

## **METRO ondersteunt horecaondernemers met creatie eigen website**

### **Groothandelaar geeft foodprofessionals duwtje in de rug met gratis website en reservatietool**

**Wommelgem, 17 juli 2018 – Eén op de twee horecazaken heeft geen eigen website. Dat blijkt uit een rondvraag van METRO Cash & Carry bij haar klanten. Opmerkelijk, vond de groothandelaar, want een avondje tafelen begint steeds vaker met een rondje surfen op het internet. Aangezien veel zelfstandige horecaondernemers het vaak niet gemakkelijk hebben om te groeien, biedt METRO alle horecaondernemers een gratis website aan om hun online zichtbaarheid te vergroten. Sinds begin dit jaar maakte de horeca- en foodprofessional al meer dan 1500 websites aan.**

Dat de horecasector het moeilijk heeft om het hoofd boven water te houden, is op zich niets nieuws. Uit cijfers van Graydon Belgium blijkt dat in de eerste helft van 2018 reeds 937 horecazaken het faillissement aanvroegen in België. Online zichtbaarheid kan de drempel om de plaatselijke horeca te bezoeken kleiner maken en hen dus een duwtje in de rug geven. Wie een avondje op restaurant wil, begint immers niet zelden met een korte zoektocht op het internet. Zelfstandige horecaondernemers schrikken echter vaak terug voor de kost die samenhangt met de lancering en het onderhoud van een eigen website. Daar biedt METRO nu een oplossing voor.

Zonder enige aankoopverplichting bij METRO, voorziet de groothandelaar horecaprofessionals kosteloos van een professionele website die de ondernemers zelf makkelijk kunnen onderhouden en updaten. Bovendien blijft METRO achteraf beschikbaar voor de nodige assistentie. *“Een goede online zichtbaarheid is ontzettend belangrijk. Meer dan puur een leverancier, wil METRO een partner zijn voor haar horecaklanten en hen ondersteunen bij het uitbouwen van hun zaak. Daarom willen wij hen de nodige support bieden bij het ontwikkelen van een digitale strategie”*, aldus Vincent Nolf, CEO.

Deze service is nog maar het begin van een echte digitale dienstverlening. METRO lanceerde immers ook een online reservatiesysteem. Dit is eveneens een gratis service om de horecaprofessionals te helpen met hun digitaal verhaal. Hiervan werden er al meer dan 70 aangemaakt sinds april. Céleste Verhoeven baat twee zaken uit in Antwerpen, Story Urban Deli Shop en Kofika. Zij is erg tevreden over de nieuwe service. *“Niet alleen vinden klanten mij voortaan online terug, ook kunnen ze eenvoudig hun tafel reserveren via de reservatietool. Alles verloopt automatisch, waardoor ik heel wat minder administratie te doen heb. Bovendien kost het mij niets: dit is dus pure winst.”*

Beide services kaderen in een internationaal project van METRO AG, het moederbedrijf waartoe METRO België behoort. Internationaal is het de ambitie om dit jaar een goeie 105 000 websites en 15 000 online reservatiesystemen aan te maken voor professionele klanten. METRO lanceerde onlangs haar nieuwe internationale brand campaign, waarin de claim “Your success is our business” centraal staat. Hiermee onderlijnt de horecagroothandel haar engagement om horecaondernemers te ondersteunen in het uitbouwen van hun zaak. Het aanbieden van een digitale dienstverlening sluit daar perfect bij aan.



**YOUR SUCCESS IS OUR BUSINESS**

#### **Perscontact METRO**

Marthe Mennes

03 328 90 08

[communications@metro.be](mailto:communications@metro.be)

#### **Over METRO**

Het succesverhaal van METRO Cash & Carry begon in 1964 met de opening van de eerste zelfbedieningsgroothandel in Duitsland. Sinds 2003 zijn er ook METRO-winkels in België en de toegang hiervan is exclusief voorbehouden voor horeca-professionals. METRO telt momenteel tien winkels: in Hasselt, Wevelgem, Brussel, Luik, Evergem, Sint-Katelijne-Waver, Vorst, Namen en twee winkels in Antwerpen. METRO Cash & Carry telt daarnaast ook 6 MAKRO-vestigingen in ons land. In België werken ongeveer 3000 mensen bij MAKRO of METRO. Wereldwijd stelt METRO Cash & Carry meer dan 100.000 collega's tewerk. Voor meer informatie, surf naar [www.metro.be](http://www.metro.be).