

VOKSER PÅ TAKE AWAY



POP I NORGE:
– Just Eat vokser hurtigere i Norge enn i Danmark, og jeg regner med at det norske markedet vil være på nivå med det danske om kort tid, sier Carsten Boldt, som leder virksomheten i både Danmark og Norge. FOTO: JUST EAT

Vokser på middagsbestillinger

MAT OG DRIKKE: Take away-markedet i Norge vokste kraftig i fjor. Men ikke like kraftig som take away-nettjenesten Just Eat.no.

■ LENA S. FALCK
lena.s.falck@finansavisen.no

En hektisk hverdag gjør at nordmenn i økende grad bestiller mat på døren fremfor å lage den selv. I 2017 omsatte det norske take away-markedet for 1,9 milliarder kroner. Det er en vekst på 7,7 prosent fra året før, og ifølge Euro-monitor ventes veksten å fortsette med ytterligere 5,5 prosent per år frem til 2020.

En aktør som satser i dette markedet er Just Eat. Selskapet ble etablert i Norge i 2010, og tilbyr nettkunder hjemlevering av mat fra 500 restauranter i Norge. Ifølge Carsten Boldt, som er adm. direktør for Just Eat i Danmark og Norge, økte antallet bestillinger med 20 prosent og omsetningen i Just Eat.no la på seg 34 prosent – til 23 millioner kroner i fjor.

– Ganger du dette med ti har du det samlede beløpet for matbestillinger via oss i fjor, sier Boldt, og forteller at det er flere årsaker til veksten i 2017.

– **Vi har fått inn vesentlig**



SYKLER SEG TIL VEKST: Foodora satser på utbringning av mat med sykkel. Selskapet har nå over 400 sykkelbud i Norge. Adm. direktør Carl Tengberg venter god omsetningsvekst i 2018.

FOTO: FOODORA NORWAY

flere tilknyttede restauranter, og økte fra 350 til 500 i løpet av 2017. I tillegg har vi i dag flere high end-restauranter og flere sunne alternativer enn tidligere. Dette har gjort oss mer interessante for familier.

– Tidligere sto restaurantene for utkjøring av maten, men i desember 2016 startet vi selv med dette. Det har også bidratt til veksten, fortsetter han.

– **Høyere vekst i 2018**

Just Eat ble startet av Jesper Buch i Danmark i 2001. I 2014 ble sel-

skapet notert på Børsen i London, og i første halvår av 2017 rapporterte konsernet en omsetning på 246,4 millioner britiske pund. I dag er Just Eat til stede i 13 land, og hevder å være verdens største aktør innen online bestillingstjenester av take away.

– Just Eat vokser hurtigere i Norge enn i Danmark, og jeg regner med at det norske markedet vil være på nivå med det danske om kort tid, sier Boldt.

Han anslår at Just Eat har en markedsandel på 15 til 20 prosent av alle nettorde i dette markedet

i Norge. I 2018 skal Just Eat satse hardere enn noensinne i Norge. Målet er å få inn flere restauranter. I tillegg skal selskapet satse kraftigere på markedsføring overfor kundene.

– Ved å sette fokus på utvalg, bedre digitale løsninger og flere sunne alternativer på menyen forventer vi at flere nordmenn benytter take away i en travel hverdag, sier Boldt.

– **Vi forventer en høyere prosentvis omsetningsvekst i 2018 enn i 2017. Resultatet vil også øke, men med en lavere prosent enn omsetningen, fortsetter han.**

Røde tall i Foodora

Foodora opererer i samme marked som Just Eat. Foodora satser imidlertid på utbringning av mat med sykkel, og selskapets rosakledde sykkelbud er blitt et vanlig syn for Osloborgere. I november 2016 startet selskapet opp i Bergen, og i juni i fjor entret de rosa syklistene Stavanger. Selskapet har i dag over 400 sykkelbud i Norge, og leverer mat fra cirka 250 restauranter.

Foodora ble startet av fem venner i Tyskland høsten 2014. Sommeren 2015 ble konseptet lansert i Norge, og Foodora er nå til stede i ti land.

I sitt første hele driftsår,

2016, omsatte Foodora Norway for 36,4 millioner kroner, og driftsresultatet viste minus 17,8 millioner. Adm. direktør Carl Tengberg utelukker ikke røde tall i Norge også i 2017.

– Vi holder på å avslutte regnskapet for 2017, så jeg kan ikke gi eksakte tall, men det blir nok et tap. For å ekspandere og nå en posisjon i markedet er det naturlig med røde tall nå i starten. Dette er en langsiktig satsing, og det er ikke nå vi skal fokusere på lønnsomhet, sier Tengberg.

– **Sterk ekspansjon**

– *Take away-markedet i Norge økte med 7,7 prosent i fjor. Vokste omsetningen i Foodora Norway?*

– Jeg kan ikke opplyse omsetningstallene ennå, men det jeg kan si er at vi vokste betydelig, og mer enn markedet, i 2017. Vi har fått en tilvekst i antallet restauranter, vi er til stede i flere byer og vi har oppnådd en raskere og mer pålitelig levering, sier Tengberg.

– 2018 kommer til å bli et år med fortsatt sterk ekspansjon og vekst i omsetningen, fortsetter han.

Foodora eies av verdens største selskap innen online matbestilling, Delivery Hero. Selskapet ble notert på Frankfurt-børsen i fjor, og har hovedkontor i Berlin.