



Das Newsportal für Hotellerie und Gastronomie



Eingelogg als Nathalie Kopsa Meine Einstellungen Logout

HOME THEMEN MARKTPLATZ EVENTS ABONNEMENT INSERIEREN ARCHIV Premium

Suchbegriff eingeben OK

News | Newsletter | Märkte und Unternehmen | Management und Praxis | Regional und Lokal | Jobs und Mehr | Immo und Mehr | der hotelier

Übersicht | Buchshop | Einkaufsführer | Stellenmarkt AHGZjobs | Immobilienmarkt AHGZimmo | Aktuelle Bildergalerien | AHGZ Leaders Day | AHGZ Arena | Deutscher Hotelkongress | Hotelier des Jahres | Social Bookmarks | Azubi-Abo | Miniabo | Kombiabo | Geschenkabo | Prämienabo | AHGZonline PREMIUM | News AHGZ | AHGZ am Kiosk | Mediaportfolio | AHGZ - Fachthemen | AHGZ.de | Stellenmarkt AHGZjobs | Immobilienmarkt AHGZimmo | Ansprechpartner | Archiv-Suche | AHGZ-Redakteure | Häufig gestellte Fragen

Management und Praxis

Digitaler Gruß aus der Küche

Autor Nathalie Kopsa

Weitere Artikel vom 27.02.2010 bisher keine Kommentare Jetzt Kommentar schreiben



Hummer im Netz: Gastronom Lars Schürer aus Backnang stellt Fotos seiner Tagesgerichte online (Foto: Nathalie Kopsa)

STUTTGART. Das Tagesmenü bei Flickr, das Hotelvideo bei Youtube, die Firmen-Fanpage bei Facebook – Restaurants und Hotels entdecken in wachsender Zahl das Social Web für sich und erweitern so ihr Kommunikationsspektrum. Das hilft beim Marketing und ist gut für das Image.

Bevor der „Hummer im Vanillerausch“ den Küchenpass verlässt, greift Lars Schürer schnell zu seiner Nikon und macht noch ein paar Aufnahmen von dem appetitlichen Arrangement. Später wird der Chef von Schürers Restaurant Tafelhaus im schwäbischen Backnang seine Fotos als aktuelle Menüempfehlung mit einem persönlichen

Kommentar ins Netz stellen. Mit einem solchen digitalen Gruß aus der Küche macht er seinen Followern und Fans bei Twitter und Facebook schon einmal den Mund wässrig, bevor sich diese auf den Weg in sein Restaurant begeben.

Advertisement for 'Werbung mit Biss! ... für Ihr Produkt! ... zt informieren!' featuring a yellow and blue background.

Nicht nur für Gastronomen wie Lars Schürer wächst die Bedeutung von Social-Media-Kanälen wie Twitter, Facebook und Co. Was vor wenigen Jahren noch lächelnd als Bagatelle oder Spielwiese abgetan wurde, ist längst bei der breiten Masse angekommen.

Hinhören, zuhören, mitreden

Eine Social-Media-Präsenz ist dann sinnvoll, wenn sie wirklich neue Ansätze für Kommunikation und Marketing bietet. Bevor sich also ein Hotel- oder Gastronomiebetrieb auf den Weg ins Social Web macht, sollte er sich die Frage stellen, wie relevant Social Networks für die eigene Klientel tatsächlich sind.

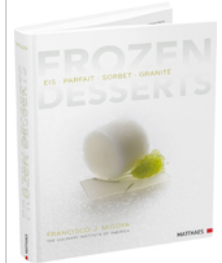
Die richtige Tonlage und stimmige Inhalte für Social-Media-Kommunikation zu finden, ist dabei das A und O. „Was gut funktioniert, sind kluge und intelligente Inhalte“, sagt Tilo Bonow von der Berliner Medienagentur Piäbo.

Um interessante Inhalte zu finden, kann man ruhig aus dem vollen Hotel- oder Restaurantalltag schöpfen. Neugeborene Lämmer auf dem Hotel-Bauernhof (blog.familotel-schreinerhof.de), die Teilnahme an einer Hilfsaktion für Haiti (www.rookhus.de) oder der neue Qualitätsmanager im Hotel (blog.plazahotel.de) sind nur einige Beispiele für das, was Hotels in ihren Blogs nach außen geben.

Wer seinen Lesern, Fans oder Followern außer authentischen und persönlichen Einblicken in den Hotel-

Stellenangebote section listing jobs like 'Commis de Cuisine m/w' and 'Koch m/w'.

Buchtipps section: Die AHGZ-Redaktion empfiehlt



www.erfolg7prozent.de - Teilen auch Sie uns mit, wie Sie Ihre Steuererleichterung weitergeben!

AHGZ.de Umfrage: Facebook, Twitter, Xing - Ist Social Media für Sie ein Thema?

Makler stellen sich vor: In der AHGZimmo-Maklersuche finden Sie Makler für Immobilien aus Hotellerie und Gastronomie.

Dienstleister stellen sich vor: In AHGZ-Einkaufsführer finden Sie Anbieter von Produkten und Dienstleistungen für die Hotellerie und Gastronomie.

Warsteiner Preis 2009: A group photo of award winners.

Konzepte mit Pfiff: An interior view of a restaurant or hotel lobby.

Statistiken zur Hotellerie und Gastronomie aus: HORIZONTstats

Frage der Woche: »Hausbrauereien«

Unsere Medienpartner: Café FUTURE.net

oder Restaurantbetrieb hinaus noch News mit Nutzwert und in Echtzeit bietet, oder auf Veranstalter beziehungsweise regionale Anbieter verlinkt, tut nicht nur etwas für seine Community, sondern bewirbt damit auch noch seine gesamte Region. Robert Wissmath von der Beratungs- und Marketinggesellschaft Dicon bringt es wie folgt auf den Punkt: „Wer auf diese Weise Synergien mit lokalen Anbietern schafft und in seine sozialen Netzwerke mit einbindet, macht die Hotel-Website auch gleich zum eigenen Destinationsportal.“

Keine Einbahnstraße

Wer den Dialog in den Netzwerken nicht bloß inszeniert, sondern gezielt sucht, erfüllt die besten Voraussetzungen für eine Social-Media-Interaktion. Mitunter gelingt es sogar, die Community an den eigenen Projekten oder der Weiterentwicklung des eigenen Produkts partizipieren zu lassen.

Das Prizeotel thematisiert zum Beispiel offen Gastkritiken aus den Bewertungsportalen und nimmt sie als Anregung für weitere Verbesserungen im Hotel. Würden die monierten Schwachstellen beseitigt, versäumt es Marco Nussbaum nicht, die Verbesserungen via Hotel-Podcast oder bei Twitter zur Diskussion zu stellen. Bei aller Transparenz und Dialogbereitschaft darf man jedoch nicht vergessen: Das Internet vergisst nichts. Tilo Bonow: „Wenn man diesen Schritt geht, kann man sich nicht mehr so leicht zurückziehen. Wenn man aber gar nicht mitmacht, wird nur noch über einen geredet und nicht mit einem.“

Um die Veröffentlichung geschäfts- oder imageschädigender Inhalte zu verhindern, kann gerade bei größeren Unternehmen eine Social-Media-Guideline oder -Policy für den Umgang der Mitarbeiter mit sozialen Netzwerken nützlich sein. Sie legt unter anderem fest, welche Inhalte die Mitarbeiter publizieren dürfen und welche nicht.

Auch wenn es nicht in erster Linie darum gehen kann, mit Social Media Geld zu verdienen, sollte man diese Möglichkeit evaluieren. Social-Media-Berater sehen Chancen etwa für eine Steigerung des Markenwerts durch Social-Media-Branding oder für mehr Absatz durch Social-Media-Marketing und Sales.

Tafelhaus-Chef Lars Schürer jedenfalls ist überzeugt, dass sich seine Aktivitäten nicht nur auf die Sichtbarkeit im Web niederschlagen, sondern auch beim Umsatz. Seitdem er die Tafelhaus-Empfehlungen veröffentlicht, sei dieser kontinuierlich gestiegen: „Gäste kommen und verlangen genau das Hummergericht, das ich ein paar Tage zuvor ins Netz gestellt habe.“

Erschienen in der Allgemeinen Hotel- und Gastronomie-Zeitung, Ausgabe 2010/09, Seite 3



Schon 1 Kommentare.
[Jetzt mitdiskutieren!](#)

Leser-Top5 des Tages

- Hamburg**
[Remigio Poletto eröffnet Winebar](#) (31.10.2009)
 - Burg**
[Kevin Kuske erholte sich im Zur Bleiche](#) (08.04.2006)
 - Oberwiesenthal**
[Hochzeitsfeier im Panorama Ringhotel](#) (10.09.2005)
 - Karriere**
[Entertainment gehört immer dazu](#) (28.02.2010)
 - Gastronomie**
[Wie ein Sechser im Lotto](#) (28.02.2010)
- [Aktuelle News auf AHGZ.de](#)

[Drucken](#)

Bisher keine Leser-Kommentare zum Artikel

[Eigenen Kommentar schreiben](#)

Kommentar schreiben

Name, Ort*: E-Mail Adresse*:

Betreff*:

Kommentartext*:

[Nutzungsbedingungen](#)

Mit dem Abschicken Ihres Kommentars erklären Sie Ihr Einverständnis mit unseren Nutzungsbedingungen.

[Kommentar abschicken](#)

Weitere Artikel aus Management und Praxis vom 27.02.2010:

- Management & Praxis:** [Kredite für kleine Unternehmen](#)
- Management & Praxis:** [Renovierung bei laufendem Betrieb](#)
- Management & Praxis:** [Krenzers Tipp Etikett statt Inhalt?](#)
- Management & Praxis:** [Anbieter](#)
- Management & Praxis:** [Braunbier trifft Sandwich-Schaukel](#)
- Management & Praxis:** [Werbung liefert Strom](#)
- Management & Praxis:** [Zufriedene Gäste empfehlen weiter](#)
- Management & Praxis:** [Digital](#)
- Management & Praxis:** [Zur Person](#)
- Management & Praxis:** [Verkaufen ohne Rabatt](#)

Weitere Informationen von AHGZonline

- News nach Monaten
- Die AHGZ am Kiosk
- Abonnement
- Kontakt zur AHGZ
- Metadaten
- Inserieren

Weitere Internet-Angebote aus dem Matthaes-Verlag

- Stellenmarkt Hotellerie und Gastronomie
- Allgemeine BäckerZeitung
- Konditorei & Café
- Matthaes Fachbücher
- Deutscher Hotelführer
- Russische Bäckerzeitung Pekarnja