

Online Plattformen für Lieferdienste

Sie heißen: Lieferando, Pizza.de, Lieferheld oder Lieferservice.de oder auch anders. Sie bieten eine zentrale Bestellplattform für ganz Deutschland. Wir haben uns diese „Lieferdienste“ einmal genauer angeguckt und die Vor- bzw. Nachteile zusammengefasst.

Zuerst einmal die Vor- und Nachteile für die Gäste. Alle Plattformen sind recht leicht bedienbar. Eingabe der Postleitzahl, Angebot aussuchen, beim Anbieter bestellen- eventuell online bezahlen- fertig. Bei der ersten Bestellung muss man logischerweise die Adressdaten noch eingeben. Bewertungen anderer Gäste sollen die Auswahl erleichtern. So kann man schnell Angebot und Preise vergleichen und sieht auf einen Blick, welche Anbieter es im Liefergebiet überhaupt gibt (wenigstens die, die bei den oben genannten Firmen gelistet sind). Kritisch kann man über den Umgang mit Adressdaten und oft längere Wartezeiten argumentieren, Aber ist das nicht bei allen Online Geschäften so? Bezahlgebühren und anfallende Gebühren für die Bestellplattformen zahlt zwar der eigentliche Lieferant, dennoch auf Umwegen immer auch der Gast.



Der Vorteil für Pizzerien, Sushibars, Pommesbuden und Co liegt in der Chance, neue Gäste zu erreichen. Diesen Vorteil haben aber alle gelisteten Anbieter. Es können sich daraus auch schnell Nachteile ergeben. Irgendwie hat man das Gefühl, wer hier nicht dabei ist, hat einen Trend verschlafen. Das ist aber auch der einzige Vorteil gegenüber einer normalen Onlinebestellung direkt beim Imbiss.

Die Gewinne beim Lieferdienst sind sowieso nicht so riesig. Jetzt auch noch Vermittlungs- und Bezahlgebühren? Eigentlich möchte man bei manchen Bestellungen keine Vollkostenrechnung sehen. Dazu kommt noch das Problem, dass Gäste, die Online bezahlt haben, die Produkte dankend entgegennehmen ohne ein Trinkgeld zu geben. Es ist halt alles etwas anonym. Kann Ihr Imbiss überhaupt mehr Lieferkunden gebrauchen oder kommt es gerade am Wochenende zu längeren Wartezeiten. (Kritikpunkt Nummer 1).

Bei einem Anbieter haben 295.000 Gäste die Facebook- Seite „geliked“. Das ist schon eine ganze Menge. Die Kommentare auf die Seite fallen nicht immer positiv auf, dennoch kann man sicherlich von einem Trend und einer Revolution im „Lieferservice“ sprechen. Experten sprechen teilweise von einem vorübergehenden Phänomen mit geringen Chancen für die Zukunft. Es sind halt nur Expertenmeinungen. Ob sich dieses Geschäftsmodell langfristig halten kann, wird die Zukunft zeigen.

Unser Tipp: Überbewerten Sie diese Portale nicht. In Großstädten und Ballungscentren kann eine Listung schon für Neukundengewinnung nützlich sein. Ob diese Kunden Stammkunden werden liegt bei Ihnen. Überzeugen Sie durch Qualität und Service. Bieten Sie Anreize eine Folgebestellung direkt bei Ihnen durchzuführen. Informieren Sie sich über Onlinebestellungen über Ihre Internetseite. (Das bietet den Gästen und Ihnen auch viele Vorteile, spart aber die Vermittlungsgebühr). Überprüfen Sie regelmäßig die Bewertungen Ihres Betriebes. Nehmen Sie Stellung bei positiven und negativen Bewertungen.