



Leitfaden ONLINEPRÄSENZ

für die Gastronomie

INHALT

Einleitung	3
Must-haves	4
Google My Business	4
Social Media	5
Website	6
Nice to have	8
Newsletter	8
Bewertungsportale	8
Mobile Payment	8
Sichtbarkeit für Mitarbeiter: Digitales Personalmanagement	9
Angebote für Fördermittel	10
Übersicht über digitale Lösungsangebote	10
Impressum	11

EINLEITUNG

Es wird für Gastronomen zunehmend wichtiger, online präsent zu sein. Dieser Leitfaden soll Sie bei Ihren Onlineaktivitäten unterstützen. Es stehen unterschiedliche Instrumente zur Verfügung, wie zum Beispiel eine Website oder verschiedene Social-Media-Kanäle. Über diese Plattformen können Sie Kontakt zu Ihren Bestandskunden halten oder neue Kunden gewinnen.

Die Fragen, die Sie sich am Anfang stellen sollten, lauten: Was möchte ich mit meiner Kommunikationsstrategie im Internet erreichen? Welche Produkte und Dienstleistungen sind die Stärken und welche die Schwächen meines Unternehmens? Daraus ergibt sich Ihre Zielsetzung (zum Beispiel Neukundengewinnung, Kundenbindung, Etablierung neuer Dienstleistungen).

Hinzu kommt die Identifizierung der Zielgruppe, um die Adressaten zielgerichteter ansprechen zu können. Analysieren Sie deren Erwartungen und Bedürfnisse, und wählen Sie darauf basierend eine geeignete Ansprache aus.

Beobachten Sie stetig Ihre Marktbegleiter und die aktuellen Trends, um frühzeitig auf Entwicklungen reagieren zu können.



MUST-HAVES

Google My Business

Das übliche Vorgehen bei der Informationssuche im Internet startet oftmals mit einer Anfrage über eine Suchmaschine. Um in den Suchmaschinen sogleich gefunden zu werden, ist zum Beispiel ein Google-My-Business-Eintrag die erste wichtige Säule. Dabei handelt es sich um ein einheitliches Branchenprofil auf Google. Die durch Google My Business generierte Webpräsenz wird auf allen Geräten passend dargestellt.

- Der Eintrag erscheint automatisch bei allen Google-Produkten. Er besteht aus:
 - ✓ Name und Adresse
 - ✓ Kontaktdaten
 - ✓ Öffnungszeiten
 - ✓ Kategorie
 - ✓ Website
 - ✓ Reservierung
 - ✓ Position auf Google Maps
 - ✓ Bewertungen
- Ihr Google-My-Business-Eintrag sollte immer gepflegt und aktuell sein.
- Achten Sie auf die richtige postalische Adresse, denn sie ist Grundlage für die Anzeige des Eintrags.
- Kontrollieren Sie, ob die Adresse auf Google Maps richtig markiert ist.
- Geben Sie neben der Adresse immer auch eine Telefonnummer, eine E-Mail-Adresse und eine Website an.
- Fotos gestalten den Eintrag lebendiger und aussagekräftiger, daher sollten ansprechende Bilder veröffentlicht werden.
- Verwenden Sie Schlagwörter bei Ihrem Eintrag, die Kunden bei ihrer Suche verwenden könnten.
- Kontrollieren Sie regelmäßig, ob Sie über die Suchmaschinen gut gefunden werden.



MUST-HAVES

- Um regelmäßig mit Ihren Kunden in den Austausch zu gehen, nutzen Sie Social-Media-Kanäle wie:
 - ✓ Facebook
 - ✓ Instagram
 - ✓ Twitter
 - ✓ Weblog
 - ✓ YouTube
 - ✓ Xing
 - ✓ LinkedIn
- Die Social-Media-Kanäle sollten von Ihnen einfach gepflegt und ohne großen Aufwand regelmäßig aktualisiert werden können.
- Schauen Sie, ob Sie qualifizierte Mitarbeiter haben, die die Kanäle kontinuierlich bespielen können.
- Stellen Sie eine Verantwortlichkeit in Ihrem Unternehmen sicher.
- Die Kommunikation und das Auftreten sollten bei allen Kanälen einheitlich beziehungsweise aufeinander abgestimmt sein.
- Posten Sie regelmäßig Themen wie zum Beispiel:
 - ✓ News und Aktionen
 - ✓ Kampagnen
 - ✓ Werbung
 - ✓ Veranstaltungen
 - ✓ Tipps
- Treten Sie Gruppen und Werbegemeinschaften bei.
- Zeigen Sie durch regelmäßige Posts Interesse an einem Austausch mit Ihren Followern.
- Beantworten Sie Kommentare zeitnah, konstruktiv und höflich.
- Nutzen Sie ansprechende Fotos, um mit Ihren Kunden in den Dialog zu treten.
- Nutzen Sie alle digitalen und analogen Möglichkeiten, um auf Ihre Soziale-Netzwerk-Präsenzen aufmerksam zu machen.
- Sie sollten Multiplikatoren nutzen, die für Sie sprechen, wie:
 - ✓ Stammgäste
 - ✓ Micro-Influencer
 - ✓ Mitarbeiter
- Platzieren Sie gut sichtbar Ihre Social-Media-Signs (Logos der Plattformen, auf denen Ihr Unternehmen verlinkt ist) auf Ihren unterschiedlichen Kanälen.
- Das Impressum muss auf allen Kanälen vorhanden sein.

Social Media

Über die unterschiedlichen Social-Media-Kanäle wird der Kontakt zu unterschiedlichen Zielgruppen gehalten. Zu bedenken ist, dass Kanal und Zielgruppe aufeinander abgestimmt sein sollten und Sie in der Lage sind, die Kanäle authentisch zu bespielen.



MUST-HAVES

Website

Die Unternehmenswebsite ist ein wesentlicher Bestandteil Ihres Onlineauftritts. Die Website stellt Ihre Visitenkarte im Netz dar.

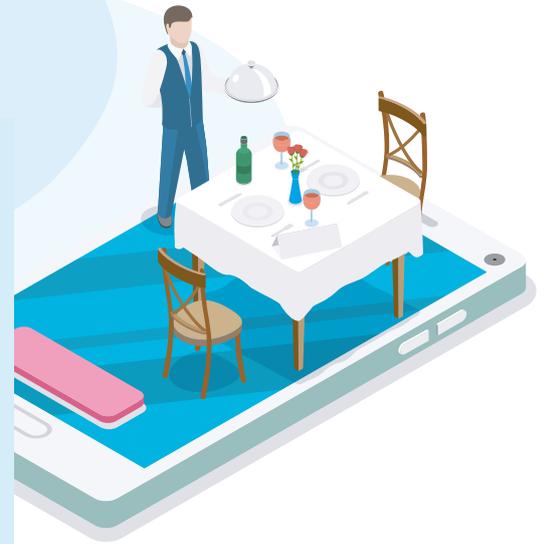


- Gestalten Sie Ihre Website authentisch. Zeigen Sie persönliche und individuelle Fotos Ihrer Räumlichkeiten und Mitarbeiter. Dadurch bieten Sie Ihren Gästen einen ersten Einblick und schaffen ein persönliches Flair.
- Bei der Verwendung von Bildern müssen sie die Rechte zur Veröffentlichung haben.
- Achten Sie auf eine gute mobile Darstellung für Smartphones und Tablets (mobile Website-Optimierung).
- Die Website sollte eine einfache und strukturierte Menüleiste haben und ohne Pop-up-Fenster auskommen.
- Die Menüpunkte sollten gut strukturiert und übersichtlich sein. Der Kunde sollte sich einen schnellen Überblick über die Inhalte der Website machen können, wie zum Beispiel:
 - ✓ Aktuelles und Aktionen
 - ✓ Speise- und Getränkekarte
 - ✓ Lieferservice / Außer-Haus-Geschäft
 - ✓ Onlinereservierung
 - ✓ Feedback / Kommentare
 - ✓ Team
 - ✓ Stellenanzeigen
 - ✓ Kontaktdaten
 - ✓ Anmeldung zum Newsletter
 - ✓ Anfahrtsbeschreibung
 - ✓ Zahlungsarten
 - ✓ Impressum, Datenschutzerklärung
- Die Website sollte von Ihnen ohne großen Aufwand gepflegt beziehungsweise bearbeitet werden können.
- Stellen Sie eine Verantwortlichkeit in Ihrem Unternehmen sicher.
- Die Inhalte sollten immer aktuell sein, so behalten Sie Ihre Sichtbarkeit im Internet.
- Ermöglichen Sie eine einfache Kontaktaufnahme über Ihre Kontaktdaten.
- Stellen Sie sicher, dass Anfragen über Ihr Kontaktformular grundsätzlich zeitnah beantwortet werden.
- Der Call-to-Action-Button zur Anmeldung für den Newsletter, zur Online-reservierung oder zur Onlinebestellung sollte gut sichtbar platziert werden.
- Platzieren Sie auch Ihre Social-Media-Signs.
- Ihre Internetpräsenz sollte rechtliche Stolperfallen vermeiden. Achten Sie deshalb unter anderem auf folgende Aspekte:
 - ✓ Impressum
 - ✓ Datenschutz
 - ✓ Widerruf
 - ✓ AGBs
 - ✓ Cookies
 - ✓ Informationspflicht

MUST-HAVES

Durch eine **ONLINERESERVIERUNG**, die auf der Website und auf den Social-Media-Kanälen verlinkt ist, werden Neukunden gewonnen und Stammgäste weiterhin an Ihr Unternehmen gebunden.

- Die Reservierungsfunktion sollte einfach zu finden und schnell bedienbar sein.
- Darüber hinaus sollten Sie Tisch- und Raumpläne zur Verfügung stellen.
- Die Auslastung sollte für Sie direkt abrufbar sein.
- Sie sollten auf wichtige Informationen hinweisen, etwa darauf, dass reservierte Tische 15 Minuten lang frei gehalten werden.
- Sie sollten feste Zeitfenster für eine Reservierung vorgeben.
- Eine Reservierungsbestätigung sollte sofort versendet werden.
- Eine automatische Reservierungserinnerung mit dem Call-to-Action-Button „Stornieren“ sollte eingebaut werden.
- Sie sollten den Call-to-Action-Button etwa zur Anmeldung für den Newsletter gut sichtbar platzieren.
- Sie sollten die automatische Speicherung der Kundendaten anbieten.



Die **ONLINEBESTELLUNG** ist ein weiterer wichtiger Verkaufsweg.

- Sie sollten unterschiedliche Möglichkeiten anbieten wie:
 - ✓ Lieferservice
 - ✓ Vorbestellung
 - ✓ Selbstabholung
- Die Bestellfunktion sollte einfach und schnell zu bedienen sein.
- Sprechen Sie Empfehlungen oder einen Tipp des Tages aus.
- Geben Sie die Möglichkeit, als Gast oder registrierter Kunde bestellen zu können.
- Sie sollten den Call-to-Action-Button etwa zur Anmeldung für den Newsletter gut sichtbar platzieren.
- Bieten Sie unterschiedliche Bezahlmöglichkeiten an wie:
 - ✓ PayPal
 - ✓ Barzahlung bei Abholung oder Lieferung
 - ✓ Kartenzahlung mit Girocard (früher EC-Karte) oder Kreditkarte



Die **ONLINESPEISEKARTE** ist das Verkaufsinstrument Ihres Unternehmens.

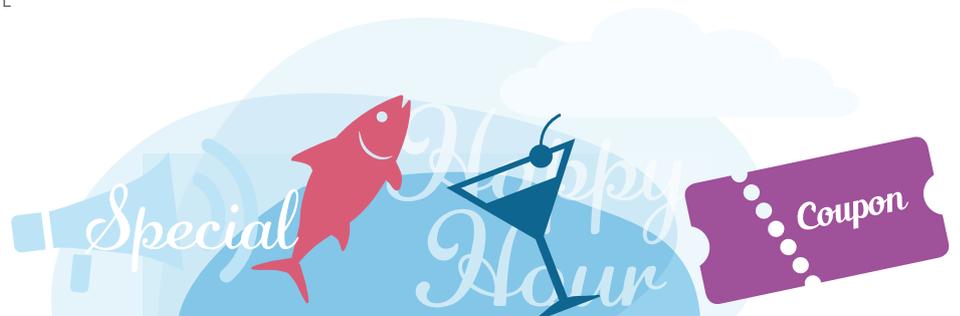
- Sie sollten durch authentische Bilder Anreize schaffen.
- Die Aktions- und Saisonkarten, das Tagesmenü oder das Getränk des Monats sollten immer aktuell sein.
- Sie sollten den Call-to-Action-Button wie zum Beispiel für die Reservierung gut sichtbar platzieren.
- Achten Sie auf eine gute mobile Darstellung.

Menu

NICE TO HAVE

Newsletter

Im Onlinemarketing ist der Newsletter ein wichtiger Bestandteil, um Aktionen, Termine oder News an die Kunden zu kommunizieren.



- Bauen Sie eine gute und datenschutzgerechte Gästedatenbank auf, um den Newsletter zu versenden, mit zum Beispiel:
 - ✓ Vorname
 - ✓ Nachname
 - ✓ Geschlecht
 - ✓ E-Mail-Adresse
 - ✓ Interessen
- Werben Sie bei Ihren Kunden persönlich und online für den Newsletter unter Beachtung der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO).
- Erstellen Sie themenbezogene Verteilerlisten, damit Sie bei speziellen Aktionen die richtigen Gäste ansprechen.
- Geben Sie dem Empfänger immer auch die Möglichkeit, sich aus Ihrem Verteiler auszutragen. Dies ist gesetzlich vorgeschrieben.
- Verschicken Sie einmal im Monat/Quartal einen Newsletter mit tatsächlichem Mehrwert an Ihre Kunden mit Inhalten wie:
 - ✓ Werbeaktionen
 - ✓ Veranstaltungen
 - ✓ Rabatte
 - ✓ Aktions- und Saisonkarten
 - ✓ Aktuelle Mittagskarte
 - ✓ Gemeinschafts-Werbeaktionen (Stadt)
 - ✓ Aktionen zur Kundenbindung
- Die Angebote sollten entweder über den Call-to-Action-Button direkt reservierbar sein oder einen Link zur Website enthalten.

Bewertungsportale

Onlinebewertungen sind für Gäste ein wesentliches Entscheidungskriterium. Die Kunden vertrauen Onlinerezensionen mehr denn je. Außerdem haben Bewertungen einen Einfluss auf das Ranking in den Suchmaschinen.

- Einträge auf Bewertungsportalen sollten zeitnah, konstruktiv und höflich beantwortet werden.
- Führen Sie jährliche Kunden- oder Zufriedenheitsbefragungen durch.
- Für mehr Vertrauenswürdigkeit sollten Sie Kunden und Partner dazu motivieren, Ihr Unternehmen auf Google My Business zu bewerten.

Mobile Payment

Kontaktlose sowie bargeldlose Bezahlfverfahren sind wichtige Bestandteile im Umgang mit Ihren Kunden.

- Sie sollten Ihre Gäste auf die unterschiedlichen Bezahlssysteme hinweisen:
 - ✓ Barzahlung
 - ✓ Kartenzahlung mit Girocard (früher EC-Karte) oder Kreditkarte
 - ✓ NFC (kontaktloses Bezahlen)
 - ✓ QR-Code
 - ✓ App-basierte Lösung
- Durch die Nutzung mobiler Bezahlssysteme sollte sich die Wartezeit verringern.
- Überwachen Sie die digitale Dokumentation des Geldflusses.





NICE TO HAVE

Sichtbarkeit für Mitarbeiter: Digitales Personalmanagement

Das Image ist ein entscheidender Faktor bei der Personalgewinnung. Die potenziellen Mitarbeiter informieren sich unter anderem über die Website ihres neuen Arbeitgebers.

- Um relevante Informationen als Arbeitgeber zu erhalten, sollten regelmäßig etwa folgende Maßnahmen online und offline durchgeführt werden:
 - ✓ Mitarbeiterbefragungen
 - ✓ Mitarbeitergespräche
 - ✓ Exit-Gespräche
 - ✓ Ideenmanagement
- Das Image und der Ruf als Arbeitgeber sollten Ihnen bekannt sein.
- Die Stellenanzeigen sollten attraktiv, aktuell und zeitgemäß gestaltet sein:
 - ✓ Vorstellung des Unternehmens
 - ✓ Aufgabe
 - ✓ Qualifikation
 - ✓ Angebot
 - ✓ Kontaktdaten
- Ihr USP als Arbeitgeber sollte in der Stellenanzeige hervorstechen. Themen können sein:
 - ✓ Work-Life-Balance
 - ✓ Vereinbarkeit von Familie und Beruf
 - ✓ Sozialleistungen
 - ✓ Sonderzahlungen
 - ✓ Weiterbildung
 - ✓ Entwicklungsmöglichkeiten
- Durch das Bewerbermanagement sollten Zu- oder Absage zeitnah erteilt werden.
- Es sollten nachvollziehbare Bearbeitungszeiträume festgelegt werden.
- Automatische Eingangsbestätigungen sollten versendet werden.
- Eine separate E-Mail-Adresse für Bewerbungen und Mitarbeiterangelegenheiten sollte angelegt werden.
- Um die Mitarbeiter zu entwickeln, sollten regelmäßige Webinare, Seminare oder Schulungen angeboten werden.
- Sie sollten die Möglichkeiten zur beruflichen Weiterqualifikation stetig ausbauen.
- Die Mitarbeiterdaten sollten in digitalen Personalakten vermerkt sein.
- Auswertungen und Statistiken sollten aktuell abrufbar sein.
- Wiederkehrende Aufgaben (Arbeitsverträge, Zeugnisse etc.) sollten automatisch vom System übernommen werden.
- Die Arbeitsstunden sollten mit einer digitalen Zeiterfassung aufgenommen werden.
- Die Arbeitsstunden und Urlaubsansprüche sollten für alle Mitarbeiter aktuell abrufbar sein.
- Die Zeiterfassung sollte exakt steuerbar und einfach zu verwalten sein.
- Die Mitarbeiter können über die digitale Erfassung kurzfristig ihre Schichten eigenverantwortlich tauschen.



ANGEBOTE FÜR FÖRDERMITTEL

go-digital

Förderung des BMWi

Beim Programm go-digital stehen die fachliche Beratung mittelständischer Unternehmen mit maximal 100 Beschäftigten durch autorisierte Beratungsunternehmen sowie deren Begleitung bei der Umsetzung erforderlicher Maßnahmen im Mittelpunkt. Gefördert werden externe Beratungsdienstleistungen in den Bereichen „IT-Sicherheit“, „Digitale Markterschließung“ und „Digitalisierte Geschäftsprozesse“. Die Förderung in den Modulen erfolgt in zwei Leistungsstufen: Potenzialanalyse, Erstellung eines groben Realisierungskonzeptes und Konkretisierung und Umsetzung des Realisierungskonzeptes.

Ihr Ansprechpartner



Christian von Styp-Rekowski

IHK Mittlerer Niederrhein
Bismarckstraße 109
41061 Mönchengladbach

☎ 02161 241-149

@ Christian.vonStyp-Rekowski@
mittlerer-niederrhein.ihk.de

ÜBERSICHT ÜBER DIGITALE LÖSUNGSANGEBOTE

Der DIHK hat eine Onlinedatenbank entwickelt, die eine Übersicht über Firmen gibt, die digitale Lösungsangebote bereitstellen. Hier können Sie sich über die verschiedenen digitalen Anwendungen informieren und direkte Ansprechpartner finden:

➔ apps.ihk.de/dihk-solution-provider/

Wir weisen darauf hin, dass seitens des DIHK keine Qualitätsüberprüfung der einzelnen Anwendungen vorgenommen wurde. Unser Orientierungsrahmen unterstützt Sie bei der Eigenüberprüfung und zeigt Ihnen, auf welche Kriterien Sie bei der Auswahl einer geeigneten Anwendung achten sollten.

Die IHK Mittlerer Niederrhein bietet Ihnen ein umfassendes Beratungsangebot an. Wir beraten Sie gerne, nehmen Sie Kontakt mit uns auf.

Ihre Ansprechpartnerin



Maren-Corinna Nasemann

IHK Mittlerer Niederrhein
Friedrichstraße 40
41460 Neuss

☎ 02131 9268-528

@ Maren-Corinna.Nasemann@
mittlerer-niederrhein.ihk.de

IMPRESSUM

Herausgeber:

Industrie- und Handelskammer
Mittlerer Niederrhein
Nordwall 39
47798 Krefeld

Ansprechpartner/Redaktion:

Maren-Corinna Nasemann
Innovation Bildung Fachkräfte

☎ 02131 9268-528

@ Maren-Corinna.Nasemann@mittlerer-niederrhein.ihk.de

Gestaltung:

360 Grad® Design, Krefeld

Bildnachweise:

Titel: Montage 360° Design, santima.studio (Adobe Stock), Julien Eichinger (Adobe Stock); S. 3: incomible (Adobe Stock); S. 3 u.: Nataliia Nesterenko (Adobe Stock); S. 5: Montage 360° Design, macrovector (Adobe Stock); S. 6: 300_librarians (Adobe Stock); S. 7 o.: nanuvision (Adobe Stock); S. 7 M. mitay20; S. 8, 9: Montagen 360° Design

Stand:

September 2020

Alle Rechte liegen beim Herausgeber. Ein Nachdruck – auch auszugsweise – ist nur mit ausdrücklicher schriftlicher Genehmigung des Herausgebers gestattet.

HINWEIS: Dieses Merkblatt soll – als Service Ihrer IHK – nur erste Hinweise geben und erhebt daher keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Obwohl es mit größter Sorgfalt erarbeitet wurde, kann eine Haftung für die inhaltliche Richtigkeit nicht übernommen werden, es sei denn, der IHK wird vorsätzliche oder grob fahrlässige Pflichtverletzung nachgewiesen.



Industrie- und Handelskammer
Mittlerer Niederrhein

Ihre IHK Mittlerer Niederrhein vor Ort

Nordwall 39
47798 Krefeld

☎ 02151 635-0

@ ihk@mittlerer-niederrhein.ihk.de

Bismarckstraße 109
41061 Mönchengladbach

☎ 02161 241-0

@ ihk@mittlerer-niederrhein.ihk.de

Friedrichstraße 40
41460 Neuss

☎ 02131 9268-0

@ ihk@mittlerer-niederrhein.ihk.de

mittlerer-niederrhein.ihk.de

[IHKMittlererNiederrhein](https://www.facebook.com/IHKMittlererNiederrhein)

[IHKpresse](https://twitter.com/IHKpresse)

[ihk_mittlerer_niederrhein](https://www.instagram.com/ihk_mittlerer_niederrhein)