



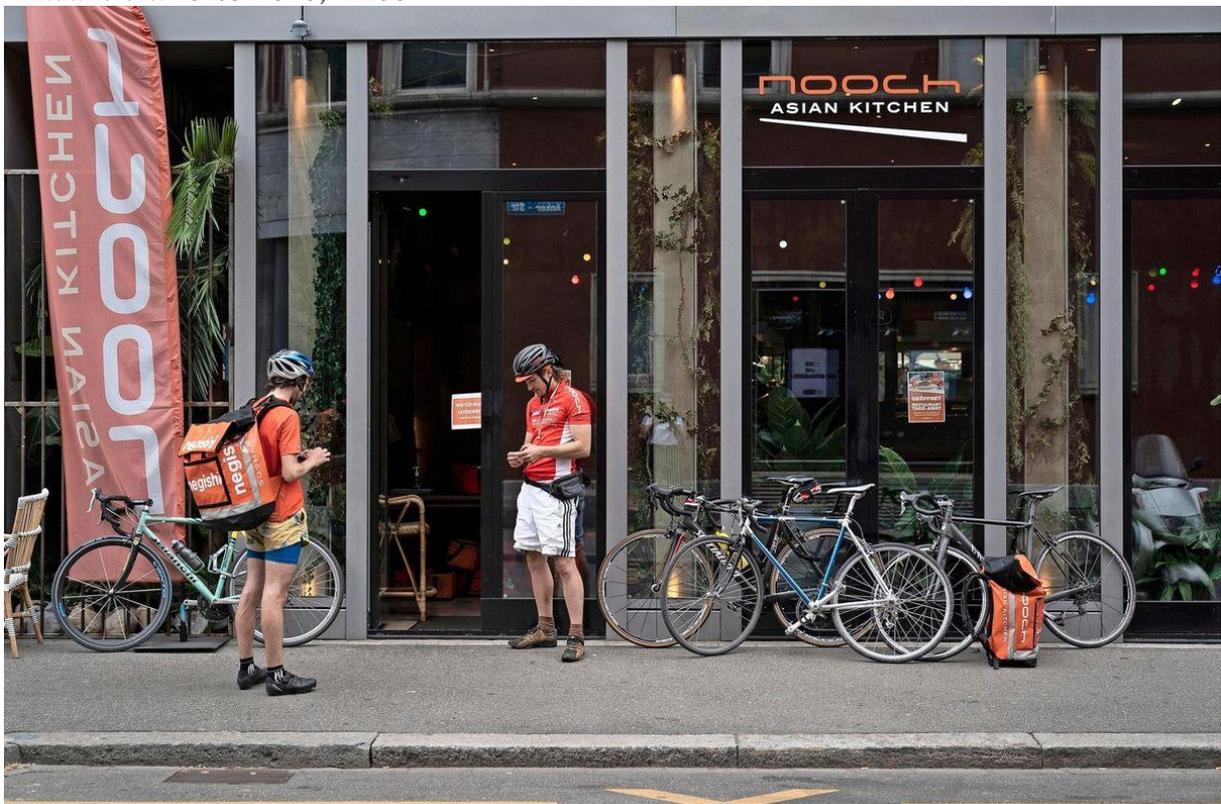
ZÜRICH

Delivery-Boom - Diese Gerichte bestellen die Zürcher am häufigsten

Food-Delivery verbreitet sich in Zürich rasant. Der TA zeigt Zürichs Bestellgewohnheiten, wie sich die Branche verändert – und welches Essen krisenresistent ist.

Patrice Siegrist

Aktualisiert: 25.05.2020, 12:06



Asiatisch, wie hier von Nooch im Kreis 4 an der Badenerstrasse in Zürich ist immer noch gefragt, ebenso Pizza. Doch im Lockdown gibt es einen bemerkenswerten Neuling in den Top 10 der meistbestellten Gerichte.

Andrea Zahler

Der Lockdown hat radikal beschleunigt, was sich schon vorher akzentuiert hat: Zürcherinnen und Zürcher bestellen ihr Essen vermehrt nach Hause. Kuriere bringen es mit Velos, Autos, E-Trottis und Rollern, meist tragen sie die Logos von Eat.ch, Smood, Uber Eats, Negishi, Lily's. Der TA hat die wichtigsten Fragen und Antworten zum Trend zusammengetragen:

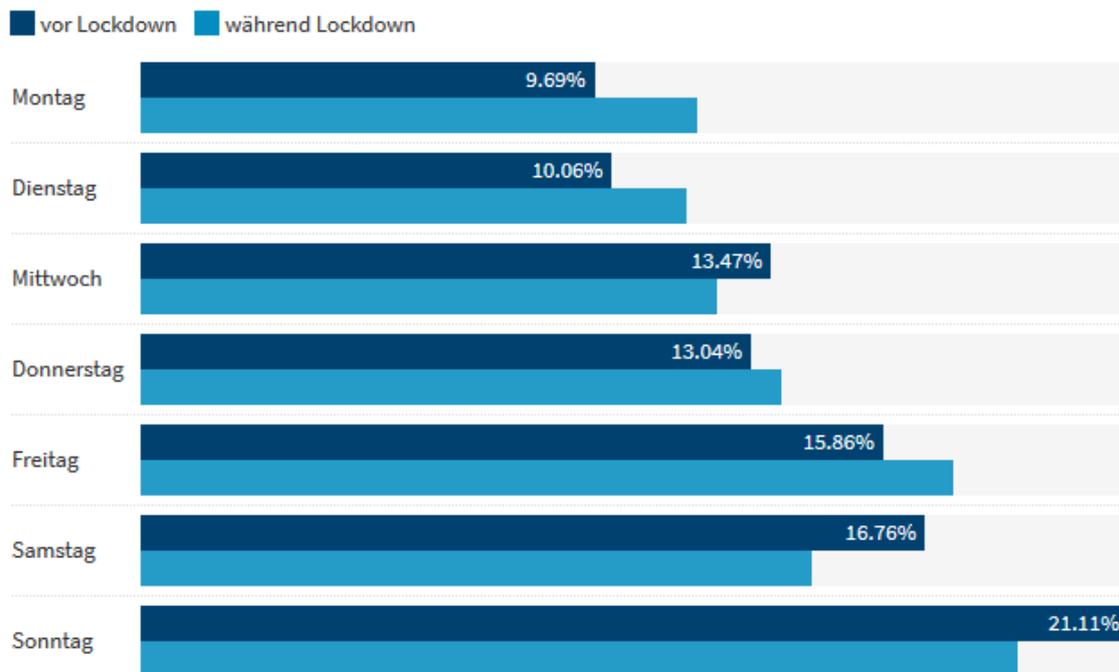
Wie stark wächst der Delivery-Markt?

Zürich steht erst am Anfang. «Wir sind hier seit 10 Jahren aktiv, das Potenzial ist immer noch sehr gross», sagt etwa Dominic Millioud, Geschäftsleiter von Eat.ch. Für 2020 erwartete er Anfang Jahr, dass der schweizerische Gesamtmarkt auf 1,4 Milliarden wächst. Das entspricht Bestellungen von täglich 200'000 Pizzas für 20 Franken. Nun zeigt sich: «Die Corona-Krise hat das Wachstum derart beschleunigt, dass wir bei Eat.ch unser 18-Monate-Ziel innert dreier Monate erreicht haben.» Nachdem die ausserordentliche Lage ausgerufen worden war, verdoppelte bis verdreifachte sich die Bestellmenge in Zürich. Mehr Details gibt das Unternehmen nicht bekannt. Auch bei Uber Eats erfährt man wenig. Eine Sprecherin verrät nur so viel: Die Entwicklung sei positiv, die Anzahl neuer Restaurants und Partner steige stetig an.

Wann bestellen die Zürcherinnen und Zürcher?

Verteilung der Bestellungen über die Wochentage in der Stadt Zürich

Daten von der Bestellplattform Eat.ch für das Jahr 2020.

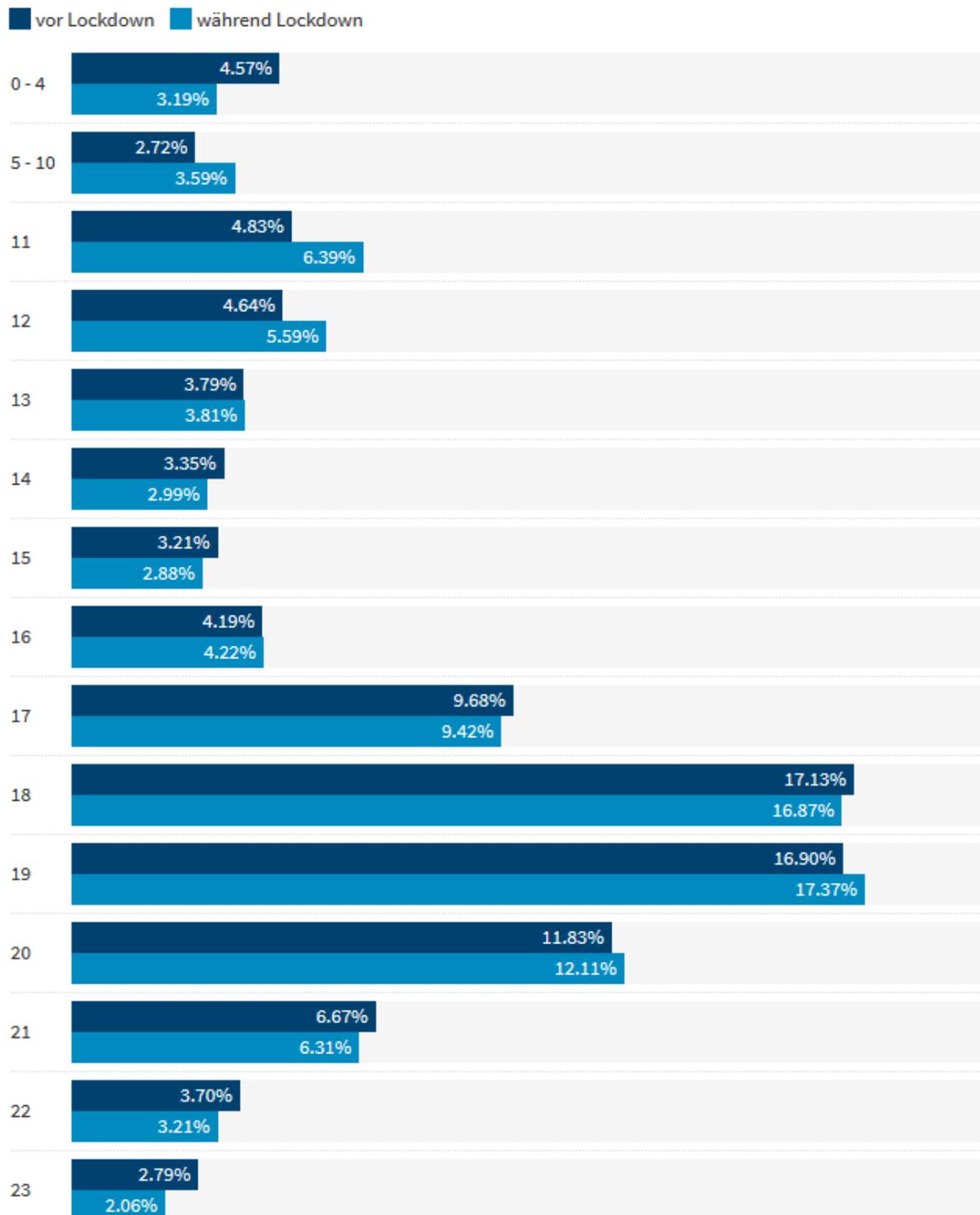


Grafik: sip • Quelle: Eat.ch • [Daten herunterladen](#)

Ein Fünftel aller Bestellungen gehen bei Eat.ch am Sonntag ein. «Das Wachstum am Sonntag war während der Krise im Vergleich zu den anderen Wochentagen weniger ausgeprägt», sagt Dominic Millioud von Eat.ch, die Bestellungen sind nun gleichmässiger über die ganze Woche verteilt. Seine Erklärung: «Viele haben wohl den Sonntag als Kochtag zelebriert, arbeiteten aber unter der Woche zu Hause und gönnten sich dann etwas.» Millioud geht davon aus, dass der Effekt nach der Pandemie etwas zurückgehen wird, aber nicht vollständig. Daniel Wiesner, Co-Geschäftsführer der Fredy Wiesner Gastronomie AG, die für seine Negishi-, Nooch- und Butcher-Restaurants ein Delivery-System aufgebaut hat, sagt: «Viele haben zum ersten Mal bestellt, und wir gehen davon aus, dass es nicht ihr letztes Mal war.» Was auffällt bei den Zahlen von Eat.ch: Die Zürcherinnen und Zürcher lassen sich hauptsächlich das Abendessen liefern. Über die Hälfte der Bestellungen gehen zwischen 17 und 21 Uhr ein. Im Mittagsgeschäft sehen die Bestellplattformen deshalb ein grosses Wachstumspotenzial.

Verteilung der Bestellungen über einen Tag hinweg in der Stadt Zürich

Daten von der Bestellplattform Eat.ch für das Jahr 2020.



Was bestellen die Zürcherinnen und Zürcher?

Die Pizza Margherita ist und bleibt das beliebteste Delivery-Essen in der Stadt, wie eine Auswertung von Eat.ch zeigt. Die Überraschung folgt auf Rang zwei: Hier kam es während der Corona-Krise zu einer Verschiebung – auf einmal besetzen Momos, tibetanische Teigtaschen, diesen Platz. Insgesamt bestellten die Stadtzürcherinnen und Stadtzürcher auch mehr Alkohol: ganze 75 Prozent mehr Bier und 81 Prozent mehr Wein.

Was bestellen die Zürcherinnen und Zürcher?

Beliebteste Gerichte in der Stadt Zürich

Daten von der Bestellplattform Eat.ch für das Jahr 2020.

	vor Lockdown	während Lockdown
1	Pizza Margherita	Pizza Margherita
2	Pizza Prosciutto	Momos Fleisch
3	Tiramisù	Pizza Prosciutto
4	Pizza Prosciutto e Funghi	Tiramisù
5	Momos Fleisch	Momos Vegetarisch
6	Cheeseburger	Pizza Prosciutto e Funghi
7	Pizza Hawaii	Pita
8	Pommes frites	Cheeseburger
9	Momos Vegetarisch	Beefburger
10	Döner-Box	Butter Chicken

Tabelle: sip • Quelle: Eat.ch • [Daten herunterladen](#)

Was kommt als Nächstes?

Der Lieferboom fordert Restaurantbetreiber heraus. «Eat.ch und Uber Eats haben dem Trend noch einmal einen enormen Schub verliehen», sagt Daniel Wiesner. Inzwischen macht er in seinen Restaurants 20 bis 40 Prozent Umsatz mit Delivery. Die Kehrseite: «Das Kommen und Gehen der Kuriere, ihre wuchtige Präsenz mit den grossen Rucksäcken kann das Restauranterlebnis stören.» Deshalb baut Wiesner gewisse Standorte um. Etwa die Restaurants gegenüber dem Bezirksgebäude. Da gibt es neu einen separaten Eingang für Take-away und Delivery. «Zudem starten wir im September in Zürich mit einer Ghostkitchen», sagt Wiesner. Also einer Geisterküche, in der ausschliesslich für die Essenslieferungen gekocht wird.

Dafür baut die Firma virtuelle Restaurants auf. Als erstes eine Marke für hawaiische Fischsalate, sogenannte Poké-Bowls. Weitere sollen folgen. Wie schwierig das Geschäft mit virtuellen Restaurants in Zürich aber ist, zeigt das Beispiel von Kinky Curry, die 2019 gestartet sind und den Betrieb bereits wieder einstellen mussten. Trotzdem: Branchenbeobachter sind sich einig: Geisterküchen und virtuelle Restaurants werden vermehrt auftauchen und Restaurants unter Druck setzen, wie das schon in anderen Grossstädten der Fall ist. «In der herkömmlichen Gastronomie wird der Erlebnischarakter

hingegen immer wichtiger: Restaurants müssen den Kunden etwas bieten, damit sie die heimische Komfortzone verlassen», sagt etwa Christine Schäfer, Trendforscherin am Gottlieb-Duttweiler-Institut, zum «Migros-Magazin». Dem stimmt Wiesner von Negishi zwar zu, gibt aber auch zu bedenken: «Die Alternative zur Essensbestellung ist Selberkochen, nicht etwa der Besuch im Restaurant.»

Wie hat sich die Heimlieferung in den letzten 20 Jahren verändert?

Es ist augenfällig, wie stark sich der Lieferservice in Zürich entwickelt hat. Aktuell prägen die neuen Kuriere das Stadtbild, jene von Uber Eats zum Beispiel. Sie sind uneinheitlich gekleidet, auf Trotts, Publibikes oder Scootern unterwegs. Schon seit 2003 auf Tour sind die jungen Velokuriere mit ihrem unverkennbaren Look: Das Lily's war – mal abgesehen vom Pizza-Lieferdienst – Pionier für die Essenslieferung via Velokurier. «Wir hatten das Luxusproblem, dass sich vor dem Lily's auch Jahre nach der Eröffnung 1999 jeden Abend Warteschlangen bis auf die Langstrasse bildeten», sagt Stefan Tamò, Gründungspartner bei Lily's. Da kam die Idee des Home-Delivery – unter dem Motto: «Don't come to us, we come to you». Dazu lieferte das Lily's auch noch DVDs mit.

Bis der Lieferdienst rentabel wurde, dauerte es Jahre, doch das Konzept war ein Erfolg. Die Pintos, die Metallgefässe mit Pfand, gehörten schnell zum fixen Einrichtungsgegenstand jeder städtischen WG. Heute isst jeder fünfte Lily's-Kunde zu Hause oder im Büro. Das Kapazitätslimit sei inzwischen nahezu erreicht, sagt Christina Isenegger, die seit Beginn als Partnerin mit dabei ist und heute das Geschäft führt. Das Lily's zähle viele Stammkunden, und Corona habe ihnen neue Kunden gebracht. Wachse das Geschäft weiter, müssten sie sich überlegen, noch ein Lokal oder eine Geisterküche zu eröffnen. Eine Zusammenarbeit mit Uber Eats oder Eat.ch kommt für Isenegger nicht infrage: «Von der Zubereitung bis zur Auslieferung wollen wir alles selber kontrollieren können.»

Anders bei Daniel Wiesner: Seine Burger und Sushi gibt es auch auf den grossen Portalen. Diese sind aktuell prägend für den Delivery-Boom. Für die Kundin ist der Preis der gleiche, der Kurier allerdings ein anderer, und für Wiesner ist die Marge kleiner. «Wir wollten da zuerst nicht mitmachen», sagt Wiesner, «irgendwann realisierten wir aber, dass es sonst nicht geht.» Zudem: Der Einstieg von Uber Eats habe dem ganzen Markt nochmals enormen Schub verliehen.

Die jüngste Veränderung brachte die Corona-Krise. Um zu überleben, lancierten plötzlich viele kleine Restaurants ihren eigenen Lieferservice. Auf einmal wurden Menüs von Spitzenköchen oder kleinen veganen Szenebeizen nach Hause geliefert. Wie nachhaltig das den Delivery-Boom verändert, wird sich zeigen. Sicher ist: Mehr Leute haben sich etwas nach Hause bestellt, und mehr Restaurants haben sich ans Liefern gewagt. Paart man diese Entwicklungen, ist klar: Die Hemmschwelle, es wieder zu tun, sinkt für beide.