

Gastronomie im Internet



Die **10**
wichtigsten
Punkte rund
um Ihren
Onlineauftritt

Sehr geehrte Gastronomen, liebe Kolleginnen und Kollegen,

Internet-Marketing wird immer wichtiger - auch für die Gastronomie. Mit diesem Ratgeber möchten wir Ihnen Orientierung und Arbeitshilfen geben und Sie auf Ihrem Weg zu einem erfolgreichen Online Marketing unterstützen! Unser Ratgeber wird in den nächsten Monaten um Erfahrungsberichte und Umsetzungsbeispiele ergänzt und steht für Sie in der stets aktuellsten Fassung im Internet unter www.dehogabw.de in der Rubrik „Für Gastronomen“ zum Download bereit.

Die DEHOGA Akademie Bad Überkingen wird im kommenden Jahr zum Thema Internetvermarktung ein Kurs-Package anbieten. In verschiedenen, aufeinander aufbauenden Seminaren werden von Kollegen und Internet-Spezialisten die fachlichen Grundlagen vermittelt.

Sie erfahren dort beispielsweise, wie Sie Ihre betriebseigene Homepage optimieren können oder mithilfe des von der Fachgruppe entwickelten Homepage-Baukasten-Systems Ihre eigene Homepage erstellen und pflegen können.

Die DEHOGA Fachgruppe Gastronomie wünscht Ihnen viel Erfolg!



Waldemar Fretz
Vorsitzender



Max Haller
Beisitzer



Petra Thollembeek
stv. Hauptgeschäftsführerin

Inhaltsverzeichnis

- 1 Websitegestaltung
- 2 Tischreservierung
- 3 Online Video
- 4 SEO – Suchmaschinenoptimierung
- 5 SEM – Werbung in Suchmaschinen
- 6 Restaurant-Bewertungsportale
- 7 Blogs
- 8 E-Mail- und Newsletter Marketing
- 9 Soziale Netzwerke: Facebook & Co
- 10 Werbung auf mobilen Endgeräten

HILFREICHE LINKS

<http://www.ec-m.de/aktuelles/neulich-beim-website-check>

<http://validator.w3.org>

<http://www.net-and-law.de/de/netlaw/webimpressum/index.php>

<http://www.touronline.ag/baukasten>



Was kann ich tun ?

- Kombinieren Sie Grafiken und Bilder überlegt und schaffen Sie einen sinnvollen Zusammenhang mit textlichen Inhalten
- Fassen Sie sich kurz, Texte einfach und prägnant auf den Punkt bringen
- Sorgen Sie für eine leichte Übersichtlichkeit Ihrer Website durch klare Strukturen und einfache Navigation
- Achten Sie auf eine saubere Programmierung im Hintergrund
- Erfüllen Sie die rechtlich erforderlichen Punkte sorgsam

Websitegestaltung

Ihre Website ist Ihre Visitenkarte im Internet. Sie prägt das Erscheinungsbild Ihres Unternehmens sowie der Marke und wirkt imagebildend. Neben einer klaren Navigationsstruktur sind besonders Aufbau, Inhalt sowie der erste optische Eindruck entscheidend. Der User entscheidet schon nach wenigen Sekunden, ob er die aufgerufene Seite wieder verlässt oder sich weiter informiert.

Der visuellen Gestaltung Ihrer Website kommt daher eine besondere Bedeutung zu. Die Gestaltung von Bild- und Textelementen muss neben

einer optisch ansprechenden Anmutung auch die intuitive Bedienung der Website sowie ein schnelles Auffinden der wichtigsten Informationen gewährleisten.

Ein ansprechendes Layout sowie sinnvolle Inhalte allein machen jedoch noch keine professionelle Website aus. Besonders auf den technischen Hintergrund Ihrer Website, also Programmierung, Ladegeschwindigkeit und Browserkompatibilität sowie auf rechtlich erforderliche Inhalte, wie Impressum oder AGB sollten Sie zwingend achten.

Was kann ich tun ?

- Binden Sie ein Tischreservierungssystem in Ihre Homepage ein
- Sammeln Sie die gewonnenen Gästeinformationen
- Bewerben Sie aktuelle Angebote, z. B. saisonale Speiseangebote, direkt im Reservierungskalender



HILFREICHE LINKS

<http://www.livebookings.de>

<http://www.open-table.de>

<http://www.touronline.ag/tischreservierung>

2 Tischreservierung

Viele Ihrer Gäste buchen heute Hotels, Flüge, Mietwagen und Bahntickets online, selbst die Kinokarte kann schon längst online reserviert werden, und die meisten Pizza-Bringdienste bieten auch eine Online-Bestellmöglichkeit an. Diese Gäste erwarten immer öfter, auch die Tischreservierung in Ihrem Restaurant online vornehmen zu können – und mit einem Online-Tischreservierungssystem können Sie genau dies anbieten.

Sie pflegen in das System eine frei wählbare Zahl von verfügbaren Ti-

schen/Sitzplätzen je Tag ein, das System wird in Ihre Homepage integriert und schon sind Sie rund um die Uhr, auch während des stressigen Service, an Ihrem Ruhetag und in den Betriebsferien erreichbar.

Ihre Gäste sehen dabei sofort auf Ihrer Homepage, ob und wann noch freie Plätze verfügbar sind. Ihre Mitarbeiter können sich voll und ganz um die Gäste im Restaurant kümmern, denn das Telefon klingelt viel seltener. Die automatische Reservierungsbestätigung wird direkt an den Gast per E-Mail gesendet.



Was kann ich tun ?

- Lassen Sie ein professionelles Video von Ihrem Unternehmen produzieren
- Achten Sie darauf, dass Ihr Video von einem professionellen Sprecher moderiert wird
- Platzieren Sie das Video auf Ihrer Website und auf den führenden Videoportalen
- Nutzen Sie Online-Video-Marketing zur Steigerung Ihrer Besucherzahlen

HILFREICHE LINKS

<http://www.youtube.com>

<http://www.myvideo.de>

<http://video.google.de>

<http://www.businessworld.de>

<http://www.touronline.ag/videoproduktion>

3

Online Video

Durch ein professionelles Video bieten Sie Ihrer Zielgruppe ein authentisches, multimediales Erlebnis Ihres Unternehmens und hinterlassen somit einen bleibenden, emotionalen Eindruck. Sie erhöhen die Besucherzahlen Ihrer Website, stärken Ihre Markenpräsenz im Internet und steigern Ihre Umsätze.

Videoportale wie You Tube, My Video, Sevenload etc. haben sich, nicht zuletzt aufgrund der professionellen Videoinhalte zahlreicher Informationsanbieter, mittlerweile als alternative Suchmaschinen etabliert.

Hätten Sie's gewusst? – YouTube gilt bereits heute als die zweitgrößte Suchmaschine der Welt und verzeichnet deutlich mehr Suchanfragen als beispielsweise Yahoo. Dabei erscheinen die Videos nicht nur in den Suchergebnissen der jeweiligen Video-Portale, sondern vor allem Google integriert im Rahmen seiner "Universellen Suche" Videos bereits als Teil der Trefferlisten.

Ein gutes Ranking bei YouTube und anderen Videoplattformen hat oft auch eine positive Auswirkung auf das Ranking Ihrer Webseite bei Google und anderen Suchmaschinen.

HILFREICHE LINKS

<http://www.abakus-internet-marketing.de/Suchmaschinenoptimierung/grundlag.htm>

<http://www.sumo.de>

<http://www.metapeople.com>



Was kann ich tun ?

- Beschränken Sie sich auf maximal 3 Verzeichnisebenen
- Verzichten Sie (wenn möglich) auf Flash, Frames, Java Applets und JavaScript
- Optimieren Sie Titel und Description (Beschreibung) Ihrer einzelnen Seiten
- Setzen Sie Überschriften (sollten als `<h1 >` programmiert werden)
- Verwenden Sie Text, Text und nochmals Text – sinnvoll gespickt mit den für Ihr Unternehmen, relevanten Keywords
- Bleiben Sie aktiv, z. B. ein NEWS-Bereich der regelmäßig aktualisiert wird
- Melden Sie Ihre Website in den führenden Suchmaschinen an
- Sorgen Sie für Backlinks (Links von themenrelevanten Internetseiten auf Ihre Website)
- Achten Sie darauf, dass Ihre Agentur keine unerlaubten Techniken einsetzt (z.B. Linkfarmen)
- Vertrauen Sie auf eine erfahrene, professionelle Agentur

4 SEO – Suchmaschinenoptimierung

Search Engine Optimization – kurz SEO – ist die aktive Optimierung einer Website, um den Traffic, den eine Website durch Suchmaschinen erhält, zu erhöhen. Diese Internet-Marketing-Strategie orientiert sich in erster Linie an den Suchalgorithmen der Suchmaschinen, sowie an den Suchbegriffen, welche die Internet-Nutzer verwenden.

Optimiert werden neben dem HTML-Code auch die textlichen Inhalte (Schlüsselwörter, relevante Suchbegriffe/ Keywords) der Website, um

eine bessere Platzierung in den Suchmaschinen in Bezug auf die relevanten Suchbegriffe zu erreichen.

Es gibt mehrere Methoden und Meinungen darüber, wie eine Website optimiert werden sollte, und vieles hängt von der Art der Website ab, deren Inhalt, Zweck und Wettbewerb.

Im Allgemeinen stützt sich SEO stark auf die ordnungsgemäße Verwendung von Keywords und Phrasen, die den Inhalt der Website am besten beschreiben.

Was kann ich tun ?

- Melden Sie Ihr persönliches Google AdWords Konto an
- Gestalten Sie Ihre textlichen On-line-Werbeanzeigen
- Konzentrieren Sie sich auf max. 5 relevante Suchwörter/ Keywords
- Verwenden Sie Keyword-Kombinationen (z. B. Restaurant Italienisch)
- Setzen Sie auf Ihre regionale Stärke (z. B. Restaurant Stuttgart Schwäbisch)
- Schalten, kontrollieren und optimieren Sie Ihre Online-Werbeanzeigen
- Sie bezahlen nur für tatsächliche Besucher auf Ihrer Website



HILFREICHE LINKS

<http://www.google.de/adwords>

SEM – Werbung in Suchmaschinen

Ziel des Suchmaschinenmarketings sind Optimierungs-Maßnahmen, die dazu führen, dass eine Webseite auf einem der vordersten Plätze bei den Suchmaschinenergebnissen erscheint.

Pay Per Click, besser bekannt als „AdWords“ (Google), sind sogenannte „Paid Ads“, also bezahlte Werbeanzeigen. Der Werbetreibende hinterlegt zu diesem Zweck Stichwörter, sogenannte Keywords, die das beworbene Produkt beschreiben.

Gibt ein User diesen oder auch einen ähnlichen Begriff als Suchanfrage bei den Suchmaschinen ein, bekommt er neben den organischen Suchergebnissen auch diese passenden Anzeigen (AdWords) zu sehen.

Bei den großen allgemeinen Suchmaschinen Google, Yahoo und Bing werden die bezahlten Suchtreffer in einem Werbeblock zusammengefasst und so von den unbezahlten Ergebnissen abgehoben.



Was kann ich tun ?

- Registrieren Sie sich bei den wichtigen Bewertungsportalen und vervollständigen Sie die Informationen und Bilder über Ihren Betrieb
- Verfolgen Sie mit, was über Sie geschrieben wird, nehmen Sie gegebenenfalls Stellung zu schlechten Bewertungen – bleiben Sie dabei stets sachlich und kritikfähig, auch im Internet gelten die üblichen Regeln eines professionellen Beschwerdemanagements
- Bitten Sie zufriedene (Stamm-)Gäste, Sie im Internet zu bewerten (z. B. mit einem Flyer/Kärtchen)

DIE WICHTIGSTEN BEWERTUNGSPORTALE

<http://www.restaurant-kritik.de>

<http://www.tripadvisor.de>

<http://www.qype.de>

<http://www.marcellinos.de>

6

Restaurant-Bewertungsportale

Im Zeitalter des Web 2.0, in dem die Internet-User sich aktiv beteiligen können und eigene Inhalte wie Texte, Bilder und Bewertungen erstellen, sind Restaurant-Bewertungsportale groß geworden. Die meisten dieser Portale sind eine Mischung aus Restaurant-Verzeichnissen mit Tisch-Reservierungsfunktionen und einer Bewertungsfunktion, mit der Ihre Gäste Ihre gastronomischen Leistun-

gen und Ihre Qualitäten als Gastgeber bewerten.

Für Sie als Gastronomen stellt sich dabei nicht Frage, ob Sie hier mitmachen und sich bewerten lassen wollen – das können Sie heute gar nicht mehr verhindern. Vermutlich ist Ihr Betrieb in den wichtigen Bewertungsportalen längst gelistet.

Was kann ich tun ?

- Eröffnen Sie Ihren Unternehmensblog und verbinden Sie diesen mit Ihrer Website
- Bieten Sie regelmäßig interessante Inhalte (z.B. Rezepte vom Küchenchef)
- Werden Sie aktiv und interagieren Sie mit Ihren Besuchern
- Seien Sie ehrlich und aufrichtig



HILFREICHE LINKS

<http://de.wordpress.com>

<http://www.blogger.com>

<http://blogsearch.google.de>

<http://www.technorati.com>

Blogs

Blog Marketing ist ein sinnvolles und besonders effizientes Online-Marketing-Instrument im Web 2.0. Als wertvolle Ergänzung zu bestehenden Marketingmaßnahmen bietet Blog Marketing den Unternehmen die Möglichkeit, ein authentischer Teil der Kommunikation in ihren Zielmärkten zu sein.

Blognutzer sind „investigative Multiplikatoren“, also Konsumenten, die

mehr wissen wollen, Informationen aktiv weitergeben und gut vernetzt sind.

Die Bedeutung für die Wirtschaft liegt auf der Hand: Blognutzer sind interessante Dialogpartner für Marketing und Unternehmenskommunikation sowie alle, die sich frühzeitig mit gesellschaftlichen Trends, neuen Ideen und kritischen Stimmen auseinandersetzen wollen.



HILFREICHE LINKS

<http://www.absolit.de>

<http://www.emailmarketingblog.de>

<http://www.optivo.de>

Was kann ich tun ?

- Erfassen Sie die E-Mail-Adressen Ihrer Gäste über Ihre Website oder in Ihrem Unternehmen (z. B. Registrierungskarte mit der Rechnung an den Gast aushändigen)
- Senden Sie Ihren Newsletter nur an Empfänger, deren Einverständnis Sie haben
- Bieten Sie die Möglichkeit zur Abbestellung des Newsletters
- Informieren Sie Ihre Gäste mit einem regelmäßigen Newsletter über Angebote und aktuelle Themen aus Ihrem Unternehmen
- Sorgen Sie in Ihrem Newsletter für eine Response-Möglichkeit, versenden Sie z. B. Gutscheine, verlinken Sie auf die Angebote (z. B. Tageskarte, Veranstaltungsbereich) auf Ihrer Website

8

Für Fortgeschrittene

E-Mail- und Newsletter-Marketing

Werbemaßnahme, die eine direkte Ansprache des möglichen Kunden mit der Aufforderung zur Antwort enthält. Im Unterschied zur allgemeinen Massenwerbung hat E-Mail Marketing eine höhere Zielgruppensicherheit, weil sie im Gegensatz z. B. zur Radio- oder Fernsehwerbung entweder personalifiziert oder direkt zuge stellt wird.

Ziel ist es, einen Empfänger als potentiellen Abnehmer zu identifizieren, so dass dieser sein Interesse an dem Unternehmen bekundet und auf die Werbebotschaft reagiert.

Im Unterschied zur Direktwerbung wird hier die Möglichkeit, sich mit dem Unternehmen in Verbindung zu setzen, daher aktiv verstärkt.



Was kann ich tun ?

- Melden Sie sich in den führenden sozialen Netzwerken, wie z. B. Xing oder MySpace an
- Präsentieren Sie Ihr Unternehmen auf Facebook und YouTube
- Bauen Sie so Ihr soziales Netzwerk auf

HILFREICHE LINKS

<http://www.xing.com>

<http://www.myspace.de>

<http://www.facebook.com>

<http://www.youtube.com>

Soziale Netzwerke: Facebook & Co

9

Das rasante Wachstum von sozialen Netzwerken wie z. B. Facebook und Xing hat einen großen Einfluss auf die Kommunikationsweise der Unternehmen mit ihren (potentiellen) Kunden. Seit der Entstehung des Web 2.0 bietet das Internet Werkzeuge, um soziale und wirtschaftliche Kontakte auf- und auszubauen. Zudem bietet es zahlreiche Möglichkeiten, Informationen zu teilen und zusammenzuarbeiten.

Da es die sozialen Medien erlauben, mit anderen nicht nur zu kommunizieren, sondern auch zu interagieren, hilft Social Media Marketing dabei, die Early Adapters, also die wichtigen Meinungsführer, zu erreichen. Ziel des Marketings kann ein einzelnes Produkt sein, aber auch Personen –

insbesondere Prominente und Politiker nutzen Social Media-Angebote, um ihr Image zu erhöhen.

Vorteil einer Social-Media-Marketing-Strategie ist die verhältnismäßig kostengünstige Nutzung diverser Plattformen zur Implementierung einer Marketingkampagne. Die Unternehmen können auf diesem Weg direktes Feedback durch ihren Zielmarkt und ihre (potentiellen) Kunden erfahren.

Social Media Marketing (SMM) kann u. a. bei der Erreichung der folgenden Ziele helfen:

- Positives Markenimage
- Steigerung der Markenbekanntheit
- Höhere Besucherzahlen
- Akquise von Neukunden



Was kann ich tun ?

- Generieren Sie die Mobilnummern Ihrer Kunden (Anmeldekarte der Rechnung beilegen und bieten Sie einen Benefit für die Anmeldung)
- Erfassen und strukturieren Sie diese Kundendaten
- Versenden Sie regelmäßig Ihre aktuelle Speisekarte (Businesslunch-Angebote)
- Versenden Sie Aktionen, Veranstaltungshinweise oder auch Gutscheine per SMS oder MMS
- Lassen Sie sich eine mobile Website oder einen iPhone App gestalten und technisch realisieren
- Kommunizieren Sie Ihre mobile Website

HILFREICHE LINKS

<http://group.yoc.com>

[http://www.interactivemedia.net/
de/mobile-advertising](http://www.interactivemedia.net/de/mobile-advertising)

<http://www.touronline.ag/mobile>

Werbung auf mobilen Endgeräten

10

Märkte und Medien unterliegen aktuell einer rasanten Weiterentwicklung. Die mobile Kommunikation bietet hierbei nicht nur neue Marktchancen, sondern auch neue Wege, mit Ihrer Zielgruppe in Kontakt zu treten.

Handy, iPhone, Blackberry und iPad vereinen nicht nur eine ganze Reihe technischer Funktionalitäten, sondern sind mit Abstand auch das persönlichste Medium, über das Sie Ihre

Kunden gezielt und individuell erreichen können.

Werbung auf mobilen Endgeräten eignet sich nicht nur hervorragend zur Kundenbindung, sondern vielmehr zur Neukundengewinnung sowie zur Absatzsteigerung. Sie ist schnell, spannend und zeitgemäß, jedoch gleichzeitig äußerst anspruchsvoll und bedarf daher bei Technik, Inhalten und Rechten einer professionellen Handhabung.



Kontakt

Hotel - und Gaststättenverband
DEHOGA Baden-Württemberg e.V.
Fachgruppe Gastronomie
Augustenstraße 6
70178 Stuttgart
Telefonzentrale: (0711) 61988-50
Telefax: (0711) 61988-46
E-Mail: thollembeek@dehogabw.de