

Digitaler Quickstep

Metro geht in Sachen Digitalisierung in die Offensive und bietet den Wirten kostenfrei einen flotten Auftritt im Netz.

DÜSSELDORF/WIEN. Metro setzt künftig stärker auf die Digitalisierung der Gastronomie. Der Großhandels- und Lebensmittelspezialist ruft die Plattform „Digital Club“ ins Leben; sie soll helfen, Restaurants, Hotels und Caterer international zügig zu digitalisieren.

„Die Gastronomie kann von der Nutzung digitaler Lösungen erheblich profitieren“, ist Metro-Chef Olaf Koch überzeugt. „Mit dem Digital Club schaffen wir eine Plattform, die unabhängige Gastronomen und innovative Lösungen zusammenbringt. Wir wollen damit einen aktiven Beitrag zur Digitalisierung leisten.“ Die Ambition zum Programm: Bis 2020 will Metro dieserart in Europa eine halbe Million Gastronomen erreichen und mit digitalen Lösungen versorgen.

Digital ist nicht normal

Aktuell nutzt die überwiegende Mehrheit der Gastronomen praktisch keine digitalen Lösungen. Zwar hat die Anzahl der verfügbaren Lösungen, mit denen sie noch erfolgreicher sein können, in den vergangenen Jahren rapide zugenommen, die Nutzung allerdings nicht.

Ergo schafft nun der Digital Club den notwendigen (= einfachen) Zugang zu besagten Lösungen: Neben kostenlosen digitalen Tools selbst gibt es Beratung und Unterstützung; weiters ermöglicht der Club über eine Plattform Dialog, Wissensaustausch und eine Gemeinschaft für unabhängige Gastronomen.

In 13 Ländern startet nun der Rollout der ersten kostenlosen digitalen Lösungen; Metros große internationale Reichweite soll dabei zum entscheidenden Vorteil für Unternehmer und Innovatoren werden. Um digitale Lösungen für die Gastronomie zu identifizieren und zu



Digitale Zunft

Metro-Chef Olaf Koch: „Die Gastronomie kann von der Nutzung digitaler Lösungen erheblich profitieren. Mit dem Digital Club schaffen wir eine Plattform, die unabhängige Gastronomen und innovative Lösungen zusammenbringt.“



© AFP/dpa/Maja Hiji

validieren, hat der Händler eine eigenständige Digital-Einheit, „HoReCa.digital“, aufgebaut. Sie kümmert sich sowohl um selbst entwickelte digitale Lösungen als auch um innovative digitale Lösungen von Start-ups. Seit 2015 fördert Metro ausgewählte Start-ups, die digitale Lösungen für die Gastronomie anbieten (Metro Accelerator powered by Tech-2-2 stars). Diese Lösungen kommen bereits in 500 Pilotbetrieben in Berlin, Paris, Mailand und Wien zum Einsatz, wo sie auf ihren Mehrwert und ihre Akzeptanz bei Gastronomen getestet werden.

Enorme Resonanz bei Kunden

Das Spektrum ist dabei vielfältig: Es reicht von der Online-Tischreservierung zum Kassensystem über die Personalverwaltung bis hin zur Hygienedokumentation. „Die Resonanz bei unseren Kunden in den 500 Pilotbetrieben ist enorm. Mit ihnen gemeinsam haben wir die verschiedenen Tools weiterentwickelt und den wirtschaftlichen Nutzen für die Gastronomen bewiesen“, sagt Koch. Und weiter: „Die Chancen durch den Einsatz digitaler Lösungen sind umfangreich: mehr Kunden, höherer Umsatz,

Entlastung von administrativen Aufgaben, Senkung der Betriebskosten und nicht zuletzt eine erhebliche zeitliche Entlastung. So entstehen Freiräume für Wichtigeres – für die Gäste und das gastronomische Erlebnis.“

Individualität für alle

Als erste digitale Lösungen werden derzeit die individuelle Internetpräsenz und ein Online-Reservierungstool international ausgerollt. Bereits 15.000 Kunden, vor allem in Deutschland und Frankreich, nutzen die gebührenfreie Internetpräsenz. Beide Tools sind vermeintlich Basis-Tools – aber mit großer Wirkung. Denn viele Gastronomen sind online nicht sichtbar. Oft haben sie weder Zeit noch die Ressourcen, sich mit digitalen Themen auseinanderzusetzen; ihre Websites sind mithin nicht suchmaschinenoptimiert und werden bei Suchanfragen nicht direkt gefunden.

Hier greift die individuelle Internetpräsenz der Metro: Sie ermöglicht den Gastronomen in nur wenigen Minuten und Klicks, ihre eigene professionelle Website aufzubauen. Diese ist sogar direkt in Google Maps integriert. (red)

37
Mrd. €

Umsatzgewicht

Metro ist in 35 Ländern aktiv und beschäftigt global mehr als 150.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2015/16 lag der Umsatz bei rund 37 Mrd. €.

Willkommen im digitalen Club

Online-Auftritt

Gastronomen haben oft weder die Zeit, noch die Ressourcen für den gediegenen Online-Auftritt. Metro stellt ihnen nun ein Tool zur Verfügung, mit dem schon nach wenigen Klicks ein respektabler, individueller Auftritt möglich ist.

Reservierung

Eine der wichtigsten Funktionen, die Gastronomen anbieten wollen, ist die Online-Reservierung. Der Nutzen für die Gäste ist hoch, und auch der Gastronom spart sich Zeit am Telefon.

Digital Club

Metro stellt beide Tools gebührenfrei zur Verfügung und gibt den Nutzern des Digital Club Zugang zu einer Vielfalt an weiteren Lösungen. Ziel des Digital Club: die Schaffung einer Digitalcommunity für die Gastronomie.