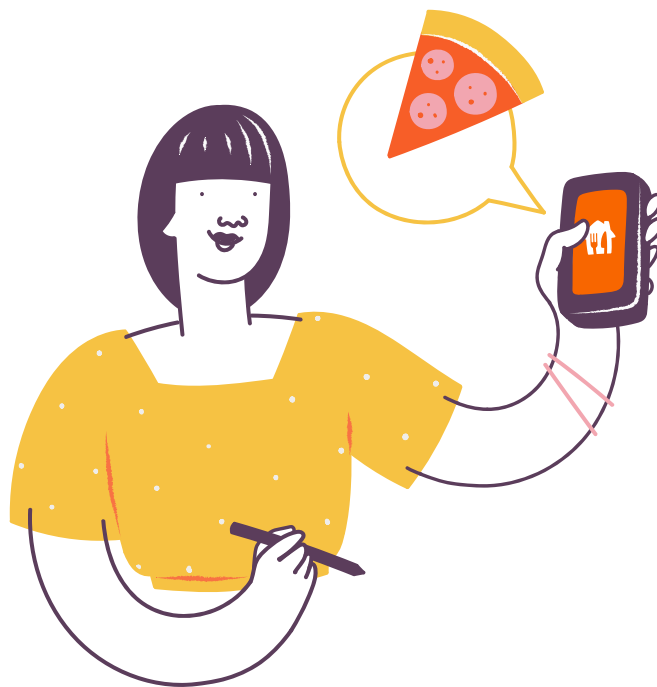
Andererseits wollten die Konsument:innen Neues entdecken, sich etwas gönnen oder sich belohnen. Anhand eigener Daten liess sich klar belegen: Es wurde nicht nur mehr bestellt, sondern im Verlaufe des Lockdowns auch vielfältiger.

Dabei begab sich die Schweiz auf kulinarische Weltreise: Das griechische Fladenbrot Pita war mit einer Zunahme von **150 %** das Gericht, dessen Bestellhäufigkeit im Lockdown am schnellsten wuchs, gefolgt von der japanisch-hawaiianischen Bowl (**+102 %**) und der tibetischen Teigtasche Momo (**+63 %**). Zu den Gerichten bestellten die Schweizer:innen fast doppelt so viel Bier (**+98 %**), **70 %** mehr Wein (Rotwein war beliebter als Weisswein), **70 %** mehr Mousse au Chocolat und **80 %** mehr Tiramisù. Da das Nachtleben mit seinen Bars und Clubs stillstand, gingen hingegen die nächtlichen Bestellungen um **30 %** zurück.

Wie wurde im zweiten Lockdown mit geschlossenen Restaurants bestellt?

Die Lunch Bestellungen (11 bis 13 Uhr) sind im zweiten Lockdown um über ein Drittel gestiegen. Zwischen 17 und 22 Uhr wuchs das Bestellvolumen um mehr als 30 %.

Da das Nachtleben stillstand und keine Nachtschwärmer hungrig aus den Diskotheken strömten, verzeichnete Just Eat in der Nacht (Mitternacht bis 6 Uhr morgens) einen Bestellrückgang von **75 %**. Das Verlangen nach Sündigem war auch im zweiten Lockdown stark: **30 %** mehr Tiramisù und **60 %** mehr Schokoladenmousse wurde über die Plattform bestellt.



Auch die Pizza Hawaii wurde im Lockdown beliebter: **20 %** mehr wurde die Variante mit Ananas ausgewählt. Der Tag mit dem grössten Umsatz der letzten zwölf Monate war der 27. Dezember 2020 – mitten im zweiten Lockdown. Das drittbeliebteste Produkt nach der Pizza Margherita und dem Burger war übrigens kein Gericht, sondern: Bier!



Die Gerichte, deren Beliebtheit im zweiten Lockdown am schnellsten gewachsen ist:

- 1.** Kebab im Fladenbrot
- 2.** Vegetarische Frühlingsrolle
- 3.** Burrito
- 4.** Pita
- 5.** Bowl



Corona-Hilfspaket für unsere Restaurant-Partner

Die Mehrheit der Partner-Restaurants konnte während dem nationalen Lockdown sowie während der kantonalen Lockdowns den durch Food Delivery generierten Umsatz erhöhen.

Restaurants, die den grösseren Teil ihrer Einnahmen aus dem Dine-in-Geschäft erzielen, trafen die verordneten Regeln rund um das Coronavirus hingegen stärker. Zudem war es für Betriebe im nationalen Lockdown sowie in Lockdown-Kantonen nicht mehr erlaubt, Gäste vor Ort zu bewirtschaften. Um die Restaurants in dieser herausfordernden Zeit zu unterstützen, wurde ein Covid-Massnahmenpaket lanciert:



Im November 2020 mussten unabhängige Restaurant-Partner, die in einem vom Lockdown betroffenen Kanton lagen, in den ersten 30 Tagen keine Kommission bezahlen. Im Dezember 2020 wurde das Hilfspaket auf die gesamte Schweiz ausgeweitet und bis Ende Januar verlängert. Während der Pandemie entfiel zudem die Aufschaltgebühr.

Der Betrag des Hilfspaketes, welcher zugunsten der Restaurants investiert wurde, betrug über eine Million Schweizer Franken.

Key Areas of Focus:

Umwelt, Angebot, Menschen und Gesellschaft

Der Planet

Wir sind bestrebt, unseren direkten und indirekten CO₂-Fussabdruck zu verringern. Unser direkter CO₂-Fussabdruck fällt – gemessen an unserer Unternehmensgrösse – eher gering aus. Denn unser Kernprodukt besteht, vereinfacht gesagt, lediglich aus einer Website und einer App. Wir sind uns jedoch bewusst, dass sich in der Wertschöpfungskette, von der wir Teil sind, ein anderes Bild mit weitreichenderen Auswirkungen zeigt.

Hier wollen wir Verantwortung übernehmen. Emissionen werden insbesondere bei der Lebensmittelproduktion und den Auslieferungen verursacht. Unser Hauptaugenmerk liegt daher auf der Elektrifizierung unseres Fuhrparks, auf einem nachhaltigen Bürobetrieb und auf der Reduzierung von Plastikverpackungen bei unseren Partner-Restaurants. Letzteres sehen wir als einzigartige Chance. Wenn es uns gelingt, Veränderungen im Bereich Verpackungen anzustossen, können wir den gesamten Sektor positiv beeinflussen.

Die meisten unserer Restaurant-Partner sind kleine, unabhängige Betriebe. Mit unserem eigenen Verpackungsshop animieren wir sie dazu, auf nachhaltiges Verpackungsmaterial umzusteigen. Auch beschreiben wir in regelmässigen Beiträgen auf unserem Partner-Blog, wie ein Restaurant noch nachhaltiger agieren kann.



Beispiele aus unserem Webshop:

Pizzakarton Premium und Pizzakarton Standard:

100 % recyclebares Kraftpapier, wasserbasierte Tinte

Braune Papiertasche:

FSC Papier, 100 % recyclebar

Braune Hamburger Box:

FSC Papier, biologisch abbaubar

Snacktüten:

FSC Papier, biologisch abbaubar

Servietten:

100 % Zellulose





Auch werden für das kommende Jahr diverse Pilotprojekte im Zusammenhang mit wiederverwendbaren Verpackungen lanciert.

Angebot

Wir reagieren auf die sich ändernden Ernährungsgewohnheiten und Vorlieben unserer Kundschaft, ganz gleich, ob diese auf der Suche nach einer neuen Küche oder nach gesünderen oder nachhaltigeren Produkten ist. Wir sind bestrebt, unseren Kund:innen eine möglichst grosse Auswahl kulinarischer Richtungen und zu den Gerichten transparent und zuverlässig Informationen zur Verfügung zu stellen. Gleichzeitig unterstützen wir mit diversen Projekten die Partnerbetriebe, auch vegane oder vegetarische Produkte anzubieten.



Menschen und Gesellschaft

Wir achten auf unseren sozialen Fussabdruck, indem wir in allen Bereichen des Unternehmens faire Anstellungsbedingungen schaffen. Just Eat Schweiz hat Fahrer:innen von Beginn weg angestellt (vor dem Merger über Drittfirmen, u.a. ein Tochterunternehmen der Schweizerischen Post), versichert und ordentlich bezahlt (siehe Arbeitsbedingungen Fahrer:innen).

Wir sind absolut bestrebt, einen attraktiven Arbeitsplatz mit einer integrativen Kultur zu bieten, die eine Vielfalt von Menschen willkommen heisst. An unserem Arbeitsplatz sollen sich alle unsere Mitarbeitenden zugehörig fühlen und sich mit unseren Werten identifizieren können. Übrigens: Unser Mutterunternehmen hat dieses Jahr einen Global Director für Diversity, Inclusion & Belonging ernannt, der diese Bestrebungen gezielt vorantreibt.



Unsere Fahrer:innen

Just Eat agiert primär als Plattform zwischen Restaurant und Konsument:in. Die Bestellungen werden dabei vielerorts vom Restaurant selbst ausgeliefert. Restaurants haben aber auch die Möglichkeit, die Bestellungen über eine zum Just Eat-Konzern gehörende Gesellschaft ausliefern zu lassen.

Gerne möchten wir diesen Bereich vorstellen:

1'500 Fahrer:innen

60 Mitarbeitende in unseren fünf Driver Hubs

Auslieferung mit Just Eat-Fahrer:innen in Basel, Bern, Genf, Lausanne, St. Gallen, Winterthur und Zürich

Die Sicherheit und Gesundheit unserer Mitarbeitenden steht bei uns an oberster Stelle. Wir stellen sie mit verschiedenen Massnahmen sicher.

Schulungen:

Unsere Kurier:innen und Hub-Mitarbeitenden werden regelmässig geschult.

Unterrichtet werden u. a. Hygienemassnahmen wie die Reinigung der Liefer-Rucksäcke. Auch offerieren wir allen Hub-Mitarbeitenden einen zertifizierten Erste-Hilfe-Kurs. Darin werden Themen wie Sicherheitsbewusstsein, Alarmierung oder die Verwendung eines Defibrillators (in allen Driver Hubs) behandelt. Unsere Driver Captains



lernen auch, wie sie kleinere Reparaturen und Fahrrad-Checks selbst durchführen können. Auch erhalten die Captains eine Train-the-Trainer-Schulung zum Thema Safe Driver, deren Inhalte sie in die Einführungsschulung für neue Fahrer:innen aufnehmen können.

Sicherheit im Hub:

In allen Driver Hubs wurde eine Risikobewertung in Bezug auf Sicherheit und Gesundheitsschutz durchgeführt. Die Bereiche betreffen beispielsweise den Brandschutz, die korrekte Lagerung von Batterien und chemischen Produkten sowie Evakuierungswege. Darauf basierend wurden Massnahmen ergriffen, um zu garantieren, dass die Räumlichkeiten so sicher wie möglich sind.



Niels Bogaerts, Senior Country Team Lead Scoober Operations (Fahrerflotte Schweiz)

“Die oben erwähnten Initiativen werden uns in der Schweiz, als auch von unserem globalen Mutterunternehmen umgesetzt. Die Gesundheit und Sicherheit aller Fahrer:innen steht bei uns im Vordergrund. Darauf bin ich stolz”.





Just Eat for business:

Just Eat ist auch eine Online-Kantine

Just Eat for business bietet Just Eat ein B2B-Servicetool an, mit dem Unternehmen ihren Mitarbeitenden einzeln oder als Teams ein digitales Essens-Budget zur Verfügung stellen können.

Über das Tool können die Mitarbeitenden bei allen Partner-Restaurants im Lieferkreis Essen bestellen und an den Arbeitsort liefern lassen. Der Service ermöglicht es den Unternehmen ausserdem, ihre Kund:innen oder Geschäftspartner:innen bei gemeinsamen Meetings zu verpflegen. Auch können Veranstalter:innen von virtuellen Events den Teilnehmenden über Just Eat for business einen digitalen Essensgutschein anbieten. Just Eat for business ist ein innovatives Verpflegungsangebot, welches sich an die durch neue, flexible

Arbeitsmodelle entstandenen Bedürfnisse richtet. Neben Firmen, die Homeoffice oder Work from Anywhere praktizieren, gehören auch Büros, wo keine oder nur kleine Kantinen vorhanden sind, zur Zielgruppe.

Das System erfordert kein kompliziertes Spesenmanagement; stattdessen erhalten Unternehmen am Ende des Monats eine Rechnung, die sich leicht in HR- und Buchhaltungssystemen integrieren lässt.



Unter Just Eat for business werden im kommenden Jahr weitere Dienstleistungen lanciert: Physische Zahlkarten vereinfachen die Nutzung des Just Eat for business-Guthabens. Denn mit den Karten können die Mitarbeitenden Speisen und Getränke bei allen Gastronomiebetrieben auch direkt vor Ort über das Zahlterminal bezahlen. Die Betriebe müssen dabei nicht einmal Partner von Just Eat Schweiz sein. Voraussetzung ist nur, dass Mastercard als Zahlungsmittel akzeptiert wird. Die Karten können kostenfrei bezogen werden.

Just Eat for business bedient bereits Tausende von Unternehmen weltweit.

So bestellt Europa

LEGENDE

1. Lieblingsküche
2. Lieblingsgericht
3. Aufsteiger-Küche
4. Aufsteiger-Gericht



SPANIEN

1. Amerikanisch
2. Beef Burger
3. Frühstück
4. Rabo de Toro (Ochsenschwanz)



ITALIEN

1. Italienisch
2. Pizza Margherita
3. Libanesisch
4. Ravioli Arrosti



POLEN

1. Italienisch
2. Cheese Burger
3. Griechisch
4. Beef Burger



DEUTSCHLAND

1. Italienisch
2. Cheeseburger
3. Nord-Afrikanisch
4. Chicken Buddha Bow



SCHWEIZ

1. Italienische Küche
2. Pizza Margherita
3. Griechisch
4. Wunschpizza



FRANKREICH

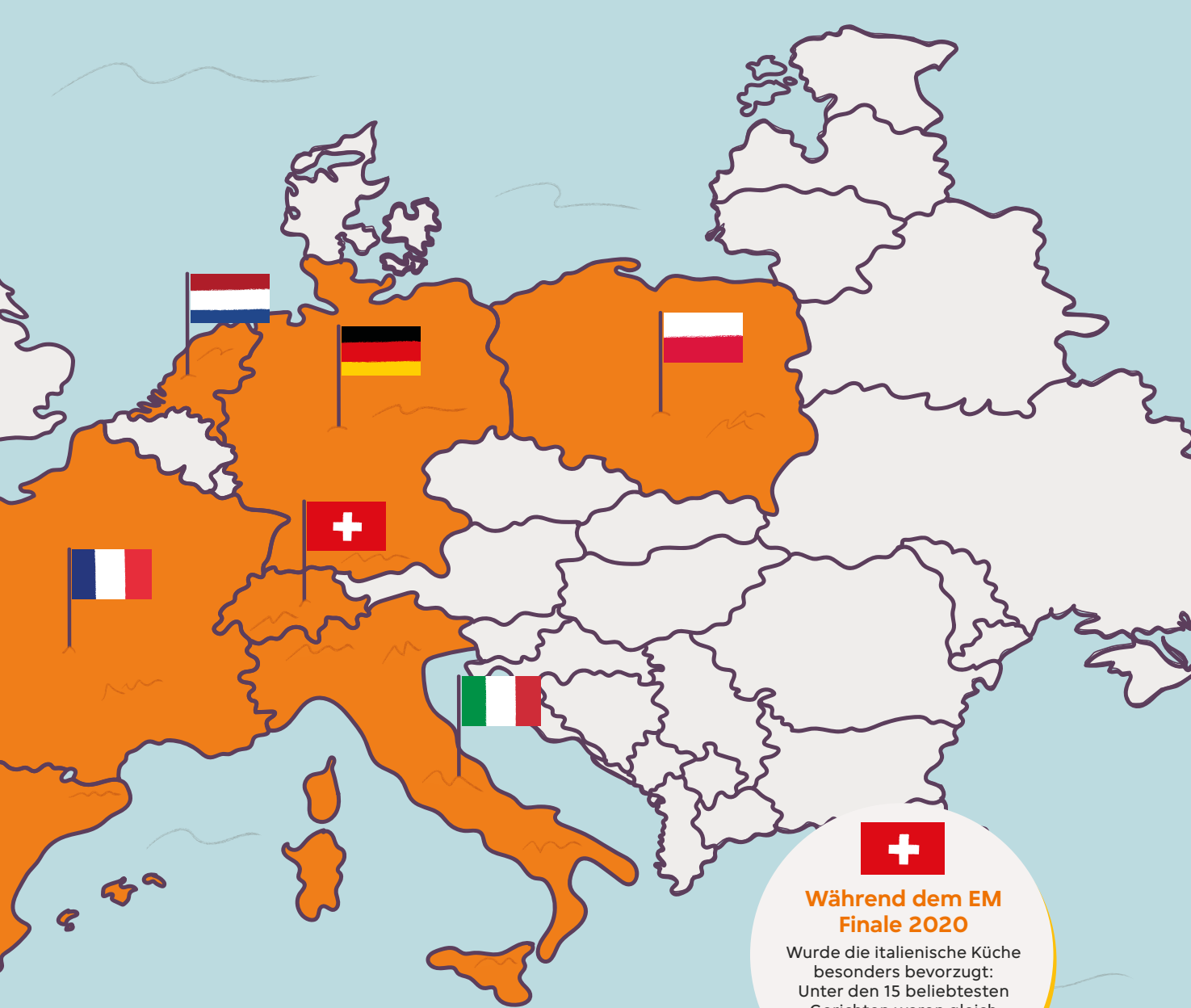
1. Amerikanisch
2. Tiramisù
3. Thai
4. -



NIEDERLANDE

1. Italienisch
2. Wok
3. Amerikanisch
4. Pita Falafel





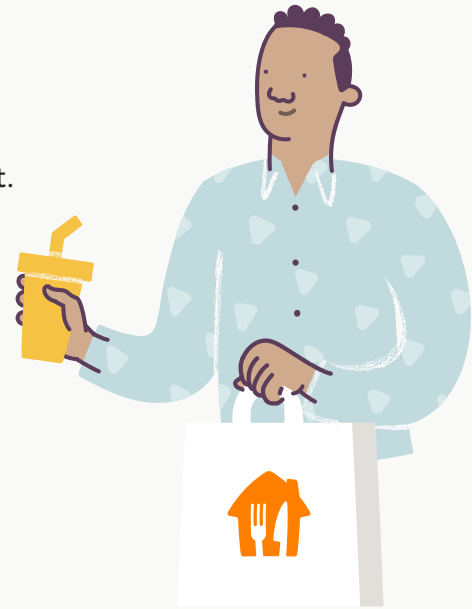
Während dem EM Finale 2020

Wurde die italienische Küche
besonders bevorzugt:
Unter den 15 beliebtesten
Gerichten waren gleich
10 Pizzen!



Wer isst wann?

Polen i(s)st zuerst am Tisch, die Spanier:innen zuletzt.



12 - 15 h

Lunch-Liebhaber



Polen

16 - 18 h

Nachmittags-Snackers



Deutschland



Niederlande



Schweiz

19 - 22 h

Nachtschwärmer



Spanien



Frankreich



Italien



Quellenangabe

Für diesen Report wurden Daten im Zeitraum vom 1. März 2020 bis 31. Oktober 2021 untersucht.

Pressekontakt:

Just Eat Schweiz

Werdstrasse 21

8004 Zürich

Séverine Götz

severine.goetz@justeattakeaway.com







JUST EAT