

Schöne neue Lieferwelt

Plattformen wie Eat.ch erleichtern den Einstieg ins boomende Liefergeschäft. Doch manche wagen den Absprung.

Kaspar Enz

Wer nicht kochen will, aber trotzdem zu Hause bleiben, hat die Qual der Wahl. Vor allem nahe der grösseren Ortschaften oder Verkehrswege. 97 Restaurants liefern in alle Haushalte der Stadt St. Gallen, 40 nach Frauenfeld. Auch nach Märstetten liefern noch 13 und 21 nach Berneck, selbst in Schönenbrunn kann man noch aus sieben Anbietern auswählen. Und das sind nur diejenigen Lieferdienste, die auf der Plattform Eat.ch ihre Speisen anbieten.

«Es ist unterdessen ein umkämpftes Geschäft», sagt Manuel Herzog. Der Einstieg ist einfach. Es reicht eine Küche. Wer nicht schon ein Restaurant hat, braucht kein Servicepersonal. Plattformen wie Eat.ch übernehmen die Bestellformalitäten und gleich auch die Auslieferung. Das erleichtert auch herkömmlichen Restaurants den Einstieg. «Für kleine Anbieter ist das super», meint Herzog. Er ist Geschäftsleiter des St. Galler Lieferservice Bamboo. Gegründet hat ihn vor rund elf Jahren sein Geschäftspartner Huu Truc Mai noch in einer Garage. Aber er hatte eine Nische: Als erster in der Region lieferte er asiatische Gerichte. Schon früh arbeitete Bamboo mit den eben aufkommenden Plattformen zusammen und das erfolgreich. Wiederholt kürte Eat.ch den Lieferdienst zum schweizweit besten. Deshalb sieht Herzog die Zusammenarbeit mit der Plattform durchaus positiv. «Wir gewannen dadurch an Bekanntheit und Medienecho.»

Pizzakartons sind Gesellschaftsfähig

Dieses Echo kann man im Kampf um die Aufmerksamkeit hungriger Stubenhocker gebrauchen. Die Zahl der Anbieter wächst rasant. «Es ist eine andere Welt heute», sagt Patrick Bircher, Geschäftsführer der Pizzalieferkette Dieci. Die Rapperswiler Pizzeria war ein Pionier, als sie vor über 25 Jahren die Lieferung zum Hauptgeschäft machte. Damals noch als Notnagel für kochfaule Studenten verschrien, ist der gelieferte Znacht heute in der Gesellschaft angekommen. «Wir liefern an Altersheime wie Büros, manche Eltern lassen ihren Kindern



Für rund 19 Millionen Franken pro Woche bestellen Schweizer Essen nach Hause. Die Pizza ist weiterhin am beliebtesten.

Bild: Getty

Geld für Pizza zu Hause, wenn sie ins Kino gehen.»

Und immer noch wachsen die Lieferdienste rasant, während die stationären Restaurants stagnieren. Dazu hat auch das Internet beigetragen. Um die Jahrtausendwende hatte Dieci einen der ersten Webshops. Heute kommen zwei von drei Bestellungen über die Website herein. Eine Entwicklung, die Plattformen wie Eat.ch weiter vorantrieben. Hier entsteht zwar Konkurrenz. «Aber wir entwickeln den Markt gemeinsam.» Auch wenn nichts so viel angeboten wird wie Pizza. «Doch ihr Anteil am Gesamtmarkt sinkt»,

Kampf um den Spitzenplatz

Das Essen vom Lieblingslokal mit einem Klick nach Hause holen, das versprechen Plattformen wie Eat.ch. Der Schweizer Marktführer wurde 2007 von HSG-Studenten gegründet. 2011 wurde das Start-up vom englischen Giganten «Just eats» übernommen. Dieser schluckte nun wohl den niederländischen Konkurrenten Takeaway.com, der sich seit ein paar Jahren auch in

sagt Bircher, ein Zeichen dafür, dass der Markt sich entwickelt. Neben Kebab und Asiatischem taucht auf den Plattformen immer mehr Gutbürgerliches auf: Cordon-Bleu-Lieferdienste, traditionelle Beizen.

Selbst die Migros macht mit

So stösst man auch in der Ostschweiz auf Eat.ch auf unerwartete Anbieter: Den Urnäser Gasthof Rossfall, oder das Migros-Restaurant im Säntispark. «Ein Pilotversuch», sagt Andreas Bühler, Mediensprecher der Migros Ostschweiz. Neben dem Säntispark liefern auch ein Migros-Restaurant in Winterthur

und zwei Chickeria-Filialen über Eat.ch, sagt er. «Wir wollen Erfahrungen sammeln.» Noch gingen erst eine gute Handvoll Bestellungen täglich beim Migros-Restaurant ein. Aber der Trend sei klar. «Die Take-Away-Standorte entwickeln sich auch bei uns besser als die Restaurants.»

Es geht um immer mehr Geld. Allein in der Schweiz wurden schon 2016 laut Eat.ch Mahlzelten für knapp eine Milliarde nach Hause bestellt. (ken)

ros-Restaurant in Winterthur und zwei Chickeria-Filialen über Eat.ch, sagt er. «Wir wollen Erfahrungen sammeln.» Noch gingen erst eine gute Handvoll Bestellungen täglich beim Migros-Restaurant ein. Aber der Trend sei klar. «Die Take-Away-Standorte entwickeln sich auch bei uns besser als die Restaurants.»

Bamboo wagt Alleingang

Trotz der guten Zusammenarbeit will Bamboo das Kapitel Eat.ch beenden. Immer mehr Anbieter drängen sich dort, «es wird immer schwieriger, sich abzuheben», sagt Manuel Herzog. «Ausserdem wollen wir näher beim Kunden sein.» Das sei über die eigene Website bamboo-delivery.ch einfacher: Gibt es Reklamationen habe man die Kontaktdaten. Auch Spezialwünsche lassen sich leichter erfüllen. Und bei den Plattformen fallen Kommissionen an. Das sei aber nur ein Grund für den Alleingang, denn «die Kommissionen waren bei uns vernünftig, auch weil wir immer unsere eigenen Chauffeure nutzten».

«Mit den Kommissionen bleibt von der Marge nicht mehr viel», sagt Andreas Bühler. Und

auch Dieci will sich diese lieber sparen. «Ausserdem wollen wir unsere Logistik selber im Griff haben», sagt Bircher. Mit einer etablierten Marke und über 40 Standorten kann sich Dieci das leisten. «Aber für eine kleine Pizzeria, die ins Liefergeschäft einsteigen will, wird es ohne Eat.ch wohl schwierig.»

Einfach werde der Alleingang nicht, sagt Herzog. «Viele Bestellungen kommen über Eat.ch rein.» Der Umsatz dürfte zuerst sinken. Trotzdem sei das der richtige Weg. In der Region ist Bamboo bekannt, auch weil er nicht mehr nur ein Lieferservice ist. Das Unternehmen ist an Festivals und Festen präsent. An die Küche in einem St. Galler Gewerbegebiet ist ein Restaurant angeschlossen, eben wurde ein Take-away-Stand in der Innenstadt eröffnet. Auch deshalb könne der Alleingang klappen.

Aber Bamboo bricht auch zu neuen Ufern auf. Vor einiger Zeit wurde eine Filiale im Zürcherischen Erlenbach eröffnet, bald soll einer in Wangen-Dübendorf folgen. Bei Eat.ch tauchen beide nicht auf. Die Erfahrungen in Erlenbach seien positiv, meint Herzog. «Es geht vielleicht weniger schnell aufwärts, aber es geht.»