

Direkt aus der Praxis



- 1 Das Grill-Restaurant Baulüüt hat mit der Aktion «Koste es, was Sie wollen» im Oktober 2016 schweizweit für Aufmerksamkeit gesorgt.
- 2 Marketingleiter Martin Schmid ist mit dem Experiment mehr als zufrieden: «Sowohl marketingtechnisch als auch bezüglich Auslastung war es durchwegs ein Erfolg.»

Der Betrieb

Grill-Restaurant Baulüüt im Campus Sursee Seminarzentrum, Sursee LU
(550 Hotelzimmer, 55 Seminarräume)

Die Idee

Wer im Oktober 2016 jeweils am Samstagmittag eines der aktuellen Tagesmenüs bestellte, konnte dafür so viel bezahlen, wie er oder sie wollte – alkoholfreies Getränk und Kaffee inklusive. Dieses partizipative «Zahle was du willst»-Modell überlässt das Pricing komplett dem Kunden.

Das Ziel

Gäste vom Einkaufen im Städtli Sursee ins Restaurant, das etwas ausserhalb liegt, zu holen.

Das Resultat

Martin Schmid, Marketingleiter im Campus Sursee, über ...

... die Learnings

Nachdem «20 Minuten» über unsere Aktion berichtet hatte, entstand ein regelrechter Hype um das Thema. Für uns war es ein Experiment, das wir im Rahmen unseres Campus-Sursee-Eventkalenders lancierten. Wir hätten nicht gedacht, dass es so bewegt! Es scheint ein Urbedürfnis des Menschen zu wecken: Ich will selber entscheiden, was ich für ein Gericht bezahle. Eigentlich hat alles funktioniert. Einerseits von marketingtechnischer Seite – die Aufmerksamkeit war uns während des Oktobers sicher. Andererseits auch bezüglich Auslastung. Da wir ausserhalb des Zentrums sind, haben wir am Samstagmittag sonst wenige Walk-Ins. Das war im Oktober anders. Einige Skeptiker prognostizierten uns grosse Gruppen, die für einen Franken essen kämen. Das ist nicht eingetreten. Da ein Restaurantbesuch nicht anonym ist, wurde unser Angebot nicht ausgenutzt. Nur ganz wenige haben weniger als 20 Franken bezahlt. Wir haben aber gemerkt, dass dem Gast nicht immer bewusst ist, wofür er alles zu bezahlen hätte. Bei einem nächsten Mal würden wir für die Preisberechnung eine Liste zusammenstellen, womit der Gast selber die einzelnen Positionen kalkulieren könnte. Dann würde er rasch merken, ob der bezahlte Preis fair ist oder nicht.

... wie es weitergeht

Wir können uns durchaus vorstellen, das Experiment erneut durchzuführen. Ändern würden wir nur den Zahlungsprozess (sprich die oben erwähnte Liste einführen).

In der Rubrik «Direkt aus der Praxis»

... stellen wir gute Ideen, innovative Projekte, waghalsige Experimente oder inspirierende Angebote aus der Branche vor. Und fragen nach, was dabei herausgekommen ist: Wie ist die Bilanz, was sind die Erfahrungen? Was hat gut funktioniert und was ehrlicherweise weniger? Oder was hat die Erwartungen sogar übertroffen? Wie konnten Inputs für die Zukunft gewonnen werden – und was lernen vielleicht andere Betriebe daraus? Ganz im Sinne von «Aus der Praxis, für die Praxis».

... Empfehlung an andere Betriebe

Wir haben das Angebot bewusst nicht jeden Tag und komplett auf à la carte gemacht, sondern nur an einem bestimmten Tag und für unser Tagesmenü-Angebot inklusive nicht alkoholische Getränke. So konnten wir das Risiko in Grenzen halten. Wichtig ist, dies jederzeit und transparent zu kommunizieren. Nicht, dass die Erwartungshaltung anders oder falsch ist und es Enttäuschungen gibt. Zentral ist auch die Schulung der Mitarbeitenden. Sie haben unter Umständen einen 5-Fränkler zu akzeptieren, ohne dabei negativ zu reagieren.

... die Bilanz

Wir ziehen eine sehr positive Bilanz. Sogar Hoteliers in Zürich und Luzern haben uns darauf angesprochen und auch in der Romandie weckte die Aktion Interesse. Zudem

profitierten wir von dieser Aufmerksamkeit auch bezüglich Besucherfrequenzen am Samstagmittag. Ein Maturand hat unsere Aktion sogar in seiner Abschlussarbeit aufgegriffen.