

Pizza, Bier und 1'750 Bestellungen in fünf Minuten: Das Bestellverhalten der Schweiz während der WM 2026



▲ Just Eat

Der Einfluss der WM 2026 auf die Schweiz zeigt sich auch bei Just Eat: Viele Fans richteten ihre Essensbestellungen nach den Spielplänen aus. Eine Datenanalyse bis einschliesslich der Halbfinalspiele zeigt, wie stark das Turnier – und insbesondere die Spiele der Nati – das Bestellverhalten beeinflusst hat.

Rekordtag & Peak: Der **Sonntag, 28. Juni 2026**, war der Tag mit dem höchsten Bestellvolumen bei Just Eat während des bisherigen Turniers. Auslöser war der Start der K.o.-Phase mit der Sechzehntelfinal-Partie Südafrika vs. Kanada (21:00 Uhr): An diesem Tag wurde auch **der höchste 5-Minuten-Bestellwert registriert**, als um 18:25 Uhr – knapp 2,5 Stunden vor Anpfiff – **1'750 Bestellungen innerhalb von fünf Minuten eingingen (350 Bestellungen pro Minute)**. Auf dem zweiten Platz der umsatzstärksten Spieltage folgt der Sonntag, 5. Juli, mit dem Achtelfinale zwischen Brasilien und Norwegen. Den

drithöchsten Wert verzeichnete Just Eat bereits in der Gruppenphase am Sonntag, 14. Juni.

XXL-Bestellung: Zum Anpfiff der Partie Argentinien vs. Österreich am Montag, 22. Juni 2026 um 19:00 Uhr umfasste eine einzelne Bestellung insgesamt **28 Pizzen**.

Hitzetage: Die extremen Hitzetage während des Turniers – mit Spitzenwerten von bis zu 39 Grad – sorgten dafür, dass sich der Bestellhöhepunkt spürbar in die kühleren Abendstunden verlagerte. An den heissesten Spieltagen wurden zudem **rund 30% mehr Getränke und Eiscreme** geordert als an kühleren Turniertagen.

Peaktime in der Halbzeitpause: Mit dem Pausenpfiff stieg die Nachfrage nach Snacks und Getränken schlagartig an. In der 15-minütigen Halbzeitpause der Abendspiele stieg die Zahl der Bestellungen bei Just Eat um 40% gegenüber der laufenden Spielzeit.

Snack- & Party-Ranking in den Halbzeitpausen: 1. Bier, 2. Coca-Cola, 3. Red Bull, 4. Glacée, 5. Tiefkühlpizza, 6. Spicy Nachos, 7. Weisswein, 8. Partybecher rot, 9. Schokoriegel, 10. Chips

Bier und mehr Burger als sonst: Während des gesamten Turniers etablierte sich Bier in den Top 10 der meistbestellten Produkte – eine Platzierung, die es ausserhalb der WM nicht erreicht. Die höchste Biernachfrage verzeichnete Just Eat zwischen 21:00 Uhr und 22:00 Uhr, besonders häufig in der Stadt Zürich.

Die **Pizza Margherita** blieb zwar das beliebteste Einzelgericht der Schweiz, verlor während der WM jedoch Marktanteile an den Burger: Dieser wurde deutlich häufiger bestellt als an vergleichbaren Tagen ohne WM-Bezug.

Der kulinarische Röstigraben: In der Deutschschweiz dominierten Pizza, Kebab/Döner und Burger, in der Romandie standen Burger, orientalisch-mediterrane Küche und French Tacos besonders hoch im Kurs.

Die Spiele der Schweizer Nationalmannschaft: Bei den Nati-Einsätzen stieg das Bestellvolumen sowohl eine Stunde vor Anpfiff als auch während der 90 Minuten um 20% gegenüber spielfreien Tagen. Den Spitzenwert verzeichnete Just Eat am Samstag, 13. Juni, um 21:00 Uhr beim Match gegen Katar. Die frühe Anspielzeit gegen Bosnien (18:00 Uhr) veränderte das Kundenverhalten deutlich: Zwischen 18:00 Uhr und 19:00 Uhr registrierte die Plattform ein stark erhöhtes Interesse an Gruppenbestellungen. Bei den späten Begegnungen ab 21:00 Uhr (Katar & Kanada) verschob sich das Abendessen nach hinten – besonders viele Aufträge gingen gegen 20:00 Uhr sowie erneut zwischen 21:00 Uhr und 22:00 Uhr ein.

Der «Kater-Frühstück»-Effekt nach den Spielen: Der Einfluss der Spiele zeigte sich auch am Morgen danach: Die Frühstücksbestellungen stiegen im Durchschnitt um 10%. Besonders deutlich fiel der Anstieg nach der Partie Schweiz vs. Argentinien aus – am darauffolgenden Morgen verzeichnete Just Eat in diesem Segment sogar ein Plus von 18%.

Erfolgreiche Promotions rund um die Spieltage: Um die besondere Dynamik der Matchtage optimal zu nutzen, setzt Just Eat noch bis zum Finale auf reichweitenstarke Rabattaktionen und attraktive Promotions wie exklusive 70%-Deals sowie beliebte 2-für-1-Angebote. Besonders gross ist die Resonanz auf die gemeinsame Kampagne mit McDonald's, bei der Kunden eine «Gold Card» für ein Jahr gratis McDonald's gewinnen können.

Internationale WM-Trends: Auch in den Nachbarländern zeigte sich der WM-Effekt: Beim Schwesterunternehmen Lieferando in Deutschland gehörten Hot Wings zu den grossen Aufsteigern (+2'700%). In Österreich wurden während der ersten drei Länderspiele insgesamt 14'000 Liter Getränke bestellt. Erfrischende Limonaden waren mehr als dreimal so häufig gefragt wie Bier oder Eis.

Über Just Eat Takeaway.com

Gegründet im Jahr 2007 als Eat.ch von ehemaligen HSG-Studenten, ist Just Eat heute die führende Lieferplattform der Schweiz. Landesweit vernetzt das Portal 7'000 Anbieter mit rund 1,5 Millionen aktiven Kunden und deckt über 90 % aller Postleitzahlen ab. Die Bestellungen werden entweder direkt durch die Betriebe oder über das eigene Logistiknetz mit festangestellten Fahrern ausgeliefert. Der Schweizer Hauptsitz befindet sich in Zürich, Geschäftsführer ist Lukas Streich.

Von internationalen Ketten über unabhängige Familienbetriebe bis hin zu einem stetig wachsenden Retail-Angebot versteht sich Just Eat als starker Partner für Handel und Gastronomie. Das Unternehmen strebt eine Pionierrolle im dynamischen On-Demand-Markt an – ein Segment, in dem sich die Bestellungen hierzulande allein im letzten Jahr verdoppelt haben. Der Begriff steht für die sofortige Verfügbarkeit von Produkten bei Bedarf. Um diese Nachfrage zu bedienen, baut Just Eat sein Logistiknetz kontinuierlich aus.

Die Muttergesellschaft Just Eat Takeaway.com mit Sitz in Amsterdam gehört mit 362'000 Partnern in 16 Ländern zu den weltweit führenden Unternehmen für Online-Lieferungen. Im Jahr 2025 wurde Just Eat Takeaway.com von Prosus übernommen. Der globale Technologiekonzern agiert in mehr als 100 Märkten und entwickelt Lifestyle-E-Commerce-Unternehmen, die zusammen über zwei Milliarden Kunden bedienen. Zudem ist die Gruppe grösster Aktionär von Tencent, einem der wertvollsten Unternehmen der Welt.

Kontakt Daten

Séverine Linda Götz

Manager Corporate Communications
Switzerland
severine.goetz@justeattakeaway.com

Melanie Marjanovic

Manager Public Affairs Switzerland
melanie.marjanovic@justeattakeaway.com

Link kopieren

<https://newsroom.justeattakeaway.com/de-CH-CH/268413-pizza-bier-und-1-750-bestellungen-in-funf-minuten-das-bestellverhalten-der-schweiz-waehrend-der-wm-2026/>