



MY HOMEPAGE IS MY CASTLE

4 Dinge, die eine gute Restaurant-
Homepage definitiv mitbringen sollte

A

uch heute gibt es noch einige unfassbar talentierte Gastronomen, deren Webauftritt entweder nicht annähernd das vorhandene Potenzial widerspiegelt oder im schlimmsten Fall gar nicht erst vorhanden ist.

Wenn Sie also gerade einen neuen Webauftritt planen oder Ihren aktuellen Auftritt etwas upgraden möchten, dann sollten Sie die folgenden Zeilen sehr aufmerksam lesen.

01 Struktur

Stellen Sie sich vor, ein potenzieller Gast sucht online nach Restaurants in der Nähe – und stolpert dann dank eines sauber gepflegten Google My Business-Eintrags (s. Punkt 4) auf Ihre Homepage. Genau in diesem Moment ist es das Allerwichtigste, dass er intuitiv alle relevanten Informationen findet und diese stets aktuell gepflegt sind. Also, setzen Sie die Kundenbrille auf und stellen Sie sich die typischen Fragen, um eine bestmögliche Struktur zu schaffen:

„**Welche Gerichte gibt es hier?**“ > Menüpunkt: Speisekarte „**Wo ist das Restaurant? Wann hat es geöffnet?**“ > Menüpunkt: Kontakt „**Kann ich einen Tisch buchen?**“ > Menüpunkt: Reservierung „**Wer kocht/bedient hier?**“ > Menüpunkt: Über uns/Team

Wenn Ihr Lokal eine besonders lange oder außergewöhnliche Geschichte erzählt, dann bringen Sie diese auch im Abschnitt „Über uns“ unter – so erhalten Ihre Tischgäste gleich einen zusätzlichen Smalltalk-Faktor.

Sie können diese Informationen entweder klassisch auf verschiedenen Unterseiten präsentieren oder Sie packen alle Informationen sauber gegliedert auf eine Seite, auf einen sogenannten One-Pager. Auch bei dieser Variante werden die definierten Menüpunkte in der Navigationsleiste genauso angezeigt – nur erfolgt die Verlinkung nicht auf eine Extraseite, sondern auf einen nach Thema gesetzten Ankerpunkt weiter unten auf derselben Seite. Auf diese Weise können Sie die Struktur für sich selbst einfacher halten und auch der Seitenbesucher findet alles auf einen Blick.

Neben der Integration Ihrer Social Media-Accounts zum direkten Vernetzen ist auch eine sexy Bildergalerie Ihrer Räumlichkeiten und Gerichte ein gutes Mittel, um zu

überzeugen, allerdings muss auch hierbei einiges beachtet werden, siehe Punkt 2. Und last, but not least: Sorgen Sie dafür, dass Ihre Seite ein sauberes Impressum aufweist, sodass Sie auch rechtlich auf der sicheren Seite sind. Klingt banal, aber ich stolpere immer wieder über Webseiten ohne korrekte Angaben, die den Seitenbetreiber teuer zu stehen kommen können.

02 Ansprache

Zeigen Sie bereits auf Ihrer Webseite, was Ihre Besucherinnen und Besucher von Ihrem Restaurant erwarten können. Vermitteln Sie auch digital mit einer Ansprache analog zu Ihrem Restaurantkonzept und Ihren Ambientebildern das richtige Feeling. Sie sind lieber per Du mit Ihren Gästen? Dann schreiben Sie auch in der persönlicheren Form. Vielleicht betten Sie sogar eine passende Playlist im Hintergrund ein, um potenzielle Gäste auch akustisch in die richtige Stimmung zu versetzen. Machen Sie schon auf Ihrer Startseite durch stilvolle Bilder und kurze Texte klar, welche Küche Sie anbieten und wann Sie wo Ihre Gäste empfangen. So ersparen Sie langes Suchen und etwaigen Unmut bei hungrigen Neukunden. Und denken Sie dran: Gute Texte mit starken Schlagwörtern erhöhen zusätzlich Ihre Chancen, in den Suchmaschinen-Ergebnissen weiter oben zu landen – ebenso wie die Integration direkter Links zu Ihren Social Media-Kanälen.

03 Responsivität

Wenn Sie möchten, dass Google und Ihre künftigen Tischgäste Sie genauso lieben, wie Ihre Stammgäste es bereits tun, ist seit März 2021 eine mobile Seite für Sie



DEINE GÄSTE: SIND GOLD WERT.

Verführe deine Gäste mit
Deutschlands Bestem:
Unser Gold-prämiertes
Radler mit 30% weniger
Zucker* und geringerem
Alkoholgehalt! Ein Muss
für deine Getränkekarte.

*Enthält 30% weniger Zucker im Vergleich zu unserem Naturtrüben Radler.

30%*
weniger Zucker &
ohne Zusatz von
Süßstoffen



**W²³ WORLD
BEER
AWARDS**
GERMANY
GOLD

**W²³ WORLD
BEER
AWARDS**
GERMANY
WINNER



Freu Dich drauf.

www.feldschloesschen.de



Pflicht. Sonst straft die Suchmaschine Sie mit einem schlechten Platz in den Suchergebnissen ab. Denn was in der Desktop-Ansicht noch gut zu lesen ist, wirkt in der mobilen Ansicht nicht selten wie eine Textwüste. Auch die Größe und die Anordnung von Fotos wirken in der Desktop-Version oft ganz anders als in der mobilen.

Wenn Sie sich von einer professionellen Agentur betreuen lassen, sollten Sie sich um dieses Thema nicht kümmern müssen. Aber auch jeder gute Homepage-Baukasten-Anbieter ist inzwischen fähig, eine mobiloptimierte Version gleich zu integrieren – allerdings sollten Sie auch hier in der systemseitigen Vorschau checken, ob sie nicht doch noch ein paar kleinere Optimierungen händisch vornehmen müssen.

PRO-TIPP

Ist Ihre Webseite für Smartphone, Tablet und Co. geeignet? Wenn Sie sich nicht sicher sind, checken Sie das im Bedarfsfall gleich mal mit dem Responsivitäts-Tool Ihres Browsers.



Google My Business

Lokale Suchmaschinenoptimierung (SEO) Ich hatte es zuvor bereits ja schon das ein oder andere Mal erwähnt: Ihre Webseite sollte nicht nur optisch als digitale Visi-

tenkarte dienen, sondern auch technisch alle Anforderungen an eine zeitgemäße Homepage erfüllen, die von Google oder ähnlichen Suchmaschinen auch gefunden wird.

Ein erster und wichtiger Baustein für eine gelungene Suchmaschinenoptimierung, kurz SEO genannt, ist ein valides Google My Business-Profil Ihres Restaurants. Wenn Sie hier schon alle Orts- und sonstigen Kontaktangaben zu Ihrem Restaurant gemacht haben, sind Sie für Google schon mal ein ganzes Stück sichtbarer. Packen Sie auch noch ein paar persönliche Worte über Ihr Business, ansprechende Bilder und einen Link zu Ihrer Restaurant-Homepage dazu, dann steigen die Chancen, bei lokalen Suchen angezeigt zu werden, um ein ganzes Stück weiter. Diese Art der Suchmaschinenoptimierung nennt man auch Offpage-Optimierung, weil sie nicht direkt auf Ihrer Homepage stattfindet. Ihre gut gepflegten Social Media-Accounts zählen zum Beispiel ebenfalls zur Offpage-Optimierung.

Kommen wir also zu den Möglichkeiten, Ihre Homepage direkt für die lokale Suchmaschinenoptimierung vorzubereiten, die sogenannte Onpage-Optimierung. Dabei gilt es, vier Kategorien besonders im Auge zu behalten: Ihre Restaurant-Homepage ist das digitale Aushängeschild Ihres Lokals. Mit einer klaren Struktur, ansprechender Ansprache, responsivem Design und optimierter lokaler SEO schaffen Sie

KEYWORD-RECHERCHE

Erstellen Sie eine Keyword-Liste, die speziell auf Ihren lokalen SEO-Zweck ausgerichtet ist (z. B. Familien-Restaurant Hamburg Altona). Haben Sie die passenden Suchbegriffe identifiziert, können Sie die Inhalte Ihrer Seite in der Formulierung entsprechend anpassen. Dabei sind Textelemente genauso zu berücksichtigen wie die eindeutigen Namen Ihrer hochgeladenen Bilddaten.

STRUKTURIERTE DATEN

Mithilfe strukturierter Daten können Sie Zahlen auf Ihrer Homepage einem eindeutigen Attribut zuordnen, zum Beispiel dem Attribut „Öffnungszeiten“. Damit helfen Sie der Suchmaschine (nicht nur Google übrigens), diese Elemente eindeutig zuzuordnen, was wiederum Ihrem Ranking gut tut.

NAP-UNTERNEHMENS DATEN

Die wichtigsten Daten zum Unternehmen, also Name, Adresse und Kontaktdaten (engl.: N: Name, A: Address, P: Phone Number), sollten überall (Website, Google My Business, Branchenbücher) gleich sein.

LOKALE BACKLINKS

Alle Links, die auf Ihre Homepage verweisen – also Einträge in Branchenbüchern, auf regionalen Portalen oder Verlinkungen in lokalen Zeitungen –, erhöhen Ihre Relevanz für die Region und damit gleichzeitig Ihre Chancen, ganz oben in den Ergebnissen zu landen.

eine einladende Online-Präsenz, die potenzielle Gäste begeistert und zu Ihnen führt. Denken Sie daran, Ihre Website ist eine Erweiterung Ihrer Gastfreundschaft und der erste Schritt, um Besucher in Stammgäste zu verwandeln. Nutzen Sie diese Chance, um online genauso einladend und authentisch zu wirken, wie Sie es in Ihrem Restaurant tun.

Doreen Heinrich

