

Pressinformation 2012-03-14

**Krogveckan driver trafik till restauranger i lågsäsong**

[***Bookatables***](http://www.bookatable.com/sv-SE) ***event*** [***Krogveckan***](http://www.bookatable.com/se/offers/krogveckan/login?lcid=109&utm_source=krogveckan.se&utm_medium=referral&utm_campaign=krogveckan.se) ***är över för denna gång och hela 81% av matgästerna valde då att besöka en ny restaurang som de inte tidigare provat. Utöver detta slog denna version av Krogveckan rekord – både i antal matgäster som krögare. 26 000 matgäster åt på de 180 deltagande restauranger.***

[Krogveckan](http://www.bookatable.com/se/offers/krogveckan/login?lcid=109&utm_source=krogveckan.se&utm_medium=referral&utm_campaign=krogveckan.se) har blivit en etablerad folkfest, uppskattad av såväl krögare som gäster. Under kampanjen äter matgäster ”2 rätter för 200 kr” från den meny som restaurangen sätter ihop. Denna gång ansåg 94% av gästerna att Krogveckan erbjudandet var bra eller mycket bra och 71 % av krögarna säger att de gärna vill vara med nästa gång.

* *Vi är mycket glada för* [*Krogveckan*](http://www.bookatable.com/se/offers/krogveckan/login?lcid=109&utm_source=krogveckan.se&utm_medium=referral&utm_campaign=krogveckan.se) *då vi når ut till en stor publik. Att vi erbjuder hela vår meny under kampanjen är mycket uppskattat och ger oss samtidigt chansen att visa upp vad vi är för typ av restaurang. Vi ser* [*Krogveckan*](http://www.bookatable.com/se/offers/krogveckan/login?lcid=109&utm_source=krogveckan.se&utm_medium=referral&utm_campaign=krogveckan.se) *som en mycket viktig del i att visa upp oss för nya gäster, och mer uppskattad, lyckad och billigare än traditionell annonsering*, *säger Magnus Johansson, restaurangchef på* [*Hotel Skeppsholmen*](http://www.bookatable.com/se/112139/hotel-skeppsholmen/sv-SE)*.*

I [Bookatables](http://www.bookatable.com/sv-SE) konsumentundersökning säger 53 % av matgästerna att menyn var mest avgörande för valet av restaurang, vilket många krögare också fokuserade på denna gång, både vad gäller fler rätter att välja på, kompletterande dryckespaket m.m. 73% av gästerna tyckte att restaurangernas menyer var bra eller mycket bra.

* *Det känns jätteroligt att fler krögare än tidigare väljer att delta i kampanjen. Vi ser också tecken på att man arbetar mer medvetet med sina menyer än tidigare, man förstår värdet av en kampanj som Krogveckan i relation till klassisk annonsering, säger Linda Rehn, Head of Marketing* [*Bookatable*](http://www.bookatable.com/sv-SE)*.*

Bakom Krogveckan står [Bookatable.com](http://www.bookatable.com/sv-SE), en konsumentsajt för bordsbokning online.

För mer information, kontakta:  
Linda Rehn, Head of Marketing Nordics, Bookatable  
linda.rehn@bookatable.com  
tel. 0709-290296