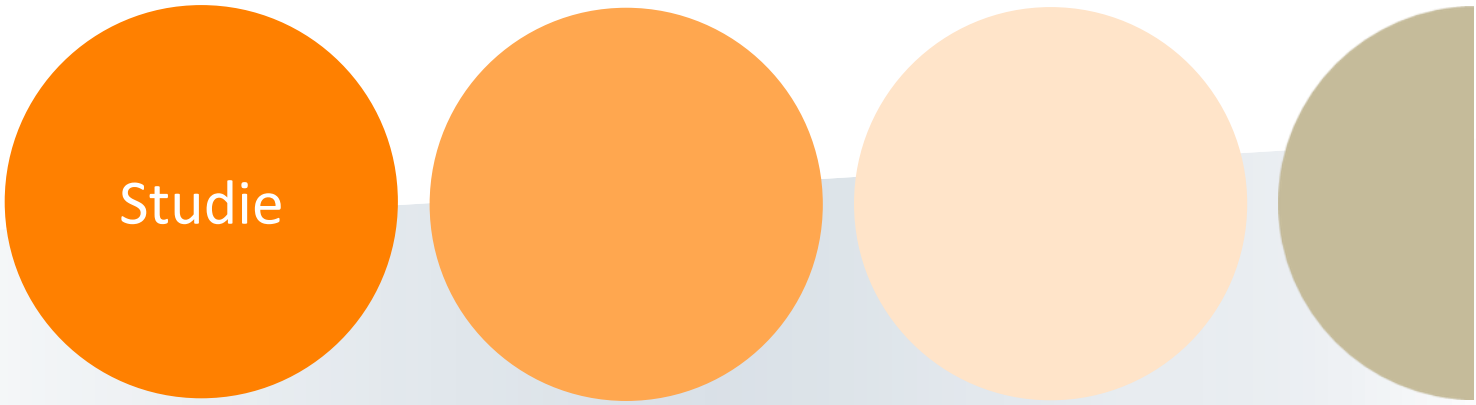
Die ökonomische Bedeutung von Lieferando in Deutschland

Studie für Lieferando Germany

29.09.2026



Institut der deutschen Wirtschaft Köln Consult GmbH · Konrad-Adenauer-Ufer 21 · 50668 Köln
Postanschrift: Postfach 10 19 42 50459 Köln · Eingetragen im Handelsregister Köln HRB 30889
Geschäftsführer: Dr. Henry Goecke, Hanno Kempermann · Sitz der Gesellschaft ist Köln

DATA. INSIGHTS. FUTURE.

Impressum

© 2026
Lieferando.de
Cuvrystr. 50, 52, 54 / Schlesische Str. 34
10997 Berlin

Verantwortlich:
Dr. Anna Dietrich
Head of Government Relations & Public Affairs

Oscar Miller
Senior Consultant, CONCILIUS AG

IW Consult GmbH
Konrad-Adenauer-Ufer 21
50668 Köln
Tel.: +49 221 49 81-758
www.iwconsult.de

Autoren:

Dr. Henry Goecke
Christian Kestermann
Dr. Marco Trenz
Benita Zink

Inhalt

Executive Summary **5**

1 Lieferando in Deutschland **7**

2 Was diese Studie misst **8**

3 Die ökonomische Bedeutung des Lieferando-Kosmos **10**

3.1 Wie setzt sich die ökonomische Bedeutung zusammen? 11

3.2 Wer profitiert vom Lieferando-Kosmos? 16

3.3 Wie groß ist der Beitrag für die öffentlichen Kassen? 19

A1 Methodischer Anhang **22**

A2 Tabellarischer Anhang **26**

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 0-1: Beschäftigung und Wertschöpfung im Lieferando-Kosmos 6
Abbildung 2-1: Darstellung der wirtschaftlichen Effekte des Lieferando-Kosmos 8
Abbildung 3-1: Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Lieferando-Kosmos 10
Abbildung 3-2: Beschäftigung und Wertschöpfung im Lieferando-Kosmos 12
Abbildung 3-3: Die Verteilung des Beschäftigungseffekts nach Branchen 16
Abbildung 3-4: Regionale Verteilung der Wertschöpfung 17
Abbildung 3-5: Steueraufkommen des Lieferando-Kosmos 19
Abbildung 3-6: Steueraufkommen nach Gebietskörperschaften 21
Abbildung A1-1: Schematische Darstellung der direkten, indirekten und induzierten Effekte 23

Tabellenverzeichnis

Tabelle A-0-1: Regionale Beschäftigungs- und Wertschöpfungseffekte 26

Executive Summary

Der Lieferando-Kosmos in Deutschland

→ Digitale lokale Handelsplattformen haben die Art und Weise, wie Haushalte und Unternehmen sich versorgen, grundlegend verändert. Lieferando ist seit 2009 ein zentraler Akteur dieses Ökosystems in Deutschland: Das Unternehmen verbindet über 50.000 Restaurants und Händler in rund 2.300 Städten und Gemeinden mit Millionen von Kunden und hat sich vom Essenslieferdienst zu einem breiten On-Demand-Delivery-Service entwickelt. Zusammen mit den Zulieferer- und Partnerunternehmen bildet es den Lieferando-Kosmos.

Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Lieferando-Kosmos im Jahr 2025

→ Für den Lieferando-Kosmos in Deutschland ergeben sich folgende Gesamteffekte:



Wie setzt sich die ökonomische Bedeutung zusammen?

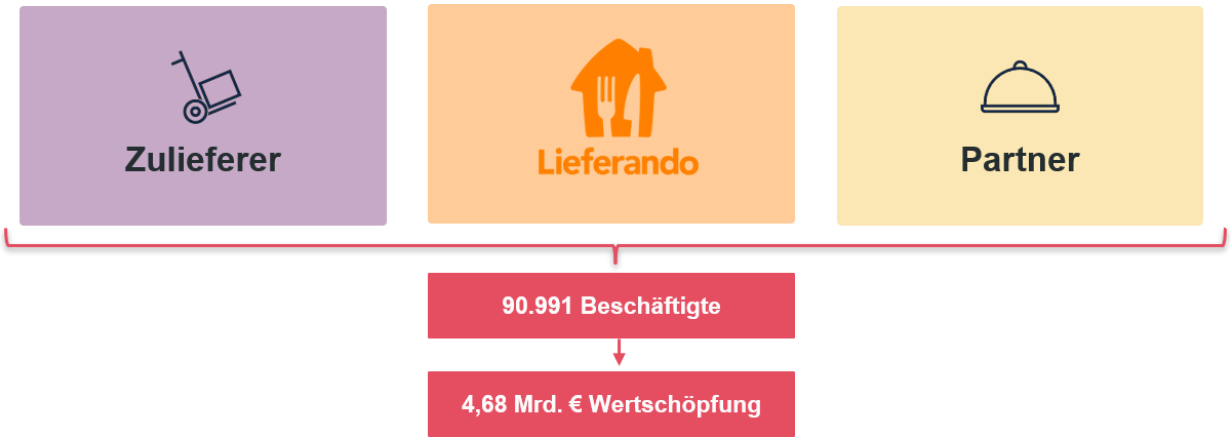
→ Ökonomischer Effekt bei Lieferando (direkter Effekt): Durch die eigene Geschäftstätigkeit von Lieferando entstehen Arbeitsplätze. Die Arbeitsplätze entfallen dabei auf den Plattformbetrieb, die Logistikkoordination und Verwaltung sowie den Lieferdienst.

→ Ökonomischer Effekt bei Zulieferern von Lieferando (vorgelagerte Effekte): zusätzlich entstehen weitere Arbeitsplätze bei den Zulieferunternehmen von Lieferando, beispielsweise bei IT-Dienstleistungen und Kurierdiensten, und durch den Konsum der Beschäftigten.

→ Ökonomischer Effekt bei Partnerunternehmen und ihren Zulieferern (nachgelagerte Effekte): Mit 78.880 Arbeitsplätzen wird der größte Teil der Wirkung bei Restaurants, Lebensmittel- und Einzelhändlern generiert, die über die Lieferando-Plattform Bestellungen erhalten. 58.746 Arbeitsplätze fallen dabei direkt bei den Partnern an, weitere Effekte kommen durch den Bezug von Vorleistungen und durch Konsumeffekte zustande.

Abbildung 0-1: Beschäftigung und Wertschöpfung im Lieferando-Kosmos

Summe der direkten, vorgelagerten und nachgelagerten Effekte nach Beschäftigung und Wertschöpfung im Jahr 2025



Quelle: Unternehmenskennzahlen Lieferando, eigene Berechnungen IW Consult (2026)

Wer profitiert vom Lieferando-Kosmos?

- Eine Vielzahl von Branchen profitiert vom Lieferando-Kosmos. Das Gastgewerbe, wozu Restaurants zählen, ist dabei mit 64 Prozent des gesamten Arbeitsplatzeffekts erwartungsgemäß die dominierende Branche.
- Regional entfällt der größte Teil der Wertschöpfung durch den Lieferando-Kosmos auf Nordrhein-Westfalen mit 25 Prozent der Gesamtwertschöpfung, Bayern und Baden-Württemberg folgen mit 15 und 12 Prozent. In absoluten Zahlen liegen die Flächenländer vorne; relativ zur Größe der Bundesländer betrachtet, stechen die Stadtstaaten heraus.

Was fließt in die öffentlichen Kassen?

- Der Lieferando-Kosmos generiert insgesamt 896 Millionen Euro Steueraufkommen – vergleichbar mit dem Haushalt der Landeshauptstadt Potsdam. Das Steueraufkommen verteilt sich auf Länder (374 Millionen Euro), Bund (370 Millionen Euro) und Kommunen (153 Millionen Euro). Dominiert wird es von der Umsatzsteuer (46 Prozent), die im Lieferando-Kosmos überdurchschnittlich stark ins Gewicht fällt.

Zur Studie: Die Studie wurde von der IW Consult GmbH im Auftrag von Lieferando Germany durchgeführt. Grundlage der Berechnungen sind die von Lieferando bereitgestellten Geschäftszahlen für das Jahr 2025. Die ökonomischen und fiskalischen Effekte wurden mittels Input-Output-Analyse quantifiziert und entlang der drei Betrachtungsebenen – direkte, vorgelagerte und nachgelagerte Effekte – differenziert ausgewiesen.

1 Lieferando in Deutschland

Wie Menschen einkaufen und sich versorgen, hat sich durch digitale Plattformen in den letzten Jahren spürbar verändert. Anbieter werden leichter auffindbar, Nachfrage wird gebündelt, Bestellung sowie Zahlung vereinfacht und Dienstleistungen erreichen die Kunden in immer kürzerer Zeit. Im Bereich der Außer-Haus-Verpflegung und des On-Demand-Handels zeigt sich dieser Wandel besonders deutlich. Was früher häufig eine gelegentliche Ausnahme war, ist heute für viele Haushalte und Unternehmen ein selbstverständlicher Bestandteil der Versorgung. Das Marktvolumen des On-Demand-Handels beläuft sich aktuell bereits auf knapp ein Fünftel des Last-Mile-Volumens im Kurier-, Express- und Paketbereich.[1]

Lieferando ist in Deutschland seit 2009 ein zentraler Akteur in diesem Ökosystem. Seit 2014 ist das Unternehmen Teil des in 15 Ländern aktiven Konzerns Just Eat Takeaway.com und verbindet in Deutschland über 50.000 Restaurants und Händler mit Millionen von Privat- und Firmenkunden. Das Liefernetz erstreckt sich über rund 2.300 Städte und Gemeinden und wird von der Hauptzentrale in Berlin aus koordiniert. Was als reiner Essenslieferdienst begann, hat sich zu einem breiten On-Demand-Delivery-Service entwickelt: Heute sind neben Restaurants auch Supermärkte, Apotheken und Einzelhändler an die Plattform angeschlossen.

Dabei leistet Lieferando einen wirtschaftlichen Beitrag auf mehreren Ebenen. Die Plattform stärkt die digitale Reichweite und Auffindbarkeit lokaler Anbieter und unterstützt damit deren Marktzugang. Gleichzeitig schafft Lieferando selbst über den Betrieb der Plattform, die Organisation des Logistiknetzwerks und Investitionen am Standort eigene wirtschaftliche Aktivität in Deutschland.

Vor diesem Hintergrund verfolgt der vorliegende Bericht das Ziel, den Beitrag von Lieferando zum Wirtschaftsstandort Deutschland systematisch und nachvollziehbar entlang der verknüpften Wertschöpfungsketten zu quantifizieren. Die vollständige wirtschaftliche Wirkung entfaltet sich bei Plattformen über ein Netz von Partnern und Zulieferern. Eine reine Unternehmensbetrachtung würde die Gesamtbedeutung daher unterschätzen. Kapitel 2 erläutert, welche wirtschaftlichen Effekte die Studie misst und wie die Beiträge entlang der Wertschöpfungskette abgegrenzt werden. Kapitel 3 stellt die zentralen Ergebnisse vor.

[1] Externe Marktstudie einer globalen Unternehmensberatung.

2 Was diese Studie misst

Diese Studie quantifiziert den ökonomischen Fußabdruck[2] von Lieferando sowie der wirtschaftlichen Aktivität, die Partnerunternehmen über die Lieferando-Plattform generieren. Als Partnerunternehmen werden dabei Gastronomiebetriebe sowie Lebensmittel- und Einzelhändler bezeichnet, die die Dienstleistungen von Lieferando in Anspruch nehmen, um ihre Produkte und Dienstleistungen über die Plattform zu verkaufen. Gemeinsam mit Lieferando selbst sowie den vorgelagerten Zulieferern wird diese Gesamtheit im Folgenden als „**Lieferando-Kosmos**“ bezeichnet.

Abbildung 2-1: Darstellung der wirtschaftlichen Effekte des Lieferando-Kosmos
Direkter, vorgelagerter und nachgelagerter Effekt von Lieferando



Quelle: eigene Darstellung

Die Ergebnisse werden entlang von drei Betrachtungsebenen präsentiert (siehe Abbildung 2-1):

- **Direkte ökonomische Effekte von Lieferando**: Erfasst wird die ökonomische Aktivität, die unmittelbar durch das Unternehmen Lieferando entsteht.
- **Vorgelagerte ökonomische Effekte von Lieferando**: Hier werden die Effekte erfasst, die durch die Vorleistungsbezüge von Lieferando bei seinen Zulieferern ausgelöst werden (indirekte Effekte) – etwa durch den Einkauf von IT-Leistungen, Kurierdienstleistungen Dritter oder sonstigen Betriebsmitteln. Zudem werden die Konsumeffekte (induzierte Effekte) berücksichtigt, die durch die Konsumausgaben der bei Lieferando und dessen Zulieferern beschäftigten Personen

[2] Als ökonomischer Fußabdruck wird die Gesamtheit der direkten, indirekten und induzierten wirtschaftlichen Effekte bezeichnet, die ein Unternehmen in der Volkswirtschaft auslöst (siehe Kasten).

entstehen. Die direkten und vorgelagerten Effekte von Lieferando ergeben gemeinsam den ökonomischen Fußabdruck von Lieferando.

- **Nachgelagerte Effekte (ökonomischer Fußabdruck der Partnerunternehmen)**: Quantifiziert wird der ökonomische Fußabdruck – also direkte, indirekte und induzierte Effekte – der wirtschaftlichen Aktivität, die die Partnerunternehmen über die Lieferando-Plattform generieren. Ausgangsbasis ist dabei ausschließlich der Umsatzanteil der Partnerunternehmen, der über Lieferando-Bestellungen erzielt wird, nicht ihr Gesamtumsatz. Damit wird sichtbar, welchen Beitrag die Plattformökonomie von Lieferando für Gastronomie und Einzelhandel in Deutschland leistet.

Die Gesamteffekte werden anhand der Kennzahlen Bruttowertschöpfung, Beschäftigung und Steuereinnahmen ausgewiesen. Die Bruttowertschöpfung misst den Wert der erzeugten Leistungen abzüglich der eingesetzten Vorleistungen und ist damit ein Maß für den tatsächlichen Mehrwert, den Lieferando und sein ökonomisches Umfeld für die deutsche Volkswirtschaft erzeugen. Die Beschäftigung zeigt, wie viele Erwerbstätige mit der betrachteten Aktivität verbunden sind und wird, wo nicht anders angegeben, in Köpfen ausgewiesen. Wertschöpfungs- und Beschäftigteneffekte werden zusätzlich nach Bundesländern differenziert.

Die fiskalische Analyse quantifiziert die Steuereinnahmen, die durch die wirtschaftlichen Aktivitäten entlang der Lieferando-Wertschöpfungskette entstehen. Dabei werden Umsatzsteuer, Lohn- und Einkommensteuer, Körperschaftsteuer sowie Gewerbesteuer berücksichtigt – Steuerarten, die bundesweit rund 85 Prozent des gesamten wirtschaftsrelevanten Steueraufkommens ausmachen. Die Ergebnisse werden nach staatlichen Ebenen (Kommunen, Länder und Bund) differenziert ausgewiesen.

Was ist der ökonomische Fußabdruck?

Der ökonomische Fußabdruck eines Unternehmens erfasst alle wirtschaftlichen Wirkungen, die seine Tätigkeit in der Volkswirtschaft auslöst – weit über die eigene Geschäftstätigkeit hinaus. Er setzt sich aus drei Effektebenen zusammen:

- Direkte Effekte entstehen unmittelbar durch die eigene Geschäftstätigkeit – durch Beschäftigung, Wertschöpfung und Steuerleistung des Unternehmens selbst.
- Indirekte Effekte entstehen bei Zulieferern und deren Vorlieferanten, die Waren und Dienstleistungen für den Betrieb bereitstellen. Diese Verflechtungen werden über Input-Output-Analysen entlang der gesamten Wertschöpfungskette erfasst.
- Induzierte Effekte entstehen durch die Konsumausgaben der Beschäftigten in den direkten und indirekten Stufen. Ihr Einkommen fließt in die Gesamtwirtschaft zurück und löst dort weitere wirtschaftliche Aktivität aus.

Die Summe aller drei Ebenen ergibt den ökonomischen Fußabdruck. Er ist typischerweise ein Vielfaches der unmittelbaren Unternehmensleistung. In dieser Studie werden die indirekten und induzierten Effekte von Lieferando zusammenfassend als vorgelagerte Effekte bezeichnet; die indirekten und induzierten Effekte der Partnerunternehmen fließen in die nachgelagerten Effekte ein. Die Berechnungsmethodik ist im methodischen Anhang detailliert beschrieben.

3 Die ökonomische Bedeutung des Lieferando-Kosmos

Das Unternehmen Lieferando, sowie seine Zulieferer und Partner leisten einen messbaren Beitrag zur deutschen Volkswirtschaft, der sich in zusätzlicher Wertschöpfung, gesicherten Arbeitsplätzen und fiskalischen Einnahmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette niederschlägt. **Insgesamt generiert der Lieferando-Kosmos im Jahr 2025 über 4,68 Milliarden Euro an Wertschöpfung, sichert 90.991 Arbeitsplätze (entspricht 73.138 Vollzeitäquivalenten[3]) und generiert bundesweit 896 Millionen Euro an Steuereinnahmen** (siehe Abbildung 3-1). Damit liegen die gesamten Wertschöpfungseffekte in etwa in der Größenordnung der Wirtschaftsleistung einer Stadt wie Bremerhaven; der Beschäftigungseffekt erreicht beinahe die Zahl der Erwerbstätigen in Heilbronn.[4]

Abbildung 3-1: Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Lieferando-Kosmos
Gesamtwirtschaftliche Effekte im Jahr 2025



Quelle: Unternehmenskennzahlen Lieferando, eigene Berechnungen IW Consult (2026)

[3] Im Lieferando-Kosmos entsprechen 100 erfasste Arbeitsplätze rechnerisch rund 80 Vollzeitstellen. In der Gesamtwirtschaft sind es rund 84. Der durchschnittliche Arbeitsumfang je Arbeitsplatz liegt im Lieferando-Kosmos damit nur leicht, um etwa 5 Prozent, unter dem gesamtwirtschaftlichen Referenzwert.

[4] Arbeitskreis Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen der Länder (2025): Bruttowertschöpfung Bremerhaven 2023: 4,62 Mrd. Euro; Erwerbstätige am Arbeitsort Stadt Heilbronn 2023: 99.421. Verfügbar unter: statistikportal.de/de/vgrdl. Abgerufen am 29.07.2026.

FALLSTUDIE

Höhere Sichtbarkeit ohne Kontrollverlust

Domino's nutzt Lieferando als zusätzlichen Bestellkanal

„Viele Kundinnen und Kunden bestellen heute über Aggregator-Apps. Lieferando hilft uns, diese Nachfrage mitzunehmen, ohne dass wir unsere operativen Standards aus der Hand geben."

Alexander Tauer, CEO & Managing Director Germany bei Domino's

HERAUSFORDERUNG

Domino's Pizza Deutschland verfügt über ein dichtes Store- und Liefernetzwerk mit mehr als 400 Filialen sowie eigene Bestellkanäle. Gleichzeitig bestellen viele Kundinnen und Kunden bevorzugt über Aggregator-Apps wie Lieferando. Damit werden die Sichtbarkeit, Marketing und Vertrieb auf diesen Kanälen zu einem relevanten Wachstumsfaktor. Domino's möchte zusätzliche Reichweite erschließen, ohne die Kundenbeziehung vollständig abzugeben.

LÖSUNG

Domino's und Lieferando kooperieren in einer „Partnerschaft auf Augenhöhe": Lieferando fungiert als zusätzlicher Reichweiten- und Bestellkanal, während Domino's die operative Kernleistung weiterhin selbst erbringt und mit der eigenen Flotte ausliefert. So gehen Bestellungen über die Plattform ein, die Abwicklung und damit das direkte Kundenerlebnis bleiben in der Hand von Domino's.

ERGEBNIS

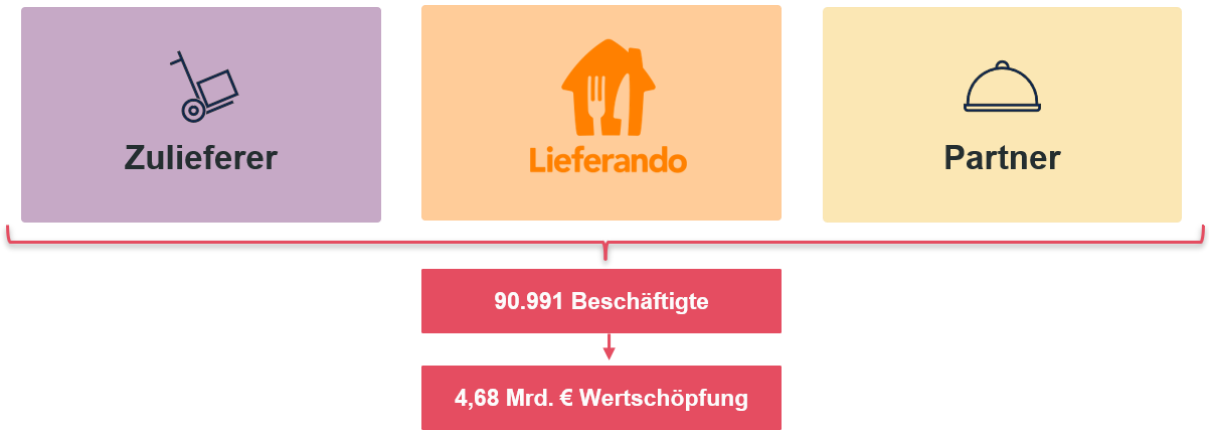
Für Domino's ist die Partnerschaft mit Lieferando ein spürbarer Wachstumshebel. Sie erschließt Nachfrage und Kundengruppen, die über die eigenen Kanäle nicht im gleichen Umfang erreichbar wären. Insgesamt stärkt die Zusammenarbeit damit sowohl Reichweite als auch Stabilität im Tagesgeschäft. 2025 zählt Domino's – trotz eines insgesamt herausfordernden Marktumfelds in der Gastronomie – zu den stärksten Playern der Branche.

Kapitel 3.1 erläutert, wie dieser Gesamteffekt über die drei Betrachtungsebenen – Lieferando selbst, die Zulieferkette und die Partnerunternehmen – zustande kommt. Kapitel 3.2 zeigt, welche Branchen und Bundesländer von der wirtschaftlichen Aktivität des Lieferando-Kosmos profitieren. Kapitel 3.3 schließlich quantifiziert den fiskalischen Beitrag in Form von Steuereinnahmen für Kommunen, Länder und Bund.

3.1 Wie setzt sich die ökonomische Bedeutung zusammen?

Der Gesamteffekt setzt sich aus den drei Betrachtungsebenen, dem Unternehmen Lieferando, dessen Zulieferer und dessen Partnerunternehmen, zusammen, die jeweils unterschiedlich stark zur ökonomischen Gesamtwirkung beitragen (siehe Abbildung 3-2).

Abbildung 3-2: Beschäftigung und Wertschöpfung im Lieferando-Kosmos
Direkte, vorgelagerte und nachgelagerte Effekte nach Beschäftigung sowie Gesamtwertschöpfung im Jahr 2025



Quelle: Unternehmenskennzahlen Lieferando, eigene Berechnungen IW Consult (2026)

Direkte Effekte: Lieferando als Arbeitgeber

Lieferando leistet bereits mit seiner eigenen Geschäftstätigkeit einen substanziellen Beitrag zur deutschen Volkswirtschaft. Die Arbeitsplätze bei Lieferando entfallen dabei auf den Plattformbetrieb, die Logistikkoordination und Verwaltung sowie den Lieferdienst. Wenngleich Lieferando in der öffentlichen Wahrnehmung häufig mit dem Lieferdienst gleichgesetzt wird, ist das Unternehmen in erster Linie Plattformbetreiber: ein Großteil des über die Plattform erzielten Umsatzes entfällt auf Bestellungen, bei denen die Partner die Auslieferung eigenständig übernehmen. Deutschland nimmt damit im internationalen Vergleich eine Sonderstellung ein – in anderen Ländern übernehmen Plattformen wie Lieferando einen deutlich größeren Anteil der Logistik selbst.[5]

Vorgelagerte Effekte: Die Zulieferkette

Lieferando wirkt nicht nur über die eigene Geschäftstätigkeit, sondern auch über die Nachfrage nach Vorleistungen und Konsumgütern bei Zulieferern. Ein Teil des vorgelagerten Effekts entfällt als sogenannter indirekter Effekt auf Unternehmen, die Lieferando mit Waren und Dienstleistungen versorgen, etwa externe Kurierdienstleister oder IT-Unternehmen. Dazu zählen auch Lieferfahrerinnen und -fahrer, die über spezialisierte Logistikdienstleister im Auftrag von Lieferando tätig sind und damit einen Teil der Zulieferkette bilden. Neben den indirekten Effekten kommen weitere Arbeitsplätze als induzierte Effekte durch die Konsumausgaben der Beschäftigten zustande.

[5] Externe Marktstudie einer globalen Unternehmensberatung.

FALLSTUDIE

Schnelle Lieferung, starker Standort

MediaMarktSaturn baut das Quick-Commerce-Geschäft gemeinsam mit Lieferando aus

„Das ist eine tolle Partnerschaft, bei der es Spaß macht zu skalieren. Wir wachsen gemeinsam – und das merkt man auf beiden Seiten."

Larissa Dorsch, Expert E-Commerce Business Development bei MediaMarktSaturn

HERAUSFORDERUNG

MediaMarktSaturn ist als einer der größten Elektronikfachhändler Europas vor allem für seinen konsequenten Omnichannel-Ansatz bekannt. Mit veränderten Kundenerwartungen – insbesondere dem Wunsch nach schneller, bequemer Lieferung von Elektronikartikeln nach Hause – gewinnt auch der Ausbau des Quick-Commerce-Segments an Bedeutung, um neue Zielgruppen zu erschließen.

LÖSUNG

MediaMarktSaturn startete 2023 gemeinsam mit Lieferando ein Pilotprojekt in Berlin. Der Aufhänger: Liefergeschwindigkeit. Kunden können über die Lieferando-Plattform Produkte aus MediaMarktSaturn-Stores bestellen und bekommen diese innerhalb von 45 Minuten nach Hause geliefert. Lieferando bringt die Plattforminfrastruktur, die Reichweite und die logistische Kompetenz mit – MediaMarktSaturn die Standortdichte, das Sortiment und die Markenkraft. Beide Partner arbeiten seit Beginn an eng zusammen, lernen voneinander und entwickeln das Modell gemeinsam weiter. Der Erfolg des Piloten war so überzeugend, dass die Zusammenarbeit zügig skaliert wurde: Heute sind rund 20 MediaMarktSaturn-Stores angebunden, im Laufe des Jahres soll die Zusammenarbeit ausgeweitet werden.

ERGEBNIS

Die Partnerschaft führt bei MediaMarktSaturn zu einer Steigerung des Bestellvolumens. Es werden neue Kundinnen und Kunden gewonnen und positive Abstrahleffekte auf das stationäre Geschäft angestoßen: Die erhöhte Sichtbarkeit auf der Lieferando-Plattform erhöht auch die Wahrscheinlichkeit, einen MediaMarktSaturn-Store persönlich aufzusuchen und stärkt somit auch das stationäre Geschäft von MediaMarktSaturn.

Nachgelagerte Effekte: Die Partnerunternehmen

Der größte Teil der Gesamteffekte des Lieferando-Kosmos fällt bei Partnerunternehmen an. Bestellungen über die Lieferando-Plattform sichern bei Restaurants, Händlern und deren Zulieferern 78.880 Arbeitsplätze – rund 87 Prozent der Gesamtbeschäftigung des Lieferando-Kosmos. Dies verdeutlicht die wirtschaftliche Bedeutung der über Lieferando vermittelten Bestellungen für Deutschland.

Von den 78.880 Arbeitsplätzen entfallen mit 58.746 Arbeitsplätzen 74 Prozent des Effekts als direkter Beitrag auf die Partnerunternehmen selbst. Dazu zählt etwa die Wertschöpfung eines Restaurants, das über die Plattform Bestellungen entgegennimmt und seine Köche und Servicekräfte beschäftigt, oder eines Einzelhändlers, der über Lieferando seinen Lieferradius deutlich ausweitet und damit zusätzlichen Umsatz generiert. Weitere 14.925 Arbeitsplätze entstehen indirekt über die Vorleistungen, die die Partnerunternehmen zur Erfüllung der Nachfrage beziehen – etwa die Ausgaben eines Restaurantbesitzers beim Nahrungsmittel-Großhändler. Ergänzend kommen 5.209 Arbeitsplätze an induzierten Effekten hinzu, die durch die Konsumausgaben der Beschäftigten ausgelöst werden.

Nicht in der vorliegenden Berechnung erfasst, aber dennoch wirtschaftlich bedeutsam ist zudem das integrierte Finanzierungsangebot der Plattform. Lieferando ermöglicht seinen Partnerunternehmen über integrierte Finanzierungsangebote den Zugang zu Wachstumskapital. Allein in Deutschland wurden bislang 29,2 Millionen Euro an Gastronomiebetriebe ausgezahlt – für viele Betriebe ist dies inzwischen ein wiederkehrendes Instrument ihrer Unternehmensplanung.[6]

[6] YouLend/Just Eat Takeaway.com (2026): 29 Millionen Euro für Restaurants in Deutschland und über 150 Millionen Euro europaweit: YouLend und Lieferando ziehen Bilanz ihrer Partnerschaft. Pressemitteilung vom 7. Juli 2026. Verfügbar unter: https://newsroom.justeattakeaway.com/de-DE/268049-29-millionen-euro-fur-restaurants-in-deutschland-youlend-und-lieferando-ziehen-bilanz-ihrer-partnerschaft/

FALLSTUDIE

Reichweite als Wachstumstreiber

Flink und Lieferando erschließen gemeinsam den Lebensmittelmarkt

„Lieferando ist in Deutschland eine sehr starke und bekannte Marke. Für uns ist die Partnerschaft der direkteste Weg, eine große und aktive Nutzerbasis zu erreichen."

Dasha Yakusheva, Senior Key Account Managerin bei Flink

HERAUSFORDERUNG

Flink hat den Anspruch, den Lebensmitteleinkauf zu revolutionieren: schnell, bequem und direkt nach Hause. Das Geschäftsmodell basiert auf einem dichten Netz aus Expresslagern, aus denen Kundinnen und Kunden innerhalb weniger Minuten beliefert werden. Die zentrale Herausforderung besteht darin, neue Kundinnen und Kunden zu gewinnen und in möglichst vielen Städten präsent zu sein. Viele Konsumentinnen und Konsumenten wissen zwar, dass sie über bekannte Lieferplattformen Essen bestellen können - dass diese Plattformen auch Lebensmittel und Drogerieprodukte im Sortiment haben, ist jedoch weniger verbreitet. Für Flink zählt dabei nicht nur zusätzliche Reichweite, sondern auch ein Partner, der das neue Nutzungsverhalten aktiv erleichtert.

LÖSUNG

Flink kooperiert mit Lieferando als Plattformpartner. Über die Lieferando-App können Kundinnen und Kunden direkt aus dem Flink-Sortiment bestellen – die Lieferung übernimmt Flink mit dem eigenen Kurierservice. Für Flink ist die Plattform ein zentraler Bestandteil des externen Bestellgeschäfts. Ein wesentlicher Grund für die Kooperation mit Lieferando: die starke Marktstellung der Plattform in Deutschland. Lieferando ist eine bekannte und bei Konsumentinnen und Konsumenten populäre Marke und bietet damit einen direkten Zugang zu einer großen, aktiven Nutzerbasis.

ERGEBNIS

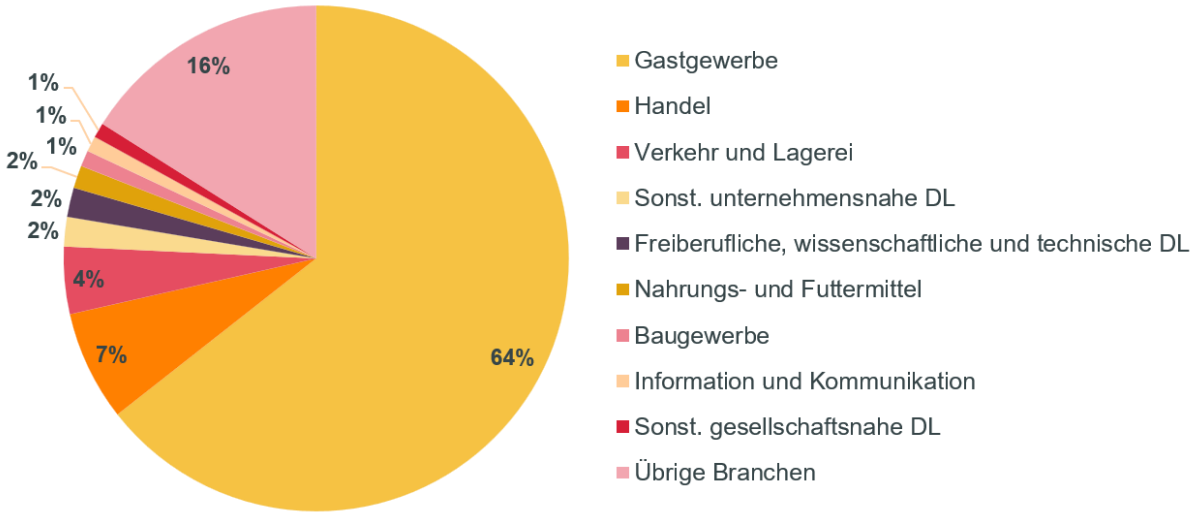
Die Partnerschaft hat sich für Flink als wachstumsstark erwiesen. Über Lieferando ist Flink heute in 54 Städten in Deutschland erreichbar. Besonders wertvoll ist die Reichweite in neue Kundengruppen: Lieferando trägt aktiv dazu bei, bei seinen Nutzerinnen und Nutzern das Bewusstsein zu schaffen, dass über Plattformen nicht nur Restaurantbestellungen, sondern auch Lebensmittel und Alltagsprodukte bestellt werden können. Damit hat Lieferando für Flink nicht nur Bestellungen generiert, sondern baut ein neues Nutzungsverhalten mit auf. Flink und Lieferando verstehen ihre Zusammenarbeit als langfristige Partnerschaft und arbeiten gemeinsam an einer Roadmap zur Verbesserung des Kundenerlebnisses. Das Ziel: weitere Skalierung in mehr Städten, mit mehr Kundinnen und Kunden.

3.2 Wer profitiert vom Lieferando-Kosmos?

Branchenverteilung

Der wirtschaftliche Effekt des Lieferando-Kosmos strahlt weit über die unmittelbar gastronahen Aktivitäten hinaus (siehe Abbildung 3-3). Das Gastgewerbe, wozu Restaurants zählen, ist mit 64 Prozent am gesamten Beschäftigungseffekt erwartungsgemäß die dominierende Branche. Dahinter folgen als weitere Branchen der Handel mit 7 Prozent, sowie Verkehr und Lagerei mit 4 Prozent, zu dem auch die Lieferfahrerinnen und -fahrer gehören. Auch sonstige unternehmensnahe Dienstleistungen wie Gebäudebetreuung oder Sekretariatsdienste, freiberufliche, wissenschaftliche und technische Dienstleistungen und die Nahrungs- und Futtermittelherstellung profitieren spürbar und stehen zusammen für weitere 6 Prozent des Arbeitsplatzeffekts.

Abbildung 3-3: Die Verteilung des Beschäftigungseffekts nach Branchen
Gesamter Beschäftigungseffekt nach profitierenden Branchen



Quelle: Unternehmenskennzahlen Lieferando, eigene Berechnungen IW Consult (2026)

Die Breite dieser Branchenverteilung erklärt sich dadurch, dass sowohl Lieferando als auch die Partnerunternehmen für ihren Betrieb auf Waren und Dienstleistungen aus einer Vielzahl von Branchen angewiesen sind, von IT-Infrastruktur und Logistik über Lebensmittelgroßhandel bis hin zu Immobilien. Ohne diese Vorleistungen wären die Geschäftsmodelle beider Seiten nicht funktionsfähig.

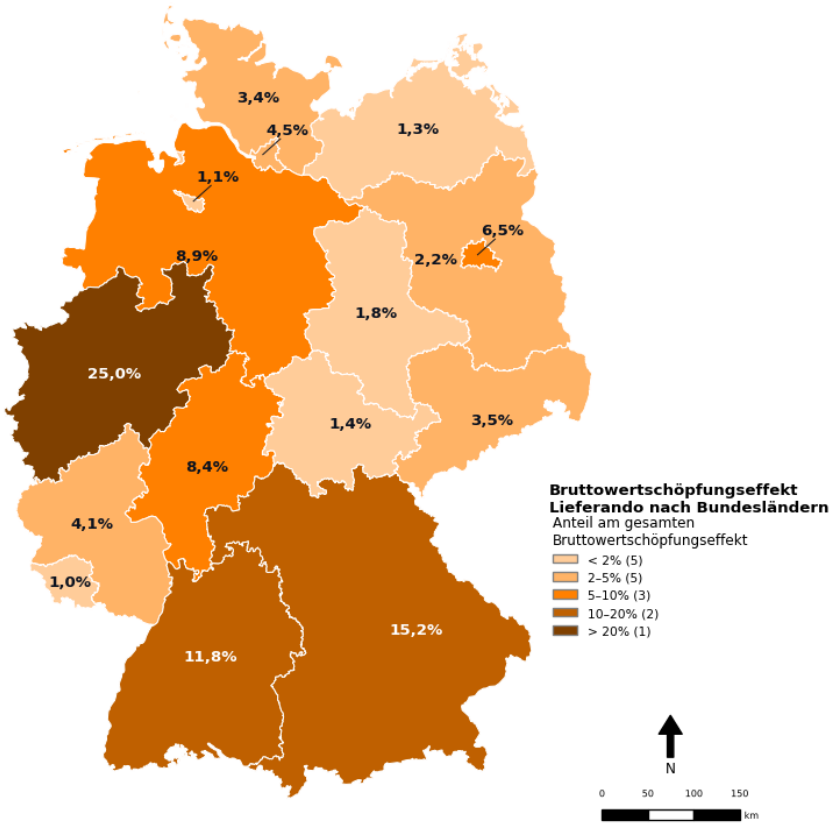
Regionale Verteilung

Der Lieferando-Kosmos entfaltet seine wirtschaftliche Wirkung in allen Bundesländern – mit klaren Schwerpunkten in den bevölkerungsreichen Ländern und in den Metropolregionen (siehe Abbildung 3-4). In der Gesamtschau entfällt der größte Anteil der Bruttowertschöpfung auf Nordrhein-Westfalen (25 Prozent). Dort werden insgesamt rund 1,2 Milliarden Euro Wertschöpfung angestoßen und 22.900 Arbeitsplätze gesichert. Es folgen Bayern mit einem Anteil von 15 Prozent (0,7 Milliarden Euro, 13.800 Beschäftigte) und Baden-Württemberg mit 12 Prozent (0,6 Milliarden Euro, 10.100

Beschäftigte). Zusammen werden damit mehr als die Hälfte der Wertschöpfungseffekte des Lieferando-Kosmos in diesen drei Bundesländern generiert.[7]

Abbildung 3-4: Regionale Verteilung der Wertschöpfung

Gesamter Bruttowertschöpfungseffekt nach Bundesländern, in Prozent des Gesamteffekts



Quelle: Unternehmenskennzahlen Lieferando, eigene Berechnungen IW Consult (2026)

Setzt man die Beschäftigungseffekte ins Verhältnis zur erwerbsfähigen Bevölkerung der Bundesländer, ergibt sich ein anderes Bild. Die höchste relative Bedeutung des Lieferando-Kosmos weisen nicht die großen Flächenländer, sondern die Stadtstaaten auf. An der Spitze steht Berlin, wo 0,35 Prozent der erwerbsfähigen Bevölkerung – also rechnerisch eine von 287 Personen – im Lieferando-Kosmos beschäftigt sind, gefolgt von Hamburg (0,30 Prozent) und Bremen (0,23 Prozent). Das unterstreicht die besondere Rolle urbaner Räume, in denen hohe Nachfrage, eine hohe Dichte an Partnerbetrieben und kurze Lieferwege zusammenkommen.

Ein Blick in die einzelnen Effektebenen zeigt, dass sich die regionalen Muster teilweise unterscheiden. Bei den direkten Beschäftigungseffekten spiegelt sich zum einen die Konzernzentrale in Berlin wider. Darüber hinaus sind Lieferfahrerinnen und -fahrer ebenso wie Sales-Mitarbeitende von

[7] Die vollständige Aufteilung der Effekte auf die Bundesländer kann dem tabellarischen Anhang entnommen werden.

Lieferando in allen großen Flächenländern vertreten; die meisten außerhalb Berlins finden sich in Bayern und Nordrhein-Westfalen.

FALLSTUDIE

Reichweite und Skalierbarkeit

McDonald‘s entwickelt mit Lieferando seinen Lieferdienst weiter

„Der Mehrwert der Partnerschaft geht über reine Plattformpräsenz hinaus: Lieferando unterstützt uns dabei, Delivery als verlässlichen und skalierbaren Wachstumskanal weiterzuentwickeln."

Verena Eder, Department Head Delivery bei McDonald‘s

HERAUSFORDERUNG

McDonald's Deutschland hat Lieferungen früh als eigenständigen Wachstumskanal erkannt und seinen Dienst McDelivery etabliert. Mit dem Wachstum des Delivery-Markts stellte sich die Frage, wie sich McDelivery für Gäste noch einfacher verfügbar machen lässt und wie zusätzliche Bestell- und Besuchsanlässe entstehen können. Gleichzeitig sollte der Kanal skalierbar und für die Franchise-Nehmer tragfähig bleiben.

LÖSUNG

McDonald’s Deutschland kooperiert seit 2017 mit Lieferando als reichweitenstarkem Delivery-Partner. Über die Plattform wird McDelivery für Gäste dort verfügbar, wo sie ohnehin aktiv nach Lieferangeboten suchen. Die Zusammenarbeit ist flexibel ausgestaltet: Je nach Standort kann die Auslieferung mittels Lieferandos Lieferservices erfolgen oder über eigene Lieferstrukturen von McDonald’s bzw. der Franchise-Nehmer. So werden Plattformreichweite und operative Umsetzung sinnvoll kombiniert.

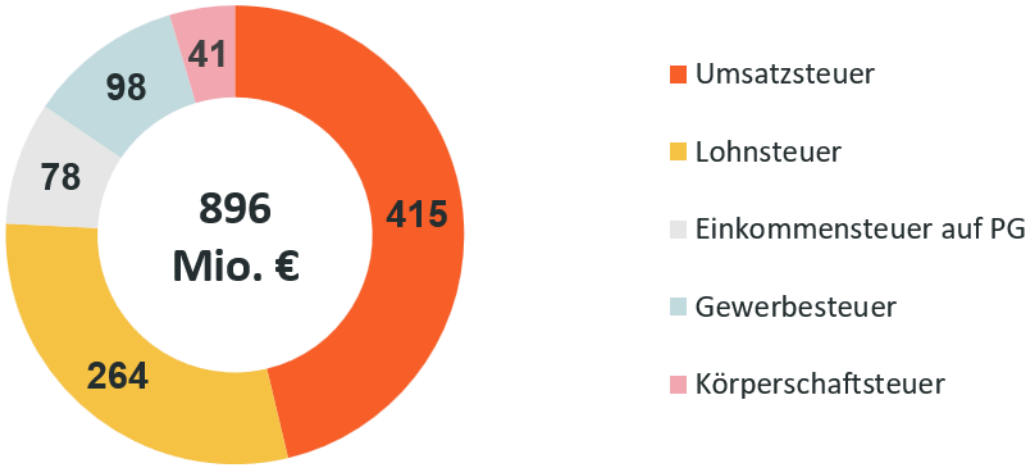
ERGEBNIS

Delivery ist für McDonald’s Deutschland ein relevanter Wachstumskanal. Ein wesentlicher Anteil der Delivery-Bestellungen ist zusätzliche Nachfrage, die McDonald‘s ohne diese Option entgangen wäre. Lieferando ist hierbei ein verlässlicher und bedeutender Partner. Gemeinsame Marketing- und Aktivierungsmaßnahmen, Promotions sowie Delivery-spezifische Angebote steigern die Bestellhäufigkeiten auf der Plattform. Neben Reichweite und Umsatz leistet die Partnerschaft damit auch einen Beitrag zur Neukundengewinnung und Sichtbarkeit. Mehr als 730 Standorte von McDonald’s in Deutschland sind bereits Teil der Partnerschaft.

3.3 Wie groß ist der Beitrag für die öffentlichen Kassen?

Neben dem ökonomischen Fußabdruck leistet der Lieferando-Kosmos auch einen erheblichen fiskalischen Beitrag (siehe Abbildung 3-5). Insgesamt generierte er im Jahr 2025 ein Steueraufkommen von 896 Millionen Euro. Damit entspricht das Steueraufkommen in etwa der Größenordnung des Haushalts der Landeshauptstadt Potsdam, der bei 1,1 Milliarden Euro liegt.[8]

Abbildung 3-5: Steueraufkommen des Lieferando-Kosmos
Gesamtes Steueraufkommen nach Steuerart im Jahr 2025, in Millionen Euro



Differenzen in den Summen sind auf Rundungsunterschiede zurückzuführen.
Quelle: Unternehmenskennzahlen Lieferando, eigene Berechnungen IW Consult (2026)

Nach Steuerarten dominiert die Umsatzsteuer mit 415 Millionen Euro (46 Prozent des Gesamtaufkommens), gefolgt von Lohnsteuern (264 Millionen Euro), Gewerbesteuer (98 Millionen Euro), Einkommensteuern auf Personengesellschaften (78 Millionen Euro) und Körperschaftsteuer (41 Millionen Euro). Im Vergleich zur Gesamtwirtschaft fällt die Umsatzsteuer damit deutlich stärker ins Gewicht (46 Prozent gegenüber 34 Prozent im gesamtwirtschaftlichen Durchschnitt), während der Lohnsteueranteil geringer ist (30 Prozent gegenüber 38 Prozent).

[8] Landeshauptstadt Potsdam (2025): Pressemitteilung Nr. 23 vom 20. Januar 2025. Haushaltsvolumen der Landeshauptstadt Potsdam 2025: 1,12 Mrd. Euro. Verfügbar unter: potsdam.de. Abgerufen am 29.07.2026.

FALLSTUDIE

Digitale Apotheke

CURE und Lieferando bringen Apothekenprodukte in die Sofortlieferung

„Unser Geschäftsmodell wäre in der heutigen Form ohne Partner wie Lieferando nicht möglich. Wir haben gelernt, dass es mehr Sinn macht, mit den besten Plattformen zusammenzuarbeiten, statt selbst alles aufzubauen."

Ali El-Ali, CEO bei CURE

HERAUSFORDERUNG

CURE hat früh erkannt, dass viele lokale Apotheken vor einer digitalen Transformation stehen: Kundinnen und Kunden erwarten zunehmend digitale Bestellmöglichkeiten und schnelle Zustellung – gleichzeitig fehlen Apotheken häufig die Zeit, das Know-how oder die Infrastruktur, um eigene Liefer- und Online-Prozesse aufzubauen. CURE positioniert sich deshalb als technische und operative Schnittstelle zwischen Apotheke und digitaler Nachfrage. Ziel ist es, Apotheken den Einstieg in digitale Bestellkanäle zu ermöglichen, ohne dass jede Apotheke das Modell selbst entwickeln muss. Erste Ansätze mit eigenen Endkundenkanälen und eigener Logistik waren jedoch in der Skalierung vergleichsweise aufwändig.

LÖSUNG

CURE vollzog einen Strategiewechsel hin zu einem Partner- und Plattformmodell: Statt selbst primär in Logistik zu investieren, integriert CURE Apotheken in bestehende, reichweitenstarke Bestellkanäle. Seit 2024 kooperiert CURE hierfür mit Lieferando, das Plattformreichweite und den Zugang zu einer großen, aktiven Nutzerbasis bietet. CURE wiederum übernimmt die Rolle als Enabler für Apotheken: Anbindung an digitale Kanäle, Strukturierung des Sortiments, operative Prozesse und die Einbettung lokaler Apotheken in ein standardisiertes, digitales Bestellerlebnis. So entsteht ein Modell, in dem Kundinnen und Kunden Apothekenprodukte über Lieferando bestellen können – während CURE im Hintergrund für die Voraussetzungen sorgt.

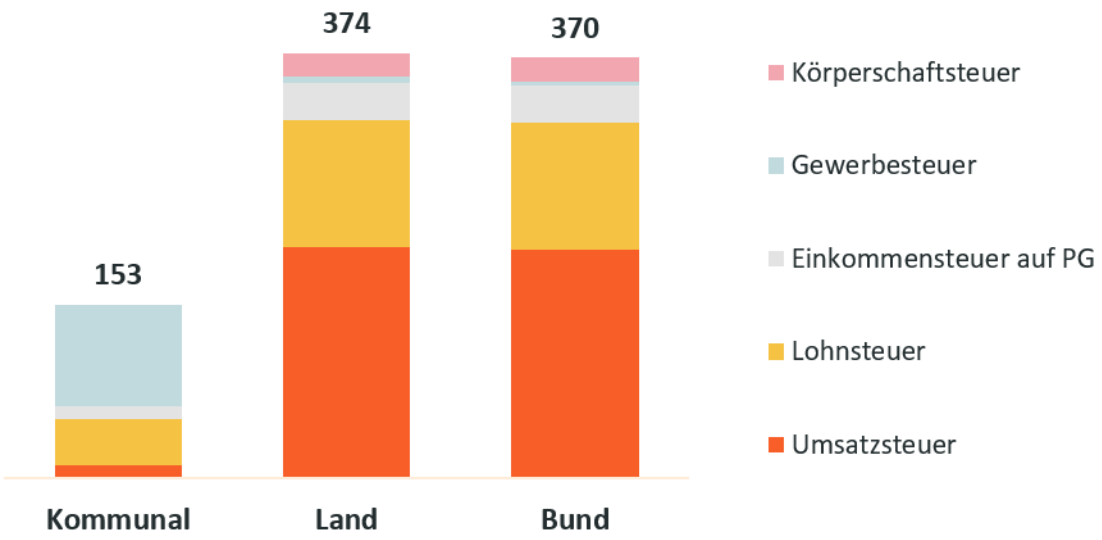
ERGEBNIS

Die Partnerschaft hat CURE einen skalierbaren Vertriebskanal eröffnet und zugleich Apotheken einen niedrigschwelligen Einstieg in die digitale Sofortlieferung ermöglicht – ohne, dass jede Apotheke eigene digitale Strukturen von Grund auf aufbauen muss. Gleichzeitig sehen die Partner weiteres Potenzial in der Marktentwicklung: Viele Konsumentinnen und Konsumenten verbinden Lieferando weiterhin primär mit Restaurantbestellungen. Eine stärkere Sichtbarkeit von Apothekenprodukten auf der Plattform könnte dazu beitragen, die Kategorie weiter zu etablieren und damit den Nutzen für Apotheken, CURE und Lieferando gemeinsam zu erhöhen.

Nach empfangender Gebietskörperschaft erhalten die Länder mit 374 Millionen Euro den größten Anteil, dicht gefolgt vom Bund mit 370 Millionen Euro – beide profitieren vor allem von den hohen Umsatzsteuereinnahmen (siehe Abbildung 3-6). Die Kommunen verzeichnen Steuereinnahmen in Höhe von 153 Millionen Euro, wobei mehr als die Hälfte davon auf die Gewerbesteuer entfällt. Obwohl ein Schwerpunkt des direkten Steueraufkommens in Berlin liegt, profitieren durch vor- und nachgelagerte Effekte sowie Steuerumverteilung Kommunen in ganz Deutschland.

Abbildung 3-6: Steueraufkommen nach Gebietskörperschaften

Empfangenes Steueraufkommen nach Gebietskörperschaft und Steuerart, in Millionen Euro



Differenzen in den Summen sind auf Rundungsunterschiede zurückzuführen.

Quelle: Unternehmenskennzahlen Lieferando, eigene Berechnungen IW Consult (2026)

A1 Methodischer Anhang

Datengrundlage

Grundlage der Berechnungen sind die von Lieferando bereitgestellten Geschäftszahlen für das Jahr 2025, darunter Umsatz, Beschäftigtenzahl, Personal- und Sachaufwendungen sowie gezahlte Steuern. Ergänzend hat Lieferando Angaben zum Umsatz der Partnerunternehmen aus Bestellungen über die Plattform sowie zur Struktur der eingekauften Vorleistungen übermittelt. Diese Unternehmenskennzahlen sowie die Angaben zur Vorleistungsstruktur werden in die Systematik der Input-Output-Rechnung überführt und bilden damit die Grundlage für die im Folgenden beschriebene Berechnung der ökonomischen und fiskalischen Effekte.

Abgrenzung der betrachteten Effekte

Um den gesamtwirtschaftlichen Beitrag von Lieferando abzubilden, wird die wirtschaftliche Aktivität entlang der gesamten Wertschöpfungskette in drei Ebenen unterschieden (Abbildung A1-1):

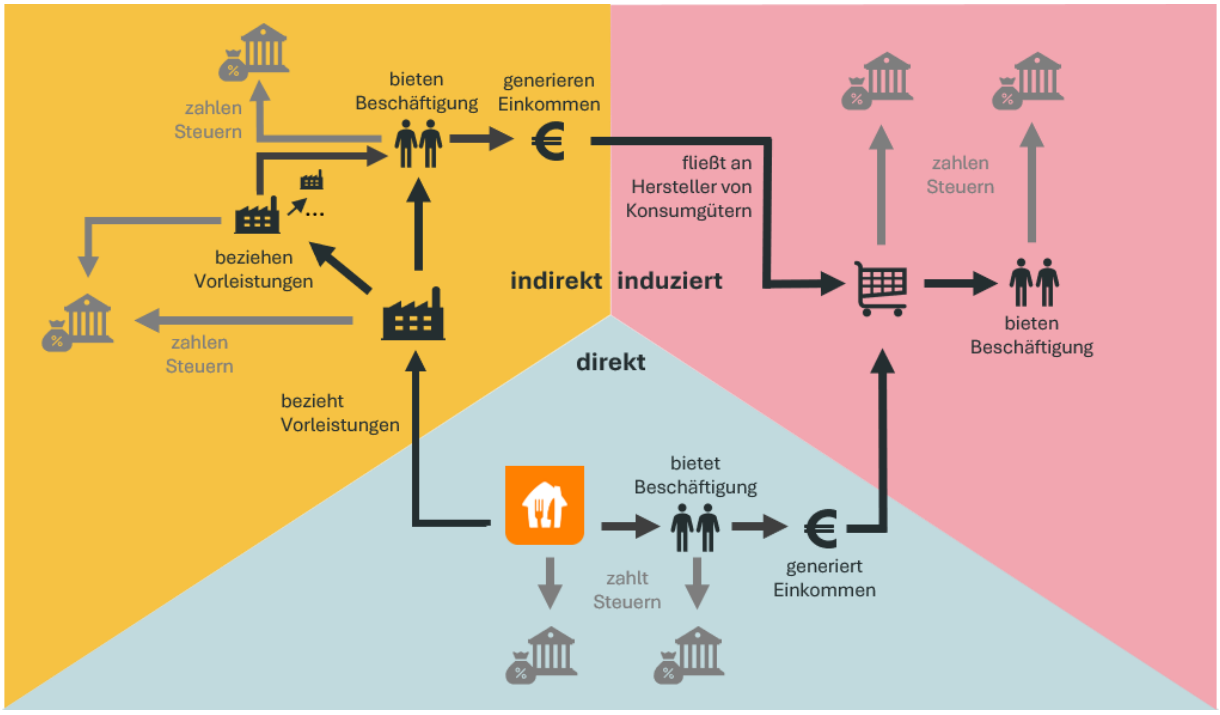
- **Direkte Effekte** umfassen die wirtschaftliche Aktivität und die Steuereinnahmen, die unmittelbar bei Lieferando selbst entstehen.
- **Indirekte Effekte** erfassen die wirtschaftlichen Impulse und Steuerzahlungen bei den Zulieferern von Lieferando, die durch deren Nachfrage nach Waren und Dienstleistungen ausgelöst werden (z. B. Einkauf von IT-Ausstattung der Zentrale oder Inanspruchnahme spezialisierter Logistikdienstleistungen). Berücksichtigt werden dabei nicht nur unmittelbare Zulieferer, sondern auch deren vorgelagerte Produktionsstufen.
- **Induzierte Effekte** entstehen durch den privaten Konsum der Beschäftigten von Lieferando und seiner Zulieferer (z. B. der Wocheneinkauf eines Lieferando-Beschäftigten im Einzelhandel). Dieser zusätzliche Konsum löst wiederum Wertschöpfung, Beschäftigung und Steuerzahlungen in anderen Branchen aus.

In der Studie werden die indirekten und induzierten Effekte von Lieferando gemeinsam als **vorgelagerter Effekt** bezeichnet. Zusätzlich zum direkten und vorgelagerten Effekt berücksichtigt die Studie die **nachgelagerten Effekte bei den Partnerunternehmen,** die über die Lieferando-Plattform Bestellungen abwickeln. Als Partnerunternehmen gelten in dieser Studie Restaurants, Händler und sonstige Anbieter, die über die Lieferando-Plattform Bestellungen von Konsumenten entgegennehmen (z. B. Restaurant- oder Lebensmittelbestellungen). Berücksichtigt wird dabei ausschließlich der Umsatzanteil, der tatsächlich über die Plattform generiert wird; Umsätze der Partnerunternehmen aus anderen Vertriebswegen (z. B. Laufkundschaft, eigene Website oder Telefonbestellungen) fließen nicht in die Berechnung ein. Für diese Partnerunternehmen wird analog zum gesamtwirtschaftlichen Beitrag von Lieferando eine eigene direkte, indirekte und induzierte Wirkung ermittelt, die sich konsequent auf den durch die Plattform ermöglichten Geschäftsanteil beschränkt. Dadurch wird der gesamte durch Lieferando ermöglichte wirtschaftliche Fußabdruck sichtbar, ohne die davon unabhängige Geschäftstätigkeit der Partner mit einzubeziehen.

Aus Gründen der Unternehmensvertraulichkeit werden die direkten und vorgelagerten Beschäftigteneffekte nicht separat ausgewiesen. Die Gesamteffekte umfassen jedoch alle drei Betrachtungsebenen und bleiben mit den Wertschöpfungs- und Steuerergebnissen konsistent.

In der Gesamtschau ergibt sich damit die gesamtwirtschaftliche Bedeutung des gesamten **Lieferando-Kosmos** – ein deutlich umfassenderes Bild als bei einer isolierten Betrachtung der Wirtschaftsleistung des Unternehmens Lieferando.

Abbildung A1-1: Schematische Darstellung der direkten, indirekten und induzierten Effekte
Ökonomischer und fiskalischer Fußabdruck am Beispiel Lieferando



Quelle: eigene Darstellung

Die dargestellten Effekte werden in der Studie anhand von drei Kennzahlen ausgewiesen: der Bruttowertschöpfung, der Beschäftigung und den Steuereinnahmen. Die Bruttowertschöpfung bildet den Wert ab, der auf der jeweiligen Wirtschaftsstufe zusätzlich geschaffen wird, also den Produktionswert abzüglich der dafür eingesetzten Vorleistungen, und dient in der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung als zentrale Messgröße für die wirtschaftliche Leistung. Die Beschäftigung wird als Anzahl der Erwerbstätigen (Köpfe) ausgewiesen, nicht als Vollzeitäquivalent, sodass die tatsächliche Anzahl der von Lieferando profitierenden Personen abgebildet wird. Die Steuereinnahmen umfassen die Zahlungen, die auf allen drei Effektebenen an die öffentliche Hand fließen, und werden zusätzlich danach aufgeschlüsselt, welcher staatlichen Ebene (Kommunen, Länder, Bund) sie zugutekommen.

Input-Output-Analyse mit ORBIT

Für die Berechnung der indirekten und induzierten Effekte wird auf das Input-Output-Modell ORBIT (Open Regional Balanced Input-output Table approach) der IW Consult zurückgegriffen. In einer Input-

Output-Tabelle (IOT) werden die Güter- und Dienstleistungslieferungen zwischen den verschiedenen Wirtschaftszweigen eines Landes dargestellt. Mithilfe von Input-Output-Modellierungen, die ursprünglich auf den Nobelpreisträger Leontief zurückgehen, lässt sich anhand der IOT nicht nur ablesen, welche Vorleistungen ein Unternehmen oder eine Branche direkt bezieht, sondern die gesamte vorgelagerte Wertschöpfungskette erfassen.

Datengrundlage der Berechnungen bildet der nationale Teil der „Figaro"-IOT von Eurostat. Das ORBIT-Modell reichert diese Basis-IOT mit zahlreichen Datenquellen der öffentlichen Statistik an, etwa aus der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung, der Industriestatistik und den Erwerbstätigenstatistiken der Bundesagentur für Arbeit, und schreibt sie so auf das aktuelle Jahr fort.

Innerhalb dieser IOT werden Lieferando sowie der über die Plattform generierte Umsatz der Partnerunternehmen als eigenständige Satelliten modelliert. Im Falle von Lieferando selbst werden die bereitgestellten Unternehmenskennzahlen sowie die Angaben zur Vorleistungsstruktur direkt in die Systematik der Input-Output-Rechnung überführt. Der Plattform-Umsatz der Partnerunternehmen wird dagegen den jeweils übergeordneten Branchen (Gastronomie und Einzelhandel) zugeordnet. Für die Vorleistungs- und Lohnstruktur der Partnerunternehmen wird angenommen, dass diese der Struktur des jeweiligen Branchendurchschnitts entspricht.

Regionale Verteilung der ökonomischen Effekte

Die berechneten ökonomischen Effekte des Lieferando-Kosmos werden zusätzlich auf die Bundesländer in Deutschland aufgeteilt. Die direkten Effekte werden dabei auf Grundlage unternehmensseitiger Angaben zur regionalen Verteilung von Umsätzen und Beschäftigten ausgewiesen. Für die direkte Bruttowertschöpfung von Lieferando erfolgt die regionale Zuordnung anhand des Orts, an dem die wirtschaftliche Leistung entsteht, also dort, wo die zugrunde liegende Geschäftstätigkeit tatsächlich stattfindet. Die direkte Beschäftigung von Lieferando wird dagegen dort zugewiesen, wo die jeweiligen Personen bei Lieferando beschäftigt sind. Die direkten Effekte der Partnerunternehmen werden anhand interner Kennzahlen von Lieferando auf die Bundesländer verteilt.

Für die regionale Verteilung der indirekten und induzierten Effekte liegen keine unternehmensseitigen Rohdaten vor. Deshalb werden diese Effekte auf Grundlage modellbasierter Annahmen regionalisiert. Die indirekten Effekte werden entsprechend der regionalen Wirtschaftszweigstruktur verteilt. Dahinter steht die Annahme, dass Vorleistungen vor allem dort bezogen werden, wo die jeweiligen Branchen regional in entsprechendem Umfang vertreten sind. Werbeausgaben von Lieferando entfalten nach dieser Logik beispielsweise dort besonders hohe Effekte, wo besonders viele Werbeagenturen ansässig sind. Die induzierten Effekte werden nach der regionalen Verteilung der Beschäftigten zugeordnet. Hier wird angenommen, dass Beschäftigte ihren Lohn überwiegend dort ausgeben, wo sie arbeiten. Auf dieser Grundlage werden die Effekte auf Ebene der Bundesländer ausgewiesen und in Bezug zur jeweiligen Bevölkerungs- und Beschäftigtenzahl gesetzt, um die relative Bedeutung Lieferandos für die einzelnen Länder einordnen zu können.

Fiskalische Analyse mit ORBITAX

Ergänzend zur Schätzung des ökonomischen Fußabdrucks wird der fiskalische Beitrag von Lieferando mithilfe des Steuerschätzmodells ORBITAX (Open Regional Balanced Input-output Tax model) der IW Consult ermittelt. Das Modell bildet die Umsatzsteuer nach Vorsteuerabzug, die Lohnsteuer auf abhängig Beschäftigte, die Einkommensteuer auf Personengesellschaften sowie Gewerbe- und Körperschaftsteuer ab und deckt damit die wichtigsten unternehmensnahen Steuerarten ab, die bundesweit rund 85 Prozent des gesamten wirtschaftsrelevanten Steueraufkommens ausmachen.

Auf Basis historischer Daten zur Branchenverteilung der Steuereinnahmen wird eine aktuelle Schätzung des verursachten Steueraufkommens auf Ebene der Klassifikation der Wirtschaftszweige erarbeitet. Sie zeigt, welcher Steuerbeitrag den einzelnen Branchen in Deutschland zuzurechnen ist. Zusätzlich wird das empfangene Steueraufkommen ermittelt, das die Verteilung des verursachten Aufkommens auf Kommunen, Länder und den Bund abbildet. Über die Verschneidung mit dem ORBIT-Modell lassen sich die fiskalischen Beiträge des Lieferando-Kosmos entlang der gesamten Wertschöpfungskette ermitteln. So kann, analog zum ökonomischen Fußabdruck, ein direkter, indirekter und induzierter fiskalischer Effekt von Lieferando und seinen Partnerunternehmen ausgewiesen werden. Die direkten fiskalischen Beiträge von Lieferando werden nicht auf Grundlage dieser Branchendurchschnitte, sondern anhand der vom Unternehmen bereitgestellten Steuerzahlungen ermittelt.

A2 Tabellarischer Anhang

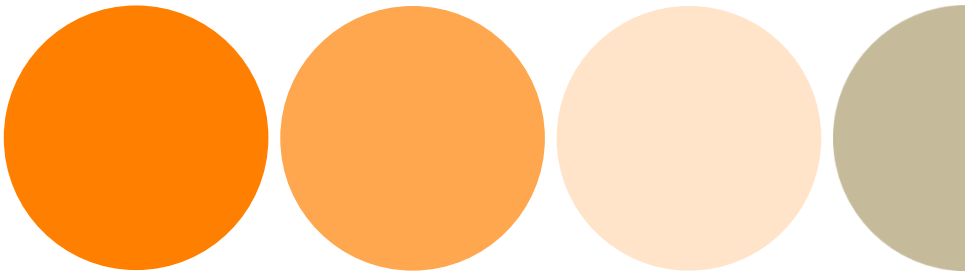
Tabelle A-0-1: Regionale Beschäftigungs- und Wertschöpfungseffekte

Summe der direkten, vorgelagerten und nachgelagerten Beschäftigteneffekte (Anzahl der Beschäftigten) und Wertschöpfungseffekte (in Mio. €) im Jahr 2025

	Beschäftigungseffekt (Anzahl)	*Wertschöpfungseffekt (Mio. €)*
Nordrhein-Westfalen	22.911	1.173
Bayern	13.812	714
Baden-Württemberg	10.118	550
Berlin	8.301	415
Niedersachsen	7.415	393
Hessen	7.133	306
Hamburg	3.640	209
Sachsen	3.577	191
Rheinland-Pfalz	3.549	162
Schleswig-Holstein	2.846	158
Brandenburg	1.870	104
Sachsen-Anhalt	1.629	83
Thüringen	1.237	65
Mecklenburg-Vorpommern	1.060	60
Bremen	1.006	52
Saarland	883	45
Deutschland	**90.991**	**4.681**

Die Differenzen in den Summen sind auf Rundungsunterschiede zurückzuführen.

Quelle: Unternehmenskennzahlen Lieferando, eigene Berechnungen IW Consult (2026)



IW CONSULT

Lieferando