



# Warum eine eigene Webseite für Restaurants ein Must ist

Auch im Zeitalter von Google My Business und Social Media ist eine attraktive und gut funktionierende Webseite unabdingbar für einen Gastronomiebetrieb. Weshalb ist das so und worauf kommt es dabei an? Dieser Artikel beantwortet die häufigsten Fragen von Gastronomen.

Text: Gabriele Bryant  
Bild: Unsplash

### **Brauche ich überhaupt noch eine eigene Webseite?**

Online-Marketing beginnt damit, dass Sie gefunden werden. Und das passiert bei Restaurants zumeist über Google. Nutzer suchen entweder nach Restaurants in der Gegend oder sie suchen bewusst nach einem spezifischen Restaurant. Bei einer allgemeinen Suche nach Restaurants Ihrer Art und in Ihrer Gegend sollten Sie natürlich auf Seite 1 der Google-Suchergebnisse landen. Dafür brauchen Sie eine eigene Webseite. Bei einer spezifischen Suche nach Ihrem Namen kann ein normaler Restaurantgast unter Umständen schon viel aus Ihrem Google-My-Business-Eintrag entnehmen, ohne Ihre Webseite zu besuchen. Um Bankette, Events, Catering etc. zu verkaufen, brauchen Sie jedoch zwingend eine eigene Webseite.

Sie brauchen ebenfalls eine eigene Webseite, wenn Sie Newsletter verschicken möchten oder wenn Sie auf Social Media oder über Google Angebote verkaufen möchten. Ihre Webseite ist die Grundlage jeder Form von aktivem Marketing. Ihre Webseite ist zudem die einzige «Immobilie», die Sie im Internet wirklich besitzen, über deren Aussehen und Nutzung Sie völlig frei entscheiden können und mit der Sie sich von Ihren Mitbewerbern abheben können.

### **Wann brauche ich eine neue Webseite?**

Es gibt keine allgemeingültigen «Verfallsdaten» für Webseiten. Oft können bestehende Webseiten auch optimiert werden, ohne ganz neu anfangen zu müssen. Sie brauchen jedoch auf jeden Fall eine neue Webseite, wenn:

- Ihre bestehende Webseite nicht optimal mobiltauglich ist,
- Sie die Inhalte (Texte, Bilder) Ihrer bestehenden Webseite nicht selbst pflegen können und/oder wenn
- Ihre bestehende Webseite weniger attraktiv und informativ ist als die Ihrer Mitbewerber.

### **Was kostet eine neue Webseite?**

Eine reine Gastronomiewebsite muss nicht teuer sein. Aber je vielfältiger Ihr Angebot, je höher Ihre Sternekategorie und Ihre Preise, desto grösser sind auch die Ansprüche an Ihre Webseite in punkto Design, Inhalt und Funktionalität. Stellen Sie den Faktor Preis aber nicht als Entscheidungskriterium in den Vorder-

grund. Je nach Komplexität und Agentur kann eine Webseite heute zwischen 3000 und 30 000 Franken kosten. Der Preis allein sagt nichts über die mögliche Performance aus. Es kommt mehr darauf an, dass die Webseite effektiv für den Verkauf konzipiert und gebaut wurde, dass sie attraktiv ist und Ihr Angebot auf unwiderstehliche Art präsentiert.

### **Worauf muss ich bei einer neuen Webseite achten?**

Achten Sie bei der Wahl der Agentur auf das sogenannte CMS, das Content Management System, Ihrer neuen Webseite. Mit einem CMS können Sie Texte und Bilder auf Ihrer Webseite auf einfache Weise selbst anpassen. Ein CMS sollte «open source» sein, das heisst auf einem System basieren, das nicht von einer einzelnen Agentur entwickelt wurde, sondern überregional im Einsatz ist und Sie somit unabhängig von der erstellenden Agentur macht. Beispiele für solche CMS sind Typo3, Wordpress, Drupal, Joomla etc.

Für internetaffine Gastgeber mit genug Zeit und Nerven gibt es auch CMS, mit denen man seine eigene Webseite kostengünstig selbst erstellen kann, zum Beispiel Wix oder Jimdo. Achten Sie darauf, dass Sie genug Seiten und Speicherplatz buchen und dass die Webseite auch wirklich für Google suchmaschinenoptimiert werden kann. Zu beachten ist hier ebenfalls, dass es sich dabei nicht um «open source»-CMS handelt, sondern um geschlossene Systeme. Falls Sie später Support mit Ihrer Webseite brauchen, müssen Sie jemanden finden, der sich mit diesem System auskennt.

Ihre Webseite muss attraktiv und appetitlich aussehen. Sie können das Design Ihrer Webseite von Grund auf individuell erstellen lassen. Es gibt jedoch auch fertige Designvorlagen, die Ihre Agentur auf Ihr Restaurant anpasst.

Legen Sie Wert auf optimales Bildmaterial und investieren Sie in einen Fotografen, der Ihr Restaurant und Ihr Essensangebot professionell darstellen kann. Präsentieren Sie sich und Ihr Angebot auch im Text, beschreiben Sie, was Sie dem Gast bieten, und bieten Sie zusätzlich aktuelle PDF-Speisekarten zum Download.

Wenn Ihr Angebot sehr überschaubar ist, kann Ihre Webseite als «one page website» auf einer einzigen Seite Platz finden, sodass der Nutzer alles mittels Scrol-

len nach oben und unten erfassen kann. Sobald es etwas komplexer wird, braucht es jedoch eine Navigation mit Menütiteln, die dem Nutzer klar vermittelt, was wo zu finden ist.

Wichtig sind auf jeden Fall Ihre Adresse und Ihre Kontaktangaben, die möglichst auf jeder Seite ganz oben zu finden beziehungsweise gut sichtbar integriert sein sollten. Ob Sie zusätzlich eine Tischreservierungsfunktion brauchen, kommt auf Sie beziehungsweise auf Ihre Gäste an. Eine solche Funktion ist schnell und einfach integriert – je nach CMS können Sie den dazu nötigen Schnittstellencode sogar selbst einbauen.

### **Wie oft muss ich meine Webseite aktualisieren?**

Eine Webseite sollte mindestens alle drei Monate im saisonalen Wechsel geprüft werden: Passen die Bilder noch zur Jahreszeit, gibt es neue Angebote, neue Speisekarten, hat sich sonst etwas Wichtiges oder für den Gast Interessantes geändert? Dieser Pflegeaufwand ist nicht gross und kann vom Betrieb selbst geleistet werden. ■



#### **Gabriele Bryant**

Gabriele Bryant ist Spezialistin im Bereich Online-Marketing und Social Media für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus. Neben ihrer Beratungstätigkeit ist sie als Referentin und Dozentin tätig. Sie hat 2011 das jährlich stattfindende Schweizer Hospitality Camp mitbegründet.

[blumbryant.ch](http://blumbryant.ch)