



Flüssiges via Flatscreen

VERKAUF Gehobene Gastronomie, Clubs und Bars in Hamburg machen positive Erfahrungen mit Verkaufsförderung über digitale Speisekarten und Flatscreens. Auch Getränkehersteller entdecken nach und nach die Potenziale

Flatscreens mit ihren bewegten Bildern können bei den Gästen auf zeitgemäße Art und Weise für die jeweiligen Produkte werben und Lust auf den direkten Genuss machen.

Ein neues Bier, das im Format 150 x 100 cm per Flatscreen präsentiert wird, verkauft sich zehnmal besser als per Tischaufsteller oder herkömmlicher Getränkekarte. Die Hamburger Ratsherrn Brauerei erzielte mit der neuen Werbeform in einem ersten Testzeitraum sogar mehr als zehnmal höhere Abverkaufszahlen für das Ratsherrn Pale Ale.

Derzeit gewinnt die Biermarke Leffe (AB Inbev) über Screens und Tablets neue Genießer. Der Konzertveranstalter Karsten Jahnke nutzt das Netz an digitalen Speisekarten und Flatscreens, das die Agentur Brand Views seit ihrem Start im August letzten Jahres mit Schwerpunkt in Hamburg ausbaut, von Beginn an und steigert darüber bereits routinemäßig den Abverkauf von Konzertkarten.

Die Erfolge, die für sich selbst sprechen, haben mittlerweile dazu geführt, dass in Hamburg, dem Standort der Agentur Brand Views, rund 100 Gastronomieob-

jekte mit ca. 300 Werbeflächen ausgestattet sind. Damit sieht die Agentur bislang knapp ein Drittel des Potenzials in der Hansestadt erreicht: „Es gibt noch etwa 250 Gastronomen, die von dieser Technologie ideal profitieren können, mit Platz für etwa 750 digitale Flächen“, so Brand-Views-Geschäftsführer Sven Lorenzen. „Hinsichtlich der Betriebstypen sehen wir Clubs, Bars und gehobenen Restaurants in dieser ersten Gruppe, wo sich die Technologie auch optisch gut in ein modernes, gehobenes Interieur integrieren lässt.“

Auch das Servicepersonal spart kostbare Zeit

Anfang 2014 wurde das Hamburger „East Hotel“, in dem bislang bereits digitale Speisekarten am Start waren, zusätzlich mit Flatscreens ausgestattet. Auch in der „Großen Freiheit 36“ wurden zum Jahresbeginn zusätzliche Flächen installiert. Benjamin Steinicke, Geschäftsführer „Große Freiheit 36“, sieht neben den stei-

genden Getränkeumsätzen noch weitere Vorteile: „Das Servicepersonal findet die digitalen Getränkekarten sehr gut. Karten aus Papier müssen nicht mehr ausgelegt, gereinigt oder nachgelegt werden. Gäste holen seltener

berg“ in Blankenese, setzt Tablets vielseitig ein: „Unsere Tablets sind nicht in den tagtäglichen Service integriert, sondern agieren als Info Points für unsere Gäste auf den Hotelzimmern. Neben den verschiedenen Speise-

25 Prozent der Gäste folgen einer Empfehlung auf dem Tablet

Arne Seeliger, Brand Views



Preisankünfte beim Personal ein, was Zeit spart. Da wir durch Live-Konzerte verschiedene Sortimentskarten haben, und diese durch die Screens automatisch umgestellt werden, ist das Personal zusätzlich entlastet. Auch bieten sich die digitalen Getränkekarten an, um auf Veranstaltungen Werbung für andere Partys zu schalten.“

Auch Karlheinz Hauser, Geschäftsführender Gesellschafter und Sternekoch auf dem „Süll-

Getränkekarten unserer unterschiedlichen Restaurants, können unsere Gäste auch Roomservice Bestellungen aufgeben, Wetterinformationen oder Sightseeing Attraktionen abrufen oder in der Tageszeitung „Die Welt“ lesen. Sie geben unseren Gästen somit bereits auf dem Zimmer die Möglichkeit sich die Karten unserer einzelnen Restaurants anzuschauen und sich im Vorfeld für eins zu entscheiden. Durch die zusätzlichen Informationen

schaffen die Tablets auch einen Mehrwert für unsere Gäste, den diesen sehr zu schätzen wissen.“

Etwaige Vorbehalte gegen zu viel Werbung im Gastraum sind mittlerweile durch die Praxis entkräftet. Tobias Strauch, Inhaber der „sanktpauli-bar“ sowie der Restaurants „Mess“ und „Marblau“, fasst seine Erfahrungen zusammen: „Auf jeden Fall werden die Getränkeempfehlungen von den Gästen bemerkt. Wissen Sie, die Gäste haben sich nicht immer wahnsinnig viel zu erzählen. Dann schauen sie sich um und nehmen die Screens auf jeden Fall wahr. Sie empfinden sie nicht als befremdlich, sondern sehen sie als selbstverständlich an. Dadurch, dass sich das Layout dem Design der Gastronomie anpasst, wirken die Screens wie eine beschriftete Tafel – ein gestalterisches Element, das sich integriert. Der langsame Wechsel der Bildfolgen erweckt beim Gast nicht den Eindruck, dass es sich um Werbefernsehen handelt.“

Noch liegen gedruckte Speise- und Getränkekarten aus, die Zukunft ist jedoch digital. Den wichtigsten Grund dafür sieht Arne Seeliger, Geschäftsführer Brand Views, im bereits vom Start weg bewiesenen Erfolg: „Die Systeme werden themenspezifisch eingesetzt und ergänzen die Printkarten. Sie erzielen bei Aktionen, Angebotshighlights oder im Bereich der Empfehlungen große Erfolge. Wir können belegen, dass 25 Prozent der Gäste einer Empfehlung auf dem Tablet folgen.“

Derzeit wird im Hintergrund an der Perfektionierung des Angebots gearbeitet: Die Durchführung von regelmäßigen Updates und Erweiterungen in der Kachelstruktur auf den Tablets soll vereinfacht werden. Außerdem wird mit gastfreundlichen Zusatzfunktionen, beispielsweise einer Kindermalfunktion experimentiert.

Ann-Christin Zilling

Mehr Infos unter dieser Adresse: www.brandviews.de

HINTERGRUND

Direkter Kontakt zur Gastronomie

BRAND VIEW Agentur für digitale Medien (www.brandviews.de) ist ein Joint Venture der NGV Getränke-Gruppe (www.ngv-gruppe.de) und der A.HOII! networking unit (www.ahoi.net), alle Hamburg. Brand Views stattet den Außer-Haus-Markt mit Screens und Tablets aus und realisiert auf das jeweilige Objekt maßgeschneiderten Content. Die Zielsetzung liegt im Abverkauf und in der Generierung von Transparenz im Außer-Haus-Verkaufskanal, um einerseits die Industrie in ihren Vertriebsbemühungen zu unterstützen und andererseits Gastronomen in ihrer optimalen Sortimentsgestaltung zu beraten. Für die werbungstreibende Wirtschaft stellt die Hamburger Agentur damit eine einzigartige Plattform zur direkten, effizienten und zeitgemäßen Ansprache ihrer Zielgruppen bereit, zum Nutzen aller Beteiligten.

Kontakt: Brand Views Agentur für digitale Medien, Barnerstraße 1, 22765 Hamburg, Tel. 040 48 40 455-51
Geschäftsführung: Arne Seeliger (NGV Getränke-Gruppe), Sven Lorenzen (A.HOII! networking unit)
www.brandviews.de, info@brandviews.de



Modernste Technik passt auch optisch gut in ein gehobenes Ambiente.

HINTERGRUND

Vorteile System

- ✓ im emotionalen Gastronomie-Umfeld
- ✓ Bild, Text und Video möglich
- ✓ Kaufanreize direkt in der Getränkekarte
- ✓ zeitgenaue Einspielung
- ✓ Länge und Frequenz frei wählbar
- ✓ Spot-Platzierung direkt am POS
- ✓ Sofortlistung ohne Printkosten
- ✓ ersetzt aufwändige Promo-Materialien
- ✓ Cross-Media-Aktionen direkt am POS

Vorteile Getränkehersteller

- ✓ bewegte Bilder als Anreize
- ✓ hochwertige Darstellung auf modernen Medien
- ✓ garantierte Aktualität durch wechselbare Inhalte
- ✓ Aktionen und Neuprodukt-Kampagnen am POS
- ✓ hohe Flexibilität bei Sortimentsanpassungen
- ✓ kurzfristige Event-Hinweise online einspielbar
- ✓ keine zusätzlichen Druck- und Installationskosten
- ✓ volle Kontrolle über Anzeigen-Budget & -Laufzeit
- ✓ genaue Nachweise zu Umsetzung & Abverkauf