

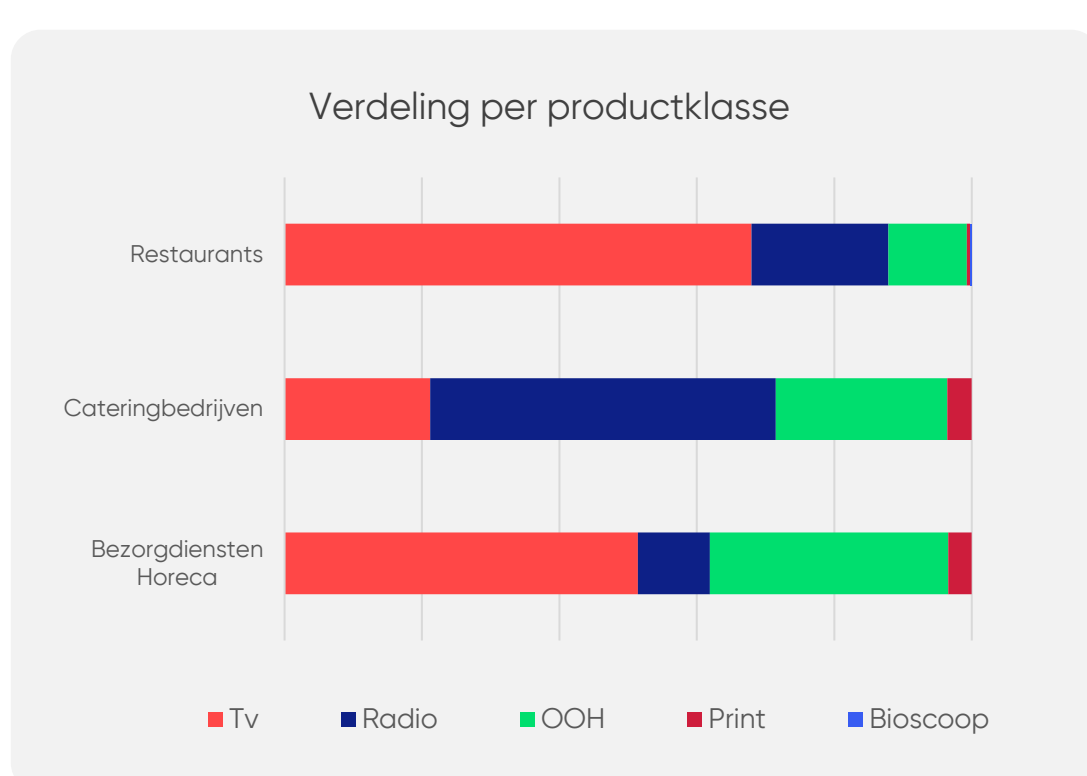
Food & Delivery.

BRANCHERAPPORT

Inleiding.

In dit brancherapport delen we waardevolle inzichten over bruto mediabestedingen, trends en ontwikkelingen in de foodbranche. Er is gekeken naar de bestedingen van restaurants, bezorgdiensten (horeca) en cateringbedrijven. Daarnaast bieden we waardevolle inzichten in de doelgroep, zoals sociodemografische gegevens, mediagebruik, interesses en nemen we je mee door de customer journey.

Bruto mediabestedingen.

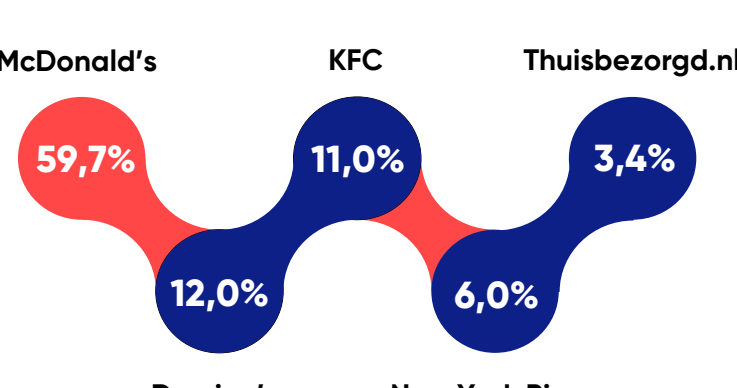


In 2024 is er in totaal 121 miljoen euro besteed. Voor restaurants werd het meest besteed op tv, terwijl cateringbedrijven juist primair kozen voor radio.

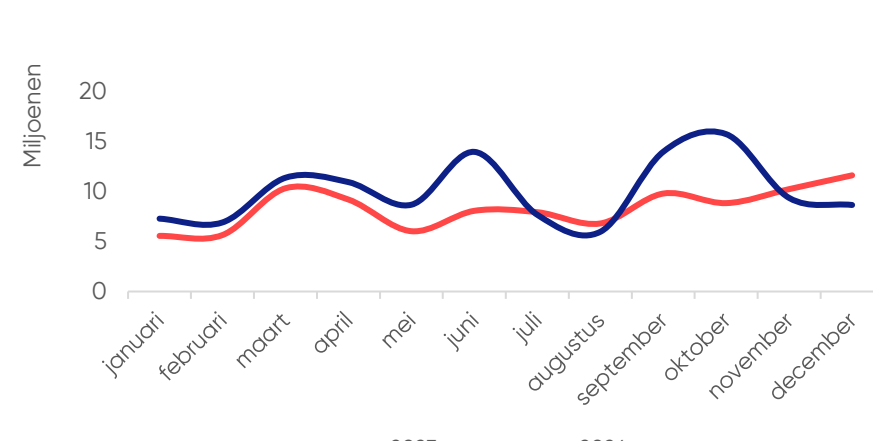


De top 5 besteders zijn goed voor 92,1% SOV. Er is een sterke seasonality te zien in het voorjaar, de maand juni en het najaar.

Top 5 share of voice



Seasonality



Trends en ontwikkelingen.

Sterke omzetgroei horeca.

De horeca groeide in 2024 met 5,4%. Restaurants boekten de grootste stijging (9,0%), gevolgd door eet- en drinkgelegenheden, kantines en catering (beide 7,8%) en fastfood (6,4%).

Fooddelivery groeit fors.

De omzet van maaltijd-bezorging bedroeg in 2024 zo'n €3,5 miljard. Dit segment vertegenwoordigt 16% van de totale foodservicemarkt en blijft groeien.

Vooruitblik 2025.

De verwachte omzet voor fooddelivery in 2025 is €3.570 miljoen, een stijging van circa 2,3% ten opzichte van 2024.

Trends in horeca.

De horeca in 2025 draait om innovatie, duurzaamheid en klantgerichtheid. Groente speelt een hoofdrol, de eerlijke keuken is belangrijk en gezonde fastfoodopties winnen terrein.

Vervagende grens horeca en retail.

De grens tussen horeca en retail vervaggt. Restaurants verkopen eigen producten en werken samen met retail, zoals Shell met sterrenchefs. Dit versterkt merkbeleving en levert extra omzet op.

Customer journey.

ORIENTATIE

RESERVERING EN KEUZE RESTAURANT

- Reservering online: 81,0%
- Google (Maps): 53,0%
- Menukaart: 50,0%

37% laat hun restaurant keuze beïnvloeden door online recensies.

33% neemt mee hoe een restaurant op reviews reageert.

BESTELD VIA BEZORGDIENTST: THUISBEZORGD OF UBER

- Geregeld: 5,6%
- Af en toe: 31,6%
- Nooit: 62,8%

AANKOOP

54% van de Nederlanders gaat 2 tot 4 keer per maand uit eten.

Hiervan is bijna een kwart tussen de 51 en 66 jaar oud.

FREQUENTIE BEZOEK RESTAURANT

- Geregeld: 25,5%
- Af en toe: 67,8%
- Nooit: 6,3%

Vooraf Gen Z en Millennials bestellen vaker dan gemiddeld eten.

BEZORGEN: POPULAIRSTE KEUKENS	BEZORGEN: POPULAIRSTE GERECHTEN
1) Italiaans	1) Pizza Margherita
2) Japans	2) Kapsalon döner
3) Nederlands	3) Cheeseburgers

NA AANKOOP

REDEKEN OM RECENSIE TE SCHRIJVEN (POSITIEF/NEGATIEF)

Rede	Positief (%)	Negatief (%)
Eten	59%	56%
Service	39%	51%
Prijs kwaliteit	32%	41%

24% van de consumenten laat een positieve recensie achter.

Daarentegen laat **14%** een negatieve recensie achter.

Twee op de vijf consumenten (**42%**) erkennen dat negatieve reviews horecazaken financieel kunnen schaden. **18%** schrijft daarom nooit een negatieve recensie.

Doelgroepinzichten.

Ruim 3,5 mio Nederlanders bestellen minimaal één keer in de twee weken een afhaal- of bezorgmaaltijd. Hiervan is 53% man. Daarnaast is de doelgroep overwegend 13-49 en scoort wat hoger dan gemiddeld NL qua inkomen en opleidingsniveau.

Leeftijd

Leeftijd	Percentage
13-24	19%
25-34	25%
35-49	28%
50-64	21%
65+	7%

Geslacht

53% Mannen **47%** Vrouwen

Inkomen.

Inkomensniveau	Eten bestellen (%)	NL13+ (%)
Laag	31%	35%
Midden	18%	19%
Hoog	52%	46%

Opleiding.

Opleidingsniveau	Eten bestellen (%)	NL13+ (%)
Laag	12%	15%
Midden	41%	40%
Hoog	47%	45%

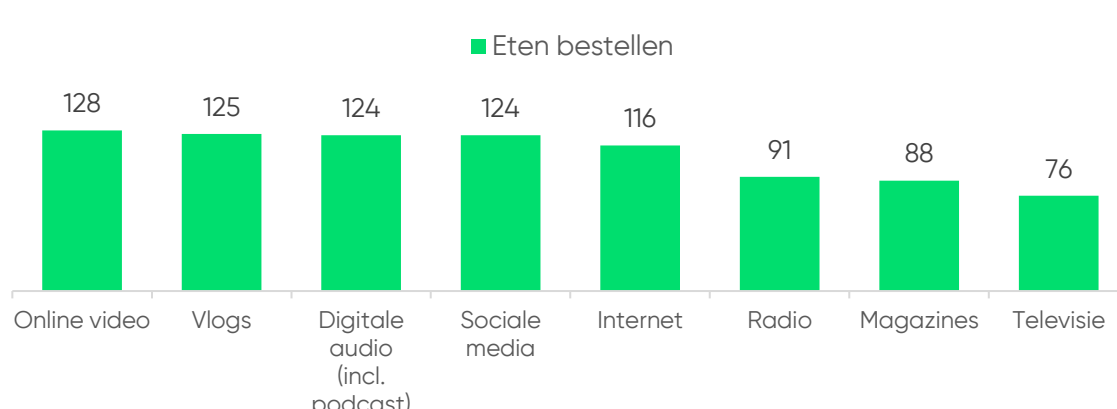
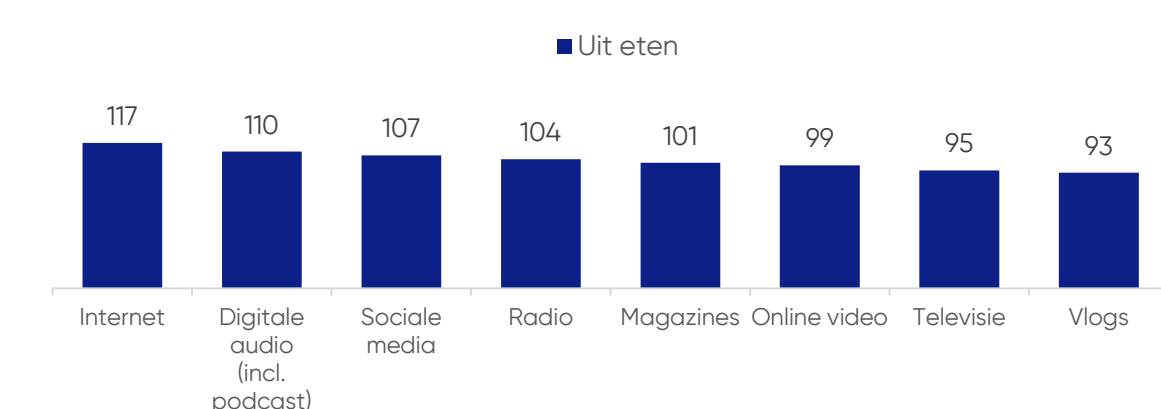
Sociale klasse.

58% van de personen die eten bestellen valt in de sociale klasse AB1.

Mediumgebruik.

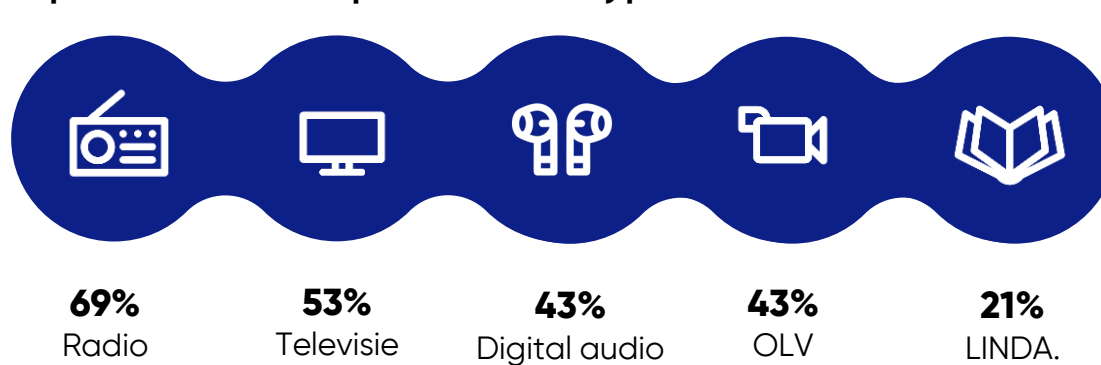
Welke mediatypen worden relatief veel geconsumeerd?

*Hoe hoger de index, hoe beter een mediatype scoort binnen de doelgroep



De doelgroep die geregeld een restaurant bezoekt is erg selectief op internet, gevolgd door digitale audio en sociale media. De doelgroep 'eten bestellen' laat een hoge selectiviteit zien op de online mediatypen, met name online video.

Talpa weekbereik per mediatype – Eten bestellen 25-59 jaar



Match Talpa Media.

Uit eten

- Index 121: Digital audio
- Index 118: VERONICA
- Index 117: LINDA
- Index 114: 100%NL
- Index 114: SLAM!
- Index 108: SBS
- Index 124: BOMBERS LEMONADE (Vlogs/Social)
- Index 124: Digital audio

Eten bestellen

- Index 154: KIJK
- Index 147: SLAM!
- Index 128: 538
- Index 122: LINDA (Online Video)

Met ons **open netwerk** vol sterke merken kunnen wij voor elke doelstelling, elke doelgroep en elk budget de **juiste mediamix** verzorgen om zo tot een succesvol resultaat te komen.

Meer weten?

In onze volledige brancherapporten vindt u nog meer waardevolle inzichten en wordt er uitgebreid stilgestaan bij bijvoorbeeld de bruto mediabestedingen. Dit rapport kunt u opvragen via: talpamedia@talpanetwork.com