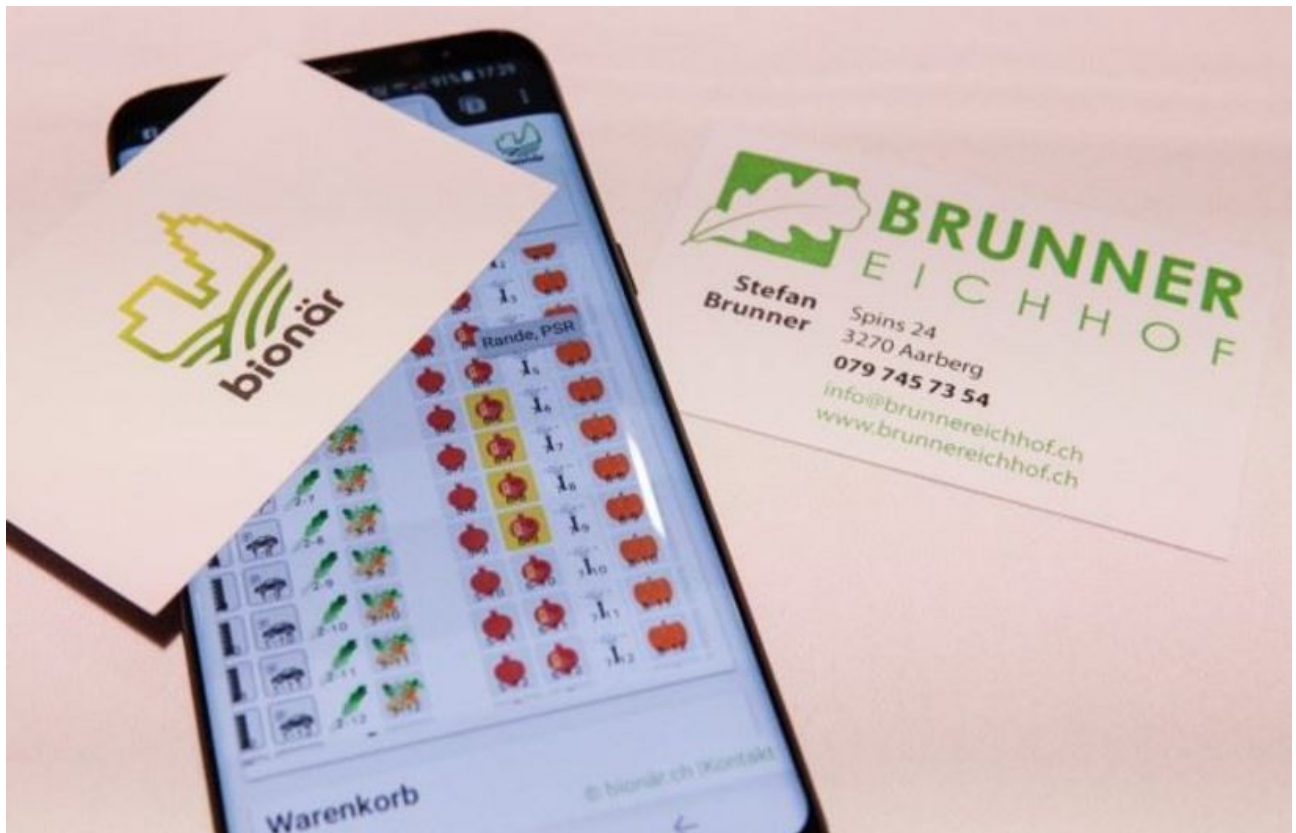


# Die «Gourmesse» stand im Zeichen von «Digital Food»

Zum Kernthema «Digital Food» wurde an der 23. «Gourmesse» in Zürich erstmals der «Digital Food Award» verliehen. Gewinner wurde «Bionär», ein Bauer, der digital sein Land verpachtet.



Zu den Gewinnern des erstmals verliehenen «Digital Food Awards» zählen Bionär, ein Bauer, der digital sein Land verpachtet, Felfel mit digital-vernetzten Kühlschränken mit gesundem Inhalt für Firmen, und Respondelligent, die Kundenbewertungen von Bewertungsplattformen sammeln und den Geschäftsinhabern digital zugänglich machen.

Die Implikationen der Digitalisierung in der Gastronomie werden oft unterschätzt. Die diesjährige «Gourmesse» thematisierte das gesamte Spektrum der Digitalisierung, die Messe fand vom 21.-24. September in der Halle 622 in Zürich Oerlikon statt.

## **Digitalisierung in der Gastronomie - Mut zu Transparenz und Storytelling**

Die Gastronomie ist und bleibt ein People-Business. Doch die Chancen und Risiken der Digitalisierung reichen weit über den Horizont zahlreicher Gastronomen hinaus. Eine eigene Webseite zu haben, diese für Suchmaschinen zu optimieren, Facebook- und Instagram-Accounts zu eröffnen und auch aktiv zu bewirtschaften und einen Google-Maps Eintrag zu erstellen, bringt manche schon zur Verzweiflung.

Andere sehen die Digitalisierung als Chance: Kleine Nischenbetriebe bringen Produkte auf den Markt, die gänzliche Nachverfolgbarkeit bis zum Tier oder dem Feld garantieren. Etablierte Player beginnen, neue, globale Märkte zu erschliessen. Startups sind gestandenen Grossbetrieben plötzlich einen Schritt voraus und profitieren von der digitalen Chancengleichheit. Betriebe mit den spannendsten, wertigen Geschichten begeistern und überzeugen Gäste und Kunden plötzlich mehr als der günstigste Preis. Erstmals wurde dieses Jahr für innovative Projekte zu diesem Thema eine Auszeichnung verliehen.

### **Drei innovative Projekte ausgezeichnet**

Stefan Brunner gewann den ersten Preis des «Digital Food Awards». Er vermietet mit seiner App «Bionär» sein Land und hat erkannt, wie man die digitalen Möglichkeiten auf einem Bauernhof nutzt. Über die App «Bionär» können Kunden jederzeit kontrollieren, wie es um «ihr» Gemüse steht, wie es wächst und gedeiht. Das simple und einzigartige Konzept erinnert in seiner Optik an Farmville & Co. und entpuppt sich wortschöpferisch als gelungenen Mix von «bio» und «Aktionär». Dank den digitalen Möglichkeiten im Bereich Direktvermarktung, Erlebnis-Agronomie, Gamification und Newsfeed bringt «Bionär» den genussinteressierten Stadtmenschen und Gastronomen in Kontakt mit seinem regionalen Bauern. Eine nachhaltige und skalierbare Lösung.

Beim zweiten Platz handelt es sich um einen intelligenten Kühlschrank, gespickt mit frischen und feinen Speisen. Im Zürcher Start-Up «Felfel» wird die Kulinarik mit neuester Technik gepaart. Mit Hilfe elektronischer Daten aus den eigens entwickelten Kühlschränken und den Daten des Abverkaufes kann das Angebot schnell angepasst und die Produktion individuell gesteuert werden. Auch Foodwaste wird so vermieden. Für den Nutzer von «Felfel» ist das Geniessen seines frischen und gesunden Mittagessens leicht gemacht. Bei Felfel bedeutet Digitalisierung Einsatz elektronischer Daten innerhalb der Prozesskette sowie Nutzung neuester Technologien an der Schnittstelle zum Konsumenten.

Das Luzerner Start-Up «re:spondelligent» wurde drittplatziert und widmet sich einer der grössten Herausforderungen der Digitalisierung: Komplexität. Mit ihrer Aggregator-Lösung können Gastronomen ihren Aufwand massiv verringern, wenn es um die Pflege von Bewertungsplattformen, wie TripAdvisor oder Yelp, geht. Mit einem einzigen Login und der gebündelten Darstellung aller Plattformen reduziert sich nicht nur der Aufwand, sondern vielleicht noch wichtiger ist der Effekt, dass die Hürde für Gastronomen, sich mit der Dynamik auf sozialen Plattformen auseinanderzusetzen, stark verringert wird. Der Zusatzdienst, individuelle Antworten auf Nutzerbewertungen zu verfassen, ist zudem eine grosse Erleichterung für Betriebe, in denen das Know-How und die Erfahrung dafür fehlt. Mit «re:spondelligent» wird es für Gastronomen einfacher, sich auf ihre Kernkompetenzen zu konzentrieren, ohne dabei die immer wichtiger werdende Bedeutung von sozialen Medien für die eigene Vermarktung zu vernachlässigen. (htr/og)

Publiziert am Dienstag, 26. September 2017