



Lieferando Report 2024



Lieferando



Inhalt



1. Lieferando Report 2024:

Interviews mit unseren Branchen-Expertinnen

08 Lieferando Geschäftsführerin Natascha Mauthner

12 Food-Trend-Expertin Hanni Rützler

14 Die wichtigsten Meilensteine des Jahres

Die Bestell-Trends des Jahres

17. So bestellt Österreich - Was in diesem Jahr auf der Speisekarte stand

18. Die Spitzenreiter

Die Favoriten

Österreichs liebste Nebendarsteller

Genuss von morgens bis abends

Ein Blick in den Einkaufswagen

19. Regionale Lieblinge - So bestellen die Bundesländer

Die beliebtesten Küchenrichtungen und Gerichte in den Bundesländern

Burgenland

Kärnten

Niederösterreich

Oberösterreich

Salzburg

Steiermark

Tirol

Vorarlberg

Wien

21. Pikante Details aus den Bundesländern

2. Food Horoskop 2025

25. Welche Food-Abenteuer erwarten dich 2025

3. Was gibt es heute? - Trends aus der Liefer-Welt

31. Die Food-Trends

34. Trend 1: Authentische Küche

Ehrlichkeit kann man schmecken

37. Trend 2: Wohlfühl-Diät

Liebe deine Nahrung wie dich selbst

42. Trend 3: Achtsame Snackkultur

Der Snack als Mini-Mahlzeit

45. Trend 4: Kulinarische Fanliebe

Liebe geht durch den Fan-Magen

47. Backstage mit Christina Aguilera

Das sagt die Musiklegende zur neuesten Lieferando Kampagne

4. Powered by Lieferando:

50. Über Lieferando

53. Kontakt und Quellenangabe



Interview mit unseren Branchen- Expertinnen

Interview mit unseren Branchen-Expertinnen



Interview mit Lieferando Geschäftsführerin Natascha Mauthner

Warum veröffentlicht Lieferando einen Report?

Als führender Online-Marktplatz in Österreich können wir aus dem Bestellverhalten unserer User:innen Rückschlüsse auf die regionalen Vorlieben ziehen. Als internationales Unternehmen halten wir natürlich auch immer nach internationalen Trends und Phänomenen Ausschau. Mit unserem jährlichen Report nehmen wir das Bestell- und Essverhalten der in Österreich lebenden Menschen unter die Lupe und stellen gleichzeitig internationale Phänomene vor, die wir spannend finden. Essen bedeutet für uns Leidenschaft und nachdem wir uns das ganze Jahr über damit beschäftigt haben, ist es uns eine Freude, unser Wissen zu teilen. Mit dem Lieferando Report wollen wir informieren, unterhalten und dazu inspirieren, neue Trends oder Phänomene auszuprobieren. Wir möchten Appetit auf gutes Essen machen und gleichzeitig den Spaß und die Freude wecken, sich mit der Vielfalt der Ernährung auseinanderzusetzen. Wir hoffen, unseren Leser:innen macht es genauso viel Spaß wie uns.

Wie hat sich das Thema Essenslieferungen in den vergangenen Jahren verändert?

In Österreich haben die Menschen früher zuweilen telefonisch eine Pizza bestellt. Andere Möglichkeiten, Essen zu bestellen, gab es kaum. Online-Lieferdienste wie Lieferando haben in den 2010ern eine Revolution ausgelöst. Zum ersten Mal war es den User:innen möglich, mit ein paar Klicks aus einer Vielzahl an Restaurants auszuwählen. Gleichzeitig konnten Restaurants, die keine Kapazitäten für Lieferungen hatten, ihren Service und damit ihre Kundschaft erweitern. Ein weiterer Schub folgte während der Pandemie. Während der Lockdowns entdeckten viele Österreicher:innen die Vorteile von Lieferdiensten. Und gleichzeitig haben wir Restaurants, die nicht öffnen durften, einen zusätzlichen Vertriebskanal eröffnet. Im Jahr 2023 haben fast die Hälfte der in Österreich lebenden Menschen mindestens einmal im Monat Essen über einen Online-Marktplatz bestellt.

Unsere Fahrer:innen gehören mit ihren orangenen Rucksäcken längst zum Stadtbild und es ist selbstverständlich geworden, Essen zu bestellen. Dementsprechend diversifizieren wir das Angebot und werden es auch in Zukunft weiter ausbauen. Was sich bis jetzt übrigens nicht verändert hat: Nach wie vor führt die Pizza eindeutig das Ranking der beliebtesten gelieferten Speisen an.

Wie beeinflussen Online-Marktplätze wie Lieferando aktuelle Food-Trends?

Bestell-Marktplätze wie Lieferando sind das Bindeglied zwischen Restaurants und User:innen. Früher musste man viele Restaurants besuchen, um die neuesten Trends zu erleben. Noch früher hat man sich die neuen Trends auf den Märkten geholt. Diese Tradition ermöglichen wir heute als Online-Marktplatz, bequem von daheim aus. Indem wir die Food-Trends leichter entdeckbar machen und sie nach Hause liefern, verbreiten sie sich natürlich schneller und werden zum festen Bestandteil des kulinarischen Angebots.

„Nach wie vor führt die Pizza eindeutig das Ranking der beliebtesten gelieferten Speisen an.“

In einem diversifizierten Markt gibt es kein Entweder-oder, sondern nur ein Sowohl-als-auch. Die User:innen haben die Wahl, ob sie in ein Restaurant gehen oder sich die kulinarische Vielfalt nach Hause bestellen. Zugleich unterstützt unser Marktplatz gastronomische Trendsetter, indem er ihre Entdeckung erleichtert, ihre Kundschaft erweitert und sie weiteren Konsument:innen vorschlägt. Und durch unseren engen Kontakt zu Restaurant-Partnern und User:innen verstehen wir die Bedürfnisse und dienen als Übersetzer der jeweiligen Anforderungen.

Stichwort Diversifikation – plant Lieferando, sein Angebot in Österreich auszubauen?

Wir sind als Essenslieferant bekannt geworden. Dabei sind wir längst viel mehr. Als Online-Marktplatz liefern wir neben einem vielfältigen kulinarischen Angebot auch Lebensmittel und Alltagsprodukte. Wie den Restaurants dienen wir auch Lebensmittelhändlern und Handelspartnern aus anderen Branchen als Plattform für ihr digitales Bestell-Geschäft und die schnelle Auslieferung. Im Zentrum steht dabei immer die Alltagserleichterung der Konsument:innen. International verbinden wir, gemeinsam mit den anderen 19 Landesorganisationen, mehr als 731.000 angeschlossene Partner aus Gastronomie, Lebensmittel- und Einzelhandel. Das Angebot in Österreich bauen wir rund um die Bedürfnisse unserer User:innen weiter aus.

Gibt es im Geschäftsmodell von Lieferando besondere Herausforderungen?

Wir agieren in einer sehr dynamischen Branche. Die Onlinewelt ist schneller als die analoge, und unser Anspruch ist es, beide Welten zusammenzuführen. Unsere User:innen bestellen online, um sich den Alltag zu erleichtern, aber auch, um Genussmomente zu erleben. Der Kontakt bzw. die Lieferung erfolgt aber persönlich. Das bedeutet, wir begegnen als Unternehmen unseren User:innen immer zweimal: Das Online-Angebot muss ansprechend, persönlich und überzeugend sein. Gleichzeitig sind unsere Fahrer:innen als Aushängeschild unseres Unternehmens gefordert, den User:innen den perfekten Service zu bieten. Das beschränkt sich nicht nur auf den persönlichen Kontakt mit den Besteller:innen, sondern spiegelt sich bei jeder Fahrt wider. Zugunsten der Nachhaltigkeit und kurzer Wege setzen wir dafür auf eine Fahrradflotte, sowie natürlich auf eine umsichtige und respektvolle Verkehrsteilnahme. Wir stehen permanent in der Auslage, was natürlich alle Mitarbeitenden fordert. Der Servicegedanke wird bei uns in jedem Moment hochgehalten.

Bedeutet das, dass Lieferando auch gesellschaftliche Verantwortung übernimmt?

Auf jeden Fall. Lieferando-Bot:innen sind alle regulär angestellt, sogar nach Tarifvertrag, und mit dieser Branchenbesonderheit setzen wir uns klar für gute Anstellungsverhältnisse ein. Ebenso gehört Diversität zu unserer DNA. Das leben wir nach innen, indem wir unsere Mitarbeitenden dabei unterstützen, ihr Potenzial zu entfalten und zu wachsen. Bei uns zählt der Mensch unabhängig von Herkunft, biologischem und sozialem Geschlecht, sexueller Orientierung oder Religion. Als Teil eines internationalen und weltoffenen Unternehmens schätzen wir jede und jeden in ihrer oder seiner ganz eigenen Individualität. Und wir leben das auch nach außen. Diskriminierung hat bei Lieferando keinen Platz. Als größter Online-Marktplatz Österreichs haben wir eine besondere Vorbildwirkung, die wir wahrnehmen. So haben wir zum Beispiel den Pride-Monat in Wien mit einem Charity-Event gefeiert. Gemeinsam mit 14 bekannten Drag Queens wie Tamara Mascara oder Pandora Nox haben wir bei einer Ballroom-inspirierten Xtina-Competition die Vielfalt gefeiert. Die Einnahmen des Events gingen an den Verein Queer Base. Mit gutem Grund, denn bei Lieferando setzen wir uns für eine inklusive Kultur ein, bei der sich Kolleg:innen, Restaurantpartner, Konsument:innen und Verbündete der LGBTQIA+-Community willkommen, unterstützt und anerkannt fühlen. Für mich war dieses Fest eines meiner beruflichen und persönlichen Highlights im Jahr 2024.



Lecker!



Köstlich

Interview mit unseren Branchen-Expertinnen



Interview mit der Food-Trend-Expertin Hanni Rützler

Letztes Jahr ging es bei den Konsumtrends bei Lieferando um Mood Food, Fusion Food und Zero Heroes. Was tut sich dieses Jahr in der Glaskugel?

Eigentlich schaue ich lieber in die Sterne ... nein, Spaß beiseite, meine „Glaskugeln“ sind Analysen des großen Wandels der Esskulturen, basierend auf Megatrends, sowie ein vertiefender Blick auf heiße gesellschaftliche Diskussionen rund ums Essen, aktuelle Probleme und disruptive Entwicklungen in den Branchen.

Diese beschreibt den fortwährenden Wandel unserer Esskultur hin zu einer individualisierteren Gestaltung der Mahlzeiten. Für Teile der Gesellschaft ist es nach wie vor das klassische Mittagessen mit Vor-, Haupt- und Nachspeise, das die Arbeit unterbricht und als Hauptmahlzeit am Esstisch eingenommen wird. Für andere ist es ein größerer Snack am Nachmittag, der besser als Minimahlzeit bezeichnet wird, auch wenn er zwischen Tür und Angel oder auf dem Weg von A nach B gegessen wird.

Wie geht das weiter und was bedeutet das für Lieferando?

Die Struktur der Mahlzeiten wird tendenziell immer vielfältiger, auch wenn die Corona-Jahre den Wandel etwas ausgebremst haben. Remote Work und die rasante Digitalisierung treiben diesen Wandel jedoch wieder voran. Lieferando bedient derzeit beide Märkte: den eher strukturierten Essalltag mit regelmäßigen Mahlzeiten, die per Knopfdruck beim Lieblingsrestaurant nach Hause bestellt werden können, und jene mit einem unregelmäßigeren Arbeitsalltag, in dem die Entscheidung zum Essen spontan getroffen wird.

Interessant finde ich die Entwicklung hin zu mehr klassischen, bekannten und bewährten Gerichten. Es scheint fast so, als würde in Zeiten von Krisen und Inflation die Innovationsfreude abnehmen – ein Phänomen, das man auch in anderen Bereichen beobachten kann. Damit steigt jedoch gleichzeitig der Wunsch nach Qualität und Transparenz. Letztere gewinnt seit Jahren an Bedeutung und birgt noch viel Entwicklungspotenzial. Ich gehe davon aus, dass in den kommenden Jahren neue, spielerische Kommunikationsmodelle entstehen werden, um die Nähe zwischen Ausgangsprodukt, Verarbeitung, Zubereitung und Kunden wiederherzustellen – eine spannende Herausforderung auch für Lieferando.

Diese helfen mir, die Sinne zu schärfen, um auch kleine Veränderungsbewegungen wahrzunehmen, die Lösungen bieten. Food-Trends enthalten für mich immer Lösungen für aktuelle Probleme sowie Antworten auf Sehnsüchte und Wünsche.

Und welche Trends haben Sie aktuell auf Ihrem Radar?

Lieferando hat aktuelle globale Entwicklungen aufgegriffen und diese mit eigenen Daten abgeglichen. Das Ergebnis spiegelt Zeitgeist-Trends wie zum Beispiel die „kulinarische Fanliebe“ wider, bei der es um die Suche nach neuen Orientierungshilfen und Kristallisationspunkten für Identitätsentwicklungen geht. Aber auch langfristige Entwicklungen wie die „achtsame Snackkultur“ sind relevant.

Die wichtigsten Meilensteine des Jahres

2024

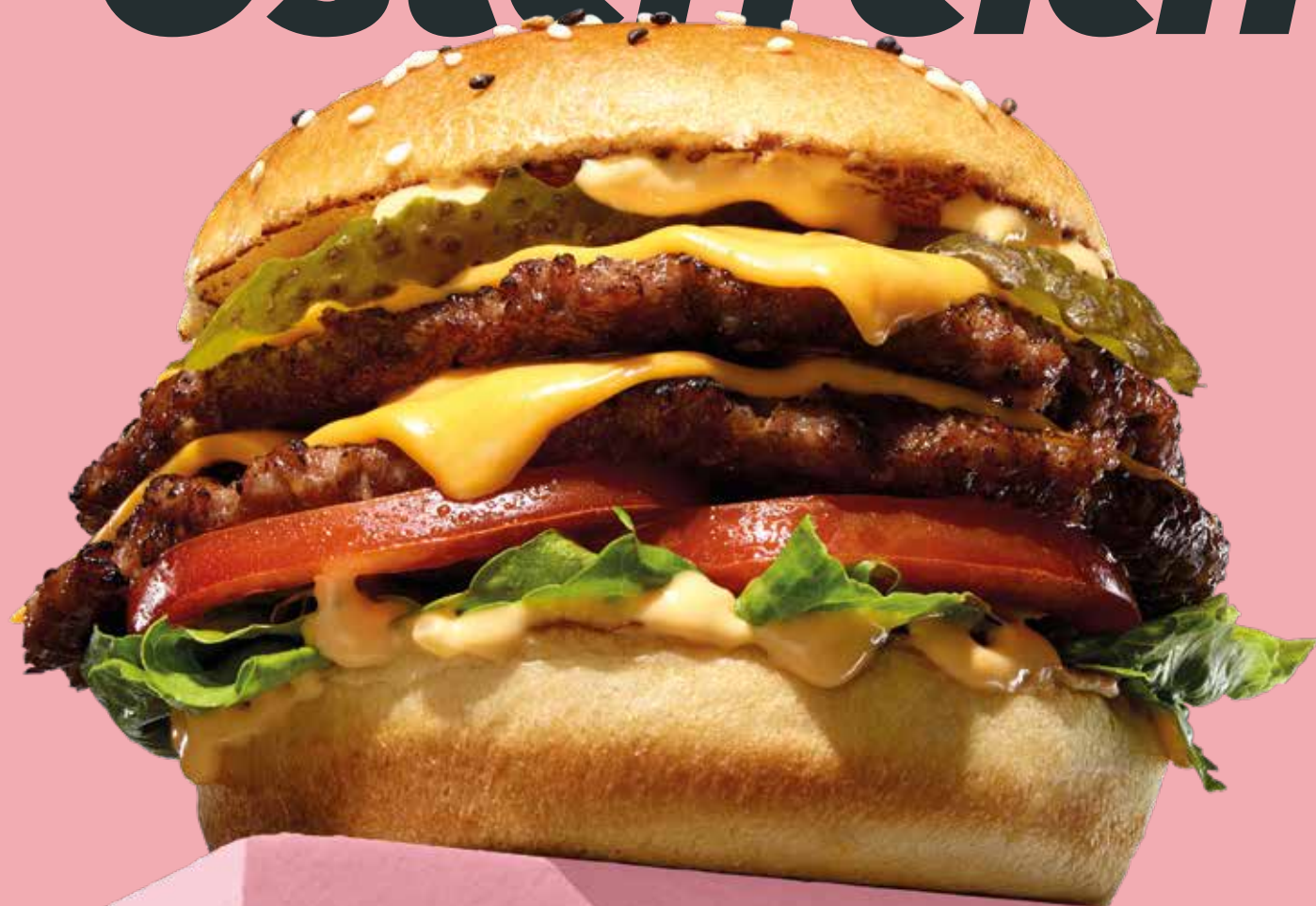
- Februar** Verleihung der Lieferando Awards
2024: Arizona Burger wird als bestes Restaurant Österreichs ausgezeichnet.
- April** Lieferando liefert das Fressnapf-Sortiment bequem nach Hause.
- Juni** Lieferando Charity-Event zugunsten der Queer Base: Queer Artists überraschen bei einem Ballroom-inspirierten Wettbewerb als Christina Aguilera.
- Juni** Prime-Mitglieder in Österreich profitieren von kostenloser Lieferung bei Bestellungen über Lieferando.
- Oktober** Lieferando startet eine Kooperation mit Lovehoney.



Die Bestell-Trends des Jahres



So bestellt Österreich



Die Bestell-Trends des Jahres

Was in diesem Jahr auf der Speisekarte stand

Die Spitzenreiter

Die drei beliebtesten Küchenrichtungen

1. Italienisch
2. Amerikanisch
3. Türkisch

Die Aufsteiger

1. Rumänisch
2. Portugiesisch
3. Mexikanisch

Die Favoriten

Die Top 3 Gerichte

1. Pizza Salami
2. Pizza Margherita
3. Cheeseburger

Die Aufsteiger

1. Iss Alleine Burger Menü von Happy Buns
2. Crispy Fries Pommes Frites
3. Spicy McChicken Menü

Österreichs liebste Nebendarsteller

Top 3 Getränke

1. Coca Cola
2. Red Bull
3. Fanta

Die Aufsteiger

1. Fanta
2. Sprite
3. Mango Lassi

Top 3 Beilagen

1. Pommes Frites
2. Reis
3. Chicken Nuggets

Die Aufsteiger

1. Crispy Fries Pommes Frites
2. Chicken Nuggets
3. Chili Cheese Pommes Frites

Genuss von morgens bis abends

Frühstück - Die beliebtesten

Backwaren

1. Bio-Kaisersemmel
2. Croissant
3. Krapfen

Mittag - Die beliebtesten Salate

1. Gemischter Salat
2. Kartoffelsalat
3. Griechischer Salat

Nachmittagssnack – Die beliebtesten

Mehlspeisen für die kleine Pause

zwischendurch

1. Schokoladenkuchen
2. Marzipantorte
2. Schoko-Nuss-Kuchen

Abendessen - Die beliebtesten Couch-

Klassiker

1. Pizza Salami
2. Pizza Margherita
3. Pommes Frites

Ein Blick in den Einkaufswagen

Die beliebtesten Produkte bei der Online-Lebensmittelbestellung

1. Bio-Kaisersemmel
2. Schwechater Bier
3. S-Budget Energydrink

Die Favoriten der Vierbeiner

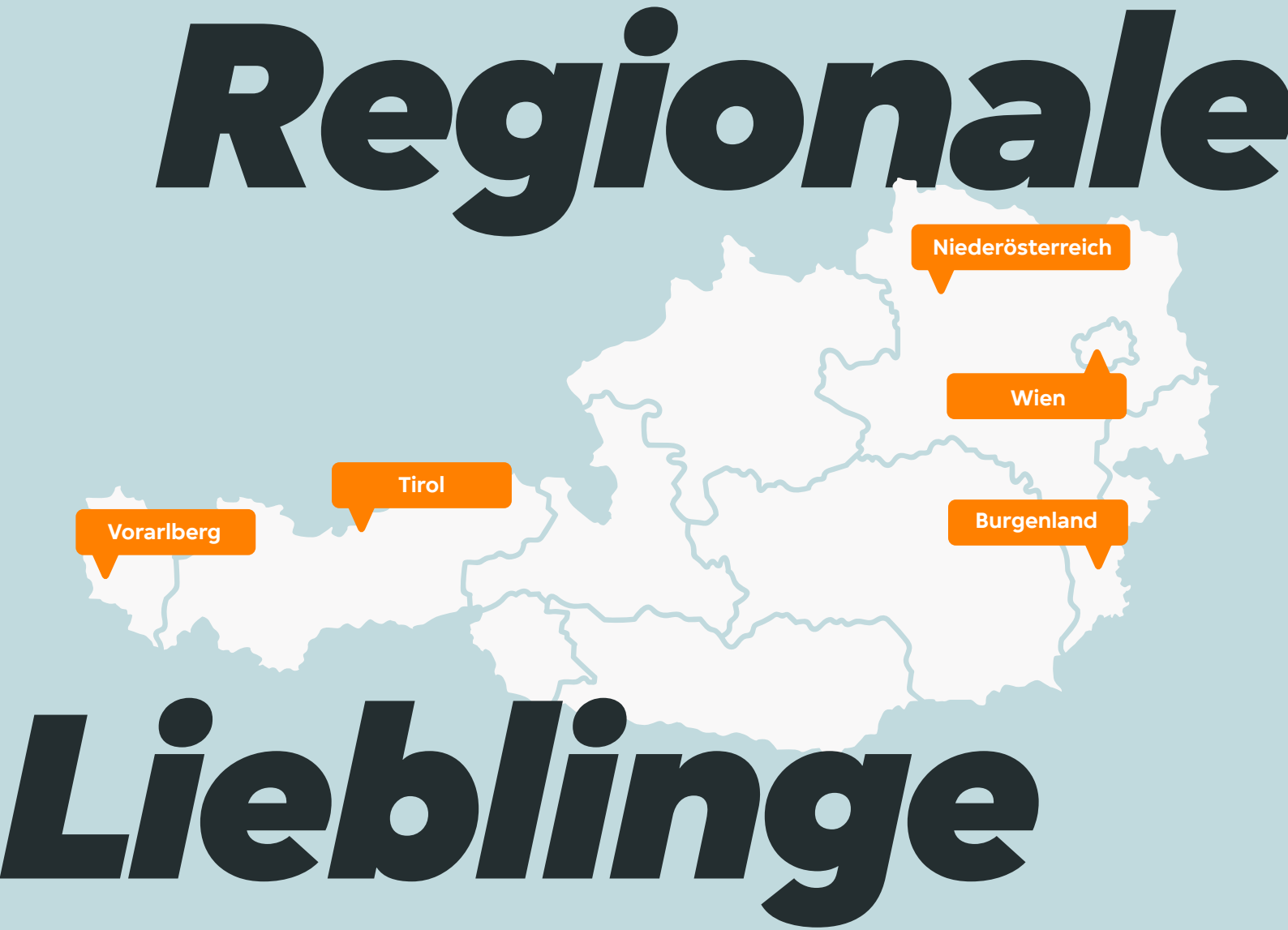
1. Select Gold Medica Schonkost Huhn
2. Real Nature Wilderness Adult Pure Chicken
3. Real Nature Wilderness Adult Pure Turkey

Die beliebtesten Blumenbestellungen

1. Gerbera
2. Rose
3. Blumenstrauß zum internationalen Frauentag am 8. März

Regionale Lieblinge

Burgenland	Top Küchenrichtung: Italienisch Top Gericht: Pizza Salami Top Getränk: Coca Cola Top Beilage: Pommes Frites Top Einkauf: Bio-Kaisersemmel	Aufsteiger Küchenrichtung: Indisch Aufsteiger Gericht: Pizza Provinciale Aufsteiger Getränk: Puntigamer Bier Aufsteiger Beilage: Pommes Frites Aufsteiger Einkauf: Absolut Vodka
Kärnten	Top Küchenrichtung: Italienisch Top Gericht: Pizza Salami Top Getränk: Coca Cola Top Beilage: Pommes Frites Top Einkauf: Puntigamer Bier	Aufsteiger Küchenrichtung: Mexikanisch Aufsteiger Gerichte: Knuspriges Huhn mit gebratenen Nudeln Aufsteiger Getränke: Zipfer Urtyp Bier Aufsteiger Beilagen: Chicken McNuggets Aufsteiger Einkäufe: Salamiwurst
Niederösterreich	Top Küchenrichtung: Italienisch Top Gericht: Pizza Salami Top Getränk: Coca Cola Top Beilage: Pommes Frites Top Einkauf: Bio-Kaisersemmel	Aufsteiger Küchenrichtung: Russisch Aufsteiger Gericht: Iss Alleine Burger Menü Aufsteiger Getränk: Mango Lassi Aufsteiger Beilage: Crispy Fries Pommes Frites Aufsteiger Einkauf: Wieselburger Gold Bier
Oberösterreich	Top Küchenrichtung: Italienisch Top Gericht: Pizza Salami Top Getränk: Coca Cola Top Beilage: Pommes Frites Top Einkauf: Bio Kaisersemmel	Aufsteiger Küchenrichtung: Mexikanisch Aufsteiger Gericht: Nudeln mit knusprigem Huhn Aufsteiger Getränk: Rauch Eistee Zitrone Aufsteiger Beilage: Pommes Frites Aufsteiger Einkauf: Eristoff Vodka
Salzburg	Top Küchenrichtung: Italienisch Top Gericht: Pizza Margherita Top Getränk: Coca Cola Top Beilage: Pommes Frites Top Einkauf: Dinkelsemmel	Aufsteiger Küchenrichtung: Mexikanisch Aufsteiger Gericht: Pizza Bufala Aufsteiger Getränk: Fanta Exotic Aufsteiger Beilage: Chicken McNuggets Aufsteiger Einkauf: 4 Diamanten Thunfisch Naturell
Steiermark	Top Küchenrichtung: Italienisch Top Gericht: Pizza Salami Top Getränk: Coca Cola Top Beilage: Pommes Frites Top Einkauf: Puntigamer Bier	Aufsteiger Küchenrichtung: Rumänisch Aufsteiger Gericht: P&P's Clasico Combo Aufsteiger Getränk: Puntigamer Bier Aufsteiger Beilage: Chicken McNuggets Aufsteiger Einkauf: Puntigamer Bier
Tirol	Top Küchenrichtung: Italienisch Top Gericht: Pizza Margherita Top Getränk: Coca Cola Top Beilage: Pommes Frites Top Einkauf: Schwechater Bier	Aufsteiger Küchenrichtung: Türkisch Aufsteiger Gericht: Kebab Aufsteiger Getränk: Eistee Aufsteiger Beilage: Süßkartoffel Pommes Aufsteiger Einkauf: Schwechater Bier
Vorarlberg	Top Küchenrichtung: Italienisch Top Gericht: Pizza Margherita Top Getränk: Coca Cola Top Beilage: Pommes Frites Top Einkauf: Coca Cola	Aufsteiger Küchenrichtung: Indisch Aufsteiger Gericht: Double Cheeseburger Aufsteiger Getränk: Coca Cola Aufsteiger Beilage: Curly Fries Aufsteiger Einkauf: 10er Überraschungsbox Donuts
Wien	Top Küchenrichtung: Italienisch Top Gericht: Pizza Margherita Top Getränk: Coca Cola Top Beilage: Pommes Frites Top Einkauf: Bio-Kaisersemmel	Aufsteiger Küchenrichtung: Russisch Aufsteiger Gericht: Bacon Double Cheeseburger Aufsteiger Getränk: Fanta Aufsteiger Beilage: Chicken McNuggets Aufsteiger Einkauf: Wieselburger Gold Bier



Pikante Details aus den Bundesländern



Pikante Details aus den Bundesländern

Regionale Besonderheiten

Burgenland

Im Burgenland genießt man das Wochenende – 37 Prozent der Bestellungen erfolgen hier am Wochenende. Die fehlenden Berge tragen wohl dazu bei, dass man sich gerne selbst auf den Weg macht: Mit fünf Prozent weist das östlichste Bundesland den höchsten Anteil an Abholungen auf. Dafür geht man im Flachland gerne früh schlafen: Mit drei Prozent liegt Burgenland bei den nächtlichen Bestellungen auf dem letzten Platz. Gegessen wird jedoch früh: Mit sechs Prozent sind die Burgenländer:innen unsere Frühstücks-Champions.

Kärnten

Vielleicht liegt es an der hervorragenden Kärntner Hausmannskost, die im Süden gerne selbst gekocht wird – zumindest am Wochenende. Mit 33 Prozent der Bestellungen am Wochenende ist Kärnten österreichweit das Schlusslicht.

Niederösterreich

In Österreich wird oft den westlichen Bundesländern Sparsamkeit nachgesagt. Doch es sind die Niederösterreicher:innen, die mit einem durchschnittlichen Bestellwert von 26 Euro und 71 Cent die Liste der günstigsten Bestellungen anführen. Geplant war das wohl nicht, denn nördlich der Enns liegt man mit sieben Prozent der Vorbestellungen hinter den anderen Bundesländern.

Oberösterreich

Oberösterreich ist das internationalste Bundesland, zumindest wenn es um Nachspeisen geht. Hier erfreut sich Baklava immer größerer Beliebtheit und legte im Vergleich zum Vorjahr um beeindruckende 46 Prozent zu. Damit ist die türkische Köstlichkeit das Dessert mit dem größten Wachstum.

Salzburg

Salzburger Nockerl, Bauernkrapfen – in Salzburg hat fleischlose Ernährung Tradition. Diesen Trend setzen die Salzburger:innen fort: 48 Prozent der Bestellungen enthalten bereits vegetarische Gerichte und 20 Prozent der Bestellungen kommen mit veganen Gerichten. Und weil man ungern wartet, bestellt man in Salzburg gerne vor: zwölf Prozent der Lieferungen im Jahr 2023 waren Vorbestellungen.

Steiermark

„Mir und unser Puntigamer“ nehmen die Steirer:innen sehr ernst. Die Bestellungen des beliebten Bieres aus der grünen Mark sind im letzten Jahr um satte 93 Prozent – wohlgemerkt nicht Promille – gestiegen.

Tirol

In Tirol ist man früh morgens schon auf dem Berg unterwegs. Nur drei Prozent der Bestellungen sind Frühstücksbestellungen, was die Tiroler:innen als Frühstücksmuffel auszeichnet.

Vorarlberg

Die Vorarlberger:innen sind Nachteulen: Zwölf Prozent aller Lieferungen erfolgen spät in der Nacht. Das ist österreichischer Rekord. Mit einem durchschnittlichen Bestellwert von 33 Euro und 78 Cent gönnt man sich im Ländle mehr als im Rest des Landes. Ob das am Sour-Cream-Dip liegt, der die am schnellsten wachsende Nachfrage aufweist?

Wien

Wien zeigt Größe und holt sich gleich doppelt den Titel der Bestell-Champions. Der größte Lieferando-Fan aus Wien bestellte 626 Mal – fast zweimal täglich! Dabei scheint der User mit 626 Dosen Red Bull wohl eher durstig als hungrig gewesen zu sein ... oder sehr müde. Auch die größte Bestellung des Vorjahres kam aus Wien: Für unglaubliche 794 Euro orderte ein User bei seinem Lieblingsitaliener, der Pizzeria Caorle.

Ein Blick in die Sterne

**Food-
Horoskop
2025**



Welche Food-Abenteuer erwarten dich 2025

21. März – 19. April

Widder

Zeig dich von deiner kühnen Seite und entdecke die wildesten Food-Trends 2025. Entdecke neue Aromen und einzigartige Gaumenfreuden. Virtuelle Kochstunden oder Motto-Gerichte direkt an die Haustür geliefert bringen frischen Wind in deine Küche.



20. April – 20. Mai

Stier

Wir wissen, dass du es dir am liebsten auf der Couch bequem machst. Warum also umständlich essen gehen, wenn du dir Gourmet-Gerichte auch direkt nach Hause liefern lassen kannst? Dank Lebensmittellieferung kannst du außerdem Gerichte in Restaurant-Qualität ganz einfach zu Hause zubereiten, Dessert und erlesene Weine inklusive. Dieses Jahr dreht sich alles um luxuriöses Speisen in der eigenen Küche.



21. Mai – 20. Juni

Zwillinge

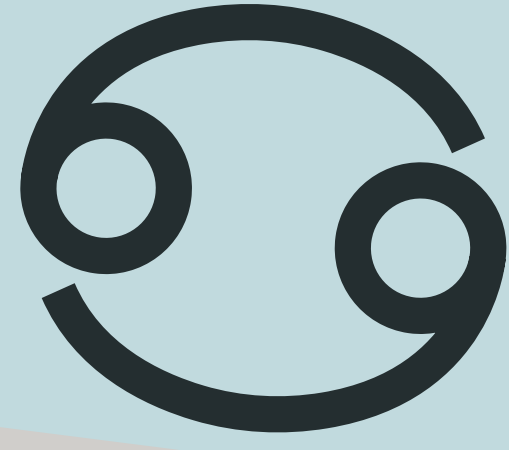
2025 dreht sich alles darum, deine Social Skills beim Essen mit anderen auszudrücken und dich kulinarisch auszutoben. Mit der Lieferando-App kannst du Aromen und Gerichte aus der ganzen Welt durchstöbern und deine kulinarischen Entdeckungen mit Freunden teilen.



21. Juni – 22. Juli

Krebs

Du fühlst dich zu Hause (und vor allem in der Küche) am wohlsten. Dank der frischen Lebensmittellieferung von Lieferando kannst du tolle Gerichte für dich und deine Familie zaubern – wie du willst, wann du willst und so oft du willst.



23. Juli – 22. August

Löwe

Mach dich bereit, dieses Jahr luxuriöses Essen zu genießen und als Gastgeber:in in deinem Freundeskreis zu glänzen. Du liebst es, dir Gourmet-Gerichte liefern zu lassen und aufwendige Motto-Dinnerpartys zu organisieren. Du liebst Gerichte, die ein Statement setzen und deine Food-Abenteuer auf Social-Media zu teilen.



23. August – 22. September

Jungfrau

Dieses Jahr ist es dein Ziel, gesundheitlich in Top-Form zu bleiben. Du wünschst dir frische, nährstoffreiche Gerichte, die deinen Energiepegel boosten und dir einen tollen Glow verleihen. Konzentriert und im Gleichgewicht zu bleiben ist jedoch genauso wichtig. Suche dir also am besten Gerichte in der Lieferando-App heraus, die bio, glutenfrei oder vegan sind. Damit dir jeder Bissen guttut.



Welche Food-Abenteuer erwarten dich 2025

23. September – 22. Oktober

Waage

2025 ist Gleichgewicht deine Geheimzutat. Du liebst Gerichte, die so gut schmecken, wie sie aussehen, und nutzt die Lieferando-App, um unterschiedliche Küchen zu entdecken, damit es nie langweilig wird. Ob eine Lieferung frischer Lebensmittel oder ein köstliches Dessert: Jeder Bissen wird dich geschmacklich und optisch ansprechen.



22. November – 21. Dezember

Schütze

Wenn es ums Essen geht, schaut du gerne über den Tellerrand und entdeckst eine Welt voller exotischer Aromen und Küchen mit der Lieferando-App. Indisches Street Food und Thai-Currys gehören zu deinen Favoriten.



20. Jänner – 18. Februar

Wassermann

Als einzigartiger und innovativer Wassermann lässt du dir dieses Jahr keinen Food-Trend entgehen. Von Essenslieferungen per Drohne bis zum Probieren von im Labor gezüchtetem Fleisch und pflanzlichen Gerichten: Du willst alles entdecken und bist immer ganz vorne mit dabei.



19. Februar – 20. März

Fische

Du bist eine Künstlernatur und liebst Gerichte mit einem kreativen Twist. Ob bei einem einzigartigen Abendessen oder indem du ein neues Rezept mit frisch gelieferten Zutaten erfindest: 2025 suchst du ständig nach neuen Möglichkeiten, dich kulinarisch auszudrücken.



22. Dezember – 19. Jänner

Steinbock

Keine Zeit für Meal-Prep? Kein Problem! Die Lieferando-App ist dieses Jahr dein Retter. Damit sparst du nicht nur Zeit, du kannst dir auch nährstoffreiche und ausgeglichene Gerichte gönnen. Gesund und lecker im Handumdrehen – auch bei vollem Terminkalender. So bist du das ganze Jahr immer einen Schritt voraus.



23. Oktober – 21. November

Skorpion

Feurige Skorpione lieben dieses Jahr ausgefallene und scharfe Gerichte. Entdecke die Küche Mexikos oder des Nahen Ostens und stille deinen Hunger nach intensiven Geschmackserlebnissen mit Leckereien aus Zartbitterschokolade.



Was
gibt
es
heute?



Was gibt es heute?

Die Trends aus der Liefer-Welt

Der Zeit ihren Trend, dem Trend seine Freiheit ... oder so ähnlich. Analog zur Veränderung unserer Lebensrealitäten entstehen immer wieder neue Trends. Manche gehen vorüber, andere bleiben. Was definitiv bleibt, ist der Trend, sich Essen nach Hause zu bestellen. Befeuert durch neue Technologien war es noch nie so einfach, das Lieblingsessen per Knopfdruck über das Smartphone zu ordern. Und diesen Trend bedienen wir sehr gerne. Trends entstehen aber auch durch kulturelle Einflüsse, etwa durch Filme, Musik oder Subkulturen. Selbstverständlich spielen auch wirtschaftliche Faktoren eine Rolle dabei, ob ein Trend zum Kurzzeit-Phänomen oder zum Mainstream wird. Weil es unsere Mission ist, deinen Hunger mit hervorragendem Essen zu stillen, haben wir uns die wichtigsten Food-Trends angesehen.

Das sagt unsere Food-Trend-Expertin

Trends sind Veränderungsbewegungen. Manche entpuppen sich als kurzfristige Moden, die uns inspirieren oder amüsieren, andere haben mehr Substanz, da sie zur Lösung eines Problems beitragen oder bestimmte Sehnsüchte stillen. Manchmal stehen Trends auch für bestimmte Werte, sind Anknüpfungspunkte für Identifikationsprozesse oder regen uns dazu an, bei der Lebensmittelwahl bewusster zu entscheiden und zu essen. Dieses Jahr haben wir eine spannende Vielfalt an Trends und Phänomenen gesammelt.



Authentische Küche

Was gibt es heute?

Trend 1

Klarheit kann man schmecken

Bei Mutti schmeckt es immer noch am besten. Da weiß man, was auf den Tisch kommt und kann darauf vertrauen, dass das Essen mit Liebe und Sorgfalt zubereitet wird. Ehrlicher als daheim geht es meistens nicht. Wer will schon von seinem Essen belogen werden? Authentische Küche heißt der Trend, der uns zurück zum Ursprung bringt. Statt kulinarischem Schnickschnack stehen bewährte Rezepturen und regionale Gerichte auf dem Menü. Eben ganz wie daheim bei Mama. 41 Prozent der in Österreich lebenden Menschen bevorzugen traditionelle Speisen mit lokalen Zutaten der österreichischen Küche.

„Die Zutaten der authentischen Küche sind wenig verarbeitet und frisch.“

48 Prozent setzen auf authentische Speisen, die eng mit lokalen Zutaten und Kochtechniken verbunden sind, unabhängig von der Küchenrichtung. Moderne Kreationen, deren Zutaten in unseren Breitengraden nicht ganz so bekannt sind, wecken zwar die Neugier und werden auch mal probiert, überzeugen aber am Ende nur zehn Prozent. Noch weniger Zuspruch bekommen exotische Experimente wie Insektenburger, dehydrierte Obst-Chips oder Fusionsküche, die gar nur ein Prozent der Befragten ansprechen. Also zurück zur Tradition, wo man noch weiß, was im Essen drin ist. Authentische Küche meint qualitativ hochwertige Mahlzeiten, die authentisch sind und sich auf das Wesentliche beschränken.

Und auch beim Thema Nachhaltigkeit spielt die Philosophie eine Rolle, denn durch die Verarbeitung regionaler und saisonaler Lebensmittel werden lokale Produzent:innen unterstützt und Transportwege gespart. Die Zutaten der authentischen Küche sind wenig verarbeitet und frisch. Keine Sorge, das heißt nicht, dass wir nur noch Schnitzel, Schlutzkrapfen und Schweinsbraten essen dürfen. Ganz im Gegenteil, Tradition wird als globales Erbe betrachtet. Es darf schon international sein, solange die Gerichte authentisch und frisch gekocht sind. Und weil es daheim einfach am besten schmeckt, bringen die Lieferando-Fahrer:innen die kulinarische Vielfalt aus aller Welt nach Hause – ganz ehrlich und umweltfreundlich mit dem Fahrrad.

Das sagt unsere Food-Trend-Expertin

In unsicheren Zeiten neigt man dazu, verstärkt auf Altbewährtes zurückzugreifen. So haben zum Beispiel in Corona-Zeiten viele Menschen mehr Zeit in der Natur verbracht, mehr gekocht und mehr Zeit am Esstisch verbracht. Letzteres hat zwar wieder abgenommen, aber die Sehnsucht nach traditionellen, authentischen Essenserlebnissen ist geblieben. Das können regionale Spezialitäten wie Wiener Schnitzel, Würstel mit Saft oder Schinkenfleckerl sein, aber auch internationale Gerichte wie Pizza, Bowl, Caesar Salad oder taiwanesisches Teigtascherl, die uns schon seit vielen Jahren ans Herz gewachsen sind. Der Fokus liegt auf Klarheit, Reduktion auf den Kern des Gerichts sowie guter Ausgangsqualität.

Was gibt es heute?

Authentische Küche

Die Daten zum Trend



Vegetarische Varianten

von traditionellen Gerichten sind auf dem Vormarsch.



5% Wachstum

von Veggie-Schnitzeln.



27% mehr bestellte

Bio-Produkte als im Vorjahr.



31% mehr bestellte

Veggie-Käsekrainer.

Trend 2

Liebe deine Nahrung wie dich selbst

Hand aufs Herz, jeder ist sich doch selbst der Nächste, oder? Wer kennt die eigenen Wünsche und Bedürfnisse genauso gut wie man selbst? Wer kann sich besser um dich kümmern als du? Selbstfürsorge ist ein Trend, der sich auch im Essverhalten widerspiegelt: die Wohlfühl-Diät. Gesucht ist das ganzheitliche Verständnis für gesunde Ernährung. Alles, was auf lange Sicht guttut, wird bevorzugt. Gemeint sind aber keine asketischen Diäten, bei denen wir Kalorien zählen und dem zweifelhaften Rat unterernährter Abnehm-Gurus folgen. Im Vordergrund steht der Genuss, der zu einem langfristigen Wohlbefinden führt. Laut Umfrage haben sich vier von zehn in Österreich lebenden Menschen bereits in einer Diät oder speziellen Ernährungsform versucht.

Darauf kann die Wohlfühl-Diät aufbauen, auch wenn sie keine klassische Diät ist, sondern ein Rundum-Selbstfürsorge-Programm. Menschen, die auf Selbstfürsorge achten, wählen vor allem Lebensmittel, die sie als gesund empfinden und gleichzeitig ihre Seele im genussvollen Kulinarik-Rausch schmelzen lassen. Zucker, Fett, Salz – alles ist erlaubt, solange die Zutaten ausgewogen sind und die Speisen einen hohen Anteil an Hülsenfrüchten, Getreideprodukten, frischem Obst und Gemüse aufweisen. Zum Wohlfühlen gehört natürlich auch der bewusste Genuss und der wird in Österreich traditionell großgeschrieben.

Für 91 Prozent ist es wichtig, das Essen zu genießen und nicht permanent auf gesunde Ernährung achten zu müssen. Ein Widerspruch? Ganz und gar nicht, denn bei der Wohlfühl-Diät geht sich zwischendurch sogar Fast Food aus, solange die Balance zwischen körperlicher und geistiger Gesundheit stimmt. Abgesehen davon sagen auch 91 Prozent, dass Essen eine wichtige Rolle für das eigene Wohlbefinden und die Schönheit spielt. Das sehen wir genauso. Auf sich zu schauen heißt, verantwortungsbewusst zu essen, auf den eigenen Körper zu hören und vor allem ganz entspannt zu genießen.

Das sagt unsere Food-Trend-Expertin

Mitunter ist beim Essen ein Perspektivenwechsel effizienter als das Einhalten einer strikten Diät. Statt den Fokus auf Probleme wie „weniger Kalorien“, „weniger Zucker“, „weniger Fett“ zu richten und damit nur zu wissen, was man nicht essen sollte, ist es zielführender, den Blick auf Lösungen zu richten. Es ist alles erlaubt, aber als gesünder wahrgenommene Alternativen werden bevorzugt. Fleisch ja, aber gerne mit einer großen Portion buntem Salat, Süßes ja, aber dann gerne mit Datteln gesüßt und mit viel frischem Obst statt Obstaroma. Hier geht es um Kompromisse, ein neues Abwägen und Ausprobieren, wie man persönliche Geschmacksvorlieben ernst nehmen und gleichzeitig die eigene Ernährungsweise gesünder gestalten kann.

Wohlfühl Diät

Was gibt es heute?

Wohlfühl Diät

Die Daten zum Trend



Fleischlose Ernährung in Österreich immer beliebter:

46 Prozent der Bestellungen enthalten bereits vegetarische Gerichte, 20 Prozent der Bestellungen enthalten vegane Gerichte.



20% mehr Bestellungen

von Produkten mit dem Stichwort „Protein“.



Zu den beliebtesten Sportprodukten

zählen die Green Protein Bowl und der NÖM Pro Protein Drink.





Achtsame Snackkultur

Was gibt es heute?



Trend 3

Der Snack als Mini-Mahlzeit

Das Frühstück ist die wichtigste Mahlzeit des Tages. Pustekuchen! Das ist es nebenbei bemerkt auch nicht, auch wenn findige Bäcker:innen versuchen, die Redewendung zur Mehlspeise zu machen. Durch die Transformation unserer Arbeitswelten haben sich auch die klassischen Mahlzeiten verschoben, verdreht, verdrängt und verändert. Die strenge Einhaltung von Frühstück, Mittagessen und Abendessen, die Nahrungsaufnahme zu festen Zeiten an bestimmten Orten, ist für immer mehr Menschen Geschichte. Statt der drei großen Mahlzeiten stillen heute zeitlich unabhängige Mini-Mahlzeiten den Hunger einfach zwischendurch. Die Zeit ist reif für die König:innen der Nacht, für die das Abendessen zur wichtigsten Mahlzeit wird. Wenn die Ruhe nach dem Alltagsstress einkehrt, ist es an der Zeit für den Mitternachtssnack.

Aber selbst da bricht der Trend Achtsame Snackkultur mit der Tradition, denn die bewusst ausgewählten Snacks sind keine klassischen Knabbereien, sondern kleine, ausgewählte kulinarische Genüsse, die den Gaumen genauso wie die Seele erfreuen. Eben Mini-Mahlzeiten. In Österreich fasst der internationale Trend langsam Fuß. Laut Umfrage hält sich die Hälfte der in Österreich lebenden Menschen (49 Prozent) an die drei traditionellen Hauptmahlzeiten, während es die andere Hälfte (51 Prozent) mit dem strengen Mahlzeitenplan nicht so genau nimmt. Bereits für 31 Prozent ist das Abendessen die wichtigste Mahlzeit. Angeführt wird das Ranking der wichtigsten Mahlzeiten vom Mittagessen, dem 41 Prozent die meiste Bedeutung beimessen. Und das Frühstück? Nur für 18 Prozent ist es die wichtigste Mahlzeit des Tages.

Sorry, Oma, aber wenn es tröstet: Lieferando bringt natürlich gerne auch das Frühstück vorbei. Auch wenn nur 4 Prozent der Lieferando-User:innen Frühstück bestellen, den Großteil (68 Prozent) liefern wir am Abend. Den Trend der Achtsamen Snackkultur besiegeln übrigens 51 Prozent der in Österreich lebenden Menschen, die sich nicht an die traditionellen Hauptmahlzeiten halten.

„Durch die Transformation unserer Arbeitswelten haben sich auch die klassischen Mahlzeiten verschoben, verdreht, verdrängt und verändert.“

Das sagt unsere Food-Trend-Expertin

Frühstück, Mittag- und Abendessen: Der traditionelle Dreiklang hat lange Zeit unseren Alltag strukturiert. Mit dem Wandel der Arbeitswelt wanderte der kulinarische Schwerpunkt langsam Richtung Abend und wurde schließlich zur familiärsten Mahlzeit des Tages. Unterstützt von den Megatrends Individualisierung und Mobilität war dies aber erst der Anfang eines nachhaltigen Wandels. Mahlzeiten werden immer vielfältiger, passen sich den unterschiedlichen Arbeitswelten und den jeweiligen Lebensstilen an. Ehemalige Mahlzeiten werden zu Snacks, Snacks mutieren immer öfter zu Mini-Mahlzeiten. Das wiederum verändert auch die Art und die Zusammensetzung unserer Speisen, denn kleinere Portionen fördern die Neugier und Experimentierfreude.



Was gibt es heute?

Achtsame Snackkultur

Die Daten zum Trend



**20% mehr
Bestellungen**

mit dem Stichwort „Snack“.



**Ob Snack oder
Mini-Mahlzeit:**

Die meisten Lieferando-Nutzer:innen
bestellten im vergangenen
Jahr am Abend.



**Späte Abendessen
(ab 21 Uhr)**

sind je nach Wochentag um acht
bis zwölf Prozent gewachsen.

Trend 4

Liebe geht durch den Fan-Magen

Begeisterung kennt keine Grenzen, wenn sie geteilt wird. Und wie viel besser schmeckt es, wenn die Fangemeinde den eigenen Geschmack verstärkt? Das schreit nach einem Trend: Kulinarische Fanliebe! Auch Lebensmittel und kulinarische Produkte haben Fans. Erst recht, wenn sie sich mit Attributen aus anderen Welten verbinden lassen. Fangemeinden begeistern sich leidenschaftlich für Popkultur-Phänomene wie Filme, TV-Serien, Bücher, Spiele oder Musik. Lebensmittel, die visuell oder thematisch auf Fangemeinden abgestimmt sind, gewinnen automatisch an Popularität. Oder wer hat vor dem Harry-Potter-Hype Butterbier getrunken? Gelockt werden die Fangemeinden mit Snacks, Desserts, Getränken oder Mahlzeiten, in denen Charaktere, Szenen oder Symbole der Lieblingsfilme oder -serien erkennbar sind. Auch das ist Esskultur – die wachsende Bedeutung von Status und vor allem Zugehörigkeit.

Kulinarische Fanliebe erfüllt diesen Trend und lässt die Fans ihre Leidenschaft auf eine ganz neue Art und Weise feiern. Fan zu sein bedeutet auch, Idole zu haben. So gewinnen auch Influencer:innen und berühmte Persönlichkeiten langsam an Einfluss, wenn es um die Wahl des Essens geht. So haben wir beispielsweise durch Model Gigi Hadid gelernt, unsere Pasta-Saucen mit Vodka zu verfeinern. Und wenn sogar lokale Influencer wie Michi Buchinger Kochbücher veröffentlichen, geschieht das nicht ohne Grund. Der Einfluss von Influencer:innen und prominenten Personen auf das Bestellverhalten der Lieferando-User:innen steigt. Ein Drittel der Österreicher:innen probiert neue Lebensmittel- oder Getränkepakete aus, die von Prominenten und Influencer:innen empfohlen werden.

Bereits zwei von zehn in Österreich lebenden Menschen folgen Influencer:innen auf Social-Media-Plattformen, um sich Rezepte oder Kochtipps zu holen. 27 Prozent der Befragten haben bereits Produkte gekauft, die aus Kooperationen zwischen Prominenten und Lebensmittelproduzenten entstanden sind. Hier sind es vor allem die 18- bis 29-Jährigen, die bereit sind, ein Lebensmittel- oder Getränkepaket auf Prominenten-Empfehlung auszuprobieren. 20 Prozent der Befragten sind sogar dazu bereit, mehr Geld auszugeben, wenn es sich um das Lieblingsgericht einer prominenten Person handelt. Ganz egal, ob sich Fans um einen Film, einen fiktiven Charakter, einen Popstar oder eine:n Influencer:in scharen, wir lieben es, unsere Fans mit ihren Liebesspeisen zu beliefern.

Das sagt unsere Food-Trend-Expertin

Wir leben im Lebensmittelüberfluss, und das bedeutet, dass wir uns auch beim Essen zwischen unzählig vielen Wahlmöglichkeiten entscheiden müssen, sobald wir die Pfade der familiären Esstraditionen verlassen. Und das beginnt heute schon viel früher. Jugendliche nehmen die Verantwortung für ihre Ernährung immer früher selbst in die Hand, erproben neue Gerichte, Geschmäcker und Essstile, um ihren persönlichen Weg durch die Vielfalt an Möglichkeiten zu finden. Rat finden sie fast überall – zunehmend auch bei TV-Köch:innen, in sozialen Medien, Blogs und Podcasts. Und natürlich sind auch Stars aus der Film- und Musikwelt, die Speise- und Rezepttipps geben, oft Vorbilder beim Thema Essen.

Kulinarische Fanliebe

Backstage mit

Christina Aguilera

Das sagt die Musiklegende zur neuesten Lieferando Kampagne

Was hat dich inspiriert, mit Lieferando bzw. Just Eat Takeaway.com zusammenzuarbeiten?

Die Zusammenarbeit mit Lieferando als Teil von Just Eat Takeaway.com bot sich vor allem wegen meines hektischen Terminkalenders an. Der Lieferservice ist praktisch und macht gute Ernährung einfacher. Es war mir schon immer wichtig, mit Marken zusammenzuarbeiten, die etwas bewirken und zu meinen Werten passen.

Wie sah der kreative Prozess aus?

Dem Team und mir war es von Anfang an wichtig, dass die Kampagne meine Persönlichkeit und die Werte der Marke widerspiegelt. Wir gingen unterschiedliche Ideen durch, damit jeder Aspekt der Kampagne – von den Visuals bis zum Messaging – authentisch ist und beim Zielpublikum ankommt. Es hat Spaß gemacht, mit den Ideen des Marketing-Teams voller Farben und Glamour-Momenten zu arbeiten. Unterschiedliche Musikstile mit Latto zu kombinieren, war für mich etwas ganz Besonderes. Wir haben so viel gelacht!



Was hat dir beim Dreh am besten gefallen?

Ich liebe die Energie und Kreativität der Crew. Es war ein großer Dreh mit extrem vielen Menschen und alle waren aufgeregt, diese Kampagne ins Leben zu rufen. Diese Begeisterung kam in jedem Take und jedem Gespräch durch. Die Arbeit mit Latto war einfach der Wahnsinn. Wir hatten so viel Spaß dabei, meine eigenen Ideen zum Leben zu erwecken und mit den Looks zu experimentieren, damit sie in die Welt passen, die wir schaffen wollten.

Was war deine letzte Bestellung?

Meine letzte Lieferung war ein grüner Saft. Ich probiere mich gerade durch die ganzen Saft-Variationen und -Rezepte durch. Ich entdecke gerne neue Küchen und Lieferando ermöglicht mir das auch zu Hause. Wenn ich mit meiner Familie zu Hause bin, können wir uns alle aussuchen, worauf wir Lust haben.

Gibt es einen Food-Trend, den du besonders toll findest?

Ich folge keinen bestimmten Food-Trends, finde es aber interessant, welche neuen Optionen es gibt. Wie schon erwähnt, lieben meine Familie und ich unterschiedliche Gemüse- und Fruchtsäfte. Ob auf Reisen oder zu Hause: Restaurants haben unterschiedliche Arten, Gerichte zu zaubern und es ist interessant, sich durchzuprobieren.





Über Lieferando

Wer wir sind

Lieferando ist ein führender Online-Anbieter zum Bestellen von Essen, Lebensmitteln und Alltagsprodukten in Deutschland und Österreich. Das Unternehmen stellt Restaurants und Händlern seine Plattform und Technologie mit zahlreichen Services für ihr digitales Bestell-Geschäft bereit und erleichtert Konsument:innen das online Bestellen und eine schnelle Lieferung aus einer großen Auswahl.

Darüber hinaus bietet Lieferando einen Logistikdienst mit festangestellten Fahrer:innen für Partner ohne eigenen Lieferservice. Lieferando wurde 2009 in Deutschland gegründet und gehört zu Just Eat Takeaway.com (AMS: TKWY). Der Technologiekonzern mit Hauptsitz in Amsterdam verbindet über seine Plattform Konsument:innen mit über 731.000 angeschlossenen Partnern, betreibt sein Geschäft in den USA, Großbritannien, Deutschland, den Niederlanden, Kanada, Australien, Österreich, Belgien, Bulgarien, Dänemark, Frankreich, Irland, Israel, Italien, Luxemburg, Polen, Slowakei, Spanien und Schweiz.

Lieferando Österreich in Zahlen

1000

Mitarbeiter:innen

1.0000

Fahrer:innen

1.5 million

Nutzer:innen

4.5000

Partner

460

Städte



Quellen

Quellen

Die Zutaten des Lieferando Reports

Für diesen Report wurden interne Statistiken und Daten im Zeitraum vom 01. Juli 2023 bis 01. Juli 2024 ausgewertet. Darüber hinaus wurde im Auftrag von Lieferando eine Online-Umfrage unter 1.000 Befragten in ganz Österreich vom Marktforschungsinstitut TQS durchgeführt. Die Trends wurden in Zusammenarbeit mit Food-Trend Forscherin Hanni Rützler entwickelt.

Kontakt

Hier könnt ihr euch melden, wenn ihr Fragen oder eigene Foodie-Fun Facts mit uns teilen wollt.

Lieferando

Ann-Kathrin Donwald, Senior Brand PR Manager
ann-kathrin.donwald@justeattakeaway.com

Agentur Himmelhoch

lieferando.presse@himmelhoch.at



