

---

## PRESSEINFORMATION

### Self-Ordering in der Gastronomie

## Wann kommt die Revolution des Bestellvorgangs?

**McDonald's hat es 2016 vorgemacht und zuerst sogenannte Self-Ordering-Kioske als zusätzliche Bestellmöglichkeit in ausgewählten Restaurants installiert. Doch auch wenn die Terminals in den USA oder den Niederlanden mittlerweile nicht mehr wegzudenken sind: Hierzulande wartet die digitale Bestelltechnologie noch immer auf ihren Durchbruch. Laut Gastrofix-CSO Stefan Brehm ist der aber nur eine Frage der Zeit.**

*Berlin, im Oktober 2017.* – „Self-Ordering gehört die Zukunft“, sagt Stefan Brehm, Vertriebs-Geschäftsführer und Digitalisierungs-Experte beim Kassensystem-Anbieter Gastrofix. „Wir stellen derzeit vermehrt fest, dass Gastronomen unsere cloudbasierte iPad-Kasse in solche voll digitalisierten Self-Ordering-Systeme einbetten möchten.“ Und dabei handele es sich keineswegs um nerdige Techies, sondern vielmehr um „äußerst clevere Gastgeber, die Technologie als Lösung ihrer Personalsorgen sehen.“

### Ideale Ergänzung für moderne Kassensysteme

So wie Jörg Weisflog vom Restaurant „Pulvermühle“ in Hamburg. Er lässt sich derzeit rund um sein cloudbasiertes Kassensystem eine maßgeschneiderte App entwickeln, mit der Gäste ganz ohne Bedienung selbstständig via Smartphone bestellen und auch bezahlen können. „Während die erste Order noch ganz klassisch vom Kellner aufgenommen wird, kann das Nachbestellen über das Handy erfolgen. Dadurch integrieren wir eine zusätzliche Order-Möglichkeit, sparen dadurch beim Service viel Zeit ein und schaffen ganz nebenbei ein außergewöhnliches Gastronomie-Erlebnis“, so der Restaurant-Geschäftsführer. Hinzu käme die Möglichkeit, den Gast per Push-Nachricht über aktuelle Aktionen zu informieren und so gezieltes Marketing zu betreiben. Die App befindet sich aktuell noch in der Betaphase, die ersten Erfahrungswerte sind jedoch vielversprechend.

### Viele Vorteile, ...

Self-Ordering bietet Gastgebern und Gästen gleichermaßen Vorteile: Durch die Integration einer zusätzlichen, vollautomatisierten Bestellmöglichkeit verringert sich der Aufwand für die Bestellaufnahme und das Kassieren signifikant – der Service wird spürbar entlastet. Die Besteller müssen hingegen nicht mehr auf den Kellner warten: Das spart beiden Parteien Zeit, die gerade im Mittagsgeschäft kostbar ist. „Außerdem können Restaurants ihre Karte durch den digitalisierten Bestellprozess visuell viel besser inszenieren – Zusatzverkäufe sind da vorprogrammiert. Und auch die über das Self-Ordering-System eingegangenen Daten

---

können für Gastronomen äußerst aufschlussreich in Bezug auf Gästeverhalten oder Lagerbestand sein“, so Brehm.

### **... wenig Risiken**

Schwierigkeiten sieht der Gastrofix-Chef hingegen kaum: „Die meisten Gäste hängen sowieso permanent am Smartphone. Somit ist die Bedienung der extrem intuitiv gestalteten Systeme schnell gelernt und spätestens bei der zweiten Bestellung läuft alles fix und einfach.“ Vereinzelt könne es wie bei jedem technisierten Prozess zwar auch mal zu kurzen Ausfällen kommen, „bei offline-fähigen Systemen wie dem von Gastrofix, bei dem die Daten automatisch zwischengespeichert werden, ist das aber kein Problem und es geht nichts verloren.“ Bedenken, dass der vollautomatisierte Bestellprozess Arbeitsplätze kosten könnte, entgegnet Brehm: „Self-Ordering wird den klassischen Service niemals verdrängen, schon weil die Speisen im Restaurant ja immer noch vom Service an den Tisch gebracht werden müssen. Und welcher Gast will schon ganz auf die nette Plauderei mit dem Kellner verzichten?“

### **Der Wettlauf der Apps hat begonnen**

Das große Potenzial von Self-Ordering hat sich in der Tech-Szene mittlerweile herumgesprochen. So streiten sich denn auch gleich mehrere Anbieter um die Pole Position bei der Revolutionierung des Bestellvorgangs. „An erster Stelle wäre hier MENU zu nennen. Die App hat das Zeug, Self-Ordering auch hierzulande richtig groß zu machen“, erklärt Brehm. Und so funktioniert´s: Das System setzt iBeacons ein, wodurch das Smartphone der Gäste zu einem mobilen Kellner und gleichzeitig zu einem mobilen Bezahlssystem wird. Beim Betreten des Restaurants erhalten Gäste die aktuelle Menükarte direkt auf ihr Handy und können mit einem Klick auswählen, bestellen und bezahlen. Die Kellner müssen nur noch die Speisen ausliefern. Brehm: „Der Service kann so erkennen, wer von wo aus eine Bestellung aufgegeben oder welcher Gast bereits bezahlt hat. Das spart Zeit, verkürzt die Wartezeiten und sorgt so für schnelleren Tischumschlag.“ Hinzu kommt, dass Gäste dank der digitalen Darstellung des Menüs, welches auf Spezialitäten aufmerksam macht und an persönliche Bedürfnisse angepasst werden kann, eine bessere Auswahl treffen. Gastronomen können so herausfinden, welche Gerichte Gäste bevorzugen, Treueprogramme aufsetzen und den Umsatz in Echtzeit sehen.

### **Fazit**

Zusammenfassend ist sich Gastrofix-CSO Stefan Brehm sicher, dass der Durchbruch für Self-Ordering-Systeme kommen wird: „Vor allem als zusätzliche Bestellmöglichkeit ist die Technologie derart vorteilhaft, dass sie sich mittel- bis langfristig auch in Deutschland etablieren wird.“



*Gastrofix-CSO Stefan Brehm ist überzeugt, dass Self-Ordering sich mittelfristig auch in Deutschland durchsetzen wird.*

[Download Bild](#)

## **Über Gastrofix**

Mit über 12.000 verkauften Kassen-Lizenzen und mehr als 130 Mitarbeitern in sieben Ländern ist Gastrofix einer der erfolgreichsten Anbieter von cloudbasierten Kassensystemen in Europa. Die Software-Module des Berliner Start-ups decken das gesamte Branchenspektrum der Gastronomie und Hotellerie ab und verfügen über Schnittstellen zu allen wichtigen Hotelsystemen, Warenwirtschaften und Buchhaltungssoftware. Der über das Gastrofix Kassensystem abgerechnete Umsatz beträgt jedes Jahr mehr als 2 Mrd. Euro. [www.gastrofix.com](http://www.gastrofix.com)