

Jahresmedienkonferenz, 27. April 2017, Bern

Im Spannungsfeld von Regionalität und Digitalisierung

Daniel Borner, Direktor GastroSuisse

(Es gilt das gesprochene Wort.)

Meine geschätzten Damen und Herren

Ich freue mich sehr, heute zu Ihnen zu sprechen.

Ich möchte die Gelegenheit am Rande der Veranstaltung auch dazu nutzen, den Kontakt zu Ihnen zu knüpfen, und freue mich auf eine gute Zusammenarbeit.

Doch nun zu meinem Thema:

„Das Gastgewerbe im Spannungsfeld von Regionalität und Digitalisierung“

Sie haben von meinen Vorrednern bereits viele Einschätzungen und Informationen erhalten: über die Situation der Branche und das Umfeld, über die Entwicklung von Konsum und Trends sowie Zahlen und Fakten darüber, wo das Gastgewerbe heute steht.

Lassen Sie mich mit der folgenden Geschichte ein Bild zeichnen und aufzeigen, in welche Richtung sich die Branche in den nächsten Jahren entwickeln wird.

Kevin und Susanne wohnen im Zürcher Oberland. Während Kevin als Softwareingenieur in einer internationalen Unternehmung in Zürich arbeitet, ist Susanne als Marketingverantwortliche in einem grossen Kosmetikunternehmen in der Wohnregion tätig. Dieses Wochenende wollen sie sich wieder einmal zu einem gemütlichen Genussabend mit zwei Kollegenpärchen aus dem Aargau und der Zentralschweiz treffen. Sie kommen jeden Monat einmal zusammen, um in einem feinen Lokal einen beschaulichen Abend abseits der hektischen Arbeitswelt zu geniessen. Sie mögen ein gepflegtes und gemütliches Ambiente, je nach Jahreszeit in einer behaglichen Gaststube, auf einer sonnigen Terrasse oder auch einmal in der Nische eines schönen Gartenrestaurants.

Während Kevin ein richtiger Fleischtiger ist, mag Susanne eher frische Salate und heimisches, saisonales Gemüse, ohne aber eine eigentliche Vegetarierin zu sein. Petra, die Kollegin aus der Zentralschweiz, hingegen ist Veganerin und Rolf aus dem Aargau hat eine Allergie auf verschiedene Nussorten. Carla, die Partnerin von Rolf, liebt Fisch über alles – jedoch keinen aus dem heimischen Süsswasser. Ruedi, der Schriftsteller und Ehemann von Petra, isst eigentlich alles, ihm ist einzig wichtig, dass die Portionen auch in XXL verfügbar sind, wenn er wieder einmal auswärts essen kann.

Kevin ist an der Reihe, für Samstagabend ein geeignetes Lokal für ein Abendessen für die sechs Freunde zu finden. Er sitzt am Mittwochabend gemütlich mit seinem Tablet auf dem Sofa und startet seine Suche. Seit zwei Jahren sind die sechs Kolleginnen und Kollegen auf der Genussplattform „genussheimat.ch“ angemeldet.

Trotz verschiedener Berufe und Gewohnheiten ist den sechs Freunden eines gemeinsam: sie nutzen die digitalen Medien in Freizeit und Beruf gleichermassen und schätzen die verschiedenen Anwendungen und Möglichkeiten, die sich daraus ergeben. Was aber nicht heisst, dass sie ausschliesslich in einer digitalen Welt leben. Im Gegenteil schätzen sie die Bodenhaftung und Authentizität der Realität. Sie interessieren sich für das, was sie essen; für die Art der Zubereitung der Mahlzeiten, aber viel mehr noch für die regionale Herkunft der Lebens- und Genussmittel. Und sie sind bereit, auch einen gewissen Preis dafür zu bezahlen.

Auf der Genussplattform sind die Profile der sechs Freunde hinterlegt. Im Laufe der letzten Jahre haben sich diese Profile an ihren Gewohnheiten geschärft. Die Freunde haben online spezielle Lebensmittel eingekauft, sich Speisen nach Hause liefern lassen und Menü-Vorschläge heruntergeladen, Reservationen für Genuss-Events getätigt, Eindrücke von Food-Festivals gepostet, Bewertungen über Restaurants und Speisen abgegeben, Likes und Dislikes über verschiedene Speisen und Getränke hinterlassen und selbst auch Angaben über ihre Vorlieben und Gewohnheiten in der Datenbank der Genussplattform hinterlegt. Und selbstverständlich haben sich in den letzten Jahren die Informationen über die besuchten Gaststätten und die dabei genossenen Speisen angesammelt. Nicht zuletzt wurden aber auch die sechs Freunde von den Gastronomen als Kunden und Geniesser bewertet. All diese Informationen unterstützen nun Kevin bei der Suche nach dem geeigneten Lokal für den gemeinsamen Ausgehabend am nächsten Samstag. Er hat schon früher sich und seine

fünf Freunde zu einer Gruppe zusammengefügt. Solche Gruppen kann er als Standard hinterlegen, aber auch beliebig ergänzen, wenn Petra zum Beispiel wieder einmal ihre Suppenliebhaberin Claudine miteinladen möchte. Kevin ergänzt die Gruppeninformationen nun mit den individuellen Anforderungen für den Samstagabend: sie würden gerne in der Region Säuliamt ausgehen. Das Lokal sollte nicht allzu gross sein und da schönes, warmes Wetter angesagt ist, würden sie gerne im Freien essen.

Auf Knopfdruck und nach einigen Sekunden erhält Kevin drei Restaurants vorgeschlagen. Drei Restaurants, die am Samstag geöffnet sind, die noch Platz im Freien anbieten können und die sich in einem kurzen Profil und mit Speisevorschlägen - natürlich zugeschnitten auf die Vorlieben der sechs Freunde - präsentieren. Restaurants, die den Ursprung ihrer Waren detailliert bezeichnen und zum grössten Teil aus der Region beziehen. Selbstverständlich sind dafür auch die entsprechenden Links zu finden. Kevin entscheidet sich nun für eines der Restaurants - er hätte auch die Möglichkeit gehabt, die Freunde zur Auswahl einzuladen, aber diese Diskussionen braucht der Entscheider Kevin nicht - und hat nun die Möglichkeit, das Standardangebot zu belassen oder das Restaurant einzuladen, ein spezielles Menü für die Runde zusammenzustellen. Dieses muss dann mindestens 36 Stunden vorher gebucht sein. Er kann der Runde aber auch mitteilen, welches Restaurant mit welchem Speisenangebot er gewählt hat. Seine Freunde haben dann noch individuell die Möglichkeit, ihre Wünsche direkt an das Restaurant zu übermitteln. Er kennt seine Freunde und entscheidet sich für diese Form. Ehrlich gesagt, mag er nicht immer alle Diskussionen, die sich über Vorlieben, Allergien und ähnliches ergeben.

Da Kevin dieses Restaurant bereits früher einmal zu einem Geschäftsessen besucht hat, weiss er, dass sie ein gemütlicher Abend in einem wohnlichen Ambiente erwartet. Das Gastgeberpaar legt viel Wert auf Kleinigkeiten. Es beginnt mit der freundlichen, persönlichen Begrüssung durch die Gastgeberin. Dass er und seine Freunde dann mit Namen angesprochen werden, hat ihn nur das erste Mal erstaunt. Die Gastgeberin hat ja das Gruppenprofil entsprechend studiert. Anhand der Gästeprofile konnten sich die Gastgeber optimal auf die Präferenzen und Allergien einstellen und die Gästekommunikation darauf ausrichten. Die Gastgeberin offeriert der Gruppe in einer Ecke der Terrasse ein erfrischendes Apéro-Getränk und erklärt ihnen den Weitblick in die Region, nicht ohne den Hinweis auf zwei landwirtschaftliche Betriebe in Sichtweite und die Bäckerei gleich neben der grossen Dorfkirche, die im Talboden liegt. Alle drei gehören zu den Lieferanten des

Gastronomiebetriebes. Danach geleitet die Gastgeberin die Gruppe an ihren Tisch und stellt ihnen dann die Restaurationsfachfrau Nadine vor, die die Gruppe anschliessend betreuen wird. Nadine erläutert den Gästen die Speisen und Getränke immer auch mit ausführlichen Hinweisen zu Herkunft und Zubereitung.

Nach der Hauptspeise begrüsst Gastgeber und Küchenchef Franz die Runde und fragt nach dem Befinden. Nachdem die Freunde das herrliche Essen und das ausgezeichnete Ambiente gelobt und einzelne Zubereitungstricks abgefragt haben, verabschiedet sich der Gastgeber nicht ohne den Hinweis, dass er seine köstlichen Speisen in einem Umkreis von 20 Kilometern auch als Home Delivery anbietet oder die Gruppe auch die Möglichkeit hätte, sich zuhause bekochen zu lassen.

Bevor die Freunde das Lokal gut verköstigt verlassen, kommt noch ein Punkt, der früher zu langen und nicht immer einfachen Diskussionen Anlass gegeben hat - die Bezahlung. Obwohl sich die Runde vor einiger Zeit darauf geeinigt hatte, dass die Pärchen stets für sich selbst bezahlen und nicht etwa einer die ganze Runde übernimmt, werden manchmal die Getränke aufgeteilt oder von jemandem übernommen. Kevin weiss auch, dass Petra und Ruedi strikt getrennte Kassen führen. Mit ein paar Klicks auf dem Tablet und ohne lange Diskussionen werden die Positionen zugeordnet, elektronisch auf die einzelnen Parteien abgerechnet und über das App „genussheimat“ bezahlt.

Kurz nach Mitternacht verabschieden sich die Freunde. Einmal mehr war es ein stimmungsvoller Abend, organisiert mit den neusten technischen Mitteln, trotzdem aber geprägt von Genuss, Ambiente, Handwerk und Herkunft, individuell abgestimmt auf die kulinarischen Vorlieben der einzelnen Teilnehmer!

Meine geschätzten Damen und Herren

Was Sie hier gehört haben, ist - technisch gesehen - kein grosser Schritt mehr. All' dies ist vielmehr mit den heutigen digitalen Errungenschaften bereits möglich. Es wird in den nächsten wenigen Jahren nur noch darum gehen, die Verbindungen zwischen bestehenden Instrumenten zu bauen. Nach Ansicht von Zukunftsforschern wie zum Beispiel des GDI wird die physische Welt - und damit auch die gastronomische Welt - mit der digitalen Welt

verschmelzen - und wir teilen diese Ansicht! Einzelne Player, insbesondere Food-Ketten, experimentieren bereits heute mit verschiedenen Instrumenten, um die Angebote noch spezifischer auf die Kunden auszurichten, ähnlich wie wir es auch schon von Detailhändlern gehört haben.

Mit diesem Umbruch kommen grosse Herausforderungen auf die Restaurants und Hotels zu. Denn die Geschichte, die ich ihnen eingangs erläutert habe, lässt sich natürlich auch zur Hotellerie erzählen, wobei dort ja zum Teil bereits heute über den Einsatz von Robotertechnik gesprochen wird.

Diese Entwicklungen bieten selbstverständlich auch riesige Chancen. Chancen, die gerade die nächste Generation von Gastronomen nutzen kann - und auch nutzen muss. Es ist eine Generation, die ja selbst mit den neuen Medien, insbesondere Social Media, aufgewachsen ist. Es wird bedeuten, dass sich Gastro-Unternehmer und ihre Lieferanten mit diesem Thema auseinandersetzen und in gewissem Masse in diese Technologie investieren.

Wir sind überzeugt, dass nicht die Investitionen die aller grösste Herausforderung sein werden, sondern viel mehr der Lernprozess. Die Gastgeber müssen sich mit den Möglichkeiten und Chancen auseinandersetzen, und noch viel stärker werden der Aufbau und Ausbau, die Pflege der Informationen eine grosse Aufgabe bilden. Big Data gibt hier das Stichwort. Einen sehr erheblichen Teil der Arbeitszeit eines modernen Gastro-Unternehmers oder seiner Angestellten wird es ausmachen, sich mit diesen digitalen Instrumenten auseinanderzusetzen, sie für das eigene Unternehmen weiterzuentwickeln und technische Entwicklungen, an die wir heute noch gar nicht denken, mitzumachen.

Wie Sie sich vorstellen können, bedingt ein solch individualisiertes Angebot eine gewisse Betriebsgrösse, um auch rentabel zu sein. Die Angebotsgestaltung wird für den Gastgeber eine anspruchsvolle Herausforderung werden. Er muss sich gut bewusst sein, was er anbieten will und auch in ausgezeichneter Qualität anbieten kann.

Es wird in weiten Teilen der Gastronomie zu einem Paradigmenwechsel kommen. Der Wechsel von einem Angebots- zu einem Nachfragemarkt. Wenn auch nicht vollumfänglich, so doch viel stärker als heute wird der Kunde - der Gast - bestimmen, was er gerne essen möchte. Er wird, wenn auch häufig nicht unmittelbar, Einfluss nehmen auf das gastronomische Angebot. Und der Gast wird noch stärker auf der Suche sein nach Atmosphäre, Behaglichkeit, Erlebnis und Ambiente - und dies nicht im Widerspruch zur

Digitalisierung, sondern als notwendige Ergänzung und als Kontrast zur Schnellverpflegung während des Arbeitsalltages. Der Gastgeber wird klären müssen, wie weit er seine Speisen auch als Food-Delivery-Angebot anpreisen kann.

Weiterhin muss er seine Lieferanten sorgfältig auswählen, wobei sich der Bezug zur Region noch verstärken wird. Dabei muss er bei der Auswahl seiner Lieferanten auch darauf achten, dass diese die digitalen Anforderungen ebenso erfüllen, wie das handwerkliche Geschick bei der Produktion ihrer regionalen Spezialitäten. Vielleicht unterstützt er sie sogar dabei, diesen Sprung in die Digitalisierung zu vollziehen.

Der Gastwirt ist bereits heute ein flexibler Unternehmer. Er unterliegt erheblichen Nachfrageschwankungen, die er kaum beeinflussen kann, und die gesteuert werden von den Individuen oder gar von der Wetterlage. Denken Sie an all die schönen Gartenwirtschaften, die in den warmen Wochen vor Ostern geöffnet wurden und in der Woche nach Ostern mit nassem Schnee bedeckt waren. Aber auch auf der Angebotsseite seiner Rohstoffe, sind nicht immer alle Nahrungsmittel in der gleichen Qualität verfügbar. Die Gastwirte sind gefordert, diese Flexibilität bewahren zu können - sie werden in der Zukunft vermutlich noch anpassungsfähiger, gewandter sein müssen.

Dies - meine Damen und Herren - wird Gastgewerbe 4.0 sein!

GastroSuisse, als Verband mit rund 20'000 Mitgliedern sieht sich in der Verantwortung, diese Entwicklung zu verfolgen. Er ist in der Pflicht, seine Mitglieder darüber zu informieren und zu sensibilisieren, Chancen aufzuzeigen. Es ist nicht Aufgabe des Verbandes, selbst als digitaler Anbieter aufzutreten. Wir sind jedoch mit grossen digitalen Playern im Gespräch und stehen bereit, unser gastronomisches Know-how einzubringen und als Sprachrohr einer engagierten Branche zu wirken. Es ist selbstredend, dass wir diesem Thema auch vermehrt Raum in unserem Ausbildungsangebot geben und damit unsere Mitglieder befähigen, sich mit der digitalisierten Welt weiter zu entwickeln.

Und damit schliesse ich ab: Als GastroSuisse ist es unsere Rolle, dafür zu sorgen, dass unser Branche mit den Entwicklungen Schritt hält und ihre Chancen nutzt. Es gehört zu unseren Aufgaben dafür zu sorgen, dass sich unsere Mitglieder am digitalisierten Angebot als gleichberechtigte Partner beteiligen können und der Hauptteil der Wertschöpfung bei den Leistungserstellern, namentlich unseren Mitgliederunternehmen, bleibt.