Medienspiegel - Familie Wiesner Gastronomie AG

12.10.2026

Articles	3	Related Articles (+)	0
Next Pages	6	Total Articles	3

10.10.2026 **nau.ch**
Wirbel um QR-Codes in der Zürcher Gastronomie **2**

08.10.2026 **walliser-zeitung.ch**
Valais-certified meat from Valais game **6**

08.10.2026 **20min.ch**
«Ich will im Restaurant nicht ständig auf mein Handy schauen» **8**

Datum: 11.10.2026

Nau

Online-Ausgabe

nau.ch
3097 Liebefeld
0800 81 88 81
https://nau.ch/

Medienart: Online
Medientyp: Informationsplattformen

Webansicht

Auftrag:
3017989
Themen-Nr.:
571095

Referenz:
437b88a0-dc53-4e33-8d4c-27894bdd3aa5
Ausschnitt Seite: 1/4

Wirbel um QR-Codes in der Zürcher Gastronomie

11.10.2026 Clarissa Rohrbach

In immer mehr Zürcher Restaurants kann mittels QR-Code bestellt und bezahlt werden. Menschen mit geringen digitalen Kompetenzen kritisieren die Automatisierung.

Das Wichtigste in Kürze

Der QR-Code erobert die Zürcher Gastronomie.

In immer mehr Restaurants kann damit bestellt und bezahlt werden.

Das kommt jedoch nicht überall gut an – vor allem bei Personen mit geringen digitalen Kompetenzen.

Leserin Marlies Staub staunte nicht schlecht, als sie letzthin am Flughafen Zürich einen Kaffee bestellen wollte. «Darf ich bitte bestellen?», sagt sie der Kellnerin. «Klar, hier!», antwortet diese und deutet auf einen Würfel auf dem Tisch mit einem QR-Code.

«Was hier?», sagt die 75-jährige Kundin. «Hier bestellen», erklärt die Bedienung. Sie sei nur für das Bringen der Ware und das Abräumen zuständig.

Nur nach hartnäckigem Bitten nimmt sie widerwillig die Bestellung auf. Dafür sei eigentlich der QR-Code da. «Für mich war das eine Zumutung. Wo bleibt da die Gastfreundschaft, wenn die Technologie die Menschen ersetzt?», sagt Staub, die ihr Handy nur zum Telefonieren braucht.

So wie Staub geht es vielen anderen: In der Schweiz haben 1,25 Millionen Menschen geringe oder wenige digitale Kompetenzen, das sind 22 Prozent der erwachsenen Bevölkerung.

Pandemie als Auslöser

Dass QR-Codes die Menükarte ersetzen, hat sich seit Corona etabliert. Während der Pandemie mussten Gastronomen die Speisekarte nach jedem Gast putzen und desinfizieren. Deswegen haben sie eine elektronische Karte eingeführt, zu der man nur durch das Scannen des QR-Codes gelangt.

Neu ist nun jedoch, dass in Zürcher Restaurants auch digital bestellt und bezahlt werden kann, so wie eben am Flughafen. «Gäste können so schnell und unkompliziert bestellen und bezahlen. Gerade am Flughafen ist Zeit ein wichtiger Faktor, da es viele eilig haben», sagt Sprecherin Livia Caluori.

Es handle sich um ein zusätzliches, freiwilliges Angebot, Gäste könnten sich weiterhin an das Servicepersonal wenden. Gäste profitierten so von kürzeren Wartezeiten, der freien Wahl des Zahlungsmittels und mehr Flexibilität. Auch für die Mitarbeitenden gebe es Vorteile.

Digitale Lösungen könnten diese entlasten und Abläufe effizienter machen. «Die Digitalisierung ist für uns ein Weg, das Gästeerlebnis zu verbessern, nicht ein Ersatz für den persönlichen Service.»

Auch im Café Lochergut im Zürcher Kreis 3 stehen Schildchen mit einem QR-Code auf den Tischen. «Wir haben viel Kundschaft, die eine schnelle Verpflegung braucht. Mit dieser Möglichkeit kommen wir diesem Bedürfnis entgegen», sagt Mitinhaber Adil Pajaziti.

Die Digitalisierung verringere den Papierverbrauch und sei eine einfache Bestellmöglichkeit, die dem Nutzungsverhalten vieler Digital Natives entspreche. «Wichtig ist uns dabei, dass die Kunden nach wie vor die Wahl haben, ob sie beim Servicepersonal bestellen wollen.»

Auch im Café Europa an der Europaallee, das von den gleichen Gastronomen betrieben wird, wird eine Bestellung mittels QR-Code nahegelegt.

Bei der Familie Wiesner Gastronomie, die unter anderem das Nooch, das Miss Miu oder das Negishi betreibt, kann in allen 34 Restaurants per QR-Code bezahlt werden. Digitale Bestellungen hingegen sind nur im Kitchen Republic möglich.

«Am Mittag sind alle gestresst, weil sie zurück ins Büro müssen, da möchten alle gleichzeitig bezahlen», sagt Co-Geschäftsführer Daniel Wiesner. In dieser Zeit wird das Angebot von 40 Prozent der Gäste genutzt, am Abend seien es 30 Prozent, Tendenz steigend.

«Die Leute schätzen beim Zahlen via QR-Code die Flexibilität, sie wollen nicht zehn Minuten auf die Rechnung warten», sagt Wiesner. Auch für das Personal sei das eine Entlastung. Digitale Lösungen könnten Abläufe vereinfachen und mehr Zeit schaffen für das, was die Gastronomie eigentlich ausmacht: Gäste beraten, präsent sein und ein gutes Erlebnis schaffen.

Doch Wiesner weiss, dass die Digitalisierung für manche eine Herausforderung ist. «Digitale Lösungen sollen das Gästeerlebnis sinnvoll ergänzen und nicht zum Hindernis werden.»

Die Automatisierung sei kein Selbstzweck, obwohl sie Teil der Zukunft der Gastronomie sei, sie sei vielmehr ein Werkzeug, das Mitarbeitende in ihrer Arbeit unterstützt. Für echte Gastfreundschaft mache immer noch der Mensch den Unterschied.

Grenzen des Wachstums

Die meisten Lokale in Zürich arbeiten für die digitale Bestellung und Zahlung mit der App Yoordi zusammen. Das Zürcher Start-up hat bereits jetzt mehrere Hundert Restaurants in der Schweiz und in einigen EU-Ländern als Kunden.

«Wir sind vom Wachstumspotenzial überzeugt, niemand wartet gerne auf die Rechnung, das beeinträchtigt den Restaurantbesuch», sagt Chefin Elisa Chiarelli. Sie plant, mehrere Tausend weitere Lokale an Bord zu holen. Dies helfe auch beim Personalmangel in der Gastronomie.

Mit der Auslagerung des Bestell- und Bezahlprozesses gewinne man als Gastgeber einiges an Zeit. Doch Chiarelli sieht auch die **Grenzen des Wachstums**. «Ein Durchbruch hängt nicht von der Offenheit der Betriebe ab, sondern auch von den Gästen und ihrer Fähigkeit, ein Smartphone zu benutzen.»

Die digitale Lösung sei nicht für jede Zielgruppe ideal. «Die Dorfbeiz mit ihren älteren Stammgästen wird wohl auch künftig ohne QR-Code auskommen.»

Hinweis

Dieser Artikel ist zuerst im «Tagblatt Zürich» erschienen.

Das Café Lochergut in Zürich will mit der Bestellung via QR-Code Digital Natives ansprechen. - Clarissa Rohrbach

Dass QR-Codes die Menükarte ersetzen, hat sich seit Corona etabliert. (Symbolbild) - keystone

Datum: 11.10.2026

Nau

Online-Ausgabe

nau.ch
3097 Liebefeld
0800 81 88 81
https://nau.ch/

Medienart: Online
Medientyp: Informationsplattformen

Webansicht

Auftrag:
3017989
Themen-Nr.:
571095

Referenz:
437b88a0-dc53-4e33-8d4c-27894bdd3aa5
Ausschnitt Seite: 4/4

Ein Kaffee steht in einem Restaurant auf einem Tisch. (Symbolbild) - keystone

Datum: 09.10.2026

WALLISER ZEITUNG
DIE ZEITUNG FÜR DAS WALLIS

Online-Ausgabe

walliser-zeitung.ch
3954 Leukerbad
https://walliser-zeitung.ch/

Medienart: Online
Medientyp: Tages- und Wochenmedien

Webansicht

Auftrag: 3017989
Themen-Nr.: 571095

Referenz: c6da1f9d-7f6a-4890-83c9-911337002e67
Ausschnitt Seite: 1/2

Valais-certified meat from Valais game

09.10.2026

From shooting to sale from Valais

A new flagship product of the canton is being certified with the Valais brand: Valais game meat. Guidelines have been developed to guarantee traceability at every stage – from hunting to sale. Valais game meat can also be promoted through themed cooking days in community kitchens as part of the "Regional Cooking" initiative, according to a joint statement from the Office for Agriculture and the Office for Hunting, Fishing and Wildlife.

Meat from Valais game certified under the Valais brand can now bear the Valais brand quality seal. The Valais brand, in collaboration with the intercantonal certification body, has developed specific guidelines, compliance with which is monitored at every stage – from the hunt to the sale. The animal must be hunted in Valais.

This occurs during the hunting season or during regulated culls by game wardens outside the hunting season. Traceability relies on a strict tracking system: The animal is first identified by the game warden using the tag applied by the hunters.

Upon delivery, the butcher shop issues a certificate and assigns a batch number to the product. Finally, each product placed on the market is labeled with the animal species, the cut of meat, and the batch number.

Approximately 5,000 wild animals killed per year

In Valais, around 5,000 wild animals are killed each year, either during the hunting season or as part of regulated culls. These are mainly red deer, chamois, roe deer, and wild boar. The majority of the game killed by Valais hunters is consumed privately. Animals shot by game wardens are generally purchased by restaurants.

The new certification aims to clearly identify game from Valais hunting grounds, thus enhancing its value compared to other game meat – especially imported or farmed meat. These types of meat can also be showcased on themed days in community kitchens as part of the "Regional Cooking" initiative.

Meat bearing the Valais brand quality seal

Eringer beef was the first type of meat to be certified with the Valais brand in 2009. Currently, over 100 different meat products are certified, including dried meat, primarily from Eringer cattle, as well as pork, veal, and lamb. Although the number of certified producers is still modest, meat represents an important category: in 2025, almost 40,000 kilograms of certified meat were sold, corresponding to a turnover of approximately 1.14 million Swiss francs.

A brand with over 1,200 certified products

The Valais brand was created in 2008 to certify the Valais apple and today unites around 300 producers and over 1,200 certified products from five areas: agriculture, crafts, cosmetics, industry and electricity from renewable energies.

As a seal of approval for the origin and quality of typical Valais products, the brand reflects the commitment of the producers and at the same time guarantees independent controls.

(Photos: Sedrik Nemeth)

(pd, rm)

Datum: 09.10.2026

WALLISER ZEITUNG
DIE ZEITUNG FÜR DAS WALLIS

Online-Ausgabe

walliser-zeitung.ch
3954 Leukerbad
https://walliser-zeitung.ch/

Medienart: Online
Medientyp: Tages- und Wochenmedien

Webansicht

Auftrag: 3017989
Themen-Nr.: 571095

Referenz: c6da1f9d-7f6a-4890-83c9-911337002e67
Ausschnitt Seite: 2/2

Datum: 09.10.2026

20 Minuten

Online-Ausgabe

20min.ch
8021 Zürich
044/ 248 66 20
https://20min.ch/

Medienart: Online
Medientyp: Tages- und Wochenmedien
Page Visits: 96'709'200

Webansicht

Auftrag: 3017989
Themen-Nr.: 571095

Referenz: 4c9f59da-2562-4c70-b203-cd7e00d32f89
Ausschnitt Seite: 1/3

«Ich will im Restaurant nicht ständig auf mein Handy schauen»

09.10.2026 Deborah Gonzalez

Statt einer Speisekarte liegt in vielen Restaurants ein QR-Code auf dem Tisch. Ein Reddit-Nutzer hat genug davon und trifft mit seinem Beitrag einen Nerv. Was denkst du darüber?

Darum gehts

Ein Reddit-Nutzer kritisiert in der Community «AskSwitzerland» QR-Code-Speisekarten als nervig und unnötig kompliziert.

Damit trifft er einen Nerv. Mehrere User kommentieren und regen sich über die erzwungene Handynutzung auf.

Das bestätigt auch die Forschung: Eine Studie zeigt, dass QR-Menüs als umständlicher wahrgenommen werden und die Kundenbindung schwächen können.

Du sitzt im Restaurant, willst etwas bestellen – und statt einer Speisekarte liegt ein QR-Code auf dem Tisch. Also Handy hervornehmen, Kamera öffnen und durch die digitale Karte scrollen. Genau davon hat ein Reddit-Nutzer genug. In der Schweizer Community «AskSwitzerland» macht er seinem Ärger Luft.

«Bin ich der Einzige, der QR-Code-Speisekarten absolut hasst?», fragt der Nutzer «GreenStarC» auf Reddit. Er finde die digitalen Menüs unglaublich nervig und unnötig kompliziert. «Ich hätte viel lieber eine einfache Speisekarte aus Papier, als mich durch eine schlecht gestaltete Website kämpfen zu müssen.»

Besonders störe ihn, dass alle am Tisch sofort zum Smartphone greifen müssten. «Ich will einfach eine Mahlzeit geniessen, ohne auf mein Handy starren zu müssen, bevor ich überhaupt etwas bestellt habe.» Sein Fazit: «Dieser Trend muss aufhören.»

«Ich habe deswegen schon Restaurants verlassen»

Mit seiner Meinung ist er nicht allein. In der Schweizer Reddit-Community erhält der Beitrag viel Zustimmung. «Das hat dazu geführt, dass ich in den letzten zehn Jahren zahlreiche Restaurants verlassen habe», schreibt ein Nutzer. «Ich will am Tisch nicht an meinem Handy sein.»

Ein anderer kommentiert: «Ich verabscheue sie. Wenn ich ein Restaurant mit QR-Codes besuche, frage ich immer nach einer Speisekarte aus Papier. Meistens haben sie eine.»

Auch die technische Umsetzung sorgt für Ärger. «Meistens muss einem der Kellner trotzdem sagen, dass etwas ausverkauft ist oder welche Allergene enthalten sind. Es dauert ewig, bis die Seite lädt, die Navigation ist schlecht oder es ist einfach nur ein PDF», kritisiert ein Nutzer.

Schweizer Restaurantgruppe kehrt zu Papier zurück

Dass digitale Speisekarten nicht überall gut ankommen, zeigt auch ein Beispiel aus der Schweiz. Die Wiesner Gastronomie, die rund 30 Restaurants wie Nooch, Negishi und Miss Miu betreibt, hat ihre QR-Code-Speisekarten wieder abgeschafft.

Wie Geschäftsführer Daniel Wiesner im August gegenüber Watson erklärte, habe das Unternehmen während der Coronapandemie vollständig auf digitale Karten umgestellt. Die Vorteile schienen zunächst offensichtlich: Preise liessen sich sofort anpassen, Gerichte unkompliziert austauschen und Druckkosten einsparen.

Doch inzwischen sieht Wiesner die Entscheidung kritisch. Die Digitalisierung sei für die internen Abläufe ein Segen gewesen, «für den Gast aber nicht». Menschen würden nicht ins Restaurant kommen, um auf ihr Smartphone zu starren. «Sie kommen für ein soziales, analoges Erlebnis», erklärt der Gastronom.

QR-Codes können Kundenbindung schwächen

Datum: 09.10.2026

Online-Ausgabe

20min.ch
8021 Zürich
044/ 248 66 20
https://20min.ch/

Medienart: Online
Medientyp: Tages- und Wochenmedien
Page Visits: 96'709'200

Webansicht

Auftrag: 3017989
Themen-Nr.: 571095

Referenz: 4c9f59da-2562-4c70-b203-cd7e00d32f89
Ausschnitt Seite: 2/3

Auch die Wissenschaft hat sich mit digitalen Speisekarten beschäftigt. Eine in einem Fachjournal veröffentlichte Untersuchung kommt zum Schluss, dass QR-Code-Menüs die Kundenbindung beeinträchtigen können.

In zwei Studien mit insgesamt 408 Teilnehmern verglichen die Forscher digitale und klassische Speisekarten. Die Teilnehmer sollten sich dabei einen Restaurantbesuch vorstellen. Das Ergebnis: QR-Code-Menüs wurden als umständlicher wahrgenommen. Diese wahrgenommene Umständlichkeit wirkte sich negativ auf die Kundenbindung aus. Besonders ausgeprägt war der Effekt bei Personen, denen der persönliche Kontakt zum Servicepersonal wichtig ist.

Digitale Speisekarten haben auch Vorteile

Die Forschung zeigt jedoch nicht nur Nachteile. Eine weitere Untersuchung, die 2025 im «International Journal of Hospitality Management» veröffentlicht wurde, untersuchte die Zufriedenheit von Restaurantgästen mit QR-Code-Menüs.

Dabei zeigte sich, dass insbesondere die Qualität der Informationen und die interaktive Gestaltung der digitalen Speisekarten eine wichtige Rolle spielen. Auch eine einfache Bedienung beeinflusst, wie Gäste die Technologie wahrnehmen.

Für Restaurants können QR-Codes zudem praktische Vorteile bieten: Speisekarten lassen sich schnell aktualisieren, Informationen zu Allergenen ergänzen und Gerichte in verschiedenen Sprachen anzeigen.

Und wie siehst du das? Nervt es dich, wenn du im Restaurant erst einen QR-Code scannen musst, oder findest du digitale Speisekarten praktischer? Diskutiere in den Kommentaren mit!

Handy raus, QR-Code scannen, durch die digitale Karte scrollen: Was für manche praktisch ist, empfinden viele als störend für das gesellige Beisammensein.Getty Images

Datum: 09.10.2026

Online-Ausgabe

20min.ch
8021 Zürich
044/ 248 66 20
https://20min.ch/

Medienart: Online
Medientyp: Tages- und Wochenmedien
Page Visits: 96'709'200

Webansicht

Auftrag:
3017989
Themen-Nr.:
571095

Referenz:
4c9f59da-2562-4c70-b203-cd7e00d32f89
Ausschnitt Seite: 3/3