

ERSTER WIENER KULINARIKTAG

ANZEIGE

„Wie gut kennen Sie den Gast wirklich?“

Event. Gastronomie, Lebensmittelgewerbe und Lebensmittelhandel luden zum Ersten Wiener Kulinariktag in den Kursalon, wo auch die Zukunft der Branche zur Debatte stand.

In seiner Begrüßung stellte Peter Dobcak, Obmann der Fachgruppe Gastronomie der Wiener Wirtschaftskammer, gleich klar: „Wir arbeiten jeden Tag hart, können aber auch feiern, wenn sich die Branche trifft.“ Grund genug, zum Ersten Wiener Kulinariktag zu laden. Dobcak sprach dabei auch im Namen von Josef Angelmayer (Obmann Lebensmittelgewerbe), Wolfgang Binder (Obmann Kaffeehäuser) sowie Margarete Gumprecht (Obfrau Lebensmittelhandel) und rund 11.000 Unternehmen, die sich in den Fachgruppen organisieren.

Zukunftsaussichten

„Wir wollten zusätzlich zum üblichen Sommerfest einen Mehrwert schaffen, und dass die Leute auch lernen, was die Zukunft bringen könnte“, sagte Dobcak. Der Einladung in den Kursalon im Stadtpark waren an diesem heißen 3. Juni neben 500 Besuchern deshalb auch Marketingberaterin Nicole Rimser und Zukunftsforscher Michael Carl gefolgt, die Denkanstöße für die Zu-



Die Obleute Wolfgang Binder, Peter Dobcak, Margarete Gumprecht und Josef Angelmayer.

[Fotos: Koop Live Marketing/Weiskim]

kunft gaben. Marlies Mayer moderierte den kurzweiligen Nachmittag.

„Sie müssen die Emotion zum Kunden bringen“, begann Nicole Rimser ihren Vortrag. Die Markenberaterin von Brand Trust strich die Bedeutung von „Instagrammability“, Emotion und dem Erzählen von Geschichten hervor, um bei Kunden Vertrauen und Bindung aufzubauen. „Menschen brauchen Erlebnisse, um ins Restaurant zu gehen.“ Es sei wichtig, die eigenen Mitarbeiter zu Markenbotschaftern, die eigenen Kunden zu Kommunikatoren zu machen. Der Wert der Leistung, die angeboten werde, sei dabei entscheidend. „Wenn der Preis zu hoch, die Leistung zu niedrig ist, ist der Kunde enttäuscht.“ Eine starke Marke werde dagegen zum „Anker in turbulenten Zeiten“. „Das Verrückte von heute wird das Normale von morgen“,

prognostizierte indes Zukunftsforscher Michael Carl vom Leipziger Thinktank 2b AHEAD. Die umfassende Vernetzung all unserer Welten stehe bevor. Bald stelle sich die Frage schlicht nicht mehr, ob etwas online oder offline geschehe. Arbeit, Ernährung, Freizeit, Beziehung – alles sei dann Teil des „Internet of Everything“. Sein Tipp: „Sie müssen in den Kopf Ihres Kunden.“ Im Trend lägen adaptive Produkte und Services, die auf Dauer veränderlich seien. Denn: „Die Digitalisierung öffnet Türen, von denen wir noch nicht wussten, dass es sie gibt.“

Der Schlüssel liege in der jeweiligen Unternehmenskultur. „Wie brechen wir unsere Regeln?“ sei das Motto. Wenn die Bedürfnisse der Kunden immer breiter werden, müsse man Produkte immer besser darauf abstimmen. Dabei stelle sich



Alexander Ertan (2. v.l.), Lehrling im Café-Restaurant Mozart, freute sich, dass seine Kreation als „Wiener-Gastro-Burger 2019“ ausgezeichnet wurde.

eine zentrale Frage: „Wie gut kennen Sie Ihren Gast wirklich?“

Qualität und Erlebnis

Dobcak relativierte allerdings: „Wir sind eine sehr analoge Branche.“ Die Digitalisierung spüre man hauptsächlich bei der Kommunikation, also bei Reservierungen und Abrechnung. Vieles im Lebensmittelhandel und in der Gastronomie sei Handwerk. Klar sei, „dass man hier nicht immer die Zeit findet, sich einmal über das große Ganze Gedanken zu machen“. Man müsse sich aber natürlich nach Trends richten, „die für die jüngere Generation schon selbstverständlich sind“. Interessant sei für Dobcak „Fleisch aus der Retorte“, bei dem das T-Bone-Steak aus dem 3D-Drucker kommt. Die Herausforderung der Gastronomen sei es, darüber Qualität und Erlebnis zu

bauen. Es müsse am Ende gut schmecken. „Wenn das stimmt, ist alles andere völlig egal. Das alles ist nur im Kopf.“ Abends bot das Sommerfest eine bunte Genussmeile. Eine Expertenjury prämierte den „Wiener-Gastro-Burger 2019“. Für die Lehrlingsinitiative von „Amuse Bouche“ hatten mehr als 50 junge Talente Burger-Kreationen eingereicht. Im Finale überzeugte Alexander Ertan, Lehrling im Café-Restaurant Mozart. Die Wiener Spitzenhotellerie zeigte sich ebenso wie die Topgastronomen Adi Bittermann und Manfred Buchinger begeistert. Um Innovation müsse man sich keine Sorgen machen: „Dadurch, dass wir eine sehr volatile Branche sind, streben sehr viele junge Damen und Herren nach“, sagte Dobcak abschließend. „Die bringen dann die neuen Ideen, das sind die wahren Gamechanger.“