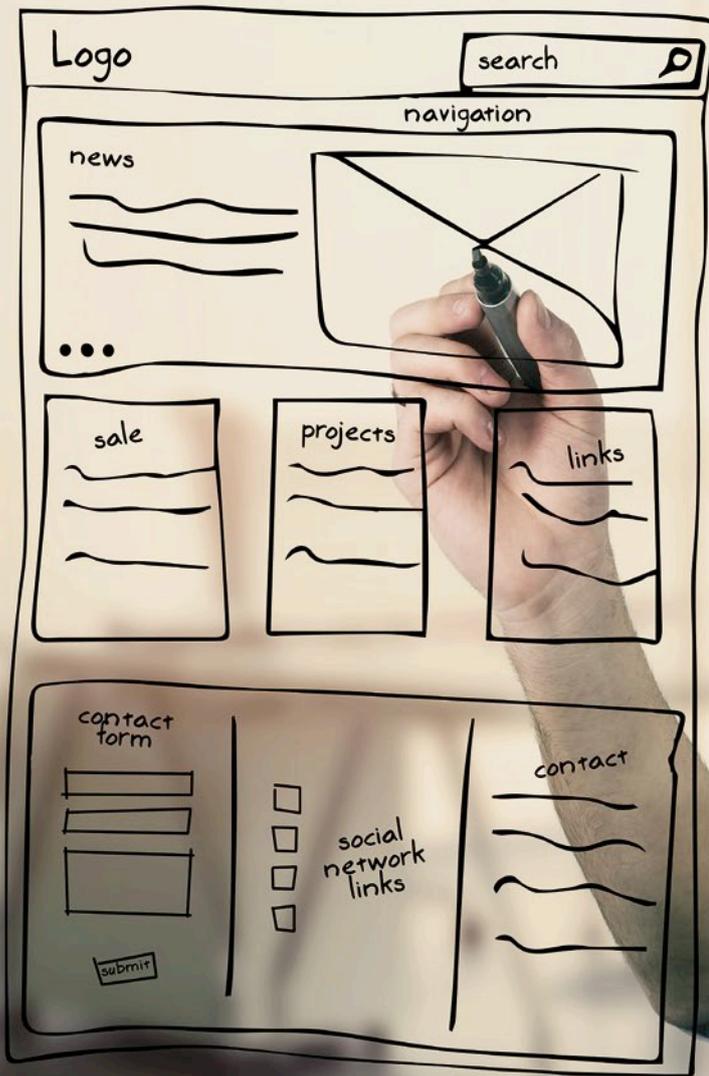


Rundum besser.

PRAXIS-TIPPS



NETZWERKEN IN DER GASTRONOMIE INTERNET UND SOZIALE NETZWERKE

Inhalt

| | |
|--|----|
| Vorwort | 3 |
| 7 Tipps, um mit Ihrer Website mehr Gäste anzulocken | 4 |
| Mehr Likes, mehr Gäste? | 6 |
| Darum ist Facebook-Marketing für die Gastronomie so wichtig! | 8 |
| Google My Business, Yelp und Co. | 10 |



Vorwort

Internet und soziale Netzwerke: ein unverzichtbarer Marketing-Kanal für Gastronomen.

Das erste Gebot der Gastronomie? Du sollst kommunizieren! Tue Gutes und rede darüber. Die wenigsten Gäste kommen zufällig in Ihr Gastronomieobjekt. Vom einfachen Aufsteller bis hin zur durchdesignten eigenen Website: Sie sollten jede Möglichkeit nutzen, Ihre Gäste über Ihr Haus sowie Speisen und Getränke zu informieren.

Auch bevorstehende Sonderaktionen oder ein preisgekrönter Cocktail locken Gäste an. Diese sollten Gastronomen unbedingt lautstark kommunizieren!

Bist du schon drin? – Richtig, die Rede ist vom Internet und von sozialen Netzwerken. Mittlerweile haben sich Facebook und Co. fest im Alltag integriert. Allein in Deutschland nutzen mehr als 20 Millionen Menschen aktiv die sozialen Netzwerke. Durch die enorme Reichweite birgt die Plattform ein großes Kundenpotenzial auch für Gastronomen.



7 Tipps, um mit Ihrer Website mehr Gäste anzulocken!

Sie kennen das: Sie machen einen Wochenendtrip in eine fremde Stadt, sind Stunden unterwegs und haben viel Neues erlebt. Der lange Fußmarsch und die frische Luft lassen langsam Ihren Magen knurren – daher zücken Sie Ihr Smartphone und schauen, welches Restaurant es in der Nähe gibt. Sie scrollen durch Webseiten, schauen sich Empfehlungen an. Am Ende entscheiden Sie sich für einen nah gelegenen Gastronomie-Betrieb, dessen Fotos und Speisekarte am meisten überzeugen. Mit anderen Worten: **Der Webauftritt hat hier eine Schlüsselfunktion.**

Wenn ein Gast Ihr Restaurant betritt, hat er vielleicht eine ähnliche Geschichte hinter sich. Eine gut gestaltete Website hilft Ihnen, auf die Bedürfnisse dieser Gäste einzugehen und sie in Ihr Restaurant oder Hotel zu leiten.

Wir haben sieben hilfreiche Tipps gesammelt, wie Gastronomen mit ihrer Website noch mehr Kunden anlocken können. Los gehts:

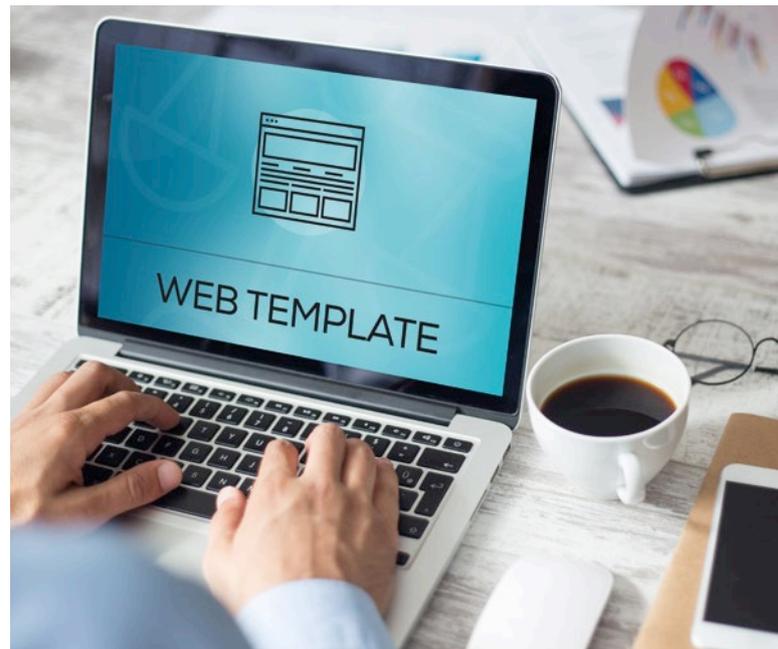
1. Machen Sie potenzielle Gäste auf Ihre Website aufmerksam.

Denken wir an den Kunden aus unserem Beispiel. Er ist in der Umgebung Ihres Restaurants unterwegs und möchte wissen, wo er die beste Pizza oder das beste Steak bekommt. Wie kriegen wir ihn also dazu, auf Sie aufmerksam zu werden?

Wichtig sind auf jeden Fall lokale Branchendienste wie Google My Business. Melden Sie Ihr Unternehmen samt Website dort an und lassen Sie es auf Google Maps anzeigen. Für Suchmaschinen optimierte Texte, Überschriften und Bilder sorgen zudem dafür, dass Ihre Website in allen gängigen Suchmaschinen für wichtige Schlagwörter gelistet wird.

2. Weniger ist oft mehr! Bauen Sie die Website simpel auf.

Unser potenzieller Gast ist durch einen Blick auf die Umgebungskarte auf Ihre Restaurant-Website auf-



merksam geworden und hat sie angeklickt – sehr gut! Nun ist eine einfache Menüführung wichtig, um ihn unkompliziert über die Seite zu leiten. Achten Sie zudem darauf, die Website für mobile Endgeräte zu optimieren (responsive). Manche Baukästensysteme bieten eine mobile Unternehmensstartseite an. Smartphone- oder Tablet-Nutzern werden dann direkt die wichtigsten Informationen wie Öffnungszeiten, Adresse und Telefonnummer angezeigt. Sind hingegen erst langwieriges Herumklicken, Scrollen und Zoomen nötig, schreckt das Besucher ab – vermeiden Sie daher eine zu komplexe Struktur mit vielen Untermenüs. Gute Beispiele finden Sie auf: <https://de.wix.com/website/templates/html/restaurants-food/1> oder unter <https://de.jimdo.com>

3. Professionelle Fotos rücken Ihren Gastronomie-Betrieb ins richtige Licht.

Wenn Gäste Ihre Gastronomie betreten, tauchen sie direkt in die von Ihnen geschaffene Atmosphäre ein. Auch online können Sie diesen Effekt erzielen: Investieren Sie in ein Shooting mit einem professionellen Fotografen, der Ihr Interieur perfekt in Szene setzt. Durch großformatige und hochwertige Bilder Ihrer Einrichtung und Speisen ziehen Sie potenzielle Gäste in Ihren Bann.

4. Halten Sie die Speisekarte aktuell und übersichtlich.

Geschafft – unser Gast ist jetzt überzeugt davon, sich in Ihrem Restaurant wohlfühlen. Nun möchte er natürlich wissen, was die Köche auf den Tisch zaubern: **Zeit für die Speisekarte!**

Achten Sie darauf, Preise und Zutaten deutlich zu kennzeichnen. Sie haben ein spezielles Angebot für Vegetarier oder Allergiker? Super, dann bewerben Sie dieses prominent auf der Startseite und heben Sie sich von Mitbewerbern ab! Auch wechselnde Tageskarten sollten Sie online einpflegen – die Aktualität der Inhalte ist das A und O. Damit Sie diese selbst aktuell halten können, bietet es sich an, die Website mit einem Homepage-Baukasten zu erstellen. So können Sie Ihre Menüs, Termine von Veranstaltungen und Tageskarten flexibel aktualisieren, ohne auf die oft kostenintensiven Dienstleistungen eines Webdesigners angewiesen zu sein. Noch ein Tipp: Auf der trinkkontor Website www.meine-menuekarte.de können Sie kostenlos aktuelle Menükarten erstellen.

5. Seien Sie für Ihre Gäste schnell und einfach erreichbar.

Vielleicht haben Sie einen Gast überzeugt, seinen 50. Geburtstag bei Ihnen zu feiern. Damit er schnell und unkompliziert mit Ihnen in Kontakt treten und eine Buchungsanfrage starten kann, sind leicht zugängliche **Kontaktmöglichkeiten unverzichtbar**. Auch hier haben Kunden unterschiedliche Bedürfnisse, auf die Sie eingehen sollten. Manche Besucher greifen lieber zum Hörer, andere möchten eine schnelle E-Mail per Kontaktformular senden, wieder andere möchten über Facebook und Co mit Ihnen in Verbindung treten. Um diese unterschiedlichen Erwartungen zu erfüllen, empfiehlt es sich, verschiedene Kommunikationskanäle anzubieten.

6. Viele Wege führen nach Rom – doch welcher zu Ihrer Gastronomie?

Ihre Fotos und die Speisekarte auf Ihrer Website haben Ihrem Gast richtig Appetit gemacht. Nun möchte er natürlich wissen, wie er Sie am schnellsten



erreicht. Damit er nicht lange recherchieren muss, reicht es nicht, nur die Adresse anzugeben. Unterstützen Sie potenzielle Kunden, indem Sie eine **leicht verständliche Anfahrtsbeschreibung** anbieten und die beste Verbindung mit Bus oder Bahn hervorheben. Einen Bonuspunkt verdient sich, wer **Google Maps** in die Website einbindet und dem Kunden damit gleich eine Umgebungskarte präsentiert.



7. Positive Rezensionen schaffen Vertrauen.

Viele Restaurantbesucher lassen sich bei ihrer Auswahl von Empfehlungen anderer Kunden leiten. Bieten Sie auf der Website die Möglichkeit an, in einem Gästebuch eine kleine **Rezension oder Bewertung** zu hinterlassen! Wenn Ihre zufriedenen Gäste dort erzählen, wie lecker das Essen und wie freundlich der Service war, gewinnen Sie das Vertrauen neuer Kunden.

Mehr Likes, mehr Gäste? – Nutzen Sie Facebook für

Sie haben vielleicht seit Jahren einen privaten Facebook-Account und denken: Facebook? Das liegt mir. Ich bin aktiv und kreativ – das kann ich auch für meine Gastronomie nutzen.

Oder Sie sehen das ganz anders: Facebook? Keine Ahnung, wie das funktioniert – ist doch nur Zeitverschwendung und es bringt eh nichts.

Beides trifft nicht ganz zu: Facebook-Marketing kann Ihnen definitiv dabei helfen, mehr Gäste in Ihre Gastronomie zu bringen und Ihren Umsatz zu steigern. Allerdings gibt es einige Dinge zu beachten, wenn Sie mit Ihrer Facebook-Seite wirklich erfolgreich sein möchten. **Übrigens:** Falls Sie sich fragen, ob Facebook-Seiten für Restaurants, Bierlokale, Kneipen, Cafés und Bars überhaupt Sinn machen: Facebook ist der reichweitenstärkste Social-Media-Kanal Deutschlands. Das Netzwerk verfügt über 31 Millionen aktive Nutzer (Stand September 2017) – allein in Deutschland. Was das Alter betrifft, sind 70 Prozent der Facebook-User zwischen 18 und 44 Jahren, also durchaus potenzielle Gäste.

Ich möchte eine Facebook-Seite für meine Gastronomie erstellen – womit fange ich an?



Wie für fast alle Marketing-Maßnahmen brauchen Sie vorher einen Plan: **Welchen Namen soll Ihre Site tragen? Wer soll sie pflegen und wer sorgt für Inhalte und schöne Fotos? Wen soll sie erreichen? Was möchten Sie mitteilen?**

Wenn diese Fragen geklärt sind, kann es losgehen. Der erste Schritt ist einfach: Legen Sie eine Facebook-Seite an. Es gibt zwei unterschiedliche Arten von Facebook-Seiten: ein persönliches Profil und eine Fanpage. Das persönliche Profil ist Ihre eigene private Facebook-Seite mit Ihrem Namen. Diese Seite benötigen Sie, um eine Fanpage für Ihre Gastronomie anzulegen. Eine Fanpage für Restaurants, Bierlokale, Kneipen, Cafés und Bars hat viele Vorteile: Ihre Gäste können die Seite einfach **liken** , ohne eine Freundschaftsanfrage abzuwarten, Sie können mehr Informationen über Ihr Gastronomie-Objekt anbieten und Facebook-Werbeanzeigen schalten, um noch mehr Menschen auf Sie aufmerksam zu machen und zu begeistern.

Die Facebook-Fanpage für Ihre Gastronomie ist angelegt? Dann geht es jetzt ans Eingemachte.



Facebook-Marketing für die Gastronomie – auf den Inhalt kommt es an

Viele Gastronomen fragen sich: **Was soll ich posten? Was interessiert meine Kunden?**

Das Wichtigste: Posten Sie authentische und ehrliche Mitteilungen und so viel einzigartige und interessante Inhalte wie möglich.

Kategorien/Themen

Sie wissen nicht, was Sie posten wollen und wie Sie Abwechslung in den Redaktionsplan Ihres Restaurants, Bierlokals, Cafés, Ihrer Kneipe oder Bar bringen sollen? Überlegen Sie sich vorab fünf bis sieben inhaltliche Kategorien für verschiedene Themen, über die Sie andere informieren möchten. Selbstverständlich sollte sich eine der Kategorien um Ihr Essen drehen: Veröffentlichen Sie Fotos Ihrer Gerichte, der Lieblings Speisen der

Ihr Gastronomie-Objekt

Gäste, Ihrer neuen Kreationen, saisonalen Gerichte oder veröffentlichen Sie die Wochenkarte. Ihre Gäste werden es lieben. Gestatten Sie ihnen einen Blick hinter die Kulissen Ihrer Gastronomie. Sie bekommen eine besondere Lieferung – vielleicht eine Spezialität aus fernen Ländern? **Machen Sie ein Foto davon!** Ihr Team hat Weihnachtsfeier, macht einen Betriebsausflug oder bleibt nach der Schicht noch länger für ein Bier und alle haben eine gute Zeit? Auch das ist ein Foto und ein **Posting** wert. Was kann in der Gastronomie noch so gepostet werden? Nutzen Sie Facebook auf jeden Fall, um die Veranstaltungen zu veröffentlichen – hier können Sie diese bewerben, Live-Bilder oder -Videos posten und so mehr Menschen von Ihnen und Ihrer Gastronomie überzeugen. **Sie sind auf der Suche nach neuen Servicekräften?** Auch dafür können Sie Facebook nutzen! Machen Sie eine Stellenausschreibung in Kurzform öffentlich. Informieren Sie Gäste und Fans über regionale Besonderheiten, teilen Sie etwas Fachwissen über das Kochen, die Zubereitung von Drinks, Kaffeegeheimnisse oder Spezialitäten der Küche, die Sie anbieten.

Redaktionsplan

Auf Ihrem Facebook-Kanal müssen Sie regelmäßig posten, damit er erfolgreich ist. Im Schnitt empfehlen wir für kleine bis mittlere Gastronomien zwei Postings pro Woche, aber Achtung: Qualität geht vor Quantität. Damit Sie genügend Abwechslung in Ihre Themen bringen können und nicht zu viel Zeit zwischen den Postings ins Land geht, sollten Sie Ihre Postings immer einen Monat im Voraus erstellen – oder zumindest planen.

Informationen über Ihre Gastronomie

Facebook stellt Ihnen eine Reihe von Möglichkeiten zur Verfügung, um über die Vorzüge Ihres Restaurants, Bierlokals, Cafés, Ihrer Kneipe oder Bar zu berichten. Nutzen Sie diese, um Ihre Gastronomie im besten Licht zu präsentieren. Ihre potenziellen Gäste sollten alle wichtigen Informationen zu Ihrer Gastronomie finden: Dazu gehören **Adresse, die Tele-**

fonnummer, Ihre Website, die E-Mail-Adresse, eine kurze und eine lange Beschreibung, ein Profilbild und ein Titelbild oder -video, Ihre Preisklasse und der beste Anfahrtsweg. Außerdem können Sie eine Speisekarte hochladen und noch einiges mehr ... **Nutzen Sie die Gelegenheit, alle Informationen darzustellen.** Dadurch können Ihre Gäste alles erfahren, was sie wissen möchten!

Facebook-Marketing für Veranstaltungen

Für Veranstaltungen bietet Facebook besondere Features: **Sie können Veranstaltungen anlegen, Werbeanzeigen erstellen, sie teilen und Nutzer dazu einladen.** Alle wichtigen Daten und Fakten inklusive Titelbild können Sie in der Veranstaltung einfügen und auch mit den Besuchern interagieren. Achten Sie darauf, dass Sie eine öffentliche Veranstaltung anlegen, es sei denn, Sie möchten wirklich nur einen ausgesuchten Kreis an Menschen auf Ihrer Veranstaltung haben.



Interaktion für noch mehr Reichweite

Der Sinn und Zweck von Facebook ist nicht die einseitige Kommunikation, sondern es geht um lebendige Interaktion. **Denn der Schlüssel zum Erfolg liegt nicht in der blanken Zahl Ihrer Fans – sondern in der Interaktion.** Immer wenn jemand Ihren Beitrag **likt** oder kommentiert, sieht dies auch das gesamte Freunde-Netzwerk der Person und wird so vielleicht auf Sie aufmerksam.

Darum ist Facebook-Marketing für die Gastronomie

Das funktioniert natürlich mit erstklassigen Inhalten. Außerdem sollten Sie Ihre Fans auch dazu auffordern, mit Ihnen zu interagieren. **Stellen Sie Fragen, die nicht einfach mit „Ja“ oder „Nein“ zu beantworten sind.** Ein wahres Wundermittel für Interaktion sind Gewinnspiele. Verlosen Sie ein Candle-Light-Dinner in Ihrem Restaurant oder eine Torte aus Ihrem Café. Sie werden sehen, die Leute werden sich darum reißen. **Übrigens:** Facebook belohnt eine kurze Antwortzeit auf Nachrichten mit einem Extra-Service-Button. Aber auch bei Antworten auf Kommentare und Beiträge auf Ihrer Facebook-Seite sollten Sie freundlich, hilfsbereit und schnell sein.

Inhalte anderer Seiten

Es ist natürlich nicht verboten, Content von Dritten auf Ihrer Seite zu teilen. Aber in erster Linie sollten Sie **eigenen Content produzieren**, denn es geht ja schließlich um Ihr Marketing.

Netzwerken

Wenn Sie eine Facebook-Seite neu gründen, werden Sie am Anfang nur sehr wenige Fans haben. Deswegen sollten Sie anfangs alle Möglichkeiten nutzen, um die **Bekanntheit Ihrer Seite zu steigern**. Laden Sie Freunde und Bekannte ein und die Mitarbeiter, verbinden Sie sich mit befreundeten Gastronomen, Lieferanten oder Nachbarn. Sie können außerdem Werbung schalten, um mehr Menschen auf Ihre Facebook-Seite zu führen. Nicht zuletzt sollten Sie auch offline die Werbetrommel rühren. Drucken Sie einen Hinweis auf Ihrer Facebook-Seite auf die Speisekarte, Ihre Flyer und Ihre Visitenkarten und den Geschäftsbriefbogen.

Die Macht der Bilder

Eine der wichtigsten Grundregeln für Facebook: **Posten Sie niemals nur Text.** Sie brauchen immer eine Grafik, ein Foto oder ein Video. Reine Text-Postings werden nicht nur schneller von anderen Facebook-Usern übersehen, sondern auch von Facebook selbst weniger häufig ausgespielt.

Als Gastronom haben Sie einen großartigen Vorteil: **Sie sitzen ganz nah an der Quelle und können Bilder produzieren, die anderen das Wasser im Munde zusammenlaufen lassen.**

Achten Sie darauf, die Bilder gleich in der richtigen Größe hochzuladen – die Abmessungen sollten stimmen und das Bild an sich sollte nicht zu groß sein, damit es nicht zu lange lädt.

Wenn Sie gerne gute Bilder machen und sich an eine etwas jüngere Zielgruppe wagen möchten, dann ist **Instagram vielleicht ein weiterer sinnvoller Social-Media-Kanal für Sie.**

Werbeanzeigen

Wenn Sie schnell Aufmerksamkeit auf Ihre Seite oder auf einzelne Beiträge und Veranstaltungen lenken möchten, sollten Sie über die zahlreichen Möglichkeiten für Werbeanzeigen auf Facebook nachdenken. Der große Vorteil: Hier kann Ihre Werbung genau an die Menschen gerichtet werden, die sich auch dafür interessieren. Dafür brauchen Sie kein besonders großes Budget, schon 50 Euro monatlich können Ihnen viel bringen.



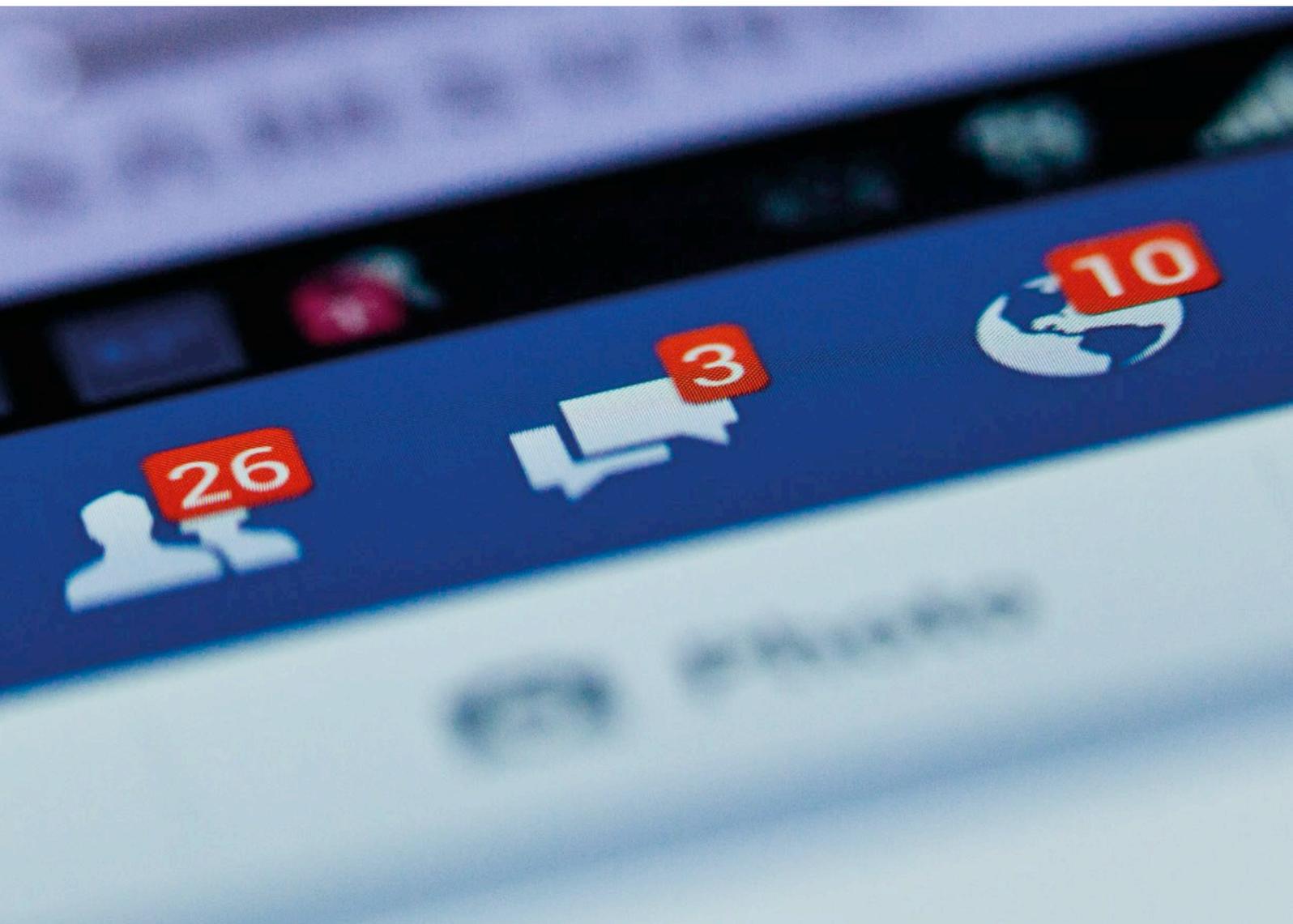
so wichtig! Die kostengünstigste Kommunikation.

Zusammengefasst! Marketingmaßnahmen über Facebook bieten viele Vorteile für alle Gastronomie-Typen:

- schnelle und kostenfreie Verbreitung von Informationen
- zielgruppengenaue Ansprache
- Kommunikation und Beziehungspflege zwischen Ihnen als Gastronom und Ihren Gästen
- Austausch zwischen Ihren Gästen untereinander
- Indikator für die Zufriedenheit Ihrer Gäste
- einfache Erfolgskontrolle Ihrer Marketingaktivitäten

Facebook ist also ein perfektes und kostengünstiges Kommunikationswerkzeug für Gastronomen. Sie können über Facebook Ihre Beziehungen aufbauen und pflegen:

- Ihre Tagesgerichte und Speisekarte veröffentlichen
- auf besondere Angebote und Specials aufmerksam machen
- Ihre Veranstaltungen anlegen und Fans einladen
- Bilder von Gerichten und Ihrem Team teilen
- einfache Erfolgskontrolle Ihrer Marketingaktivitäten
- ... und noch vieles mehr. Werden Sie kreativ!



Google My Business, Yelp und Co: So steigern Sie Ihre

Früher blätterten Gäste vor einem Restaurantbesuch durch die Gelben Seiten. Und heute? Heute fragen sie Google! Immer mehr Gäste suchen mit dem Smartphone nach der Telefonnummer des neuen spanischen Restaurants oder informieren sich über die Öffnungszeiten ihrer Lieblingsbar.

Laut einer Studie von Google ist die wichtigste Smartphone-Funktion die Suche nach Informationen mithilfe von Suchmaschinen. Damit ist die lokale Suche für Nutzer noch wichtiger als Telefonieren, E-Mail-Schreiben oder die sozialen Medien. Ganze 80 Prozent der Smartphone-Nutzer schätzen diese Funktion als die wichtigste ein. Neben der grundsätzlichen Suche nach alltäglichen Dingen steht für Nutzer die sogenannte „Lokale Suche“ im Vordergrund. Laut der Studie von Google suchen Nutzer am häufigsten nach Öffnungszeiten (54 Prozent), Routen (53 Prozent) oder einer Adresse im Internet. 43 Prozent davon werden innerhalb einer Stunde nach ihrer Suche aktiv.

Für Gastronomen bedeutet das: **Korrekte Daten im Netz sind das A und O**, um neue Kunden zu gewinnen und bestehende Kunden zu halten. Aktuelle Informationen wie Telefonnummern, Öffnungszeiten und die Adresse des Gastronomiebetriebs zahlen

zudem auf das eigene **Ranking bei Google** ein. Wer seine Kontaktdaten noch mit ansprechenden Bildern, der aktuellen Speisekarte und Anfahrtswegen anreichert, steigert die eigene Auffindbarkeit im Internet wie von selbst. Oberste Priorität

hat das führende Online-Verzeichnis **Google My Business!** Aber auch weitere Plattformen und Verzeichnisse wie Apple Maps, Yellow Map, meinestadt.de und Bewertungsportale wie Yelp oder Foursquare sollten Gastronomen nicht vergessen.

Google My Business

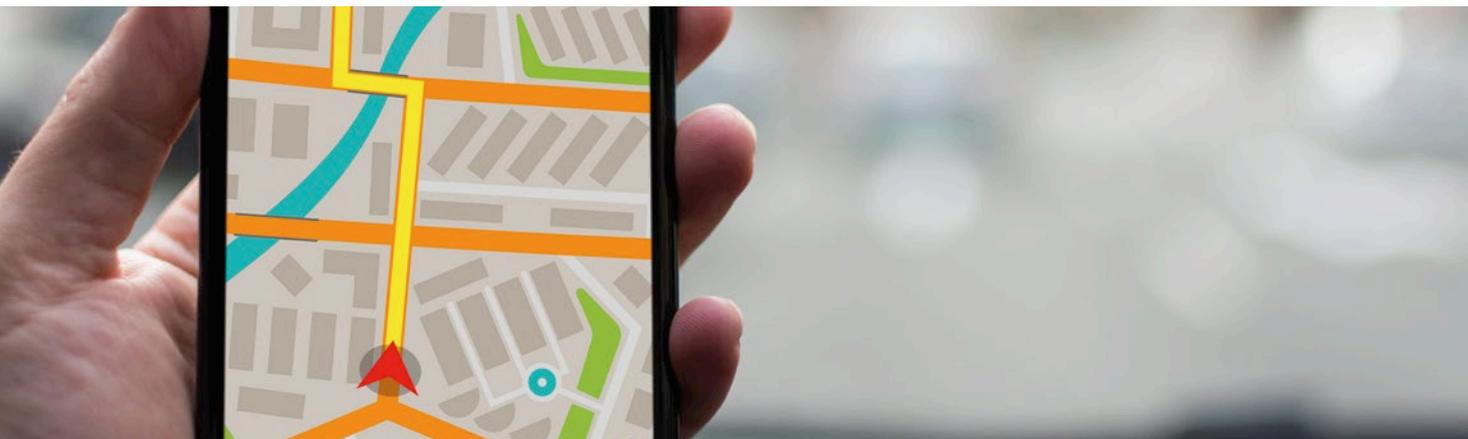
Wer seine Auffindbarkeit und Sichtbarkeit online steigern will, kommt um Google My Business nicht herum. Google My Business macht letztlich nichts anderes, als Unternehmern die Möglichkeit zu bieten, ihre Visitenkarte kostenlos ins Internet zu stellen. Googeln neue oder bestehende Gäste nach einem Restaurant, einer Bar, Kneipe usw., zeigt ihnen die Suchmaschine die „Visitenkarte“ des Gastronomie-Objektes rechts in einem kleinen Kasten an.

Deshalb sollten Gastronomen bei Google My Business die wichtigsten Daten zu ihrem Betrieb unbedingt korrekt eintragen: Name, Anschrift, Bilder, Öffnungszeiten und die Telefonnummer sind essen-



ziell. Zur Verifizierung der Betriebsdaten versendet Google einen Code, nach dessen Bestätigung das Google-My-Business-Profil veröffentlicht wird. Hiernach erscheint das Profil Ihrer Gastronomie auf Google Maps und Google+. Unser Tipp: **Suchen Sie sofort selbst nach Ihrer Gastronomie auf Google Maps und ziehen Sie gegebenenfalls den Pin mit der Maus an die richtige Stelle!** Denn über die Funktion „In Deiner Nähe“ suchen viele Nutzer nach Cafés, Restaurants oder Bars in ihrer unmittelbaren Umgebung. Ein richtig gesetzter Pin lockt Zugezogene, Besucher oder Touristen in Ihre Gastronomie!

Sichtbarkeit im Netz



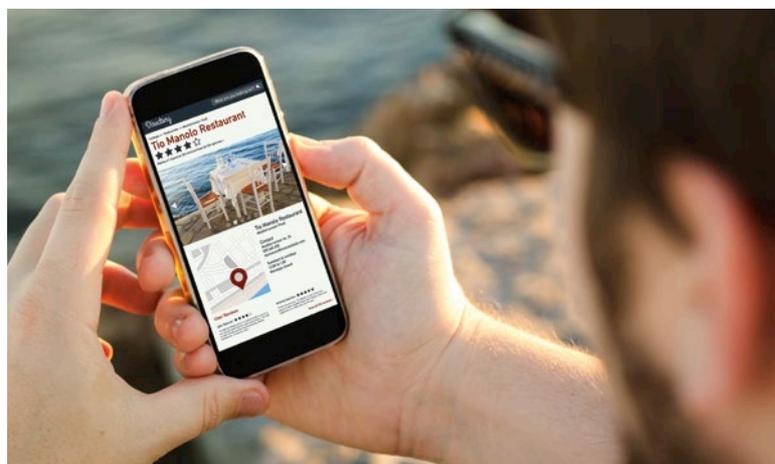
Yelp und Foursquare

Was früher die Mundpropaganda unter Freunden und Kollegen war, sind heutzutage Gästebewertungen im Internet. Bei der Suche nach einem Restaurant, Café, einer Bar oder Kneipe helfen **Sterne oder Punkte** Ihren potenziellen Gästen und Stammgästen, sich bei der Online-Suche schnell zu orientieren: Gibt es hier gutes Essen? Passt das Preis-Leistungs-Verhältnis? Wie ist der Service? Da es heutzutage Alltag ist, Bewertungen abzugeben, sollten Sie Ihre Empfehlungsplattformen wie **Yelp oder Foursquare** nicht auf die leichte Schulter nehmen. Vielmehr ist Handeln angesagt: Wer kontinuierlich beobachtet, identifiziert und analysiert, hat die Chance, gezielt Einfluss auf den Ruf seines Betriebs zu nehmen und einer Verschlechterung entgegenzuwirken. Oftmals kann bereits eine gut geplante Antwort die Situation deeskalieren und den unzufriedenen Gast zu Ihrem Fan werden lassen.

Yelp ist ein besonders beliebtes Empfehlungsportal für die Gastronomie. Das Bewertungsportal zählt zu den größten weltweit. **Jeden Monat besuchen durchschnittlich 142 Millionen Besucher das Portal**, um sich vor einem Restaurantbesuch zu informieren oder selbst Kritiken zu schreiben. Gastronomische Betriebe können einen **kostenlosen Geschäftseintrag erstellen** und auf Kommentare antworten, Fotos hochladen und **Yelp-Deals** erstellen. Der Marktführer hat zudem letztes Jahr eine Kooperation mit Amazon gestartet: Der Cloud-Lautsprecher **Amazon Echo** gibt auf Zuruf seines Nutzers

detaillierte Informationen zu Geschäften an, die bei Yelp hinterlegt sind.

Foursquare zählt zu den **Location Based Services**, also den standortbezogenen Diensten. Die App ist extra für die Bewertung von Restaurants, Cafés, Food-Trucks und Bars von ihren Machern entwickelt worden. **Die Plattform ermöglicht Gästen, auf Basis ihrer Standorte umliegende Geschäfte, Lokale und POIs (Points of Interest) zu finden und zu bewerten.** Über die von Foursquare entwickelte **App Swarm** können User seit Kurzem mitteilen, dass sie ein Geschäft besucht haben. Die Check-in-Funktion erlaubt es den Nutzern außerdem, ihren Gastronomiebesuch automatisch mit ihren Freunden zu teilen. Wer sein Profil als Gastronom in Besitz nehmen will, muss wissen, dass Foursquare – anders als Yelp – mit Kosten verbunden ist.



Rundum besser.

„Für den Genuss eines frisch gezapften Bieres ist eine gute Stimmung bei Ihren Gästen genauso wichtig wie die Qualität des Produktes. Für beides haben Sie mit trinkkontor den perfekten Partner, der Sie rundum besser unterstützt.“

Als zuverlässiger Partner bieten wir Ihnen ein umfangreiches Sortiment und unterstützen Sie mit einer persönlichen Betreuung, einem maßgeschneiderten Service sowie Konzepten zur Verkaufsförderung.



trinkkontor Bitburger Bier GmbH
Kirschbaumweg 19
50996 Köln-Rodenkirchen

T +49 2236 3906-10

F +49 2236-3906-50

service@trinkkontor.de

www.trinkkontor-bitburgerbier.de