

Mit Fotos die Auswahl vereinfachen

Gleich zwei Schweizer Start-ups gehen mit Speisekarten-Apps auf den Markt. Die Visualisierung der Gerichte verspricht mehr Kundenzufriedenheit und Umsatz.



Bilder von Gerichten gezielt als Marketingmittel nutzen.

Bild: iStock/Montage htr

Der Zürcher Jörg Wasmeier hat aufregende Wochen vor sich, denn der Markteintritt seiner App Yoordi rückt näher: Mit ihr können Gäste bestellen und bezahlen – die App lässt sich aber auch einfach als digitale Speisekarte einsetzen. Eine Smartphone-Installation ist nicht nötig, da Yoordi eine Web-App ist und alles über den Browser läuft.

Die Visualisierung spielt für den CEO des Start-ups eine ganz zentrale Rolle. «Bilder sind ein wichtiges Marketing-Mittel. In Asien werden Gerichte zu Präsentationszwecken sogar in Wachs nachgebaut.» Restaurants können die Fotos bei Yoordi selbst schießen oder den Fotografie-Service nutzen, der das Restaurantdesign berücksichtigt. So wichtig wie die Bildkomposition ist die Navigation. «Die Gäste sollen sich schnell zurechtfinden und nicht durchs ganze Menü blättern müssen, um einen Kaffee zu bestellen.»

Es gibt eine Aufteilung in Haupt- und Unterkategorien. Zum Beispiel: Getränke als Hauptkategorie und alkoholische und alkoholfreie Getränke als Unterkategorie. Gastronomen können die Struktur aber selbst bestimmen. Sie können auch ausverkaufte Gerichte und Getränke vom Menü entfernen. Zudem lassen sich Kategorien wie «Mittagsmenü» nur während der Mittagszeit anzeigen. Gäste wiederum haben die Möglichkeit, nach Begriffen wie «glutenfrei» oder «vegetarisch» zu suchen. «So müssen sie nicht durch Gerichte scrollen, die sie sowieso nicht bestellen.»

Auf die Anzeige der Inhaltsstoffe in der Detailansicht legt Wasmeier besonders viel Wert. Da sieht man, was die Bilder nicht zeigen. «Allergiker haben es schwer, im Restaurant das richtige Gericht zu finden.» Die Allergendeklarationspflicht bringe zwar Erleichterungen, jedoch reiche es nicht, Gäste mit dem Satz «Bei Allergien fragen Sie unser Servicepersonal» abzuspeisen. Oft gebe es unangenehme Situationen, weil Mitarbeitende wenig Ahnung haben, welche Zutaten in den Gerichten sind. «Bei Zöliakie-Betroffenen sind Hinweise auf Risiken aber unabdinglich.»

Eine gute Visualisierung macht Gäste zufriedener, weil sie selbstständiger sind, ist Wasmeier überzeugt. Das führe zu stärkerer Kundenbindung und mehr Umsatz. Auch Verkaufsförderung lässt sich einbauen, Menüvorschläge oder Rabatte. So werden Gerichte nach vorne gestellt, die eine höhere Marge haben oder von denen noch viel da ist – Letzteres auch eine Massnahme gegen Food Waste.

Restaurants erhalten zudem ehrliches Feedback. «Wie oft wurden wir nach dem Essen gefragt, ob wir zufrieden waren und haben uns die Wahrheit aus Höflichkeit verkneifen?» Über Yoordi können Gäste anonym ihre Meinung kundtun. Wertvolle Informationen, findet Wasmeier. «Der Gastronom bemerkt, wenn es Probleme beim Service gibt. Er sieht, welche Gerichte er verändern oder besser gleich von der Karte streichen sollte. Oder ob das Ambiente aus Gästesicht passend ist.»

Individuelle Pakete, fixer Preis

Schweizer Web-App. Partnerschaft mit Bindella. Vier Sprachen: Deutsch, Englisch, Französisch, Italienisch. Auch in andere Sprachen übersetzbar. Pakete je nach individuellem Bedürfnis. Hat der Gastronom schon einen Zahlungsanbieter, kann er den behalten. Oder er nimmt Yoordi-Partner Worldline Six. Fixer Monatspreis oder Mischmodell mit Transaktionsgebühr. In vielen Fällen ist Yoordi laut Gründer günstiger als normales Karten-Terminal. Den Vertrieb in der Schweiz übernimmt exklusiv die Gehrig Group.
[yoordi.com \(https://yoordi.com/\)](https://yoordi.com/)

«Auch wichtige Zusatzinfos wie Inhaltsstoffe oder Rabatte lassen sich einbauen.»

Jörg Wasmeier, CEO Yoordi

Beide Apps werden an der Igeho in Basel vorgestellt

Wasmeier entwickelte Yoordi nicht allein. Sein Partner, die Zürcher Bindella Group, steuerte das Know-how für die Abläufe im Restaurant bei (siehe Info-Kasten links). Im Bindella-Restaurant Piu Schiffbau sowie in den zwei «Helvti Diner» in Zürich wird Yoordi schon eingesetzt. Der offizielle Verkaufsstart folgt am 16. November auf der [Igeho-Messe in Basel \(https://www.htr.ch/igeho.html\)](https://www.htr.ch/igeho.html). Dort kann die Web-App in zwei Restaurants und am Messestand der Gehrig Group, dem Exklusiv-Vertreiber für die Schweiz, getestet werden.

Auch an der Igeho präsent ist die Speisekarten-App Visyt des gleichnamigen Luzerner Startups. Seit dem Release am 2. September gibt es laut Gründer Jürgen Füllgraf viele Gespräche mit Restaurants aus Deutschland, der Schweiz, Frankreich, Spanien und Italien.

In der Schweiz haben das Hotel Interlaken und das Hotel St. Georges in Interlaken zugesagt. Genauso die Rigi-Bahnen, die in den Bahnen einen QR-Code platzieren werden, so dass die Gäste schon bei der Fahrt auf den Berg das Menü sehen. Laut Füllgraf gab es das Konzept, auf dem Visyt basiert, bislang nicht, weswegen Patente in Europa und den USA angemeldet wurden.

Bei der App ist zwischen geschriebenem Text und Bildern ein QR-Code gesetzt, der beide Elemente verbindet. Restaurants bekommen einen individuellen QR-Scan-Code und laden die Fotos ins Visyt-Backend, wo eine Software dafür sorgt, dass die Informationen korrekt angezeigt werden.

Dann kann es losgehen: Gäste scannen den QR-Code ein und schauen sich das Essen auf dem Display an. Füllgraf erklärt, welche Vorteile das bringt: Viele Gäste veröffentlichen Fotos von Gerichten in sozialen Netzwerken. Das sind nicht immer vorteilhafte Aufnahmen. «Wir ermöglichen es Gastronomen, diesen Prozess umzudrehen, indem sie die Ersten sind, die Besuchern Fotos von ihren Gerichten zur Verfügung stellen. So bekommt man mehr Kontrolle darüber, was veröffentlicht wird.» Zudem sehen Gäste vor der Bestellung, was sie serviert bekommen, und können nicht mehr so leicht enttäuscht werden.

Der QR-Code ist nach Belieben einsetzbar: auf Speisekarten, im Restaurant, im Showkasten. Das spart Kosten, so Füllgraf, denn es ist einfacher, Texte und Bilder online auszutauschen, als Printouts neu zu gestalten und zu drucken. Änderungen werden online vorgenommen, über den QR-Code bekommen die Gäste sofort die aktualisierte Version angezeigt. Die Speisen lassen sich auch bewerten, wenn der Betrieb das will. Dafür gibt es einen Aktivierungsknopf im Back-end. Gäste müssen sich dafür aber registriert haben. Die Bewertungen sind dann für alle sichtbar.

Detaillierte Filter, aktuell kostenfrei

Schweizer App mit QR-Code. Zehn Sprachen, drei weitere sind geplant. Zusätzlich zu Abbildungen detaillierte Angaben zu Nähr- und Inhaltsstoffen, sofern vom Betrieb erfasst. Filter für vegetarische, vegane oder glutenfreie Speisen. Bewertungsfunktion. Early-Adopter-Regelung: Wer sich bis 31. Dezember 2019 für Visyt entscheidet, erhält es kostenfrei, bis er von sich aus kündigt. Für Kunden ab 1. Januar 2020 abgestuftes Preismodell ab 9 Franken im Monat. Kostenloser Test für drei Monate. Monatlich kündbar, keine Mindestlaufzeiten.

[visyt.app \(https://visyt.app/de/\)](https://visyt.app/de/)

Pilotprojekt: Zürcher Bindella Group testet Yoordi

Seit Juli ist Yoordi bei der Bindella Group im Pilotbetrieb. An sieben ausgewählten Tischen im Aussenbereich des Zürcher «Più Schiffbau» kann damit online bestellt und bezahlt werden. Bald kommen noch zwölf Bartische im Innenbereich dazu, ebenfalls als Pilotversuch. Gäste bedienen Yoordi übers eigene Smartphone. Das Restaurant stellt keine Geräte zur Verfügung. Auf den Tischen sind Holzwürfel aufgestellt. Darauf ist ein QR-Code angebracht, worüber der Tisch identifiziert wird. Die Würfel erklären den Umgang mit Yoordi. Die Speisen sind momentan noch nicht visualisiert, aber das kommt noch. «Wir erhoffen uns von der App, optimaler auf die Wünsche unserer Gäste eingehen zu können», sagt Bindella-Chef Rudi Bindella jr. Das bedeutet vor allem kürzere Wartezeiten für Gäste in den Stosszeiten. Aber auch zusätzliche Verkäufe und mehr Wiederkehrer. Da sich Yoordi noch in einer frühen Testphase befindet, sei es zu früh, fundierte Aussagen zu machen. «Gerade bei der Speisekarte gibt es aber viele Ideen, wie wir noch gastfreundlicher werden können», so Bindella. Die nächste Version mit Volltextsuche und Mehrsprachigkeit ist bereits in Arbeit.

Andreas Lorenz-Meyer



Andreas Lorenz-Meyer
Publiziert am Montag, 21. Oktober 2019