

MARKETAGENT.COM

PRESSEINFORMATION

Studie „Essenslieferservices im Fokus“

Österreich zwischen „frisch gekocht ist halb gewonnen“ und Essen frei Haus

Das Leben wird immer schnelllebiger und stressiger, niemand hat mehr Zeit, geschweige denn Lust sich stundenlang in der Küche abzurackern. Schnelle Mahlzeiten, am besten noch direkt bis zur Haustür geliefert, scheinen die Lösung aller Probleme. Dieser Trend ist der Gastronomie natürlich nicht entgangen. Nahezu jeder Schnellimbiss bietet mittlerweile einen Lieferservice an. Und diese werden auch genutzt: Rund ein Drittel der Österreicher bestellt ihr Essen zumindest einmal im Monat bei einem Lieferservice, knapp 40 Prozent greifen zumindest seltener darauf zurück. Je jünger, desto beliebter ist die Hauszustellung von Speisen. Nur 30 Prozent nutzen diese Bequemlichkeit nie. Das hat eine aktuelle Studie des Online Markt- und Meinungsforschungsinstituts Marketagent.com ergeben. Hierfür wurden 508 Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren befragt.

Was die am häufigsten bestellten Gerichte bei Lieferservices anbelangt, ist den Österreichern die Küche aus Bella Italia mit Abstand am liebsten (84%). An Pizza und Pasta kommt auch die asiatische Küche mit Sushi, Frühlingsrollen und Co. (37%) nicht heran. Weitere beliebte Speisen für Essenslieferungen sind österreichische Schmankerl wie das Wiener Schnitzel (22%), die türkische Küche mit dem allseits beliebten Kebab (16%) und amerikanische Klassiker (15%). Die griechische Küche rangiert im Beliebtheitsranking vergleichsweise weiter unten (7%). Auf Fleisch wollen die bestellaffinen Österreicher auch beim Lieferservice nicht verzichten und ordern daher eher selten vegetarische oder vegane Gerichte (6%).

Im Zeitalter des World Wide Web und dessen unendlichen Weiten wird nach wie vor immer noch am liebsten per Telefon bei Essens-Lieferservices bestellt (80%), obwohl immer mehr Möglichkeiten geboten werden, die Bestellung schnell und einfach online aufzugeben. Trotz allem werden spezielle Bestell-Apps nahezu verschmäht (8%) und auch Online-Portale wie „mjam.at“ (14%) oder die Website der Zusteller (16%) für die Bestellung vergleichsweise wenig in Anspruch genommen.

Der häufigste Grund, warum zumindest gelegentlich auf Lieferservices zurückgegriffen wird, ist die Unlust selbst am Herd zu stehen (61%). Auch Zeitmangel (49%), der Lieferservice als Alternative zum Essengehen (36%) oder ein besonderer Anlass wie eine Party (35%) werden häufig genannt. Die große Auswahl an verschiedenen Speisen (19%), die Möglichkeit, Verschiedenes auszuprobieren (18%) und das Angebot schmackhafter Speisen (17%) sind weitere Motive, dass lieber bestellt wird als selbst zu kochen.

Herr und Frau Österreicher bestellen aber auch nicht bei jedem beliebigen Lieferservice. „Auch bei Lieferdiensten achten die Österreicher sehr auf Kriterien wie Qualität und Frische. Diese zwei Punkte beeinflussen maßgeblich die Anbieterwahl der Konsumenten“, erklärt Thomas Schwabl, Geschäftsführer von Marketagent.com. So ist über 70 Prozent

bei der Auswahl des Lieferservices die frische Zubereitung (72%; Männer: 66%, Frauen: 77%) sowie die Qualität der Zutaten (71%; Männer: 65%, Frauen: 78%) ganz besonders wichtig, vor allem weiblichen Kunden. Ebenfalls eine große Rolle spielen eine unkomplizierte Bestellmöglichkeit (61%) und ein sauberes Geschäftslokal (60%). Der Preis spielt dagegen kaum eine Rolle. Nur 15% der Befragten empfinden Angebote oder günstige Preise als sehr relevant. Wichtig ist den Nutzern jedoch, dass das Preis-/Leistungsverhältnis in Summe stimmig ist (51%).

Knapp zwei Drittel (64%) lassen Sie sich Speisen, die Sie bei einem Lieferservice bestellen, mehrheitlich zustellen. Eine rasche Zustellung ist nur für zwei von fünf Nutzern (39%) ein ausschlaggebendes Kriterium bei der Anbieterwahl. Allzu lange wollen die Österreicher aber dennoch nicht auf ihr Essen vom Zustellservice warten. Im Schnitt wird die ideale Lieferzeit eines Zustellservices mit 28 Minuten beziffert (Mittelwert), knapp unter 40 Minuten ist gerade noch akzeptabel. Alles unter 15 Minuten wird sogar mit schlechter Qualität der Speisen verbunden. Bei einer Wartezeit von knapp 1 Stunde und darüber sind die Österreicher dagegen gewillt das Essen nicht mehr anzunehmen bzw. es zurückgehen zu lassen.

Baden, am 22. Oktober 2015

Studiensteckbrief:

- Methode: Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- Instrument: Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- Respondenten: web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- Erhebungszeitraum: 28.08.2015 – 01.09.2015
- Sample-Größe: n = 508 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- Grundgesamtheit: web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- Umfang: 10 geschlossene Fragen

Zusätzliche Informationen können Sie unter 02236 – 205 886 oder c.strasser@marketagent.com jederzeit gerne anfordern!

Rückfragehinweis:

Marketagent.com online reSEARCH GmbH
Mag. Christina Strasser
Mühlgasse 59
A-2500 Baden, Austria

c.strasser@marketagent.com
tel.: +43 (0) 2252 – 909 009

About Marketagent.com

Marketagent.com zählt zu den führenden Full-Service Online Markt- und Meinungsforschungsinstituten im deutschsprachigen Raum. Mit Niederlassungen in Baden bei Wien, München, Zürich und Maribor werden jährlich mehr als 800.000 Web-Interviews durchgeführt und rund 700 Online Research Projekte realisiert; Tendenz steigend. Das Herzstück des Instrumentariums von Marketagent.com ist das über 675.000 (Stand: Oktober 2015) Personen umfassende Online-Access-Panel, welches im Januar 2010 als erstes Access Panel der D-A-CH-Region nach der ISO Norm 26362

zertifiziert wurde und im April 2011 das Euro-Label E-Commerce-Gütezeichen für das vorbildliche Datenschutz- und Sicherheitskonzept erhielt. Im Februar 2014 wurde die Erfüllung dieser Qualitätsstandards erneut unter Beweis gestellt und bestätigt. Marketagent.com realisiert Web-Befragungen für führende nationale und internationale Top-Unternehmen.