

Restaurants der Zukunft: Individuell angepasste Technologie

- *Persönlicher Service ist für 86 Prozent der Gäste sehr wichtig*
- *28 Prozent wollen stärkere Technik-Integration in das Restaurantenerlebnis*
- *14 Prozent sind bereit, Restaurants ihre Daten zu überlassen, um vor Ort bessere Empfehlungen und Service zu erhalten*

Hamburg, xx. November 2016 – Wenn es um den Einsatz von Technologie in der Gastronomie geht, darf es für den deutschen Restaurantbesucher gerne eine Portion mehr sein, so das Ergebnis einer Umfrage von Bookatable, dem Online-Reservierungs-Service, unter mehr als 1.000 Deutschen.

Ein Szenario aus der nicht allzu fernen Zukunft: Gäste erhalten automatisch neue Restaurant-Empfehlungen anhand ihrer vorherigen Bestellungen in anderen Lokalen. Diese Empfehlungen werden direkt auf das Handy versandt, sodass Gäste bereits im Vorfeld ihren Wunsch-Tisch im favorisierten Lokal auswählen können. Digitale Speisekarte präsentieren zudem online anhand von 360-Grad-Videos eine Auswahl an Gerichten. Zu futuristisch, um es in Zukunft zu realisieren? Das sehen viele Gäste anders:

Bezahlung von morgen: kontaktlos, schnell, diskret

Technik sollte für einen Großteil der Befragten vor allem dazu beitragen, das Essengehen mehr genießen zu können, ohne dabei auf organisatorische Kleinigkeiten zu achten. So sind sich 62 Prozent einig, dass die Bezahlung eher ein notwendiges Übel ist, das durch technologische Errungenschaften erleichtert werden kann: Die Einführung von Mobile Payment, also die Bezahlung per Smartphone, empfinden 44 Prozent als hilfreichen Fortschritt. Mehr als die Hälfte der Befragten (53 Prozent) würden die Möglichkeit schätzen, mit einem digitalen Bonuskarten-System im Restaurant sowohl Punkte für Prämien zu sammeln als auch kontaktlos zu bezahlen. 53 Prozent sind der Meinung, dass einer der Hauptvorteile neuer Technologien eine schnellere Bezahlung ist, da beispielsweise die Rechnung automatisch nach den zugehörigen Bestellungen gesplittet werden kann.

Digitale Grenzen: Persönlicher Service vor Technik

Trotz aller Freude an technologischen Neuerungen: der persönliche Service, da sind sich 86 Prozent der Befragten einig, ist nach wie vor ein sehr wichtiges Element des Restaurantbesuchs. Daher können sich auch nur acht Prozent vorstellen, anstelle einer menschlichen Bedienung einen digitalen Avatar zu haben, der auf einem Tablet-PC durch die Speisekarte führt und Empfehlungen ausspricht. Selbst die Aussicht, sich dank Roboter oder virtueller Servicekräfte nicht mehr über unhöfliches oder unprofessionelles Personal ärgern zu müssen, kann nur ein Viertel der Befragten begeistern. Dann doch lieber ein „echter“ Mensch. Weitere 19 Prozent wollen auch ihre Bestellung bei einem leibhaftigen Kellner abgeben und nicht per App, auch wenn dies vielleicht mal länger dauern könnte.

Marketing-Chance: Gäste wünschen sich passende Empfehlungen basierend auf ihren Daten

Im Grunde begrüßt der Gast an technischen Features alles, was die eigene Persönlichkeit und die eigenen Wünsche beim Restaurantbesuch berücksichtigt. So wünschen sich 28 Prozent, dass

Restaurants Angebote für Gäste wie Apps oder WLAN stärker integrieren. Ein Fünftel der Befragten möchte zukünftig auch automatisch Restaurant-Empfehlungen auf der Basis ihrer Bestellungen aus anderen Lokalen erhalten. Ein fest installiertes Tablet an jedem Sitzplatz, auf dem Gäste im Netz surfen können, finden 18 Prozent sehr verlockend. 17 Prozent der Gäste hätten auch gern einen Zugang zu einer Live-Kamera in die Küche oder an die Bar, damit sie sehen können, wie ihre Speisen und Getränke zubereitet werden.

„Die meisten Gäste wünschen sich kein vollständig digitales Restauranterlebnis, aber sie genießen durchaus die Vorteile, die technische Neuerungen mit sich bringen“, sagt Thomas Bergmann, Regional Director D-A-CH bei Bookatable. „14 Prozent der Gäste gaben in der Umfrage an, dass sie es gut fänden, wenn Restaurants ihre persönlichen Daten wie vorherige Bestellungen, Abneigungen, Allergien oder Vorlieben speichern, um sie besser beraten zu können. Besonders hierzulande, wo das Thema Datenschutz und ein verantwortungsvoller Umgang mit Daten tief in den Köpfen der Menschen verankert ist, ist dies bereits ein Zugeständnis an Restaurants für einen besseren Service.“

Digitale Speisekarten machen neugierig

Digitale Speisekarten, auf denen Gäste durch das Menü navigieren sowie Empfehlungen erhalten, finden zwölf Prozent der Befragten ansprechend. 70 Prozent gaben an, dass sie durch eine attraktive digitale Präsentation der Speisen, zum Beispiel in Form von 360-Grad-Videos, eher bereit wären, auch mal etwas Neues zu probieren. Bei der jüngeren Generation der 18- bis 34-Jährigen sind es sogar 80 Prozent. Bei der multimedialen Darstellung möchten Gäste vor allem herausfinden, wie groß die eigentliche Portion sein wird, welche Zutaten verwendet werden und gerne auch, wie die Speisen zubereitet werden. Dies zeigt: Der Gast ist neugierig und möchte selbst bestimmen. Anstatt einfach ein Gericht zu bestellen und zu genießen, wünschen sich immer mehr Gäste zusätzliche Hintergrundinformationen.

Gäste wünschen Mitsprache beim individuellen Restaurant-Erlebnis

Gäste möchten zudem ein stärkeres Mitspracherecht bei der Zutaten-Auswahl haben (13 Prozent) oder ihren Sitzplatz bereits im Vorfeld aussuchen können (52 Prozent). 16 Prozent wünschen sich sogar, die Temperatur, die Helligkeit und die Hintergrundmusik im Restaurant selbst mitbestimmen zu können. Und auch, wenn sich nicht alle Wünsche jedes Gastes immer erfüllen lassen, zeichnet sich an den Ergebnissen ganz klar der Gedanke eines möglichst individuellen Restauranterlebnisses ab.

Ob Probierportionen für zu Hause aus dem 3D-Drucker allerdings das passende Mittel der Wahl für mehr Transparenz sind, scheint fraglich. Immerhin 18 Prozent könnten sich das für die Zukunft durchaus vorstellen, damit sie schon vor dem Restaurantbesuch genau wissen, was sie essen und besonders bei Geschäftsessen auf der sicheren Seite sind, wenn es um die Qualität der Speisen geht.

###

Über Bookatable

Bookatable bringt Restaurants und Gäste an einen Tisch – einfach, lokal und kompetent.



Egal ob am PC oder mobil mit interaktivem Stadtplan, Gäste finden auf Bookatable nach Stadt, Küche, Beliebtheit oder Preis sortierte Restaurants und können dort rund um die Uhr sofort reservieren – für jeden Anlass und jedes Budget. Wichtige Informationen wie Öffnungszeiten, Fotos und unabhängige Bewertungen anderer Bookatable-Nutzer helfen bei der Auswahl der passenden Location. Für Restaurants ist Bookatable ein verlässlicher Partner, der Gastronomen hilft, ihre Auslastung zu optimieren und ihren Gästen den bestmöglichen Service zu bieten.

Neben dem Hauptsitz in London ist Bookatable auch mit Niederlassungen in Hamburg und Stockholm vertreten. Als Partner von über 15.000 Restaurants in mehr als 40 Ländern vermittelt Bookatable über zweieinhalb Millionen Gäste pro Monat.

Pressekontakt Bookatable

Nicole Dau & Gerrit Breustedt
Oseon
040-228 17 00-14 & -15
bookatable@oseon.com

Lena Brenner
Bookatable GmbH & Co. KG
040-21 11 18 70
lena.brenner@bookatable.com