

Ergebnisbericht

und Handlungsempfehlung

HS'BI

Hochschule
Bielefeld
University of
Applied Sciences
and Arts



Windmann
Partner der Gastronomie

Service-Bund. food service. jederzeit. an jedem Ort.
Windmann

Warum regional?

Es gibt Studien, die belegen, dass Regionalität zu mehr Gästezufriedenheit führt und eine emotionale Bindung schaffen kann. Regionale Produkte können für die Gastronomie also ein starker Hebel sein.

Gäste verbinden mit Regionalität u. a. Frische, Qualität, Vertrauen, Heimat und Unterstützung der lokalen Wirtschaft. Natürlich bedeutet regional nicht immer nachhaltig, doch oft überwiegen die Nachhaltigkeitsvorteile.

Befragung: Was finden Restaurantgäste wichtig?

- Hauptfaktoren:

Geschmack
Qualität
Atmosphäre
Preis-Leistung

- Regionalität wird als positiv bewertet, aber selten aktiv gesucht – fungiert als Vertrauenssignal (und weniger als Kaufgrund)
- Einflussfaktoren bei der Entscheidung: Auffällige und verständliche Kommunikation, Transparenz über Herkunft, leicht erkennbare Empfehlungen, regionale Gerichte, die standardmäßig auf der Karte platziert und hervorgehoben werden (Defaults)

Nudging als Methode, den Fokus der Gäste auf die regionalen Gerichte zu lenken:

Nudging » Menschen sanft anstupsen, ein bestimmtes Verhalten zu wählen. Keine Verbote, kein Zwang – die Wahlfreiheit bleibt erhalten. Durch kleine Änderungen der Umgebung wird die gewünschte Option attraktiver oder einfacher. «

(Thaler & Sunstein, 2008)

Ansatzpunkte, Menschen zu überzeugen:

Eine Preishürde für regionale Gerichte lässt sich bei den Gästen durch klare Kommunikation relativieren – wer weiß, warum und wofür er bezahlt, ist eher bereit, für diesen Mehrwert zu zahlen. Eine klare Kommunikation hilft auch dabei, Menschen zu überzeugen, die vor allem die lokale Wirtschaft unterstützen möchten. Durch Storytelling, also das Berichten über Herkunftsbetriebe, ihre geographische Nähe und ihre Geschichte, lassen sich Gäste begeistern.

Die wirksamsten Nudges laut Interviews:

- **Symbole, Logos, visuelle Hervorhebung und klare Kennzeichnung**
- **Empfehlungen durch das Personal**
- **Default-Einstellungen wie „empfohlen“ oder „Hausgericht der Region“**

Was konkret empfohlen wird:

Wichtigster Hebel, um Menschen zu regionalen Speisen zu leiten, ist die Speisekarte: Sie bewegt Gäste dazu, sich (unbewusst) für regionale Optionen zu entscheiden.

- Regionale Speisen und Produkte auf der eigenen Karte identifizieren
- Speisen farblich und sprachlich hervorheben
- Ursprünge nennen
- Einrahmung verwenden
- Logos nutzen

Vorsicht bei Serviceempfehlungen, denn:

- Sie können Reaktanz hervorrufen, ohne dass sie einen Effekt auf die Speisewahl haben
- Es sollte individuell für das Restaurant geprüft werden, ob qualifizierte Serviceempfehlungen gegeben werden können

Best Practice Beispiel Speisekarte

4 Werde Regional-Held und unterstütze Produkte aus
3 Ostwestfalen Lippe

2	Traditionelles Wildragout - Rahmpilze - Butterspätzle - Apfelkompott	27,50
2	Jägertopf mit 3 Wildfiles - Preiselbeerbirne - Rahmpilze - Croquetten	32,50
	Rehrücken rosa gebraten - Pfifferlinge in Sahne - Preiselbeerbirne - Broccoliröschen - Croquetten	34,50
	Heimisches Rehgeschnetzeltes - Pfifferlinge in Sahne - Kartoffelrösti - Preiselbeeren	29,50

1 Feine traditionelle Küche:

	Schweinefiletmedaillons - Calvadossoße - Gartengemüse - Croquetten	27,50
	Kalbsgeschnetzeltes „Züricher Art“ - Champignons - Berner Bächli - Salatteller	28,50

Regionale Speisen...

- 1 an den Anfang der Karte setzen
- 2 Optisch hervorheben durch:
 - Einrahmen
 - Farben
 - Schrift (z.B. kursiv, fett, etc.)
- 3 als regional beschreiben und Region benennen, um eine Identifikation herzustellen (hier: OWL)

Einfügen von...

- 4 positiven Ansprachen und Apelle formulieren
- 5 Logos einfügen

Bitte beachten: Die Studie zeigt die Ergebnisse eines Restaurants, die Effekte können in anderen Restaurants aufgrund von Zielgruppen, Region, Konzept oder Speisenangebot variieren.

Wir leben regionale Verbundenheit

Regionalität bedeutet für uns partnerschaftliche Zusammenarbeit mit Menschen, Erzeugungsbetrieben und Initiativen vor Ort. Unsere Absicht ist es, durch unser Handeln einen Beitrag dazu zu leisten, dass OWL eine lebens- und liebenswerte Region ist und bleibt.

Local Eater

Mit *Local Eater* haben wir 2017 eine Marke ins Leben gerufen, mit der wir ausgewählte und nachhaltig produzierte Produkte aus unserer Region auszeichnen. Dabei achten wir besonders darauf, dass



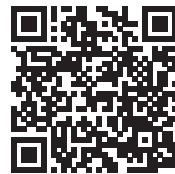
- die eingesetzten Rohstoffe aus der unmittelbaren Umgebung stammen und auch die Verarbeitung hier stattfindet
- mit klar benennbaren regionalen Partnerbetrieben zusammengearbeitet wird
- kurze Transportwege, hohe Qualität sowie Verantwortung für Tiere, Menschen und die Umwelt in unserer Heimatregion obligatorisch sind

Du interessierst dich für *Local Eater*? Auf unserer Webseite erfährst du mehr über die Hintergründe, und in unserem Webshop kannst du die gesamte Produktvielfalt entdecken.

Möchtest du das *Local Eater* Logo nutzen?
Sprich uns gerne an!



Webshop



Webseite



Windmann Food Service GmbH
Oeynhausener Straße 101
32584 Löhne
Telefon: 05732 9688-0
www.windmann.servicebund.de