

Medienmitteilung

Mangiar: die digitale Corona-Offensive von Gastro Graubünden

Gastro Graubünden reagiert mit dem Projekt Mangiar auf Corona und möchte diesen Winter bei einem Drittel der Bündner Gastrobetriebe die digitale Tischreservation einführen. Für die Gäste gibt es mehr Convenience, für die Wirte trotz Einschränkungen mehr Sitzplatzkapazitäten.

Was im Rahmen des Covid-Impulsprogrammes der Interessengemeinschaft Tourismus Graubünden (ITG) diesen Sommer entwickelt wurde, findet nun bereits seine Umsetzung: die Einführung der digitalen Tischreservation in der Bündner Gastronomie sowie eine Präventions-Roadshow durch zehn Tourismusdestinationen.

Einfach digital

Im Rahmen des von einer Fachgruppe aus Gastronomen und Hoteliers begleiteten Projektes wurden die Möglichkeiten geprüft, wie die Gastronomie im nächsten Winter den drohenden Umsatzeinbussen aufgrund von Mengenbeschränkungen begegnen und dem Kunden trotzdem ein echtes Erlebnis bieten kann. Nebst der digitalen Tischreservation wurden auch Takeaway, Home delivery und Gästerufsysteme untersucht. Alle diese digitalen Funktionen werden in der Gastronomie stark an Bedeutung gewinnen. Die digitale Tischreservation "Mangiar" soll nun aber der erste Schritt sein. Sie ist am schnellsten und einfachsten realisierbar und ermöglicht dem Gast die Reservation mit sofortiger Rückmeldung. Der Gastronom kann mehrere Seatings anbieten und durch den digitalisierten Prozess und die Verringerung der Noshow-Rate auch Kosten einsparen. Ausserdem wird die Gästeidentifikation integriert.

Mit zwei Marktleadern

Gastro Graubünden hat das ambitionöse Ziel, bei den 1'000 Bündner Gastrobetrieben den Anteil der digitalen Tischreservation von 10 Prozent auf einen Drittel zu erhöhen. Damit dies gelingt, geht Gastro Graubünden mit den zwei Marktleadern Aleno und Lunchgate eine Kooperation ein, die vom Kanton Graubünden unterstützt wird. Die Wahl fiel auf diese beiden Systempartner, weil sie offene Systeme mit den entsprechenden Schnittstellen sind. Die Systeme laufen im Hintergrund, am digitalen Auftritt des Gastrobetriebes ändert sich nichts. Dank der Hoheit über die Daten der Gäste kann der Gastronom selbst oder im Verbund mit der Destination aktives Marketing betreiben. Zudem kann er nebst der Tischreservation nach Bedarf weitere Funktionen der Systeme nutzen. Die Wahl des Anbieters bleibt dem Gastronomen überlassen. Aleno ist als Gesamtpaket auf der Kunden- und Gästeseite digital und wird z.B. von der Weissen Arena eingesetzt. Lunchgate ermöglicht dem Gastronomen auch eine analoge Bestätigung per Telefon an das System. Bei der Gästeidentifikation setzt Lunchgate zusätzlich auf die SMS-Bestätigung.

Präventions-Roadshow

In der Woche vom 2. bis 6. November 2020 tourt Gastro Graubünden mit einer Roadshow durch zehn Destinationen in Graubünden. Die Gastronomen werden dabei vom Gesundheitsamt Graubünden nochmals auf die Corona-Schutzmassnahmen und Hygienevorschriften sensibilisiert. Graubünden Ferien orientiert die Branche über die smarte Corona Kommunikation gegenüber dem Gast. Gleichzeitig sollen möglichst viele Gastronomen von der Teilnahme am Projekt der digitalen Tischreservation überzeugt werden. Der durchschnittliche Betrieb bezahlt für die Abokosten monatlich 62 Franken, was gegenüber dem regulären Preis von 155 Franken einem Rabatt von 60 Prozent entspricht. Die Bestandskunden von Aleno und Lunchgate, welche bereits digitale Vorleistungen erbracht haben, profitieren ebenso von den verbilligten Kosten. Das Projekt mangiar und die Roadshow haben ein Budget von Fr. 774'000, davon werden 294'000 (38 Prozent) vom Kanton getragen. 62 Prozent übernehmen die Gastronomen, Gastro Graubünden sowie die Systemanbieter. Das Angebot ist nur gültig für ein Jahr und die ersten 400 Restaurants bei Anmeldung bis zum 30. November 2020.

Impulsprogramm der ITG

Das Projekt der digitalen Tischreservation und die Präventions-Roadshow sind zwei von sieben Projekten, welche von der Interessengemeinschaft Tourismus Graubünden (ITG) im Auftrag des Amtes für Wirtschaft und Tourismus Graubünden (AWT) konzipiert wurden. Als Dachverband der Tourismusbranchen kümmerte sich die ITG im Rahmen des Impulsprogrammes um die Angebotsentwicklung für den Winter. Als Modell entwickelt wurde eine Covid-Hotelversicherung mit Beteiligung der Hotellerie und des Kantons. Sie ist eine Annullationsversicherung für den Gast und eine Risikoabsicherung für die Hotels, bei der 60 Prozent der Logiernächte integriert werden sollen. Für die Rückversicherung des Risikos bräuchte es eine Beteiligung des Bundes. Die Graubünden-Maske als Schutz und trendiges Accessoir wird von einzelnen Bündner Bergbahnunternehmen realisiert. Zwei langfristige Projekte werden umgesetzt: dasjenige der digitalen Marktplätze soll dem Tourismus für die Investitionen in die Digitalisierung einen Kompass bieten. Innerhalb des Strukturentwicklungsprogrammes liegt der Fokus nebst dem Feriengeschäft auf den Kurzaufenthalten und den Zweitwohnungen. Damit soll die Wettbewerbsfähigkeit des Tourismus nachhaltig verbessert werden.

Chur, 22. Oktober 2020

Weitere Auskünfte:

Marc Tischhauser, Geschäftsführer Gastro Graubünden, 079 468 08 81, mt@gastrogr.ch

Franz-Sepp Caluori, Präsident Gastro Graubünden, 079 159 93 88, seppo.caluori@hotmail.com

Yvonne Brigger-Vogel, Geschäftsleitung ITG Graubünden, 079 457 99 00, y.brigger@itgr.ch