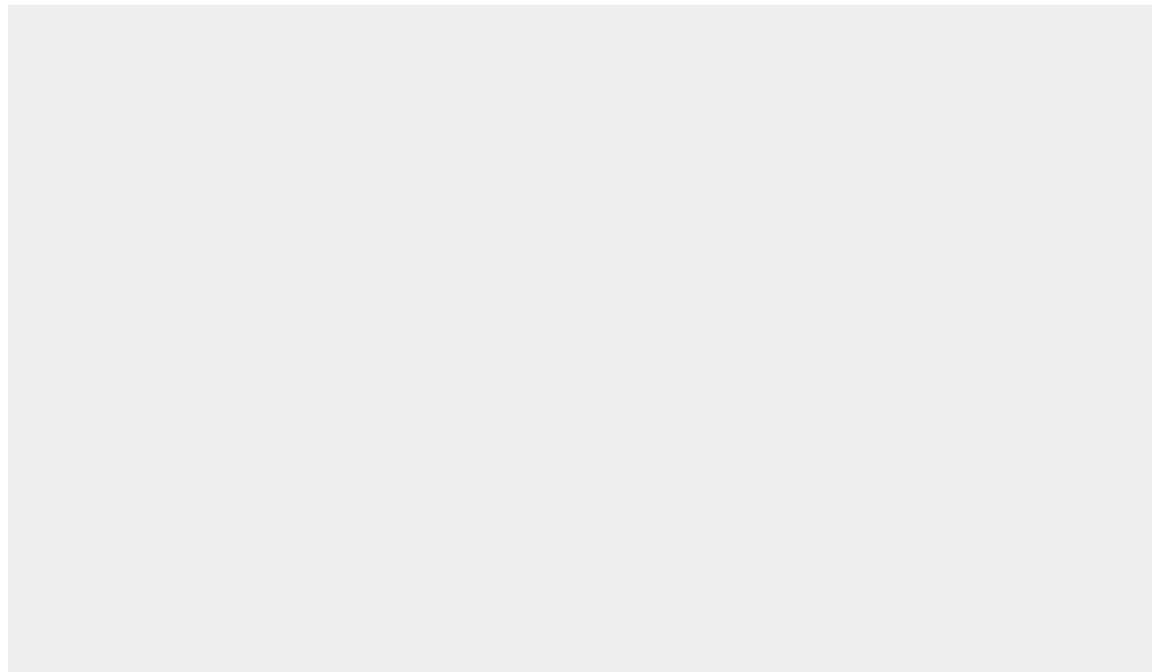


Ihre Speisekarte kann mehr

In sechs Schritten zur Online-Speisekarte. Preise senken in Corona-Zeiten? Mundart-Bezeichnungen für Gerichte? Unser Online-Seminar „Ihre Speisekarte kann mehr“ lieferte zahlreiche praktische Tipps für Hofgastronomen.



Mehr als die Hälfte aller Suchanfragen bei google werden mittlerweile gesprochen. Also wird es sich auch durchsetzen, dass sich Nutzer Speisekarten von Alexa vorlesen lassen.

Foto:xxx Montage: F. Schildmann

DIE SPEISEKARTE GEHÖRT INS NETZ

„Ihre Speisekarte muss auf Ihrer Homepage stehen.“ Da lässt Speisekartenexperte Andreas Pfeifer von der Agentur „die Heldenhelfer“ keine zwei Meinungen gelten. Zwei Drittel der Gäste sondieren vorher online das Angebot und zwar überwiegend auf dem Smartphone. Deshalb sollte die eigene Homepage auch für die Darstellung auf dem Smartphone ausgerichtet sein. Am besten speichern Sie Ihre Speisekarte als maschinenlesbaren Text auf der Homepage. pdf-Dokumente sind auf dem kleinen Mobiltelefondisplay schwer zu lesen, sie müssen verkleinert, gescrollt oder verschoben werden. Da steigen manche Nutzer schon wieder aus. Als maschinenlesbarer Text wird die Speisekarte außerdem von den Suchmaschinen gefunden. Goggle beispielsweise durchsucht bei Suchabfragen keine auf Webseiten hinterlegte pdf-Dokumente.

Auch auf facebook können Sie Ihre Speisekarte posten. Wenn Sie Ihren Betrieb als Café, Restaurant, Bistro oder ähnliches hinterlegen, erscheint dafür ein eigener Reiter.

Statt auf der eigenen Homepage kann die Speisekarte auf einem Speisekartenportal hinterlegt werden, z. B. speisekarte.de oder speisekarte.menu. Nutzer können dort sortiert nach Orten oder Postleitzahl Restaurants suchen und sich die Speisekarten anzeigen lassen. Als besonderen Gimmick bietet speisekarte.de bereits einen „Alexa-Skill“ an. Besitzer des smarten Alexa-Lautsprechers können sich auf Anweisung – „Alexa, lies mir die Speisekarte vom Hofcafé Müller vor“ – das Angebot vortragen lassen.

Ob auf der Homepage oder in den sozialen Medien: Die Preise

gehören stets auf die Speisekarte. Das ist gesetzlich vorgegeben, übrigens ebenso wie, wenn sie auf ihr gastronomisches Angebot in einem Schaukasten vor dem Hofcafé hinweisen. Und noch ein Tipp: Achten Sie darauf, dass die Preise auf der Speisekarte im Netz aktuell sind. Sollten sie zwischendurch die Preise erhöht haben, kann sich der Gast auf die günstigeren aus der Web-Speisekarte berufen.

Basisinformationen zur Speisekarte finden Sie im Beitrag „Umsatzstarke Speisekarte“ in Ausgabe 1/2020 und „Alles auf eine Karte“ in Ausgabe 1/2019; für Plus-Abonnenten im Archiv abrufbar.

[www.](http://www.hofdirekt.com)

hofdirekt.com → Archiv

Speisekarte optimieren

Die Speisekarte kann viel mehr als nur über Gerichte und Preise informieren. Sie ist ein wichtiges Marketinginstrument und kann gut gestaltet für ein Umsatzplus sorgen. In unserem Online-Seminar „Ihre Speisekarte kann mehr“ am 15. und 29. September gab Andreas Pfeifer von der Marketingagentur die Heldenhelfer den Teilnehmern dazu konkrete Empfehlungen und Ideen.



Eine digitale Speisekarte kann in wenigen Schritten erstellt werden. Foto: U. Heimann

SECHS SCHRITTE ZUR DIGITALEN SPEISEKARTE

Klar, beim Besuch im Restaurant oder Café geht nichts über das Blättern in der Speisekarte. Viele Speisekarten sind toll gemacht, bieten was fürs Auge und ein haptisches Erlebnis. Doch in Corona-Zeiten punktet die digitale Karte mit vielen Vorteilen.

Der wichtigste: Der Gast kann sie auf seinem eigenen Gerät kontaktlos anschauen. Eine digitale Karte ist schnell erstellt, macht Andreas Pfeifer Hofgastronomen Mut. Es geht in sechs Schritten:

Schritt 1:

Ihr Website-Layout ist smartphonegeeignet.

Schritt 2:

Pflegen Sie die Speisekarte auf einer eigenen Unterseite als Text in Ihre Website ein.

Schritt 3:

Kopieren Sie den Link Ihrer Speisekartenseite, z.B. www.mein-kleines-hofcafe.de/speisekarte

Schritt 4:

Erzeugen mit dem Link gratis einen QR-Code. Entsprechende Apps finden sich im Netz.

Schritt 5:

Drucken Sie den QR-Code aus und stellen sie ihn beispielsweise über Tischaufsteller oder einen Aushang bereit.

Schritt 6:

Ihr Gast scannt den QR-Code mit seinem Smartphone ein. Das funktioniert mit jeder Foto-App.

Freude haben die Gäste mit der digitalen Speisekarte allerdings nur, wenn sie auch schnell auf dem eigenen Smartphone erscheint und gut lesbar ist. Es gibt darüber hinaus zahlreiche Apps zum Erstellen digitaler Menükarten, kostenlose ebenso wie kostenpflichtige. Sie enthalten weitere Funktionen, z. B. dass der Gast seine Bestellung direkt ins Smartphone eintippt und der Bon gleich in der Küche aus dem Drucker läuft. Allerdings geht dabei der persönliche Kontakt zum Gast verloren, auch Zusatzverkäufe werden weniger, weil die Empfehlung durch die Servicekräfte fehlt.



~~Corona-Schlemmerwochen~~

PREISE SENKEN IN CORONA-ZEITEN?

Die Gastronomie hat unter dem Lockdown sehr gelitten und auch wenn die Lokale jetzt wieder geöffnet sind, fürchten viele Café- und Restaurantbetreiber den Winter. Angesichts steigender Infektionszahlen könnten die Gäste ausbleiben. Trotzdem sind Preissenkungen, günstige Schlemmer Wochen oder „ein Preis für zwei“ darauf die falsche Antwort. An den Gast geht das falsche Signal: Es geht doch billiger.“ Dabei sind Ihre Kosten durch fehlende Tische und aufwendige Hygienekonzepte tatsächlich sogar höher. Informieren Sie ihre Gäste darüber. Meist stoßen sie damit auf Verständnis.



GERICHTE IN MUNDART?

Wer schon mal im Rheinland war, kennt den „Halven Hahn“. Statt eines knusprigen Hähnchens serviert der Kellner ein Roggenbrötchen mit Käse. Da stellt sich die Frage: Passt Dialekt in die Speisekarte? Sollten Gerichte mundartlich benannt werden? „Unbedingt“, sagt der Speisekartenfachmann, „das passt perfekt zur ländlichen Gastronomie.“ Aber: Auch Gäste ohne Dialektkenntnisse müssen verstehen, was da auf den Teller kommt oder zumindest eine Erklärung in der Karte finden.

Bei den mundartlich benannten Speisen handelt es sich häufig um Signaturgerichte, die nur bei Ihnen serviert werden. Diese sollten Sie in der Speisekarte grafisch besonders hervorheben, etwa durch eine Schreibschrift und diese Produkte dürfen auch etwas teurer sein.

Grafik: Gembuls/stock.adobe.com