Medienspiegel - Familie Wiesner Gastronomie AG

27.10.2026

Articles	1	Related Articles (+)	0
Next Pages	1	Total Articles	1

25.10.2026 **NZZ am Sonntag** **2**

Das grosse Fressen

Datum: 25.10.2026

NZZ am Sonntag



NZZ am Sonntag
8008 Zürich
044/ 258 11 11
https://www.nzz.ch/nzz-am-sonntag/

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenmedien
Auflage: 79'964
Erscheinungsweise: wöchentlich

Seite: 37
Fläche: 54'684 mm²

Auftrag: 3017989
Themen-Nr.: 571095
Referenz:
1f4c1c98-ee97-47a7-80ad-7a88adc3fddb
Ausschnitt Seite: 1/2

Das grosse Fressen

Just Eat und Uber Eats liefern sich einen brutalen Verdrängungskampf – mit Folgen. Von Moritz Kaufmann

Pizza, Burger, Döner. Diese Kalorienbomben lassen sich Schweizerinnen und Schweizer besonders gerne nach Hause liefern. Denn daheim auf dem Sofa ist niemand, der einen wegen ungesunder Vorlieben mit vorwurfsvollen Blicken bestraft. Zu entnehmen ist diese Rangliste dem jährlich publizierten «Food Report» des Lieferunternehmens Just Eat. Doch wenn schon die Menuwahl anrüchig ist, so konnte man bis anhin davon ausgehen, dass wenigstens bei der Lieferung alles sauber war. Just Eat galt als Musterknabe der Branche. Transparent und fair.
Aber damit ist es jetzt vorbei. In den grossen Städten Zürich, Bern und Basel setzt Just Eat neu auf das umstrittene Selbständigenmodell seines Erzrivalen Uber Eats. Die meisten der rund 700 angestellten Fahrer dürften entlassen werden. Sie können sich als «Selbständige» neu registrieren und Aufträge per App von Just Eat entgegennehmen. Wie viele Bestellungen eingehen und ob konkurrierende Fahrer unterwegs sind - dieses Risiko tragen sie künftig selber.
Es sei einfach zu durchschauen, warum Just Eat seine Fahrer entlasse, sagt Urs Zbinden, Zentralsekretär bei der Gewerkschaft Syndicom. «Das Unternehmen will Lohnkosten gegenüber seinem Konkurrenten Uber Eats sparen.» Just Eat habe bis anhin 22 Franken pro Stunde plus einen 13. Monatslohn bezahlt. Das sei das höchste Gehalt in der Branche.

«The winner takes it all»

Neu will die Plattform aber nur noch als Vermittlerin auftreten, nicht mehr als Arbeitgeberin. Wobei die Gewerkschaften schon lange monieren, dass die Fahrer in Tat und Wahrheit von Uber Eats und neu auch Just Eat abhängig seien und angestellt werden müssten - mit allen gesetzlichen Rechten und Pflichten. Vorderhand lassen - trotz Bundesgerichtsurteilen, in denen ein Abhängigkeitsverhältnis festgestellt wurde - die meisten Kantone die Plattformen gewähren.
Just Eat entledigt sich damit der Fesseln im Verdrängungskampf mit Uber Eats. Die beiden Plattformen liefern sich auf der ganzen Welt einen brutalen Wettbewerb um das Ausfahren von Essen und Haushaltswaren. Just Eat wurde einst von Studenten der Uni St. Gallen (HSG) als Eat.ch gegründet, fusionierte später mit dem internationalen Just-Eat-Takeaway-Konzern und gehört heute dem niederländisch-südafrikanischen Tech-Investor Prosus.
Prosus hat Just Eat Takeaway, zu dem auch das deutsche Lieferando gehört, 2025 für 4,1 Milliarden Euro übernommen und trimmt die Firma seither fit. Denn das Unternehmen war im Abwärtsstrudel. Im September teilte Prosus mit, dass Just Eat weltweit erstmals wieder ein Miniwachstum von 0,1 Prozent bei den Bestellungen vorweisen könne. Dies, nachdem das Geschäft zuvor fünf Jahre rückläufig gewesen war. Die Massenentlassung der Schweizer Fahrer ist also auch vor diesem Hintergrund zu sehen. In vielen Ländern, so auch in der Schweiz, bilden die beiden Anbieter ein Duopol. Weitere Konkurrenten wurden durch harten Preiskampf ausgeschaltet. In der Schweiz etwa gab der Essenslieferdienst Smood, eine Tochter der Migros Genf, im Frühling auf.
Seinen eigenen Lieferdienst dichtgemacht hat vor einem Jahr auch das Gastrounternehmen der Familie Wiesner. Es führt in der Schweiz diverse Ketten wie Nooch, Negishi, Miss Miu oder Kitchen Republic. «Das Geschäft mit den Lieferungen funktioniert nach dem Prinzip ‹the winner takes it all›», sagt Manuel Wiesner, der mit seinem Bruder die Familienfirma führt.
Deshalb sei es so schwer, gegen die grossen Player anzukommen. «Wir hatten selbst einen Lieferdienst und haben wirklich alle Modelle ausprobiert. Trotzdem machten wir jedes Jahr 300 000 Franken Verlust damit», sagt der Gastrounternehmer.
Die Familie Wiesner arbeitet sowohl mit Uber Eats als auch mit Just Eat zusammen. Delivery sei ein echtes Bedürfnis in der Schweiz, sagt Manuel Wiesner. Seine Unternehmen erwirtschaften rund 20 Prozent ihres Umsatzes damit.
Der Gastronom sieht jedoch Uber Eats vorne, wenn es um die Gunst der Kunden geht. «Es werden mehr Bestellungen über Uber getätigt. Das Unternehmen ist im Vorteil, weil es neben Lieferdiensten auch noch Taxiservices anbietet.» Der Gast habe seine gewohnte User-Experience in der gleichen App mit nur einem Account.
Sowohl Just Eat wie auch Uber Eats verlangen von den Restaurants eine hohe Provision von bis zu 35 Prozent. Trotzdem kommen viele Gastronomen nicht um die beiden Lieferdienste herum, weil sie für ein grosses Volumen sorgen. McDonald's Schweiz etwa schreibt: «Just Eat und Uber Eats sind langjährige, geschätzte Partner für unseren Lieferservice in der Schweiz.» Das Angebot erfreue sich wachsender Beliebtheit.

Schnell - und günstig

Die Schweiz ist zwar ein kleiner, aber ein lukrativer Markt. Just Eat schreibt auf Anfrage, dass innerhalb der gesamten Gruppe hierzulande die Kunden die teuersten Bestellungen aufgäben.
Und nicht nur gekochtes Essen wird bestellt. Vor allem die Nachfrage nach Supermarktprodukten wachse stark. Zwischen 2024 und 2025 explodierte sie um 500 Prozent. Auch die Migros

Datum: 25.10.2026

NZZ am Sonntag



NZZ am Sonntag
8008 Zürich
044/ 258 11 11
https://www.nzz.ch/nzz-am-sonntag/

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenmedien
Auflage: 79'964
Erscheinungsweise: wöchentlich

Seite: 37
Fläche: 54'684 mm²

Auftrag: 3017989
Themen-Nr.: 571095
Referenz:
1f4c1c98-ee97-47a7-80ad-7a88adc3fddb
Ausschnitt Seite: 2/2

setzt auf die Zusammenarbeit mit Just Eat, wobei deren Arbeitsbedingungen den Ausschlag dafür gegeben haben dürften.
Den Konsumenten allerdings sind die Anstellungsbedingungen weitgehend egal. Das bestätigt Just Eat auf Anfrage indirekt sogar. Eine Umfrage habe ergeben, dass die Kundinnen und Kunden sich aufgrund von drei Faktoren für oder gegen eine Plattform entschieden. Erstens: wegen schneller und zuverlässiger Lieferungen. Zweitens: wegen einer guten Auswahl an Restaurants und Produkten. Und drittens: wegen des günstigen Preises.

Just Eat ist mit seinem Versuch, der Gute der Branche zu sein, in der Schweiz also gescheitert. Das wird man künftig auch auf den Strassen spüren. Der Kampf um das Liefergeschäft dürfte noch härter und verbissener geführt werden. Fettig bleibt es sowieso.



NEYDTSTOCK/POND5/IMAGO Massenentlassung: Hunderte Angestellte von Just Eat dürften die Kündigung erhalten.