

LECKER SCHMECKER

Über das Food-Imperium Delivery Hero

VON SANDY STRASSER

Seit der Gründung von Delivery Hero im Jahr 2011, hat sich die Art der Menschen, im Internet Essen zu bestellen, stetig verändert. In Deutschland ist das Unternehmen mit den Marken Lieferheld, pizza.de und Urban Taste vertreten. Gemeinsam mit mehreren Partnern, die die Visionen von Geschäftsführer Niklas Östberg teilen, gründete er bereits seit mehr als einem Jahrzehnt internationale E-Commerce-Firmen. Vereint in der Leidenschaft für innovative Konzepte, bringen sie regelmäßig neue Ideen für die Food-Delivery-Industrie auf den Weg.

Delivery Hero hat seinen Hauptgeschäftssitz in Berlin, der europäischen Hauptstadt der Start-ups. Investoren des Unternehmens sind unter anderem Team Europe, ru-Net, Kite Ventures, Tengemann Ventures, Rocket Internet, Point Nine Capital, General Atlantic, Lead Edge Capital, Insight Venture Partners und Vostok Nafta. Diese Investoren haben bereits rund eine Milliarde Dollar in ihre große Mission gesteckt, die Menschen möglichst einfach mit ihrem Lieblingsessen zu versorgen. Sie sind mit 2.000 Angestellten in insgesamt 34 Ländern und auf fünf Kontinenten tätig und stellen mit 200.000 teilnehmenden Restaurants das größte Lebensmittelnetzwerk der Welt dar. Jeden Monat werden weltweit 10 Millionen Aufträge entgegengenommen. Eine große Auswahl, bequeme Lieferung nach Hause, Zuverlässigkeit und Qualität sind die wesentlichen Argumente, für die stetig wachsende Kunden-Community. Einfach durch die Speisekarten von tausenden Restaurants klicken und sein Lieblingsgericht liefern lassen. Die Bestellung mit anschließender Zahlung wird komfortabel online aufgegeben. »

*Wir wollen weiter wachsen
und in allen Ländern, in denen wir
aktiv sind, Marktführer werden.*

Niklas Östberg



Wir haben mit Bodo von Braunmühl, Head of Public Relations bei Delivery Hero, über den Markt für Essensbestellungen und künftige Trends gesprochen.

Herr von Braunmühl, welche Länder sind Spitzenreiter in Sachen Online-Bestellung?

BODO VON BRAUNMÜHL: Das sind Länder mit extrem hoher Online-Durchdringung wie Korea, in der fast alle Bestellungen über die App gehen. Dann gibt es Märkte wie die Türkei, wo zwar die Online-Raten deutlich niedriger sind, dafür grundsätzlich aber eine ausgeprägte Bestellkultur herrscht. Allein in der Türkei verarbeiten wir drei Millionen Bestellungen im Monat. Deutschland liegt in beiden Kategorien im guten Mittelfeld unter den aktuell 34 Delivery Hero-Ländern. Deutschland hat aber natürlich eine besondere Bedeutung für uns durch seine Größe und weil es unser Heimatmarkt ist, in dem wir mit unseren Marken pizza.de und Lieferheld klarer Marktführer sind.

Nach welchen Produkten und Speisen ist die Nachfrage erfahrungsgemäß am höchsten?

B. V. B.: Das kommt auf den Markt an. In Deutschland und vielen anderen Ländern führt Pizza nach wie vor die Hitlisten der beliebtesten Gerichte an, im Trend liegt grundsätzlich aber gesundes Essen wie Asiatisch, Sushi und verschiedenste Salate. In England wird sehr viel Indisch und Chinesisch bestellt, die Türken bevorzugen dagegen lokale Gerichte wie Kebab, die Griechen ihren Souvlaki und die Polen ordern gerne Piroggen.

Wie gut kennen Sie die Unternehmen, denen Sie Ihre Plattform zur Verfügung stellen? Wie stellen Sie sicher, dass die Qualität der Produkte stets einwandfrei ist?

B. V. B.: Wir haben ein sehr klares Bild von der Qualität unserer 200.000 Partner-Restaurants. Kern unseres Qualitätsmanagements ist es, die Restaurants viel enger mit dem Feedback ihrer Kunden vertraut zu machen, als dies nach einem Restaurantbesuch der Fall ist. Wir versuchen, sofort nachzubessern, wenn die Qualität der gelieferten Speisen nicht den Ansprüchen der Kunden gerecht wird. Dazu beschäftigen wir Lebensmittel- und Logistikexperten, um die Gastronomen in allen Bereichen der Bestellkette optimal unterstützen zu können.

Was denken Sie, wie wird sich die Essenskultur, speziell in Europa, in den kommenden Jahren verändern? Welche Trends sind im Kommen?

B. V. B.: Das Megathema ist sicher Qualität. Deswegen setzen wir alles daran, diese

im Lieferessen erheblich zu steigern, unter anderem mit unserer neuen Premiummarke „Urban Taste“. Fast Food soll in Zukunft nur noch für das Tempo der Lieferung stehen, aber nicht mehr für eine beschränkte Essensqualität. Die Apps von Delivery Hero sollen quasi der Food Court für die Hosentasche sein, der die ganze gastronomische Vielfalt abbildet und auf Bestellung nach Hause kommt.

Ein zweites Megathema ist Convenience, also die Bequemlichkeit. Wir verbringen rund drei Jahre unseres Lebens mit Kochen und dem Aufräumen danach. Doch nur 20 Prozent der Menschen empfinden dies als „Qualitätszeit“. Wir bieten unseren Service für die restlichen 80 Prozent, die ihre gewonnene Zeit so nutzen können, wie sie es wirklich wollen. Keine Extra-Fahrt zum Supermarkt, kein Schlange stehen an der Kasse, kein Jonglieren am Herd, kein Aufräumen und Abspülen. Experten, Profi-Köche, machen das Essen, und wir genießen – so sehen wir die Zukunft. Wer weiß, vielleicht werden in 20, 30 Jahren Küchen in Privatwohnungen überflüssig, weil Lieferdienste die Menschen versorgen. **Was ist der nächste Meilenstein, den zu setzen Sie sich vorgenommen haben? Was planen Sie in den kommenden zehn bis 20 Jahren?**

B. V. B.: Wir wollen die Industrie umbauen und das Liefergeschäft komplett neu denken. Dazu gehört die beste, technologisch innovativste Plattform sowie ein ausgeklügeltes Partner-Management mit den gastronomischen Betrieben. Und schließlich auch eine smarte Lieferlogistik, in die wir massiv investieren. Dies tun wir, um einerseits die Kontrolle über die Lieferung zu behalten. Andererseits, um sicherzustellen, dass wir immer mehr qualitativ hochwertige Restaurants ohne Lieferservice für unsere Plattformen begeistern können.

Wie geht es mit Ihrem geplanten Börsengang voran?

B. V. B.: Ein Börsengang 2016 ist nicht ganz unwahrscheinlich, aber wir werden die Entscheidung immer daran festmachen, ob eine öffentliche Notierung uns dabei hilft, unsere Vision zu verwirklichen.

NIKLAS ÖSTBERG

Der Schwede Niklas Östberg ist Co-Founder und CEO von Delivery Hero. Er studierte in Stockholm und Zürich Wirtschaftsingenieurwesen und arbeitete bei der New Yorker Beratungsgesellschaft Oliver Wyman. 2011 gründete er zusammen mit drei Partnern das Unternehmen Delivery Hero, das in Deutschland insbesondere durch seine Marken Lieferheld bekannt ist. Es nimmt für 200.000 Restaurants in mittlerweile 34 Ländern online Bestellungen entgegen. Neben der Abwicklung der Bestellung inklusive Zahlungsverkehr kümmert sich Delivery Hero für die Restaurants auch um Marketing, Kundenservice Technologie und auf Wunsch auch um die Lieferlogistik durch eigene Flotten.

WEITERFÜHRENDE LINKS

www.deliveryhero.com

Schlanke Prozesse mit grossem Gewicht

Mit unserer Software mediaSolution3 für Produktinformationsmanagement automatisieren Sie Print- und Online-Publikationen im Nu.

STÄMPFLI PUBLIKATIONSSYSTEME

Ihr Prozessgestalter für effiziente Produktkommunikation.

mediasolution3.com

Stämpfli