BLICK ÜBER DEN TELLERRAND

DIGITALISIERUNG MUSS VON OBEN KOMMEN

Der Digitalexperte Michael Kuriat aus Leipzig gehört in Deutschland zu den viel zitierten Social-Media-Kennern. Gleichzeitig ist er ein Gastrovollblut: Er leitet acht Gastronomiebetriebe mit ganz unterschiedlichen Konzepten. Im Interview erläutert er, weshalb sich die Digitalisierung auch in der Gastronomie langfristig auszahlt.

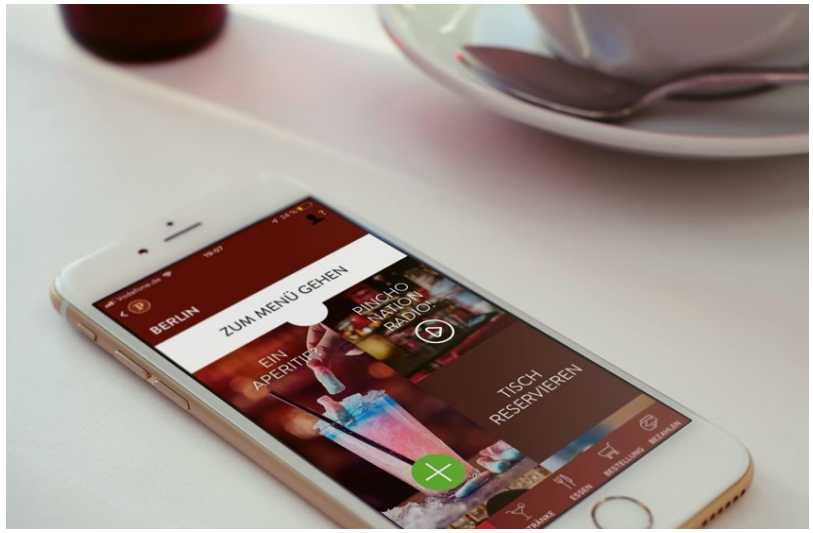
TEXT BARBARA SCHINDLER
FOTOS ZVG

WIE STEHT ES UM DIE DIGITALISIERUNG IN DER GASTRONOMIE? GIBT ES FORTSCHRITTE ODER HÄLT SICH DIE BRANCHE NACH WIE VOR ZURÜCK?
Michael Kuriat: Insgesamt sehe ich die Gastronomie im Vergleich zu anderen Branchen eher im hinteren Drittel, was die Nutzung digitaler Möglichkeiten und den Stellenwert des Themas betrifft. Das ist erstaunlich, weil die Digitalisierung der Branche in vielen Problembereichen, die uns tagtäglich beschäftigen, sehr helfen kann.

GERADE DAS INTERNET BIETET VIELE MARKETING-CHANCEN. WARUM SIND VIELE GASTRONOMINNEN UND GASTRONOMEN SO ZURÜCKHALTEND, SIE ZU ERGREIFEN?
Die Branche sieht sich heutzutage mit enormen Herausforderungen konfrontiert, da hat die Digitalisierung für viele einfach keine Priorität. Bürokratie und Personalmangel kosten häufig zu viel Zeit. Grössere Gastronomen tun sich leichter: Sie haben die Mittel, Fachleute einzustellen, die sich um die digitalen Themen kümmern.

Digitalexperte aus Leipzig: Michael Kuriat.

BO SG



Digitalisierung ist auch sexy: Einmal streicheln und einen Drink bestellen.

ÜBER DIE PERSON

Michael Kuriat *ist erfolgreicher Unternehmer und Geschäftsführer der TNC Group in Leipzig. Das Unternehmen umfasst heute die TNC GmbH, die acht gastronomische Objekte betreibt, die Full-Service-Agentur TNC Production GmbH und die Agentur für Jugendmarketing und Kommunikation Schach&Matt GmbH. Kuriat ist ausserdem Präsident des Leaders Club Deutschland, eines Zusammenschlusses führender Gastronomen des Landes. Zudem ist er Mitglied der German Speakers Association und ein gefragter Redner.*
www.michaelkuriat.de

Die meisten von ihnen haben die Wichtigkeit der Digitalisierung längst erkannt. Das verschafft ihnen gegenüber den Kleinen einen Vorsprung.

1 GESCHÄFTSFÜHRUNG MUSS NUTZEN ERKENNEN

HABEN DIE KETTEN AUCH EINEN VORTEIL, WEIL DIE DIGITALISIERUNG EINES BETRIEBS TEUER IST?
Das ist nicht der entscheidende Punkt. Digitalisierung muss in jedem Unternehmen von oben geschehen: Die Geschäftsführung muss ihren Nutzen erkennen, sie vorantreiben und natürlich auch Geld dafür ausgeben. Es reicht nicht, seinen Mitarbeitern zu sagen: Digitalisiert mal! Die meisten Investitionen sparen ausserdem später bares Geld.

KÖNNEN SIE EIN BEISPIEL NENNEN?
Wenn ein Tool zum Beispiel die Dienstplangestaltung in einem Drittel der Zeit erledigt und der Algorithmus dabei alle Wünsche des Teams und äusseren Gegebenheiten, die den Betrieb im Restaurant beeinflussen – vom Wetter bis zu Events oder Messen in der Nähe – berücksichtigt. Das hilft sogar gegen den Personalmangel, weil die Mitarbeiter zufriedener sind. Künstliche Intelligenz und Machine Learning werden deshalb immer wichtiger. Unternehmen, die das für sich zu nutzen wissen, haben in Zukunft klar die Nase vorn.

WO GIBT ES ZURZEIT DIE SPANNENDSTEN NEUERUNGEN?
Die digitale Kommunikation entwickelt sich gerade sehr rasant weiter. Gastronomen sind gut beraten, für ihre Gäste auf allen digitalen Kanälen ansprechbar zu sein. Ja, ihnen sogar aktiv zu begegnen, indem beispielsweise Push-Nachrichten mit Angeboten auf dem Handy aufpoppen, wenn sie in der Nähe des Restaurants sind. Auch die Warenwirtschaft lässt sich mittlerweile vollständig digitalisieren. Dort entstehen dank der Technik ganz neue Möglichkeiten und Geschäftsmodelle, von denen Gastronomen profitieren können.

WEIL SIE DABEI HELFEN, ZU GERINGEREN KOSTEN EIN BESSERES ERLEBNIS FÜR DEN GAST ZU SCHAFFEN?
Ja, und das zieht sich durch die komplette Customer Journey, von der Buchung über den Aufenthalt im Restaurant bis hin zur – hoffentlich positiven – Bewertung des Besuchs im Nachhinein. Letztere ist wichtig, damit die digitale Mundpropaganda in Gang gesetzt wird, die dann neue Gäste anlockt.

2 DIGITALE MUND-PROPAGANDA IST WICHTIG

WOLLEN DIE GÄSTE DENN, DASS RESTAURANTS DIGITALER WERDEN?
Die Digitalisierung verändert die Ansprüche der Menschen – auch wenn es vielen nicht bewusst ist. Jeder erledigt heute so viel mit dem Smartphone – angefangen von der Bordkarte beim Fliegen bis hin zur Fahrkartenkontrolle im Zug. Diese Entwicklung findet überall statt, da kann die Gastronomie schlecht aussen vor bleiben.

WERDEN WIR DENN IN ZUKUNFT VERMEHRT VON ROBOTERN BEDIENT WERDEN? ERSTE VORBILDER GIBT ES JA SCHON …
Das sind extreme Beispiele, die sich nicht so schnell flächendeckend durchsetzen werden. In der Bar in Las Vegas, in der

Ein Konzept so innovativ wie sein Erfinder: Pincho Nation in Berlin, entwickelt von Starkoch Magnus Larsson.

Roboter die Cocktails mixen, werden zwar viele Fotos und Selfies gemacht, aber am nächsten Abend gehen die Leute wieder dahin, wo sie mit dem Barkeeper plaudern können. Spannender als Roboter, die kochen oder bedienen, sind aus meiner Sicht Self-Ordering-Systeme, bei denen der Gast bestimmte Prozesse selbst übernimmt und nicht warten muss, bis der Kellner Zeit hat.

SIE FORSCHEN MIT DER UNIVERSITÄT LEIPZIG AM RESTAURANT DER ZUKUNFT. WORUM GEHT ES DA GENAU?

Wir bringen Gastronomen, Industrie, Grosshändler, Programmierer und Start-ups in einem Thinktank zusammen und überlegen gemeinsam, wohin die Reise gehen kann: Was brauchen wir in Zukunft? Was wollen die Gäste? Ist das technisch möglich? Was dürfen wir? Und dann heisst es, dies auf einen gemeinsamen Nenner zu bringen.

WIE WERDEN DENN RESTAURANTS IN CIRCA FÜNF JAHREN AUSSEHEN?

Ich persönlich hoffe, dass Gastronomie das «soziale Lagerfeuer» bleibt, also dass sich die Grundidee von Gastgebertum und Authentizität nicht komplett verändert. Wahrscheinlich werden Menschlichkeit und Emotion als Gegentrend zur Digitalisierung sogar gefragter sein denn je. Aber: Diejenigen, die glauben, weiterhin alles analog machen zu können, verlieren früher oder später den Anschluss. Digitalisierung ist ein Zug, bei dem wir das Ziel nicht kennen. Aber wir sollten ihn nicht verpassen.

HANDY RAUS, KAMERA DRAUF
UND ONLINE LESEN.

ÜBER PINCHO NATION

Pincho Nation: ein digitalisiertes Gastrokonzept

Die schwedische Kette Pincho Nation wurde 2012 vom schwedischen Koch Magnus Larsson gegründet. Er wünschte sich ein Konzept, das schneller, effizienter und profitabler war als sein bisheriges Restaurant. Die Lösung: eine App, über die die Gäste im Restaurant reservieren, einchecken, bestellen und bezahlen.

Inzwischen gibt es 65 Standorte der Marke in Schweden, Norwegen, Finnland und Dänemark. Im Juni eröffnete in Deutschland nahe dem Berliner Kurfürstendamm das erste Pincho Nation. Das Restaurant kommt bei 170 Sitzplätzen mit gerade einmal drei Servicemitarbeitenden aus. Deren Hauptaufgabe lautet: die Gäste unterhalten.

Der Renner bei den Jungen

Denn Entertainment wird im Pincho Nation grossgeschrieben. Das bunte Ambiente erinnert an eine Zirkusarena. Kulinarisch geht es um Fun-Food aus aller Welt, serviert in kleinen Portionen, damit möglichst viel probiert werden kann. Dazu Candy-Cocktails mit Süssigkeiten – ein Renner bei der jungen Zielgruppe. Ältere Gäste oder diejenigen, die mit der Technik fremdeln, können ihre Speisen auch ganz konventionell bestellen und bezahlen, Leihgeräte für Besucherinnen und Besucher ohne Handy stehen ebenfalls zur Verfügung. Der Gast entscheidet selbst, ob er seine Bestellung am Counter abholt – und dabei einen Blick in die offene Küche wirft – oder sie an den Tisch bringen lässt. Die Kette möchte in Europa weiterwachsen – am liebsten per Franchising.
www.pinchonation.de