

Bestellplattformen für Restaurants boomen

Online-Bestellservices für Essenslieferungen in der Schweiz haben derzeit viel zu tun. Besonders denjenigen Bestellplattformen, die weniger strenge Aufnahmekriterien für Restaurants haben, spielt die Coronakrise in die Hände.



Insgesamt viereinhalb Mal so viele Bestellungen wie noch vor der Coronakrise: Uber Eats.

Bild: zvg

Die meisten Bestellplattformen verdienen ihr Geld, indem sie auf die getätigten Bestellungen eine Provision einstreichen. Dazu kommen je nach Anbieter und Modell noch Lieferkosten und eine einmalige oder wiederkehrende Gebühr für die Teilnahme der Restaurants. Die Plattformen profitieren also nicht nur bei jeder eingehenden Bestellung, sondern auch von jedem Restaurant, das sich neu auf der Plattform registriert.

Eat.ch verzeichnet derzeit etwa 40 Prozent mehr Kundenbesuche als sonst, wie es auf Anfrage der Nachrichtenagentur AWP hiess: «In der aktuellen Zeit sind etwa dreimal so viele Restaurants hinzugekommen, wie in der gleichen Zeitspanne in normalen Zeiten.»

Der amerikanische Anbieter Uber Eats kann zwar keine genauen Zahlen für den Schweizer Markt ausweisen, es würden jedoch insgesamt viereinhalb Mal so viele Bestellungen getätigt wie noch vor der Coronakrise, erklärte eine Sprecherin. In Zürich seien vor Kurzem etwa zwölf neue Partner hinzugekommen, darunter neben einzelnen Restaurants auch grosse Fast-Food-Ketten.

Takeaway.com gibt an, dass sich in den vergangenen Wochen etwa 130 Restaurants im Schweizer Markt neu auf der Plattform registriert hätten. «Generell haben wir einen Anstieg der Nachfragen durch Restaurants feststellen können», sagte eine Unternehmenssprecherin. Der durchschnittliche Bestellwert der Kunden habe sich ebenfalls erhöht.

Gleichzeitig relativiert Takeaway: «Mitte März sind unsere Bestellzahlen zunächst gesunken, haben sich jedoch bis Ende März wieder stabilisiert.» Einerseits habe sich das Konsumverhalten der Kunden verändert - indem sie beispielsweise zuhause mehr kochen - andererseits hätten aber auch viele Restaurants ihren Betrieb derzeit komplett geschlossen und böten deshalb auch keine Lieferungen mehr an.
[RELATED]

Geschäftskunden fallen weg

Eine grössere Nachfrage seitens der Restaurants, die auf der Plattform mitmachen möchten, bemerkt auch der Restaurantkurier Mosi.ch, wie deren Geschäftsführer Patrick Cummins sagte. «Wir sind aber sehr selektiv, mit welchen Restaurants wir zusammenarbeiten», weshalb bisher seit Beginn der Krise nur einige ausgewählte Partner neu hinzugekommen sind. Wichtig ist Mosi.ch nebst der Qualität des Essens auch eine langfristige Zusammenarbeit.

Auf Kundenseite hat Mosi.ch zwar viele private Neukunden gewonnen und der Durchschnittsumsatz je Kunde sei gestiegen, dennoch profitiert der in Zürich, Bern, Zug und Winterthur tätige Lieferservice nicht von der Coronakrise. «Das Firmenkundengeschäft ist eingebrochen, weil die Leute jetzt im Homeoffice sind und kein Essen mehr in grossen Mengen, beispielsweise für Kundenmeetings, bestellen», erklärte Cummins. Dieser Verlust lasse sich mit den Einzelbestellungen nicht kompensieren. (sda)

Publiziert am Montag, 20. April 2020