

Bitburger spendiert Kneipen freies W-Lan

Braugruppe setzt auf neue Strategie - Projekt soll dem Unternehmen auch Daten über Verbraucher liefern



(Bitburg) Rund 70 000 Gaststätten, Restaurants und Kneipen beliefert die Bitburger Braugruppe in Deutschland. Vor allem Bitburger (50 000 Kneipen) pflegt als Fassbiermarke Nummer eins traditionell die gute Zusammenarbeit mit der Gastronomie. Nun will die Braugruppe den Partnern einen freien W-Lan-Zugang spendieren, allerdings nicht ohne Hintergedanken.

29.01.2016

Heribert Waschbüsch

Bitburg. Schon in diesem Frühjahr will die Braugruppe in Trier und Frankfurt ein Pilotprojekt für die Gastronomie starten, bestätigte der Pressesprecher der Braugruppe, Thomas Graf, dem TV auf Anfrage. Die W-Lan-Offensive der Bitburger sei Teil der gesamten Digitalisierungsstrategie. "Unser Ziel ist es, dem Gastronomen hierfür die richtigen Werkzeuge an die Hand zu geben", erklärt Rainer Noll, Vertriebsdirektor der Bitburger Braugruppe.

"Außerdem erhalten sowohl der Gastronom als auch wir wichtige Informationen über die Interessen und Wünsche der Gäste und Biertrinker. So können wir gemeinsam mit den Gastronomen den Gästen entsprechende attraktive Angebote machen", sagt Rainer Noll.

Dabei hat die Braugruppe sich Frankfurt, "als große Metropole", und Trier, "vor der Haustür", als Startpunkte für das Pilotprojekt herausgepickt. "Über die Gaststätten können wir noch nichts sagen, die Verhandlungen laufen noch", erklärt Thomas Graf.

Infrage kommen dürften das Bitburger Wirtshaus am Kornmarkt und Theo an der Porta, zwei Objekte der Braugruppe, die an Gastronomen verpachtet sind.

Und so soll das Bit-W-Lan funktionieren: Über den Internetzugang können Gäste mindestens eine Stunde kostenlos online gehen. Wenn sie sich registrieren, gibt es zusätzlich Angebote und Gewinnspiele.

Auch wer länger online sein möchte, kann sich das freie W-Lan mit der Registrierung "erkaufen", indem er Vorname, Name, Alter und E-Mailadresse angibt.

Verbraucherverhalten

Rainer Noll: "Ziel der Aktion ist es, die Gastronomie-Besucher, ihre Interessen und Wünsche sowie ihr Trinkverhalten besser kennenzulernen, beziehungsweise sie auch gezielt in die Entwicklung von Aktionen stärker einzubinden." Seiner Meinung nach wollten die Menschen heute individuell angesprochen und bedient werden, sie wollten Dialog und Austausch und ihre Produkte und Angebote mitgestalten. "Darum wollen wir in der Branche die Weichen dafür stellen und Vorreiter sein."

Ob und inwieweit die Gastronomen an den Kosten beteiligt werden, soll das Pilotprojekt zunächst noch zeigen. Nach

erfolgreichem Abschluss des Pilotprojektes will die Bitburger Braugruppe dieses Angebot deutschlandweit den Gastronomiebetrieben anbieten. Gleichzeitig ist man in Bitburg auch sicher, dass nicht alle 70 000 Partner auf den W-Lan-Zug aufspringen. "Es wird sicher Gaststätten und Kneipen geben, die das nicht wollen oder es gibt bauliche oder technische Probleme, die es schwierig machen", heißt es aus Bitburg. Zunächst richtet die Braugruppe alle Aufmerksamkeit auf Trier und

Frankfurt.

Partner des Projektes ist T-Systems.