



## Inhalt

<b>Inhalt</b> .....	1
<b>Vorwort</b> .....	2
<b>Finger weg!!!</b> .....	3
<b>1. Du hast keine klare Zielsetzung was Du mit Social Media erreichen möchtest?</b> .....	3
<b>2. Dir geht bald die Luft aus, weil Dir eine Langzeitstrategie fehlt?</b> 3	
<b>3. Es existiert kein Know-how über soziale Netzwerke (Social Media) in Deinem Betrieb.</b> .....	4
<b>4. Es fehlt an Entscheidungskompetenz des Seitenbetreuers.</b> .....	4
<b>5. Da ist sie wieder einmal, die Ausrede Nummer eins, Du hast keine Zeit.</b> 4	
<b>6. Es wird immer besser: Zu wenig Personal.</b> .....	5
<b>7. Ein Koch muss kochen können - Ein Facebook-Seiten Betreuer benötigt ebenso Sachkenntnis.</b> .....	5
<b>8. Du bist eine lahme Schnecke!</b> .....	5
<b>Hier eine kleine Übersicht über die soziale Netzwerke</b> .....	6
<b>Zusätzlich Social Media Plattformen, welche in der Schweiz und für Restaurants und Hotels relevant sind:</b> .....	7
<b>Comming soon...</b> .....	7
<b>Über mich:</b> .....	8

## Vorwort

Als Gastronom stehst Du plötzlich vor der Frage, ob und wie Du soziale Medien (Social Media) für Dein Restaurant nutzen könntest.

Ein Blick in die Social Media-Landschaft verrät Dir, dass einem Restaurant-Betreiber von Bewertungsplattformen über Facebook bis hin zum Instagram Album mit allen Speisen, jede Menge Möglichkeiten geboten werden.

Das einzige, was in der modernen Gastronomie noch zu fehlen scheint, ist der Like-Button in der Speisekarte. Obwohl – Dieser lässt sich eigentlich heute bereits über einen QR Code integrieren.

Wenn Du als aufmerksamer Beobachter heutzutage ein Restaurant betrittst, spielt sich immer öfter ein typisches Szenario ab. Die Menschen, die sich an den Tischen gegenüber sitzen, haben ihr Smartphone in der Hand und kommunizieren nicht direkt miteinander, sondern mit anderen Menschen in der virtuellen Welt. Konntest Du bestimmt auch schon beobachten? Du kannst davon halten, was Du willst. Es steht stellvertretend dafür, dass Social Media nicht mehr aus dem Restaurant und der gesamten Gastgewerbe wegzudenken ist.

Der Hashtag [#foodporn](#) zählt mit aktuell 92 Millionen Bildern (stand Juli 2016) zu einem der beliebtesten Schlagwörtern auf Instagram und Twitter. Eine verheerende Bilanz für die Face-to-Face Kommunikation, aber eine große Chance insbesondere für Deinen Gastgewerbebetrieb, um direkt mit Deinen Gästen in Verbindung zu treten – vor, während und nach dem Restaurant-Besuch.

Social Media Plattformen geben Restaurants, Bars und Cafés die Möglichkeit Feedback einzuholen. In Umfragen via App oder Facebook können die Gäste direkt Service, Auswahl und Geschmackserlebnis bewerten. Jeder kann seine Meinung einbringen und gibt so dem Restaurant die Möglichkeit, sich stetig zu verbessern und den Wünschen der Kunden anzupassen.

Für die Gäste ist das eine schöne Chance, einen etwas privateren Einblick hinter die Kulissen zu bekommen. Alles wird persönlicher. Hinzu kommen die mittlerweile zahlreichen Bewertungsplattformen, allen voran [Yelp](#). Falls Du mit Deinem Restaurant, Bistro, Bar, Pizzeria, Café oder Imbiss hier nicht gelistet bist, verlierst du potenzielle Gäste!

Gleiches gilt für Facebook, Pinterest und Instagram: Wer Du in den sozialen Medien nicht gefunden werden kannst, musst Du Dich auch nicht über fehlende Gäste wundern. Dein Restaurant-Marketing kann durch Ideen wie Gewinnspiele oder Wettbewerbe attraktiver gemacht werden. Lustige Posts auf Facebook zu ganz speziellen Themen wie „Was sollen Deine Kinder im Restaurant essen?“ oder „Wie sieht Dein optimaler Grillteller aus?“ kommen immer gut an.

Ja auch Dein Gastronomiebetrieb sollte diesen Marketing Booster nutzen, egal ob Du ein Produkt (Speisen, Cocktails, Pizzen etc.) oder einen ganz besonderen Service bietest. Im Falle eines Restaurants ist es sogar beides. Essen und Getränke verkaufen und den erstklassigen Service promoten.

Potenziellen Gästen zu zeigen, dass Dein Restaurant genau der Ort ist wo sie gerne Essen gehen sollen, wird mit einer klaren Marketing- und Social Media Strategie stark vereinfacht.

## **Finger weg!!!**

Seit es Dienste wie Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn, Google+ oder andere Social Media Plattformen wie Xing.com, gibt, habe ich deren Einsatz immer empfohlen. Ist ja auch richtig. Denn wer sie zu nutzen versteht, der erreicht neue und bestehende Gäste auf einfachstem und sehr preiswerten Weg.

Doch nicht für jedes gastronomische Unternehmen ist es ratsam, sich auf solchen Plattformen zu präsentieren. Im Übereifer eine Facebook-Seite ins Leben rufen solltest Du schon gar nicht!

Lass' bitte die Finger von Facebook, Twitter Google+ und Co. wenn einer der untenstehenden Punkte auf Dich und Dein Restaurant zutreffen:

### **1. Du hast keine klare Zielsetzung was Du mit Social Media erreichen möchtest?**

Lege vorher fest, was Du mit Deinem Engagement bei Facebook bewirken möchtest. Ziele Deiner Restaurant-Facebook-Seite könnten sein: Verbesserter Dialog mit Gästen und potenziellen Gästen, Service für Gäste ausserhalb des Betriebes. Marktforschung, Gewinnung neuer Gäste usw.

Je nachdem, welches Ziel Du erreichen möchtest, solltest Du Deine Beiträge oder Posts danach ausrichten. Natürlich kannst Du auch mehr als ein Ziel definieren, ich empfehle dringend, dich auf maximal zwei zu konzentrieren.

### **2. Dir geht bald die Luft aus, weil Dir eine Langzeitstrategie fehlt?**

Der zweite wichtige Punkt betrifft Deine Langzeitstrategie. Denn wenn Du mit Deiner Facebook-Aktivität Erfolg haben willst, dann frage Dich selber, was Du mit den ganzen neugewonnenen Freunden, Kontakten oder potenziellen Gästen anfangen möchtest. Dies ist auf

längere Sicht gemeint.

Vergiss es!! Auf Facebook und anderen Plattformen gibt es keine einmalige Kampagne. Du kannst also vergessen, mal für ein paar Wochen zu werben und Dich dann zurück zu ziehen. Daraus wird nichts, das schadet Deinem Betrieb nur. Zurückbleiben enttäuschte "Fans" (nicht vergessen, potenzielle Gäste) und eine von Dir verpasste Chance.

### **3. Es existiert kein Know-how über soziale Netzwerke (Social Media) in Deinem Betrieb.**

Es ist immer schlecht, wenn Du für Deinen Auftritt in Facebook jemanden ausserhalb Deines Restaurants anheuern musst. Du kannst Externe nur dann einsetzen, wenn diese genauso gut geschult sind wie Deine Mitarbeiter in Deinem Restaurant. Immerhin geht es darum Gäste virtuell zu betreuen. Einer externen Firma fehlt oft der persönliche Bezug zu Deinem Lokal, vor allem, wenn dieses eher zu den kleineren Familienunternehmen gehört. Schliesslich geht es letztendlich immer um eine engere Beziehung zu den eigenen Gästen. Und dieses Beziehungsmanagement musst Du am Besten selbst wahrnehmen oder einen Deiner Mitarbeiter damit beauftragen. Ein Mitarbeiter der den Puls Deiner Gäste und die Atmosphäre Deines Betriebes transportieren kann!

### **4. Es fehlt an Entscheidungskompetenz des Seitenbetreuers.**

Wer an vorderster Front im Dialog mit Gästen steht, der muss reagieren können. Das ist genau das gleiche, wie in Deinem Lokal. Bestimmt haben Deine Mitarbeiter bestimmte Kompetenzen die sie ohne Rückfrage nutzen können. Entscheidungen welche Dein Service oder Deine Küche auch ohne Deine ausdrückliche Erlaubnis treffen darf.

Wenn es wegen der Beantwortung einer einfachen Frage heisst: Ich habe die Frage an unseren Geschäftsführer weitergeleitet, dann ist Dein Restaurant auf einen Facebook-Auftritt nicht richtig vorbereitet. Wie eingangs erwähnt, ein Social Media Auftritt ist definitiv Chefsache. Der Facebook-User muss immer das Gefühl haben vom Chef "bedient" zu werden.

### **5. Da ist sie wieder einmal, die Ausrede Nummer eins, Du hast keine Zeit.**

Die Beziehungspflege über die neuen sozialen Medien braucht Zeit. Ich selber habe mir täglich 90 Minuten für die Pflege meiner Facebook-Seite und meiner Aktivitäten in anderen Netzwerken reserviert. Dieses Zeitbudget musst Du Deinen Mitarbeitern, die Du beauftragt hast, geben. Diese Zeit musst Du Dir selber reservieren, wenn Du Deinen Auftritt selber in die Hand nimmst! Stellen sicher, wer wie viel Zeit mit diesen Aufgaben verbringt. Am besten Stellst

Du diesem Mitarbeiter einen entsprechenden Arbeitsplatz und zur Verfügung in Deinem Betrieb.

Ein Social Media Auftritt ist viel zu wichtig, als dass Du ihn nebenher erledigen kannst. Versuche auch, Dich ganz persönlich mindestens täglich einmal, besser aber häufiger, zu Wort zu melden. Wenige Zeilen genügen. Präsentiere persönlich Dein Tagesmenü und lade persönlich zu Veranstaltungen ein usw.

## **6. Es wird immer besser: Zu wenig Personal.**

Sorge dafür, dass Du genügend geeignetes Personal für die Bearbeitung eintreffender Anfragen und der Erstellung neuer Postings hast. Grosse Unternehmen beschäftigen heute ein Heer an Mitarbeitern für diese Aufgaben.

## **7. Ein Koch muss kochen können - Ein Facebook-Seiten Betreuer benötigt ebenso Sachkenntnis.**

Fange nicht an, bevor Du Dich mit den Gepflogenheiten und dem Umgangston in Facebook vertraut gemacht hast. Beginne mit einem persönlichen Account für einige Wochen und schau Dich um auf Seiten grosser Restaurant Ketten. Gewinne Kenntnisse wie die Kommunikation und der Austausch funktioniert. Nebenbei: Sogar die Michelle Obama, (First Lady der USA) muss ihre 140 Zeichen Twitter Postings von Mitarbeitern korrigieren lassen. Sie trifft noch nicht den richtigen Ton meinen die Experten.

## **8. Du bist eine lahme Schnecke!**

Lass die Finger von der Sache, wenn Du nicht schnell genug reagieren kannst. Kommentare, Fragen oder Kritik, die an Dich herangetragen werden, musst Du noch am gleichen Tag beantworten können. Ein "lahmer" Facebook-Seiten Service kann auf Deinen Betrieb übertragen werden. Miese Qualität oder den falschen Ton ebenso. zu einem arrogant wirkenden Wirt mag keiner gehen. Über schlechte Qualität müssen wir nicht reden. Also setzt dich am besten am späteren Vormittag, am späteren Nachmittag und nachts noch einmal an Deinen Rechner. Du hast dadurch auch die Gelegenheit, Dich beim einen oder anderen Gast des Tages nochmal persönlich zu bedanken. Dafür eignet sich der Chat oder ein freundliches Danke wenn er in Deiner Pinnwand einen netten Beitrag hinterlassen hat.

## Hier eine kleine Übersicht über die soziale Netzwerke

Facebook ist nur eines dieser neuen Medien. Twitter für 140 Zeichen Posts, LinkedIn oder Xing um Dich als Geschäftsmann zu präsentieren sind heute ebenso angesagt. Und vergiss nicht YouTube - Wenn es ein Promotionvideo über Deinen Betrieb gibt teile es mit anderen. Um eine zu grosse Verwirrung mit den verschiedenen Social Media-Diensten zu vermeiden...



**Facebook:** Jeder Benutzer verfügt über ein eigenes Profil, ähnlich einem Jahrbuch. Für Restaurants gibt es die Möglichkeit, eine neue «Seite» als «Lokales Unternehmen» zu erstellen und als «Restaurant/Café» zu kategorisieren. Nun kann man Bilder, Texte, Links und Videos posten.



**Twitter:** ist ein Kurznachrichtendienst. Auf Twitter folgen User anderen Usern, die interessante Nachrichten verbreiten, wobei eine Nachricht maximal 140 Zeichen umfasst. Auf Twitter werden Bilder, Kurznachrichten und Links geteilt.



**Google+:** Ist Googles Pendant zu Facebook. Jedoch ist der Vorteil, dass es eben Google gehört (Stichwort SEO). Google zeigt auf dem Google+-Profil automatisch Bewertungen von anderen Plattformen an. Zudem hat Google die Places mit Google+ zusammengelegt.



**YouTube:** Auch zur Familie Google gehörend ist YouTube die grösste Videoplattform der Welt. Wer ein Profil besitzt, kann leicht selbstgedrehte Videos hochladen und diese auf anderen Social Media Plattformen teilen.



**Pinterest:** spricht besonders weibliche Internetuser und Fotofans an. User erhalten auf Pinterest eine bzw. mehrere Pinnwände, wo sie thematisch geordnet ihre Lieblingsbilder pinnen können. Sehr beliebt auch bei Food-Bloggern(innen).



**Instagram:** Mit der mobilen App können User ihre Smartphone-Bilder mit Filtern bearbeiten und auf Facebook posten. Jeder User verfügt zudem über seine eigene Timeline, welche ähnlich ist wie bei Facebook.



**LinkedIn:** ist in etwa Facebook fürs Business. Die User haben dort ein eigenes Profil, wo sie ihren Lebenslauf darstellen und können sich mit anderen Leuten aus ihrer Branche vernetzen. LinkedIn dient zudem als Jobbörse.

## Zusätzlich Social Media Plattformen, welche in der Schweiz und für Restaurants und Hotels relevant sind:



**Xing:** ist ein Business Netzwerk ähnlich wie LinkedIn, sehr stark auch in der Schweiz vertreten.



**Yelp:** ist eine Bewertungsplattform für Restaurants, Geschäfte, Ärzte und andere lokale Dienstleistungen. Die Schweizer Version ist sogar auf Schweizer Deutsch. Restaurants sollten hier vertreten sein.



**Tripadvisor:** relativ neu mischt Tripadvisor auch im Geschäft rund um Restaurantbewertungen mit. Natürlich werden dort auch Hotels bewertet.



**MyTable:** Mit Hilfe der App von MyTable können User ein Restaurant in ihrer Nähe finden. Beschreibung und Bewertungen lesen und einen Tisch direkt über MyTable reservieren. Ein Muss wer MyTable als Reservierungsplattform nutzt.

## Comming soon...

Wenn Du also wünschst, dass Dein gastronomischer Betrieb einer der besten am Platz ist und Du neue Gäste über soziale Medien generieren möchtest, Dann hole dir jetzt unseren WebBeeren Newsletter bald kommt das neue eBook:

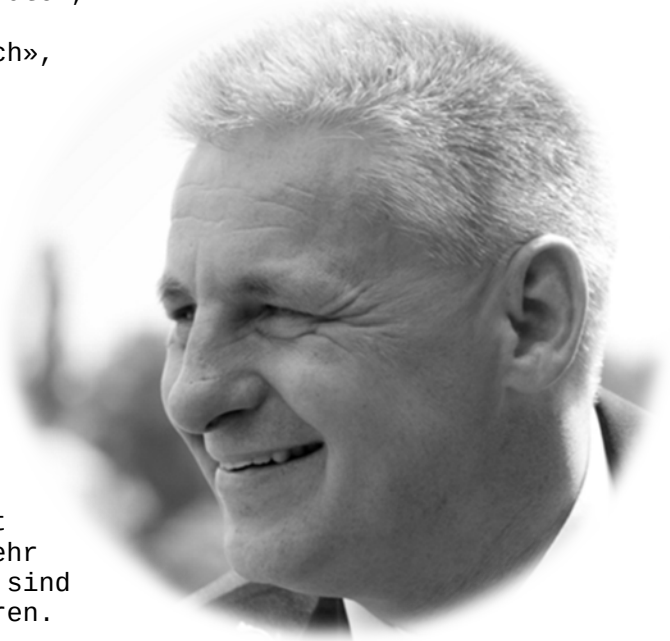
**«Die 25 geilsten Social Media Rezepte für Dein Restaurant»**



## Über mich:

Gerold Sieber ist seit 2009 Autor, Initiator und Betreiber des Restaurant-Blogs «WebBeeren.ch», sowie Inhaber der Sieber Internetagentur und Inhaber von «gastrolix.com»

Als Küchenchef, ehemaliger Gastwirt, Business Analyst einer Restaurant Kette oder ehemaliger Restaurantleiter zeigt er Dir gerne wie Du Dein Restaurant im Internet erfolgreicher präsentieren kannst. Internet Marketing für Restaurant, Pizzeria, Café, Bar, Imbiss, Gasthof oder die kleine Dorf Beiz mit dem Ziel über das Internet mehr Gäste in Dein Lokal zu holen sind die Hauptanliegen der WebBeeren.



Impressum:

WebBeeren.ch  
ein Blog der [Sieber Internetagentur](#)

Verantwortlich:  
Gerold Sieber  
Lindenweg 4  
4314 Zeiningen  
Schweiz

+41 (0)61 851 13 71

[Gerold.sieber@webbeeren.ch](mailto:Gerold.sieber@webbeeren.ch)