

Wenn sich das Bierglas in der Cloud meldet

Was trinken meine Kunden am liebsten? Wie groß sind meine Lagerbestände? Was muss nachbestellt werden? Gastronomen und Getränkehersteller können diese Fragen künftig leichter beantworten. Glashersteller Rastal entwickelt ein bahnbrechendes Konzept: das SmartGlass und die SmartBar für die Cloud.

TEXT: LENA TAUSEND _ FOTOS: ERIC REMANN



**RASTAL GMBH
& CO. KG**

Gründung
1919

Firmengründer
Eugen Sahn

Standort
Höhr-Grenzhausen

Inhaber
Raymond Sahn-Rastal,
Maximilian Sahn

**Geschäftsführender
Gesellschafter**
Raymond Sahn-Rastal

CEO
Thomas Nieraad

Belegschaft
450 Mitarbeiter

Produktionsvolumen
120 Millionen Gläser pro Jahr

Internationalität
36 Vertretungen in aller Welt

Ein kurzer Blick aus dem Autofenster – und man sieht Wiesen, Äcker und Bäume, so weit das Auge reicht. Zwischen Koblenz und Dernbacher Dreieck fährt man auf der A48 bis zur Ausfahrt Höhr-Grenzhausen. Dann geht es ab, direkt in den kleinen Ort hinein, wo sich die Zentrale des Glasherstellers Rastal befindet – ein großzügiges Fabrikgelände, aufgeräumt und modern.

„Willkommen im Kannenbäckerland“ steht auf den Schildern. So nannte man früher die Töpfer und Keramikhandwerker, die im Mittelalter Steinzeug und Wasserkrüge herstellten. Heute noch gilt der Ort als bedeutendes Zentrum für Keramik in Europa. Gegenüber vom Glasproduzenten Rastal lässt sich das Keramikmuseum Westerwald entdecken. Glas und Keramik, Tradition und Moderne – eine Mischung, die auch Rastal prägt.

„Wir haben für uns einen Spruch geschaffen: Innovation aus Tradition“, sagt Raymond Sahn-Rastal, Inhaber und geschäftsführender Gesellschafter von Rastal. Unter seiner Leitung und der von CEO Thomas Nieraad gestalten und produzieren rund 450 Mitarbeiter jährlich 120 Millionen Gläser für Kunden in aller Welt.

In Höhr-Grenzhausen geschieht das bereits seit fast 100 Jahren. Im Jahr 1964 erfand Rastal das Marken-Exklusivglas für Bitburger, später für viele weitere Marken wie Warsteiner oder Ramazzotti. Jedes Gefäß besticht mit einem individuellen Design, das einer einzigen Marke vor-

behalten ist – von schlanken Tulpen für Pils über bauchige Maßkrüge bis hin zu eleganten Spezialgläsern für Craft-Beer-Brauereien. Keine Frage, die Firma aus dem beschaulichen Westerwald hat die weite Welt des Glasdesigns geprägt.

INNOVATION AUS TRADITION

Doch die Zeiten haben sich geändert: Heute herrscht in der Gastronomie und in der Getränkeindustrie ein gewaltiger Wettbewerbsdruck. Die Konsumenten lassen sich schwer erreichen, die Markentreue nimmt ab. Gäste und Kunden erwarten mehr Abwechslung und einen individuellen Auftritt. Die Branche fragt sich: Wie lassen sich Konsumdaten vor Ort in Echtzeit erheben, also wer trinkt was, wann und wie viel? Wie können Restaurantbesitzer und Gastwirte ihre Prozesse optimieren? Und wie lässt sich die Servicequalität steigern und die Kundenbindung stärken? Diese und ähnliche Fragen rund um den Schankbetrieb beschäftigen Restaurantbesitzer, Kneipenwirte und Getränkehersteller seit einigen Jahren.

Eine innovative Antwort kommt von Rastal: die Digitalisierung des Glases. „Eine geile Idee“, wie Raymond Sahn-Rastal seine Zukunftslösung lächelnd nennt. Herausgekommen sind das SmartGlass und die SmartBar.

Die Idee ist bestechend einfach, aber genial: Spezielle Gläser werden markenverstärkend mit einem kleinen Chip ausgestattet, der per >

„Wer ein Glas digitalisieren kann, kann auch alles andere digitalisieren.“

Inhaber Raymond Sahn-Rastal



GLASDESIGN VOM FEINSTEN

1964 HAT RASTAL die Idee des Marken-Exklusivglases entwickelt – das Konzept eines individuellen Glasdesigns, das ausschließlich einer Marke vorbehalten ist. Bis heute hat kein anderes Unternehmen mehr Entwürfe umgesetzt: über 100 Konzepte allein in den letzten zehn Jahren. Viele der Konzepte sind Klassiker geworden und bis heute Bestandteil der internationalen Markenlandschaft geblieben. So wurde Rastal selbst als „Marke des Jahrhunderts“ ausgezeichnet.

Inhaber und geschäftsführender Gesellschafter Raymond Sahn-Rastal will gemeinsam mit der Deutschen Telekom und seinen Kunden der Getränkeindustrie die Zukunft durch Digitalisierung gestalten.

NFC-Funktechnik (Near Field Communication) mit einem Lesegerät an der SmartBar kommuniziert. Die smarte Theke ist wiederum über Mobilfunk mit der „Cloud der Dinge“ der Telekom verbunden. Alle Daten werden hier gespeichert und für den Gastronomen übersichtlich aufbereitet. Denkbar wäre, dass er diese Daten künftig mit anderen Informationen verbindet und analysiert, bei welchem Wetter bestimmte Getränke häufig geordert werden. Oder an welchen Wochentagen mehr Wein und an welchen eher Sprudel verkauft wird.

WIN-WIN-WIN-SITUATION

Das Glas-Bar-Cloud-Trio könnte viele Prozesse vereinfachen und verbessern, die bisher nicht transparent und optimal waren. Mit der zeitnahen Datenauswertung kann der Wirt allerlei Dinge machen: So lässt sich eine vorausschauende Analyse erstellen, womit er seine Bierbestellung für die Sommerterrasse und gleichzeitig den Personalbedarf besser steuern kann. Kurzum: Mit der smarten Lösung könnten Gastronom und Getränkelieferant gleichermaßen profitieren.

Denn auch die Getränkeindustrie hätte Vorteile. Erstmals lassen sich Zahlen zu Kundengewohnheiten und Konsum erheben. „Verbrauchsdaten am Point of Consumption zu erheben war bisher für Getränkehersteller kaum möglich“, sagt Raymond Sahn-Rastal. „Aber damit könnten sie sich in einem stark umkämpften Markt durch neue Kunden-Insights besser positionieren.“

Rastal arbeitet daran, das Produkt Glas besser zu machen, und will für seine Kunden wertschöpfende Lösungen entwickeln. „Es könnte bald üblich werden, dass Gastronomen auf die Tische Hinweisschilder mit einem QR-Code stellen, den Gäste mit ihrem Smartphone scannen“, erklärt Chefdesigner Carsten Kehrein. „Damit gelangen sie auf eine Microsite, auf der sie ihre Getränke online wählen.“ Die Bestellung ist mit wenigen Klicks erledigt und wird fast zeitgleich auf einem

Tablet an der Theke angezeigt. Das Zapfen der Getränke kann sofort beginnen. „So schnell“, sagt Kehrein, „könnte kein Kellner laufen.“ Und kein Gastronom hätte so schnell einen Überblick über Konsum und Bestand seiner Getränke.

Von einer vollständig digitalisierten Supply Chain mit automatisiertem Pfandsystem für die Gastronomie über eigene Apps mit Mobile-Payment-Option: Das smarte Glas wird mit Sicherheit nicht nur die Getränkeindustrie, sondern auch Rastal verändern. Längst entwickelt sich der Glashersteller weg vom reinen Produktanbieter hin zum Lösungsanbieter – ein Weg, den das Unternehmen aber nicht alleine geht. „Unsere Kernkompetenz ist es, Gläser zu entwickeln und zu veredeln. Für das digitale Know-how benötigen wir einen Partner wie die Telekom. Wir entwickeln gemeinsam ein Service- und Leistungskonzept, das wir für die speziellen Bedürfnisse unserer Kunden umsetzen können“, sagt Inhaber Sahn-Rastal. Selbstvertrauen ist jedenfalls genug da: „Wer ein Glas digitalisieren kann“, sagt er, „kann auch alles andere digitalisieren.“ ■



Tradition seit 1919: Seit Jahrzehnten produziert das Unternehmen exklusive Markengläser.

Wissen, wer was wann trinkt (links): Eine smarte Bar kann in Kombination mit dem SmartGlass von Rastal den Getränkeverbrauch in Echtzeit erfassen.

Gut geschützt (rechts): Die Infos werden in der „Cloud der Dinge“ der Telekom gespeichert und übersichtlich aufbereitet.



MASCHINENÜBERWACHUNG IN DER CLOUD Smarte Vernetzung durch die „Cloud der Dinge“ der Telekom

Einfach digitalisieren:

Nach diesem Motto bietet die „Cloud der Dinge“ Geschäftskunden viele Vorteile. Wurden bisher in Unternehmen vor allem administrative Prozesse digitalisiert, beispielsweise Lieferaufträge oder Rechnungsmanagement, erfasst die Digitalisierung nun auch industrielle Anlagen, Maschi-

nen, Arbeitsgeräte und Fahrzeuge. Die „Cloud der Dinge“ bietet die Möglichkeit, Maschinen und Geräte von überall zu überwachen, indem Sensordaten und Statusmeldungen angeschlossener Geräte am PC, Notebook oder Tablet angezeigt werden. Dabei werden die Informationen eigens visualisiert und aufbereitet.

„Cloud der Dinge“ auf einen Blick

- zuverlässige und verschlüsselte Gerätekommunikation
- sicheres Hosting auf Servern in Deutschland
- keine eigene IT-Infrastruktur erforderlich
- verschiedene Visualisierungsmöglichkeiten von Messwerten
- individuelle Weiterverarbeitung der Messwerte
- Schwellenwertüberwachung und automatische Alarmbenachrichtigungen

Mehr Infos im Web:

➔ http://bit.ly/DIM_Cloud-der-Dinge

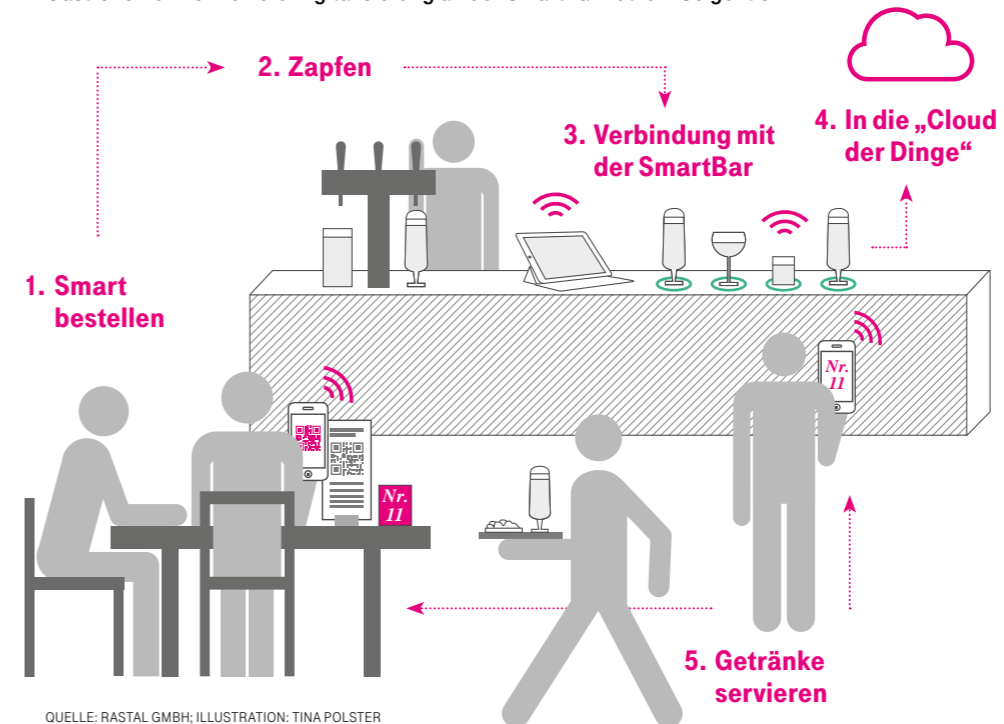
Was die „Cloud der Dinge“ macht und wie Unternehmen von ihr profitieren können, erfahren Sie hier.

➔ http://bit.ly/DIM_Rastal

Video: Vom Glashersteller zum Systemanbieter – so kommt der digitale Mehrwert ins Glas.

Rastal SmartGlass: Gläser mit Chip

Gastronomen können die Digitalisierung an der SmartBar nutzen. So geht's:



QUELLE: RASTAL GMBH; ILLUSTRATION: TINA POLSTER

DER ABLAUF:

- 1. Smart bestellen:** Gäste scannen einen QR-Code am Tisch per Smartphone und werden auf eine Microsite geleitet, auf der sie ihre Getränke bestellen.
- 2. Zapfen:** Die Bestellungen werden auf einem Tablet an der Theke angezeigt und gleich bearbeitet. Der Mitarbeiter zapft das Getränk ins SmartGlass mit Funkchip.
- 3. Verbindung mit der SmartBar:** Das Glas wird auf der Theke platziert und mit der Bestellung verknüpft: Form, Füllmenge und Sorte werden per Funk erfasst.
- 4. Ab in die „Cloud der Dinge“:** Gleichzeitig überträgt die SmartBar die Infos in die „Cloud der Dinge“ der Telekom. Hier wird alles aufbereitet.
- 5. Servieren:** Das Personal bringt die Getränke an den entsprechenden Tisch.