

# It's Lunchtime

Wie die Speisekarte heute digital und über viele Kanäle zu den Gästen kommt



FIZZ-Award-Preisträger Kågström und Krisch



Das 10-Kanal-System von Lunchtime

Zwölf Uhr mittags immer wieder dieselbe Frage. „Was esse ich heute? Wo esse ich heute? Jeder will mittags lecker essen und will wissen, wo es was zu essen gibt“, erklärt der Gründer von Lunchtime, Joakim Kågström. Es sei unglaublich wichtig, dass die Angebote den Gast auch erreichen, egal wo dieser sich gerade aufhält.

Gemeinsam mit seinem Geschäftspartner Jürgen Krisch hat er das Lunchtime-Portal entwickelt, das es Gastronomen ermöglicht, mit nur einem einzigen System bis zu zehn Kommunikationskanäle zu nutzen.

„Früher stand die Speisekarte nur auf der Schiefertafel“, so Kågström, „in den 80ern kam das Fax, in den 90ern die E-Mail und heute sind es die eigene Website, Facebook sowie der mobile Kanal, die vom Gastronomen beachtet werden müssen. Das bedeutet aber auch, dass der Wirt jede Menge Arbeit investieren muss, wenn er seine Gäste informieren will. „Viele haben gar nicht die Zeit dazu“, weiß Kågström und weil das so ist, wächst Lunchtime seit August 2011 kontinuierlich.

Für interessierte Wirte stellt Lunchtime drei Pakete zur Verfügung: Los geht es mit dem Starterpaket für 27,90 Euro im Monat. Der Wirt kann seine Standarddaten wie Name, Adresse, Beschreibung, Öffnungszeiten sowie Bilder und Videos einpflegen. „Allein damit ist das Lokal umfassend präsentiert“, so Kågström „aber das Entscheidende ist: der Gastronom kann seine Tages- oder Wo-

chenkarte eingeben, und sobald er seine Karte erstellt hat, ist sie auch automatisch verteilt“. Konkret bedeutet das: Der Wirt kann seine Mittagskarte sofort in seinem Layout ausdrucken, er kann sie per E-Mail versenden und die Karte steht automatisch auf seiner eigenen Webseite, auf der Lunchtime-Webseite, im Intranet von Unternehmen, auf der iPhone-App, der mobilen Webseite von Lunchtime, auf Facebook und auf den Webseiten der Medienpartner zur Verfügung - nur einmal pflegen und automatisch in bis zu 10 Kanäle verteilen. Dazu Joakim Kågström: „Schneller und einfacher geht es nicht. Der Wirt spart Zeit und Geld und bekommt mit Lunchtime viele neue Kundenkontakte“.

Aber auch die Gäste lieben Lunchtime. In kürzester Zeit hat Lunchtime beachtliche Erfolge zu verzeichnen. Regelmäßig suchen mehr als 20.000 hungrige Arbeitnehmer ihr Essen über Lunchtime, im Web oder per kostenloser App. Und das, obwohl die meisten Gastro-Kunden aus der Region Stuttgart, Bremen, Hamburg und Frankfurt stammen. „Für 2012 ist es unser Ziel, Lunchtime in den großen Metropolen zu etablieren“, meint Kågström, „2012 starten wir richtig durch!“

Speziell für Kunden von NGV-angeschlossenen Getränkefachgroßhändlern bietet *lunchtime* ein 14-Monats-Paket zum Preis von 12 Monaten an (Ersparnis im Starterpaket 55,80 €). Einfach auf [www.lunchtime.de](http://www.lunchtime.de) oder telefonisch unter 07141-6888 629 mit dem Kennwort „**NGV2012**“ anmelden und sofort profitieren.