

Viele Gastro-Betriebe haben umgedacht



Stefan Brehm, Director Marketing Germany bei Lightspeed: "Der Gast wird zukünftig mehr in die Prozesse in der Gastronomie und im Hotel eingebunden werden. Ich gehe auch davon aus, dass der Gast das auch will, gerade die jüngere Generation." / Foto: Lightspeed

Vergangene Woche stellte Lightspeed seine eigene Payment-Lösung vor. Wir haben mit Stefan Brehm, Director Marketing Germany des Unternehmens, über das neue digitale Tool und die allgemeine Digitalisierung in der Gastronomie gesprochen. Die Fragen stellte Yvonne Ludwig-Alfers.

Digitalisierung und das Gastgewerbe, ein schier endloses Thema ? wie in ganz Deutschland. Im Mai 2020 haben Sie in einem Interview gastronomische Betriebe zusammen mit Henning Wolter (VASol), dazu aufgefordert, ihre Prozesse zu digitalisieren und so ihren Betrieb zu optimieren. Ist die Message angekommen? Beobachten Sie eine verstärkte Digitalisierung in der Branche seit Beginn der Pandemie?

Sicherlich hat es nichts mit unserem Aufruf zu tun, aber die Digitalisierung hat in den vergangenen Monaten zugenommen. Viele Gastro-Betriebe haben aufgrund der neuen Situation umgedacht. Während der Schließungen mussten sie Lösungen finden, um Umsatz zu generieren. Zum Beispiel im E-Commerce-Bereich. Gefragt waren besonders digitale Lösungen für die Abwicklung von Bestellungen, Lieferungen und Abholung. In diesen Bereich wurde viel investiert. Außerdem stieg die Nachfrage für das kontaktlose Bezahlen. Ein weiterer Bereich war das Fiskalisierungsgesetz ? auch eine Art der Digitalisierung, die vom Staat vorgegeben wurde. Da haben sich viele Gastronomen gesagt: Wenn ich das umsetze, kann ich auch gleich das andere mitmachen. Die Gastronomen haben sich auf jeden Fall während der letzten 18 Monate viel mehr über Digitalisierungsmöglichkeiten informiert, als das zuvor der Fall war.

Während der Corona-Pandemie hat Lightspeed Hilfsprogramme für die Gastronomie ins Leben gerufen, beispielsweise das Tool Bon Appétit für einen Onlineshop, weitere kostenlose Digitalpakete mit entsprechenden Tools, Webinare und vieles mehr. Wie wurde dies angenommen?

Die cleveren Gastronomen haben sich in der Pandemie neu erfunden, indem sie beispielsweise Eigenprodukte wie Suppen, Saucen oder Marmelade verkauft haben. Mit unserer Onlineshop-Vorlage Bon Appétit konnten wir so einige Kunden hinzugewinnen. Die Corona-Politik mit ihren sich immer wieder verändernden Einschränkungen hat auch zu Verunsicherung geführt. Viele Betriebe haben sich gesagt, als sie ihr Restaurant schließen mussten: Wir würden das jetzt gerne umsetzen, aber wir wissen ja nicht, was morgen ist. Unsere Digitalpakete, die wir angeboten haben, sind sehr gut angenommen worden. Die gestiegene Nachfrage konnten wir gut bewältigen, da unsere Mitarbeiter zu 100 Prozent da waren. Wir haben nichts herunterfahren müssen, wie es bei anderen Unternehmen der Fall war. Außerdem kam den Gastronomen und damit auch uns die Überbrückungshilfe der Regierung zugute.

Kam Ihnen während der Pandemie zugute, dass Sie international aufgestellt sind?

Sehr. Wir konnten so beispielsweise beobachten und eruiieren, welche Produkte in anderen Ländern bereits gut funktionieren und auch in Deutschland gebraucht werden. Ein Beispiel war Australien. Während hierzulande alles geschlossen war, war die Gastronomie in Australien offen. So konnten wir beobachten, wie das Geschäft wieder anziehen kann und welche Tools dafür benötigt werden.

Ihre Einschätzung als Experte: Hinkt Deutschland in puncto Digitalität anderen Ländern sehr hinterher?

Nein, das würde ich so nicht sagen, obwohl es oft so dargestellt wird ? bezogen auf die Gastronomie. Deutschland ist allerdings im Payment-Bereich noch lange nicht so weit wie beispielsweise Schweden. Aber mit anderen europäischen Ländern wie England, Frankreich und der Schweiz sind wir auf einer Höhe. Natürlich ist es aber auch immer eine Frage, wo man sich in Deutschland befindet. In einem Ballungsgebiet ist die Digitalisierung schneller umgesetzt als in ländlichen Gegenden.

Wo sehen Sie noch weiße Flecken in Deutschland bei der Digitalisierung im Gastgewerbe? Ich sehe noch viel Potenzial im Bereich Robotik in Deutschland, da wird die nächsten Jahre noch viel passieren, auch aufgrund der Personalsituation, die sich nicht mehr ändern wird. Diesbezüglich sind aber auch noch weitere Lösungen gefragt, wie zum Beispiel die digitale Speisekarte und die digitale Bestellung im Restaurant, weil Servicepersonal fehlt. Verstärkt werden auch beispielsweise in der Hotellerie noch Check-in-Terminals kommen, weil viele Häuser keine Rezeptionisten mehr finden. Der Gast wird zukünftig mehr in die Prozesse in der Gastronomie und im Hotel eingebunden werden. Ich gehe auch davon aus, dass der Gast das auch will, gerade die jüngere Generation. Wir beobachten, dass bei Neueröffnungen von gastgewerblichen Betrieben diese Punkte stets Themen sind. Eine Überlegung hierbei ist auch, Personalkosten zu sparen, um Preise für Speisen nicht erhöhen zu müssen, die der Gast wiederum nicht bereit wäre zu zahlen.

Viel Potenzial steckt auch noch in der Datenanalyse. Hier bietet Lightspeed bereits viel, aber den Gastronomen muss erklärt werden, welche Erkenntnisse sie aus den Daten gewinnen und wie sie sie anschließend umsetzen können.

