



Food Trends Rappport 2024



Thuisbezorgd.nl



inhoud



Nieuw jaar, nieuwe ontdekkingen.

De belangrijkste food trends en interessante inzichten over wat we eten.

1. 2024 wrapped

- 02 **Wat je niet wilde missen**
 - i. Leuke weetjes over het afgelopen jaar
 - ii. Een kijkje in de keuken met onze experts:
 - 1. Interview met Gijs Weterings Country Manager
 - 2. Interview met Roberta Pagnier, TV chef en Food Expert
- 12 **Bestelgedrag in Nederland**
 - i. Top 3 meest bestelde + opkomende keukens
 - ii. Top 3 meest bestelde + opkomende gerechten
 - iii. Top 3 meest bestelde + opkomende dranken
 - iv. Top 3 meest bestelde + opkomende bijgerechten
 - v. Meest besteld op ieder moment van de dag:
 - 1. Ontbijt
 - 2. Lunch
 - 3. Snack
 - 4. Diner
 - vi. Top 3 meest bestelde boodschappen of gemakartikelen
- 13 **Wat werd er besteld in de 12 provincies**
 - i. Top meest bestelde + opkomende gerechten
 - ii. Top meest bestelde dranken

2. Een blik in de toekomst

- 15 **Eethoroscoop voor 2025**
- 21 **De trends voor 2025 op een rij**
 - i. Trend 1: De eerlijke keuken
 - 1. Waar het om gaat
 - 2. Wat de expert zegt
 - 3. Leuke weetjes
 - ii. Trend 2: Het 'self care'-dieet
 - 1. Waar het om gaat
 - 2. Wat de expert zegt
 - 3. Leuke weetjes
 - iii. Trend 3: Avond- en nachtleven
 - 1. Waar het om gaat
 - 2. Wat de expert zegt
 - 3. Leuke weetjes
 - iv. Trend 4: Een nieuwe invulling van routines
 - 1. Waar het om gaat
 - 2. Wat de expert zegt
 - 3. Leuke weetjes
- 47 **Interview met Christina Aguilera**

3. Powered by Just Eat Takeaway.com:

- 49 Wie we zijn, waar we voor staan en waarom we dit rapport ieder jaar uitbrengen
- 53 Contact en bronnen



Het afgelopen jaar



2024

Januari Al een aantal jaar laten we Nederland ontdekken hoe heerlijk vegetarische en veganistische gerechten kunnen zijn met onze Veganuary-campagnes. Dit jaar onder andere in samenwerking met Joey Jacq, Defano Holwijn en Amijé van der Laan.

Februari Thuisbezorgd.nl droeg bij aan de grote inzamelingsactie voor het Prinses Máxima Centrum tijdens de Radio 538 Run. DJ Jelte rende maar liefst 5 km met een Thuisbezorgd.nl tas op zijn rug om zo nog meer geld op te halen voor dit bijzondere goede doel.

Maart Net als ieder jaar, bekroonden we de beste restaurants van Nederland met de Thuisbezorgd.nl Awards. Hiervoor brachten een recordaantal van 105.000 Nederlandse eetliefhebbers een stem uit op hun favoriete bezorgrestaurant van 2023.

April Cash Catch, maar dan anders. Tijdens Koningsdag maakte je kans op een koninklijke maaltijd! Influencers Jesse Hoefnagels en Tobias Camman verstopten Thuisbezorgd.nl vouchers in Amsterdam. En daar kwamen wel heel veel fans en eetliefhebbers op af.

Mei In aanloop naar de UEFA Champions League finale werkten we samen met De Bankzitters. Deze YouTube-helden wisten vanaf de kwartfinales miljoenen mensen te enthousiasmeren en inspireren. Bijvoorbeeld met hun race naar Madrid, jaloersmakende bestellingen op Thuisbezorgd.nl, en een fantastische ervaring tijdens de Champions League finale.

Juni Als trotse partner van de UEFA Champions League organiseerden we fantastische activiteiten rondom de UEFA Champions League finale in Londen. Zo was er een levensgrote grijpmachine om finale tickets te winnen en werkten we met enkele echte 'UEFA Champions League legends'.

In juni bezorgden we ook nog eens pizza's en koud bier op de camping van een van de grootste festivals van Nederland.

Juli Natuurlijk werkten we ook dit jaar in aanloop naar het raceweekend in Zandvoort met enkele iconische namen. Zo maakte je kans op bijzondere prijzen tijdens onze campagne met Verstappen.com.

Augustus Ook wij vierden Pride Amsterdam! We voeren mee met een kleurrijke boot tijdens de Canal Parade.

September We lanceerden onze vernieuwde, gebruiksvriendelijke app voor nog makkelijker en sneller bestellen.

Oktober Samen met Cosmopolitan traptten we het Amsterdam Dance Event af met een inspirerend event voor influencers en bezoekers.

November November draaide om onze Tuesday Deals! Zo geniet je van 1+1 gratis bij deelnemende restaurants op dinsdagen. Lekker én goed voor je portemonnee.

December We lanceren ons Food Trend Rapport waarin we terugblikken op de bestelgewoonten van afgelopen jaar en vooruitkijken op de ontwikkelingen voor komend jaar.

Een kijkje in de keuken met onze experts

Een kijkje in de keuken met onze experts



Interview met Gijs Weterings Directeur Thuisbezorgd.nl

Hoi Gijs, kun je beginnen met iets te vertellen over de ontwikkelingen bij Thuisbezorgd.nl dit jaar?

Zeker, in 2024 hebben we het aanbod op ons platform weer flink uitgebreid. Niet alleen in aantal – we hebben nu een recordaantal van 14.000 partners op Thuisbezorgd.nl – maar we zijn ook in meer gebieden en steden gaan bezorgen. Daarnaast hebben we op het gebied van diversiteit en kwaliteit van het aanbod op het platform flinke stappen gezet en is ons non-food aanbod opnieuw gegroeid. Zo kunnen mensen met huisdieren nu ook diervverzorgingsproducten bestellen via Thuisbezorgd.nl. We bieden dus nog meer dagelijks gemak. Een andere mooie mijlpaal was de lancering van onze vernieuwde app! Deze app is een stuk gebruiksvriendelijker waardoor klanten nog makkelijker en sneller hun favoriete restaurant of winkel kunnen vinden. Ook ziet de app er moderner uit waardoor het aanbod van onze partners beter uitkomt.

Hoe kijk jij naar de trends in het rapport van dit jaar?

In de huidige drukke levens van mensen blijft de vraag naar gemak groeien. Het bestellen van eten of andere on-demand producten raakt steeds meer ingeburgerd. Hierbij houden consumenten rekening met duurzaamheid en gezondheid, zoals je ook ziet in de trend 'De eerlijke keuken'. Het is mooi om te zien hoe we samen met partners inspelen op de trends, door bijvoorbeeld openingstijden aan te passen in het kader van de trend 'Avond- en nachtleven'. Ik ben ontzettend trots op hoe we met onze partners door heel Nederland samenwerken om steeds meer consumenten blij te maken.

Wat zijn jullie inspanningen op het gebied van duurzaamheid?

Het is onze ambitie om op verantwoorde wijze te groeien en tegelijkertijd een positieve impact te maken met het eten dat we aanbieden, de mensen met wie we werken en op de maatschappij. Een voorbeeld van een initiatief dat hieraan bijdraagt zijn de biologisch afbreekbare verpakkingen van Notpla die we vorig jaar introduceerden, een ontzettend innovatief product met een vetbestendige laag die gemaakt is van zeewier.

“In de huidige drukke levens van mensen blijft de vraag naar gemak groeien. Het bestellen van eten of andere on-demand producten raakt steeds meer ingeburgerd.”

Dit jaar hebben we dit aanbod uitgebreid en worden deze verpakkingen door steeds meer partners gebruikt. Daarnaast hebben we onlangs een duurzaamheidsgids uitgebracht voor restaurantpartners waarmee ze andere en slimmere keuzes kunnen maken om bijvoorbeeld verspilling tegen te gaan en producten te kiezen met minder impact op het milieu.

Een kijkje in de keuken met onze experts

Wat maakt het voor jou bijzonder om bij Thuisbezorgd.nl te werken?

Op dit moment verbinden wij 14.000 partners met zo'n 6 miljoen Nederlanders, onze oranje fietsen en tassen zijn niet meer weg te denken uit het straatbeeld. We helpen onze partners met groeien en met het behalen van hun ambities, terwijl we tegelijkertijd zo veel mogelijk mensen blij maken door hun favoriete eten en producten te bezorgen. Ik mag mij hier in een jong en dynamisch bedrijf, samen met een geweldige groep collega's, dagelijks mee bezighouden. Dat is niet alleen erg leuk, maar ook een eer!

“Op dit moment verbinden wij 14.000 partners met zo'n 6 miljoen Nederlanders, onze oranje fietsen en tassen zijn niet meer weg te denken uit het straatbeeld.”

Waar kijk je naar uit in het komende jaar?

Volgend jaar bestaat Thuisbezorgd.nl 25 jaar dus daar verheug ik me enorm op. We gaan mooie acties organiseren voor onze klanten, we zetten onze partners in het zonnetje en gaan het uiteraard vieren met onze collega's. Verder hoop ik dat we samen met onze partners voor nog meer mooie momenten en blijge gezichten kunnen zorgen door heel Nederland.



Iekker!



Interview met Roberta Pagnier

Food expert en chef

Deze editie is Roberta Pagnier de food expert die mee heeft geholpen met het definiëren van de food trends voor het aankomende jaar. Roberta is bekend als tv-kok (onder meer het succesvolle “Wat eten we?” en 24Kitchen) en schreef meerdere kookboeken zoals “de Pastabijbel” en zeer recent “Cucina Povera”. Vanwege haar herkomst is Roberta gepassioneerd over de Italiaanse keuken en verspreidt ze dagelijks culinaire inspiratie via haar sociale kanalen.

“Ik zie veel trends in grote steden opkomen waar verschillende culturen en generaties bij elkaar komen.”

Roberta, kun je iets vertellen over wat eten voor jou belangrijk maakt?

Eten draait voor mij natuurlijk om de ingrediënten, om brandstof voor een fijn, gezond en energiek leven, maar ook om de gezelligheid die dat eten teweegbrengt. Grote tafels vol lekkernijen, familie, warmte en liefde. Ik ben dan ook blij om te zien dat dit ook in de trends voor 2025 terugkomt.

Wat valt jou dan op aan de trends in Nederland?

Als chef in de keuken, maar ook als iemand die graag aan tafel gaat met familie en vrienden, ervaar je aan den lijve hoe we eten en wat we eten constant aan verandering onderhevig is. Ik zie veel trends in grote steden opkomen waar verschillende culturen en generaties bij elkaar komen. Vervolgens beïnvloeden ze heel Nederland en geeft iedereen zijn eigen draai aan trends, nieuwe smaken, en bereidingswijzen.

En hoe komt dat dan bij jou in de keuken tot leven?

Ook ik pik er bij nieuwe trends iedere keer de dingen uit die juist bij mijn smaak en keuken passen. Zoals ik later in dit rapport al zeg, geen enkel lijf of smaak is hetzelfde. Dus er bestaat voor eten geen ‘one size fits all’. Wat jou helpt om minder stress te ervaren, is voor een ander misschien juist eten om aan te sterken. Zo lang we allemaal maar blijven proeven en delen. Zodat we in de komende jaren weer andere mooie trends kunnen ontdekken.



**het
bestelgedrag
van**



2024



Het bestelgedrag van 2024

De populairste keukens, de meest bestelde gerechten en de bezorgingen aan huis die sterk in populariteit toenemen.

Top 3 populairste + opkomende keukens

- Top 3 populairste keukens
- 1. Italiaans
 - 2. Japans
 - 3. Nederlands

- Top 3 opkomende keukens
- 1. Koreaans
 - 2. Mexicaans
 - 3. Midden-Oosters

Top 3 meest bestelde + opkomende gerechten

- Top 3 meest bestelde gerechten
- 1. Pizza margherita
 - 2. Kapsalon döner
 - 3. Cheeseburger

- Top 3 opkomende gerechten
- 1. Crispy chicken pops
 - 2. Chicken torikatsu
 - 3. Nachos met gegrilde kip

Top 3 meest bestelde + opkomende dranken

- Top 3 meest bestelde dranken
- 1. Coca cola (zero)
 - 2. Red Bull
 - 3. Fanta

- Top 3 opkomende dranken
- 1. Ice tea peach
 - 2. Ayran
 - 3. Sprite

Top 3 meest bestelde + opkomende bijgerechten

- Top 3 meest bestelde bijgerechten
- 1. Kroepoek
 - 2. Potato wedges
 - 3. Saté ayam

- Top 3 opkomende bijgerechten
- 1. Cheese bites
 - 2. Kipnuggets
 - 3. Kimchi

Top 3 maaltijden van ontbijt tot diner

Ontbijt

- 1. Maaltijd: Açai bowl
- 2. Drankje: (iced) Latte
- 3. Bijgerecht: Chocolate chip cookie

Lunch

- 1. Keuken: Nederlands
- 2. Maaltijd: Broodje carpaccio
- 3. Drankje: Smoothie yoghurt-aardbei
- 4. Bijgerecht: Edamame

Tussendoortje

- 1. Maaltijd: Taco
- 2. Drankje: Fernandez
- 3. Bijgerecht: Mini loempia

Avondeten

- 1. Keuken: Japans
- 2. Gerecht: Chicken torikatsu
- 3. Drank: Coca Cola
- 4. Bijgerecht: Gyoza

Top 3 meest bestelde boodschappen

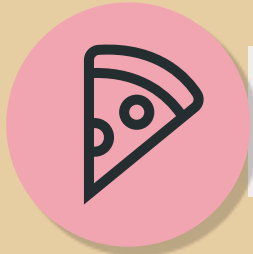
- Top 3 boodschappen
- 1. Saucijzenbroodje
 - 2. Fairtrade bananen
 - 3. Gevulde koek

- Top 3 huishoudelijke producten
- 1. Batterijen
 - 2. Rijstkoker
 - 3. Waterkoker

- Top 3 verse broodjes
- 1. Club sandwich
 - 2. Broodje beenham
 - 3. Broodje gezond

Waar hebben we trek in?
De inzichten voor alle provincies.

	Meest bestelde gerechten	Opkomende gerechten	Meest bestelde dranken
Drenthe	1. Kapsalon döner 2. Pizza salami 3. Pizza margherita	1. California roll 2. Poké bowl 3. Pita gyros	1. Frisdrank 2. Milkshake 3. Iced coffee
Flevoland	1. Kapsalon döner 2. Patat 3. Cheeseburger	1. Quesadilla gegrilde kip 2. Crispy chicken burger 3. Crispy ovenfriet	1. Frisdrank 2. Mango lassi 3. Iced coffee
Friesland	1. Pizza salami 2. Patat 3. Kapsalon döner	1. Pizza salami 2. Poké bowl kip 3. Turkse pizza kipdöner	1. Frisdrank 2. Milkshake 3. Ayran
Gelderland	1. Kapsalon döner 2. Pizza margherita 3. Kapsalon kipdöner	1. Hete kip pizza 2. Poké bowl ebi fry 3. Poké bowl kip	1. Frisdrank 2. Bier 3. Witte wijn
Groningen	1. Kapsalon döner 2. Pizza margherita 3. Patat	1. Baguette warme beenham 2. Chow mian kip 3. Baguette biefstuk	1. Frisdrank 2. Verse sinaasappelsap 3. Milkshake
Limburg	1. Kapsalon döner 2. Pizza margherita 3. Friet	1. Chicken strippers 2. Pizza Roll 3. Bbq pizza	1. Frisdrank 2. Verse sinaasappelsap 3. Milkshake
Noord-Brabant	1. Kapsalon döner 2. Pizza margherita 3. Kapsalon kipdöner	1. Pizza hete kip 2. Chicken strippers 3. Chicken wings	1. Frisdrank 2. Iced coffee 3. Verse sinaasappelsap
Noord-Holland	1. Pizza margherita 2. Cheeseburger 3. Patat	1. Crispy chicken tenders 2. Taco's 3. Chicken strippers	1. Frisdrank 2. Bier 3. Iced coffee
Overijssel	1. Kapsalon döner 2. Pizza margherita 3. Pizza salami	1. Cheeseburger 2. Poké bowl crispy chicken 3. Dürüm döner kebab	1. Frisdrank 2. Milkshake 3. Smoothie
Utrecht	1. Pizza margherita 2. Kapsalon döner 3. Cheeseburger	1. Pizza hete kip 2. Chicken strippers 3. Poké bowl	1. Frisdrank 2. Iced coffee 3. Witte wijn
Zeeland	1. Kapsalon döner 2. Pizza margherita 3. Pizza salami	1. Kapsalon döner 2. Pizza pepperoni 3. Dürüm döner kebab	1. Ayran 2. Frisdrank 3. Milkshake
Zuid-Holland	1. Pizza margherita 2. Cheeseburger 3. Patat	1. Chicken torikatsu 2. Sushi 3. Chicken strippers	1. Frisdrank 2. Bier 3. Iced coffee



Wat is het meest populair
bij jou in de regio?

Alle
provincies



***in de sterren
geschreven
in de sterren
geschreven
in de sterren
geschreven***

***jouw
horoscoop
voor
2025***

Eethoroscoop van 2025

Benieuwd naar je volgende eetavontuur?

21 maart - 19 april

Ram

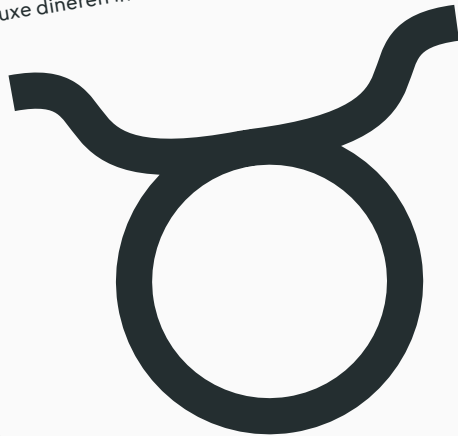
Laat je van je spannendste kant zien en ontdek dé culinaire trends van 2025. Dit jaar wordt een feest voor je smaakpapillen, met alle nieuwe smaken en unieke eet-avonturen die voor jou op het menu staan. En wie weet verras je jezelf wel door virtuele kooklessen te volgen of maaltijden in een bepaald thema te laten bezorgen. Een jaar vol smaak, dat is zeker!



20 april - 20 mei

Stier

We weten hoe graag jij lekker op je eigen bank hangt, dus laat dat chique diner gewoon bij je thuis bezorgen. Boodschappen laten bezorgen wordt jouw nieuwe go-to in 2025, zodat je zelf thuis restaurantwaardige gerechten op tafel kunt zetten – uiteraard met de lekkerste desserts en mooie wijnen. Dit jaar draait om luxe dineren in het comfort van je eigen keuken.



21 mei - 20 juni

Tweelingen

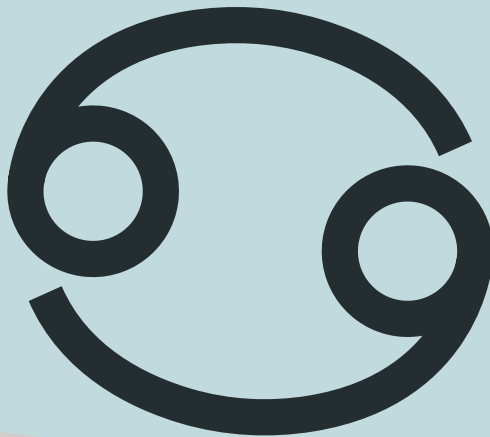
In 2025 staat jouw sociale kant in de spotlights, met gezellige etentjes en avontuurlijke menu's. Met de Thuisbezorgd.nl-app als paspoort ontdek je nieuwe smaken en gerechten van over de hele wereld. Volop inspiratie om al die heerlijke ontdekkingen te delen met je vrienden!



21 juni - 22 juli

Kreeft

Voor jou gaat liefde écht door de maag, dus geniet zoveel mogelijk van je favoriete huisgemaakte maaltijden. Laat je verse ingrediënten bezorgen door Thuisbezorgd.nl, zodat je het lekkerste comfort food kunt koken voor jezelf en je dierbaren.



23 juli - 22 augustus

Leeuw

Leeuw, dit jaar ga je genieten van de meest verfijnde gerechten. Niemand in je vriendengroep is zo'n goede gastheer of -vrouw als jij! Trakteer jezelf door een gastronomische maaltijd te laten bezorgen, of organiseer een chic diner om je gasten in de watten te leggen. Jij geniet het meest van maaltijden die echt indruk maken, en deelt je culinaire avonturen dan ook graag op social media.



23 augustus - 22 september

Maagd

Jouw nummer één doel dit jaar: in topconditie blijven. En dat betekent verse, voedzame maaltijden die volop energie en een gezonde glow geven. Focus en balans zijn net zo belangrijk, dus in de Thuisbezorgd.nl-app zoek jij naar biologische, glutenvrije of vegan maaltijden. Je voelt je fitter worden met elke hap!



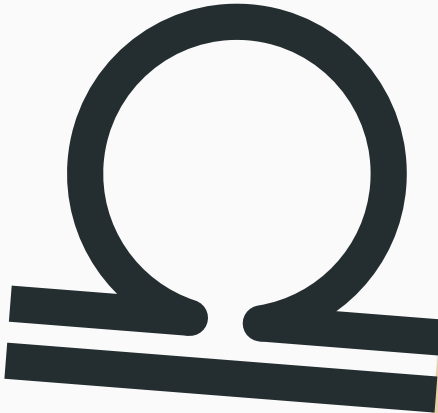
Eethoroscoop van 2025

Benieuwd naar je volgende eetavontuur?

23 september - 22 oktober

Weegschaal

In 2025 is balans jouw geheime ingrediënt. Jij bent gek op maaltijden die net zo lekker smaken als ze eruitzien, en gebruikt de Thuisbezorgd.nl-app om verschillende keukens te ontdekken en nieuwe eet-avonturen aan te gaan. Of je nu verse groenten laat bezorgen of jezelf verwent met een heerlijk nagerecht, één ding is zeker: elke oogstrelende hap is een traktatie voor je smaakpapillen.



22 november - 21 december

Boogschutter

Op jouw bord ligt altijd avontuur, zeker als het gaat om eten. In de Thuisbezorgd.nl-app gaat er voor jou een wereld open van exotische smaken en keukens. Jouw favorieten? Pikante Indiase street food, en aromatische Thaise curry's.



20 januari - 18 februari

Waterman

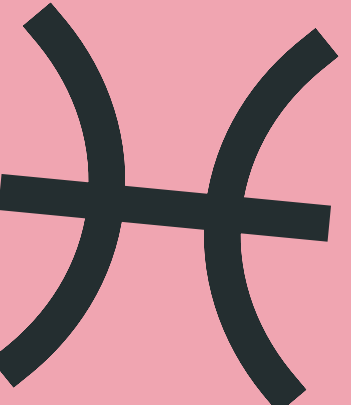
Als Waterman wil jij altijd uniek en innovatief zijn. De nieuwste eettrends van dit jaar zijn voor jou dus onweerstaanbaar. Of het nu gaat om drones die je eten bezorgen, voor de eerste keer kweekvlees proeven, of experimenteren met plantaardige maaltijden: jij wil het allemaal ontdekken, en het liefst als eerste.



19 februari - 20 maart

Vissen

Vissen zijn van nature artistiek, dus maaltijden met een creatieve draai zijn jou op het lijf geschreven. Een unieke diner-ervaring bijvoorbeeld, of een nieuw recept met vers bezorgde ingrediënten: jij gaat in 2025 op zoek naar nieuwe manieren om jezelf te laten zien met eten.



22 december - 19 januari

Steenbok

Geen tijd om te meal preppen? Geen zorgen! Dit jaar is de Thuisbezorgd.nl-app jouw reddende engel. Hiermee bespaar je niet alleen tijd, maar geniet je ook nog van voedzame, gebalanceerde maaltijden om al je doelen te behalen. Zonder moeite een gezonde, lekkere maaltijd op tafel: zo wordt jouw leven een stuk makkelijker en kun je het hele jaar door het beste uit jezelf blijven halen.



23 oktober - 21 november

Schorpioen

Met jouw vurige karakter staan er dit jaar volop spannende gerechten met pit op het menu. Prikkel je smaakpapillen met explosieve smaken, zoals die van de Mexicaanse of Midden-Oosterse keuken. Trek in iets zoets en vol van smaak? Lekkernijen met pure chocolade zijn perfect voor jou.





**Een
blik
in de
toekomst**

Wat is er in opkomst?

Een voorproefje van wat er aan komt in de wereld van eten, drinken en boodschappen aan huis.

De trends in het kort

Of je nu een begenadigd (thuis)chef bent of een liefhebber van lekker eten, we willen allemaal voortdurend een vinger aan de pols houden van wat er speelt in de wereld van eten en drinken.

Door samen te werken met zo'n 14.000 restaurants, groothandelaren, merken en winkels op het gebied van eten, drinken en boodschappen, zijn we er altijd voor de laatste nieuwtjes. En daaruit blijkt dat de trends van 2025 draaien om hoe we ons leven inrichten rondom eten. Van het belang van een 'eerlijke' keuken en weten waar ons eten vandaan komt, tot de omarming van het 'self care'-dieet, een moment voor onszelf laat in de avond of diep in de nacht, én nieuwe routines.



eerlijke keuken

A wooden shelf holds several glass jars. From left to right: a jar of brown rice, a pink smoothie with a white straw and a pink splash, a jar containing a burger, fries, and ketchup, and a jar of salad with various vegetables and a yellow dressing. In the background, more jars of pasta and beans are visible.

Een blik in de toekomst

Trend 1

De eerlijke keuken

Nederlanders willen terug naar de basis. Een drang naar eenvoud, maar ook om te weten waar ons eten vandaan komt voor meer controle over wat we in ons lichaam stoppen.

Daardoor is 'culinaire eerlijkheid' in opmars. We maken bewuste keuzes in wat we eten en willen daar graag bij geholpen worden. Restaurants merken daarom dat mensen steeds vaker om verduidelijking van ingrediënten vragen.

Duidelijke communicatie is van vitaal belang naarmate meer mensen verpakkingen en etiketten analyseren en zich verdiepen in ingrediënten, voedingswaarde en de herkomst van producten; zoals waar de groenten zijn gekweekt of waar het eten is verwerkt. Een voorbeeld hiervan zijn poké bowls in Nederland. Restaurants communiceren meestal transparant over de receptuur en de maaltijden hebben geen overdaad aan ingrediënten.

De 'eerlijke keuken' is ook een reactie op een wereld vol toenemende misinformatie en scepsis. Het is geen toeval dat de populariteit van consumentgerichte tv-programma's toeneemt. Zij onderzoeken het verhaal achter de claims van producten, zoals waar rijst vandaan komt, welke ingrediënten er precies in zitten en of iets echt beter is voor jou of het milieu.

De 'eerlijke keuken' en de bewuste keuzes die chefs en consumenten maken, zorgen er ook voor dat we vaker kiezen voor maaltijden met minder ingrediënten. We willen immers overzicht houden over wat we in ons lichaam stoppen en dat gaat makkelijker met een 'schonere' ingrediëntenlijst die korter, begrijpelijker of duurzamer is.

We zien ook dat restaurants en hun klanten zich richten op duurzame aspecten van een maaltijd (bezorging) en liever vage of allesomvattende claims vermijden.

In lijn met de 'eerlijke keuken' zien we daarnaast een trend binnen de quick service restaurants (fastfood). Er ontstaat een nieuwe definitie van fastfood: consumenten kiezen gezondere opties, verschuiven naar evenwichtige voeding met meer groenten en minder vlees. Traditionele gerechten blijven populair terwijl fastfoodketens ook met gezondere alternatieven komen die aan populariteit winnen.

**Wat Roberta Pagnier zegt:**

Al langer willen we weten wat de herkomst van eten is. Vandaar ook dat je tegenwoordig overal ziet welk ras aardappelen je eet, waar het vlees vandaan komt of welke fruitteler je appel heeft geplukt. Nu er meer inzicht is, ligt de focus sterk op voedingswaarde en gezondheid.

Tegelijkertijd zijn we duidelijker geworden. Geen ingewikkelde formuleringen meer op de menukaart, maar een ingrediënt als prei gewoon bij de naam noemen bijvoorbeeld Simpel en minder gekunsteld. Dit wordt nog eens extra benadrukt door de manier waarop we met groenten omgaan; alsechte seizoensproducten, vers en vaak zonder vlees of vis, omdat ze dan volledig tot hun recht komen. Daar komt bij dat mensen bewuster kiezen voor bepaalde diëten zoals glutenvrij eten. Niet omdat ze intolerant zijn maar omdat ze hier bewust voor kiezen. De eerlijke keuken speelt hierop in. Internationaal zie je dit al veel meer, merkte ik de afgelopen jaren tijdens mijn reizen. Op Bali is het standaard om een gerecht ook vegan of glutenvrij te kunnen bestellen.

“Simpeler en minder gekunsteld. Dit wordt nog eens extra benadrukt door de manier waarop we met groenten omgaan; als echte seizoensproducten, vers en vaak zonder vlees of vis, omdat ze dan volledig tot hun recht komen.”

Leuke weetjes



De snack waarmee we het nieuwe jaar starten: frikandel.



Het populairste ontbijtje op dit moment: açai bowl.



Een gewild tussendoortje waarmee we 's middags graag op de bank ploffen: worstenbroodje.

Trend 2

Het 'self care'-dieet

De manier waarop we omgaan met gezond eten verandert. Al langer zijn we bezig om ons persoonlijk welzijn te bevorderen door bewuster te consumeren, te matigen, gezondere opties te kiezen en te letten op ingrediënten die aansluiten op een dieet.

In 2025 verwachten we een verdere verdieping van deze ontwikkeling. De opkomst van geïndividualiseerde voeding bijvoorbeeld: gepersonaliseerde afhaalmaaltijden die passen bij een bepaald dieet en op maat gemaakte maaltijden staan centraal. De opkomst van foodcoach-apps helpt ons de beste hoeveelheden, ingrediënten en maaltijden te vinden die passen bij onze workouts of lange dagen.

Tegelijkertijd zien we chefs die toegankelijke opties bieden met nadruk op smaak en genot, met kleine, gezonde vervangingen van 'traditionele' ingrediënten om consumenten te helpen zich goed te voelen. Sommige aanpassingen in recepten zijn een direct gevolg van gezondheidsproblemen, zoals voedselallergieën en -intoleranties.

Jongere consumenten hebben vaker voedselintoleranties dan oudere consumenten. Twintigers hebben het vaakst een of meer voedselintoleranties. Twee veelvoorkomende voedselintoleranties zijn lactose- en glutenintolerantie. Restaurants en chefs bieden steeds meer maaltijden die hiermee rekening houden. Daarnaast kiezen steeds meer mensen ervoor om hun consumptie van bijvoorbeeld gluten, lactose en dierlijke ingrediënten te beperken.

Voor een deel sluit een 'self care'-dieet dus aan op een persoonlijke gezondheidstoestand. Andere consumenten passen hun voedingspatroon aan om gezondheidsproblemen te voorkomen en om hun gezondheid te optimaliseren.

“De opkomst van geïndividualiseerde voeding bijvoorbeeld: gepersonaliseerde afhaalmaaltijden die passen bij een bepaald dieet en op maat gemaakte maaltijden staan centraal.”

‘self care’-dieet

Maar 'self care' draait ook steeds meer om andere aspecten zoals schoonheid en stressverlichting. Zo zien we snacks, drankjes en maaltijdvervangers verrijkt met essentiële voedingsstoffen. Maar ook smaakvolle producten boordevol voedingsstoffen die zich richten op koolhydraten die langzaam vrijkomen, veel eiwitten, gezonde vetten, toegevoegde vezels en minder suiker.

Ook zien we kleinere porties van maaltijden, snacks of andere producten, waarbij het hoge eiwit- en voedingsniveau behouden blijft. Dit helpt mensen om hun bloedsuikerspiegel onder controle te houden in hun drukke leven.

“Niet iedereen heeft hetzelfde lijf en voor goede voeding is er dus ook niet zoiets als een ‘one size fits all’. Dat bewijzen foodcoach apps en meer gepersonaliseerde keuzes. We kijken naar wat goed is voor ons lichaam.”

Wat Roberta Pagnier zegt:

Niet iedereen heeft hetzelfde lijf en voor goede voeding is er dus ook niet zoiets als een 'one size fits all'. Dat bewijzen foodcoach apps en meer gepersonaliseerde keuzes. We kijken naar wat goed is voor ons lichaam. We voelen zelf veel beter aan wat we nodig hebben. Welke maaltijden maken ons gelukkig, geven ons energie, of waar raken we snel vol van?

Ik vind dit ook een verklaring voor de populariteit van iets als alcoholvrije dranken. Tot niet zo lang geleden moest je blij zijn als een restaurant misschien een fles alcoholvrije wijn had liggen. Terwijl je nu kunt rekenen op foodpairing met alcoholvrije wijnen, cocktails en (speciaal) bieren.

Tot slot een minder voor de hand liggend voorbeeld van het 'self care'-dieet: in restaurants en thuis zien we een groeiende behoefte aan nostalgie. Mensen zoeken naar recepten zoals oma die vroeger maakte, omdat smaken en geuren ons een goed gevoel geven. Dit is een ander, maar belangrijk aspect van 'self care'.



Leuke weetjes



Duurstste bestelling:
In Rotterdam, een sushi-
bestelling ter waarde van
€1.571, op een dinsdag.



Bestelkampioen: iemand uit
Amsterdam bestelde 844 keer
in het hele jaar, waaronder 200
broodjes bloedworst.



De hoogste fooi in Nederland
was €50. Alleen in Duitsland, België
en Zwitserland geven ze regelmatig
een fooi van €50 of meer.

Trend 3

Avond- en nachtleven

Onze dagelijkse routines verschuiven steeds meer naar de latere uren. Waar Nederlanders vroeger bekend stonden om het om 18:00 uur aan tafel gaan voor een AVG'tje, zien we nu dat dit patroon aan het veranderen is. Deze verschuiving in levensstijl heeft invloed op de timing van onze maaltijden, drankjes, vrijetijdsactiviteiten en werk. Zo werken we soms langer door, sporten we vaker laat op de avond, of plannen we sociale momenten tussen werk en het avondeten. Logischerwijs heeft dit ook gevolgen voor onze eetgewoonten.

“Maar eten wordt ook op een andere manier onderdeel van het nachtleven. Uitgebreide diners laat op de avond of aan het begin van de nacht.”

Belangrijke ontwikkelingen die in 2025 door deze trend zichtbaar zullen worden:

Lichtere en latere maaltijden die rekening houden met een optimale nachtrust. Een toenemende vraag naar 'late night snacks', niet voor na het stappen maar lekkernijen voor laat op de avond nadat we nog hard hebben gewerkt bijvoorbeeld. We zien hierdoor ook andere gerechten dan eerdere jaren opkomen in de besteldata van Thuisbezorgd.nl. Denk aan de vele vormen waarin 'crispy chicken' nu terugkomt.

Maar eten wordt ook op een andere manier onderdeel van het nachtleven. Uitgebreide diners laat op de avond of aan het begin van de nacht. Bijvoorbeeld nadat we met anderen hebben gesport of nog een afspraak hebben gehad. In de data zien we dan ook dat bestellingen bij restaurants hand in hand gaan met de bezorging van boodschappen. Niet gek dat bijvoorbeeld witte wijn, of feestelijke drankjes en smoothies in opmars zijn.

Tot slot zien we ook maaltijden en menu's waarbij in de ingrediënten rekening wordt gehouden met ons slaappatroon en de ochtenden. Slaap is voor veel mensen een (hernieuwde) prioriteit. Goede slaap helpt ons met de langere dagen, houdt ons vitaler en gezond. En ook de start van de dag is hierbij een prioriteit. In veel steden zien we dan ook melk (en Ayrán) en verse jus d'orange steevast tussen de snelst groeiende bestellingen staan.

Wat Roberta Pagnier zegt:

Ik denk dat iedereen in Nederland hier uit eigen ervaring over kan meepraten. Allereerst voor wie steeds vaker 's avonds laat nog gaat sporten. Dan vraagt je lichaam om eten, maar heeft het totaal geen behoefte aan een zware maaltijd zoals lasagne. Het is dan ook geen wonder dat salades, poké bowls en andere lichte maaltijden zo populair zijn geworden. Ik zie ook steeds meer 'lichte' varianten van traditionele gerechten opkomen. We willen immers wel de smaak, maar niet altijd het 'zware' gevoel van een bepaalde maaltijd.

Daarnaast zie ik ook een verandering in onze andere nachtelijke traditie in Nederland, eentje die me erg doet denken aan wat ik gewend ben uit Italië. In Nederland kennen we natuurlijk vooral de 'vette bek' diep in de nacht – na het stappen nog iets uit de frituur halen. Maar nu we ons steeds meer bewust worden van wat we eten en wanneer, kiezen steeds meer mensen na het stappen voor andere maaltijden. Kijk bijvoorbeeld naar de Italianen (ook studenten), die vaak als ze 's nachts thuiskomen van het stappen nog een lichte, verse pasta maken. Dit bevredigt je cravings minstens net zo goed, maar de smaak en de ingrediënten geven je veel meer voldoening.

avond- en nachtleven



Leuke weetjes



**Weekendbestellingen:
Stad #1. 's-Hertogenbosch
is nationaal kampioen
bestellen in het weekend.**

Zij bestellen relatief het vaakst in het weekend.
Overigens doet die andere grote stad uit Brabant,
Eindhoven, niet veel voor ze onder.



**De nachtbraker:
Stad#1. Rotterdam heeft
het grootste aandeel
bestellingen in de nacht,**

op de voet gevolgd door Amsterdam en Den Haag.



**Vroege vogels:
Stad #1. Maastricht
bestelt de meeste
ontbijtjes aan huis,**

in verhouding tot bestellingen op andere momenten.





nieuwe routines

Een blik in de toekomst

Trend 4

Een nieuwe invulling van routines

Al langere tijd zijn routines onderwerp van gesprek. Het is dan ook geen verrassing dat social media-trends zoals GRWM ('get ready with me') zo populair zijn. Er zijn talloze experts, podcasts en zelfhulpboeken die je helpen de juiste routines te vinden om gewenst gedrag te vertonen. Van discipline om te sporten tot het creëren van vaste eetmomenten en tijd voor jezelf.

In 2025 verwachten we een nieuwe invulling van routines. Een upgrade van alledaagse momenten om jezelf te verwennen. Denk aan spontane traktaties, kleine luxeartikelen, leuke rituelen en samenkomsten om comfort, plezier en stressverlichting te vinden.

Op het gebied van maaltijdbezorging, eten en drinken zien we deze trend in 2025 terug in verschillende toepassingen. Zo verwachten we de opkomst van eenpersoonsparties of kleine gerechtjes, waarmee mensen zichzelf kunnen verwennen wanneer ze dat nodig hebben.

“Zo wordt het leven in 2025 nog leuker en verrassender.”

Daarnaast worden 'minor milestones' populair. In plaats van alleen grote mijlpalen te vieren, gunnen we onszelf ook de viering van kleine overwinningen of prestaties. Bijvoorbeeld door onszelf te trakteren op speciale koffies, luxe lekkernijen of bijzondere ingrediënten en gerechten. Denk aan een doosje met exclusieve madeleines of macarons, of Michelin-waardige broodjes en lichte lunchgerechten.

Tot slot zien we dat mensen steeds meer spontane chaos gaan omarmen. Er ontstaat een nieuwe routine waarin we ruimte houden voor spontaniteit en last-minute diners of aangeklede borrels. Vrienden of familie die spontaan langskomen of blijven hangen, bieden de perfecte gelegenheid om extra uit te pakken. We gunnen onszelf de luxe om op die momenten eten, drinken en versieringen bij verschillende adressen te bestellen. Zo wordt het leven in 2025 nog leuker en verrassender.

Trend 4

Roberta Pagnier zegt:

In mijn introductie had ik het al over hoe trends uit het buitenland overwaaien en wij hier een eigen invulling aan geven. Voor mij is het ontbijt zo'n voorbeeld. Tijdens mijn reizen is ontbijt aan huis laten bezorgen inmiddels vaste prik. Daar werd het zagezegd een routine. Ook hier in Nederland zie ik om mij heen steeds vaker mensen die hier in de stad gebruik van maken. Bijvoorbeeld na een eerste afspraak of sportsessie, wordt een ontbijt of koffie bezorgd.

Hetzelfde geldt voor onze avonden. Steeds vaker past een maaltijd bij een 'prestatie' van de dag. Van een beloning na een hele drukke dag, tot een herstelmaaltijd na training, of een toetje om kleine momenten samen te vieren. Bij jongere generaties gaat dit vaak nog een stap verder. Tijdens spontane momenten met vrienden wordt er bij verschillende adressen eten en andere benodigdheden besteld.

Overigens ben ik zelf ook erg blij met de invloed die de nieuwe routines hebben op het aanbod op Thuisbezorgd.nl, want ik zou niet meer zonder de aanwezigheid van enkele van mijn favoriete delicatessenzaken kunnen. Zij bieden seizoensgebonden lekkernijen en producten die juist passen bij die kleine routines en fijne momenten in het leven.

“Bij jongere generaties gaat dit vaak nog een stap verder. Tijdens spontane momenten met vrienden wordt er bij verschillende adressen eten en andere benodigdheden besteld.”



Leuke weetjes

De drukste besteldagen
van het jaar:



Nieuwjaarsdag

1 januari



Koningsdag

27 april



**Koude zondag
in november**

28 November



**Hemelvaart
en Pinksteren**

Mei/Juni



Backstage met

Christina Aguilera

Ontdek wat dit muzikicoon te zeggen had over de nieuwste campagne van Just Eat Takeaway.com

Hi Christina, waarom wilde je samenwerken met Just Eat Takeaway.com?

Het was voor mij logisch om samen te werken met Just Eat Takeaway.com, omdat ik zo'n hectische agenda heb. Het gemak en de efficiëntie van bezorgdiensten maken mijn maaltijden veel makkelijker. Het is voor mij altijd belangrijk geweest om samen te werken met merken die een positieve impact hebben en aansluiten bij waar ik in geloof.

Hoe zag jullie creatieve proces eruit voor deze samenwerking?

Al vanaf het begin zorgden het team en ik ervoor dat de campagne paste bij mijn persoonlijkheid en waar Just Eat Takeaway.com voor staat. We hebben verschillende ideeën besproken om er zeker van te zijn dat elk onderdeel van de campagne, van de beelden tot de lyrics, authentiek was en de juiste doelgroep echt aansprak. Ik heb met veel plezier samengewerkt met het marketingteam, en heb me vooral gericht op het toevoegen van levendige kleuren en een vleugje glamour. Verschillende muziekstijlen combineren samen met Latto was een van de meest bijzondere onderdelen van het creatieve proces. We hebben non-stop gelachen en dit project op de leukst mogelijke manier tot leven gebracht.



Wat vond je het leukste aan het filmproces?

De energie en de creativiteit van de crew! Het was echt een gigantische shoot, met heel veel mensen, en iedereen was erg enthousiast om aan deze productie te werken. En dat enthousiasme zag je terug in elke shot en elke interactie. Samenwerken met Latto was ook fantastisch. Ik vond het zo leuk om mijn ideeën tot leven te brengen. We hebben ook de grootste lol gehad met de outfit opties. Elke look was helemaal perfect en paste precies in de wereld die we wilden creëren.

En we willen natuurlijk ook graag weten wat het laatste is dat je hebt besteld?

Het laatste dat ik heb laten bezorgen was een groen sapje. Ik heb al veel lekkere sapjes en recepten geproefd. Ik vind het heerlijk om verschillende keukens te ontdekken, en dankzij Just Eat Takeaway.com kan ik dat vanuit het comfort van mijn eigen huis doen. Als ik thuis ben met mijn gezin, kunnen we allemaal kiezen waar we zelf zin in hebben op dat moment.

Tot slot: Welke eettrend staat hoog op jouw lijstje?

Er zijn geen specifieke eettrends die ik volg, maar ik kan er wel van genieten om nieuwe dingen te zien ontstaan. Zoals ik eerder al zei, zijn mijn gezin en ik gek op groene sapjes en fruitsapjes. Of we nu op reis zijn of thuis, restaurants bieden maaltijden op verschillende manieren aan, en het is altijd leuk om nieuwe eettentjes te ontdekken.





over ons

Wie we zijn

En hoe we onze klanten blij maken

Thuisbezorgd.nl werd in 2000 opgericht in Enschede en is een toonaangevende online marktplaats voor het bezorgen van eten en meer. Inmiddels zijn de oranje fietsen en tassen van Thuisbezorgd.nl niet meer weg te denken uit het Nederlandse straatbeeld. We verbinden consumenten door het hele land met hun favoriete restaurants, winkels en merken en bieden dagelijks gemak voor iedereen.

We zijn de go-to partner voor een grote verscheidenheid aan bedrijven, van kleine koffiezaken of lokale helden tot bekende ketens, en van boodschappen- tot bloemenwinkels. We ondersteunen onze 14.000 partners bij het laten groeien van hun bedrijf door ze te verbinden met zo'n 6 miljoen actieve klanten door het hele land. Onze partners kunnen ervoor kiezen om gebruik te maken van ons platform en zelf te bezorgen, maar ze kunnen ook gebruik maken van onze Thuisbezorgd.nl bezorgers. Wij werken met duizenden bezorgers in loondienst, dat betekent dat zij per uur betaald worden, vakantiegeld en -dagen opbouwen en verzekerd zijn.

Wij zijn al bijna 25 jaar onderdeel van het Nederlandse erfgoed en zijn trots op de rol die wij vervullen in de samenleving. We streven ernaar om een positieve impact te maken in elke community die we bedienen en zijn altijd op zoek naar een meer duurzame manier van werken, bijvoorbeeld door vooral met e-bikes te bezorgen en het aanbieden van plasticvrije verpakkingen voor onze partners.

Thuisbezorgd.nl is onderdeel van het wereldwijd toonaangevende digitale Just Eat Takeaway.com. Het hoofdkantoor is gevestigd in Amsterdam en daarnaast hebben wij een kantoor in Enschede.

“We ondersteunen onze 14.000 partners bij het laten groeien van hun bedrijf door ze te verbinden met zo'n 6 miljoen actieve klanten door het hele land.”

50000

bezorgers

Thuisbezorgd.nl
in cijfers

6

miljoen

klanten

partners

140000



bronnnen

**Ofwel de belangrijkste
'ingrediënten' van dit rapport.**

Voor deze studie zijn interne statistieken
en gegevens geraadpleegd over de
periode van 1 juli 2023 tot 1 juli 2024.
De trends zijn vastgesteld door WGSN, een
bedrijf dat wereldwijd trends voorspelt.



Als je nog vragen of opmerkingen hebt,
kun je altijd contact met ons opnemen.

Thuisbezorgd.nl
Lieke Peters, Brand PR & Influencer Marketing Lead
lieke.peters@justeattakeaway.com

Ovide
Gijs Moonen
thuisbezorgd@ovide.agency

contact



