



Andere Preise je nach Uhrzeit

Kommen dynamische Preise für Luzerner Restaurants?

Am Mittag mehr bezahlen als zu Randzeiten? Was in der Reise- und Hotelbranche üblich ist, könnte auch auf die Gastronomie überschwappen. Ein Unternehmen hat von der Praxis aber bereits wieder abgesehen.

08.07.2024, Christian Bucher

Wir kennen es vom Skigebiet, dem Hotel und beim Buchen eines Fluges. Je nach Tag sind die Angebote teurer. Flüge sind in der Regel wochentags günstiger als am Wochenende und an den Tagen selbst zu Randzeiten günstiger als zu Stosszeiten. Ähnlich verhält es sich bei Hotelzimmern oder auf der Skipiste (zentralplus berichtete). Dynamische Preisgestaltung lautet der Zauberbegriff, der dafür sorgen soll, dass auch Randzeiten besser ausgelastet sind und sich dadurch Gäste und Besucher besser auf den ganzen Tag verteilen.

In einer Branche sind die dynamischen Preise noch nicht angekommen, zumindest nicht gänzlich: in der Gastronomie. Zwar gibt es international einige Restaurants, darunter etwa das Edellokal Bob Bob Ricard in London, das je nach Auslastung die Preise senkt, aber hierzulande hat das Konzept Seltenheitswert.

Im vergangenen Herbst stand das Berner Restaurant Moment diesbezüglich in den Schlagzeilen. Als vermutlich erstes Restaurant der Schweiz hat es dynamische Preise eingeführt. Die Menüs waren je nach Saison unter der Woche günstiger als am Wochenende. Man habe die Preise der jeweiligen Auslastung angepasst, erklärten die Betreiber damals gegenüber dem «Tages-Anzeiger».

Gastrounternehmen kehrte Dynamic Pricing wieder den Rücken

Ein in der Zentralschweiz tätiges Unternehmen, das dynamische Preise ausprobierte, ist die **Familie Wiesner Gastronomie (FWG)**. Der Betrieb mit Sitz in Dübendorf leitet 32 Betriebe in der Deutschschweiz, darunter auch mehrere in Luzern und Zug. Zum Portfolio der **FWG** gehören unter anderem «**Miss Miu**», «**Negishi**» und «**Nooch**».

Die **FWG** hat im vergangenen Jahr dynamische Preise im Rahmen eines Pilotprojekts eingeführt. Jeweils vor dem Mittag und am Nachmittag bot sie Gerichte beim Online-Take-away und für Heimlieferungen zu günstigeren Preisen an. Einen grossen Einfluss habe das aber nicht gehabt, weswegen die **FWG** von dem Konzept wieder absah.

Wie **Daniel Wiesner** von der **FWG** auf Anfrage schreibt, hätten die dynamischen Preise keinen merklichen Effekt auf den Umsatz gezeigt und sich die Anzahl verkaufter Gerichte zu den Nebenzeiten nicht erhöht. Seitens der Gäste habe es kaum Feedback gegeben – weder negativ noch positiv. «Diejenigen, welche zu Randzeiten bestellt haben, haben sich über einen zusätzlichen Rabatt wohl gefreut, sich dazu aber nicht gross geäussert», schreibt **Wiesner**.

Betriebe warten ab und bleiben aufmerksam

Man habe dynamische Preise immer im Hinterkopf, schreibt **Wiesner**. Er verfolge, was andere Gastronomen und Branchen auf der Welt machen. «Bei uns besteht aktuell aber nicht das Bedürfnis, etwas zu ändern und dynamische Preise wieder einzuführen.»

Er glaubt, dass seitens der Gäste noch zu wenig Verständnis für die Praxis vorhanden sei. Aber auch sie als Gastronomen hätten noch keinen Weg gefunden, einen wertvollen Mehrnutzen zu generieren, der sowohl den Gästen als auch den Restaurants etwas bringe.

Ebenso in anderen Gastrobetrieben ist Dynamic Pricing immer wieder ein Gesprächsthema. Das zeigen Anfragen bei weiteren Luzerner Gastronominnen. Obwohl es in den Betrieben noch nicht umgesetzt worden sei, sei es doch eine Idee, die im Auge behalten werde, heisst es mehrmals.

HSLU-Student nahm sich dem Thema an



Mit dem Thema auseinandergesetzt hat sich auch Nicolas Fahrni von der Hochschule Luzern (HSLU). Im Rahmen seiner Bachelorarbeit – für die er an der Alumni-Preisverleihung der HSLU geehrt wurde – hat er untersucht, wie sich Dynamic Pricing auf Betriebe und Gäste auswirken könnte. Dafür hat er mit dem Verband Gastro Suisse zusammengearbeitet und ein Experiment mit rund 900 Teilnehmern ins Leben gerufen.

Eine der Erkenntnisse von Fahrnis Studie: Dynamic Pricing habe einen negativen Einfluss auf die Wahrnehmung der Gäste. Dies, weil Gäste die Preisgestaltung als unfair empfinden könnten und dadurch eher weniger in das besagte Restaurant zurückkehren würden.

Als vermeintlich gegensätzlich scheint die nächste Erkenntnis. Denn je vertrauter der Umgang mit dynamischen Preisen wurde, desto positiver wurden sie beurteilt. «Wenn man bedenkt, dass die Wahrnehmung auch stark durch soziale Normen beeinflusst wird, ergibt es Sinn, dass sich die kognitive Wahrnehmung schrittweise verschiebt, wenn wir eigene Erfahrungen dazu machen», schreibt Nicolas Fahrni dazu. Anders gesagt: Mit der Macht der Gewohnheit kommt auch die Akzeptanz.

Letztlich dürfte es wohl auch einen Einfluss haben, wie sich die Preise gestalten. Daniel Wiesner von der FWG betont, dass es gemäss verschiedenen Studien sinnvoller ist, zu bestimmten Zeiten die Preise nach unten anzupassen, statt sie zu Stosszeiten zu erhöhen.

Gemäss Nicolas Fahrni steckt das Konzept der dynamischen Preise noch in den Kinderschuhen. «Es ist jedoch sicher, dass Gastro Suisse an der Idee festhält und schon weitere Schritte zum Thema geplant hat», schreibt er in einem Blogbeitrag.

Bechern an der «Wallstreet» in Kriens

Selbst wenn die dynamischen Preise in der hiesigen Gastronomie künftig Fuss fassen sollten, ein gänzlich Novum wären sie nicht. An der Industriestrasse in Kriens setzte einst der Club Mad Wallstreet schon auf dynamische Getränkepreise. Das Konzept des Clubs, der auch in Bern, Basel und Ascona Standorte betrieb, sah vor, die Preise von Getränken anzuheben, die besonders oft bestellt wurden – bis es zum «Börsencrash» kam und die Preise in die Tiefe sackten.

So erfolgreich der Club einst war, die Party war 2013 zu Ende. Das «Mad Wallstreet» machte Konkurs und schloss nach rund 14 Betriebsjahren seine Türen.



Web Ansicht



Auftrag: 3017989
Themen-Nr.: 571.095

Referenz: 92540289
Ausschnitt Seite: 3/3

News Websites



Daniel Wiesner von **Familie Wiesner Gastronomie**, zu der auch das «Negishi» gehört, zieht ein Fazit zu den dynamischen Preisen. (Bild: **Familie Wiesner Gastronomie**)

GASTRO-NEWSLETTER

Für Feinschmecker: zentralplus hat den Gastro-Newsletter kreiert! Dieser wird dir jeden Mittwoch alle News aus der Welt der Kulinarik kostenlos in dein Postfach liefern.

