

Pressemeldung

Damoklesschwert Infektionszahlen: Jetzt digitale Vorkehrungen treffen

Die Entwicklung der Infektionszahlen bleibt ein dauerhaftes Damoklesschwert für Gastronomiebetriebe / Restaurant- und Barbetreiber können per Gäste-WLAN E-Mail-Adressen sammeln und Facebook-Likes generieren / Digitale Kommunikation ermöglicht, mit Gästen in Kontakt zu bleiben

München, 17. August 2020. Corona hat dem Gastgewerbe schwer zugesetzt. Betreiber ringen nach wie vor mit den Folgen der ersten Hochphase der Corona-Pandemie. Auch wenn die meisten Lokale wieder geöffnet und viele Deutsche die Sommerferien im Inland verbracht haben, bangen Hoteliers und Restaurantinhaber weiterhin um ihre Existenz. Laut einer Umfrage des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbands Dehoga unter 7200 Gastronomen und Hoteliers fürchten etwa 60 Prozent der Betreiber von Gaststätten und Hotels in Deutschland dennoch um ihr wirtschaftliches Überleben. Das auf Marketing von Gastronomiebetrieben spezialisierte Unternehmen Socialwave rät deshalb mit Blick auf steigende Fallzahlen jetzt digital vorzusorgen. „Wer zu seinen Gästen einen Kommunikationskanal etabliert hat, kann auch im Falle neuer Restriktionen, die Kommunikation aufrechterhalten. Betriebe, die eine professionelle, digitale Basis schaffen sind klar im Vorteil“, konstatiert Felix Schönfelder, Geschäftsführer der Socialwave GmbH. Dem Experten zufolge biete gerade die hochfrequentierte Ferienzeit für Gastronomen eine gute Chance, etwa E-Mail-Adressen zu sammeln und sich eine Social Media Community aufzubauen.

Kommunikation mit den Gästen kann Verluste minimieren

Die Ausgangsbeschränkungen zwischen März und Mai haben deutlich gemacht, dass die digitale Kommunikation mit den Gästen den Unterschied machen kann. Wenn die Laufkundschaft ausbleibt, müssen sich Hotels und Restaurants bei ihren Kunden in Erinnerung rufen. Betriebe, die weder über Kontaktadressen noch über Follower auf Social Media Kanälen verfügen, können etwa Angebote und Änderungen beim Service nicht effektiv kommunizieren. „Wir haben die Erfahrung gemacht, dass sich besonders jene Betriebe während des Lockdowns schwergetan

haben, die ihre Kunden nicht informieren konnten, dass Speisen ab sofort per Lieferservice bestellbar sind. Gleiches galt für die Wiedereröffnung. Ohne einen eingespielten Kommunikationskanal ist es kaum möglich, den Verlust an Aufmerksamkeit und damit Umsatz zu kompensieren“, erklärt Schönfelder. Ob Facebook, E-Mail oder WhatsApp: Für welchen Kanal sich ein Gastwirt entscheidet sei weniger wichtig als die Tatsache, dass er sich für einen entscheidet und diesen regelmäßig bespielt. „Einen Kommunikationskanal muss man sich aufbauen. Das funktioniert nicht von heute auf morgen, sondern nur über Kontinuität.“

Automatisiert E-Mail-Adressen per Gäste-WLAN sammeln

Wer Gäste per Mail auf dem Laufenden halten will, sollte kontinuierliche E-Mail-Adressen von seinen Gästen sammeln, solange sie zuhauf in die Lokale strömen. Eine Möglichkeit bietet das Gäste-WLAN von Socialwave. Kunden registrieren sich per E-Mail, um das kostenlose WLAN nutzen zu können. Beim Login müssen sie nur den AGBs zustimmen können optional den Werbe-Opt-in wählen. der dem Restaurantinhaber erlaubt, den Gast im Nachgang per Mail zu kontaktieren. An diese Adressen können anschließend Kampagnen mit den gewünschten Informationen gerichtet werden, um über wechselnde Tages- oder Wochenmenüs zu informieren, geänderte Öffnungszeiten oder im Krisenfall über neue Konzepte, Ideen und Angebote.

Mit Social Media die Beziehung für die Krise stärken

Eine weitere Option ist die Kommunikation über die sozialen Medien. Diese Möglichkeit hat ebenfalls einige Vorteile. Schönfelder: “Wer sich etwa eine feste Facebook-Fangemeinde aufbaut, kann mit pointierten Kampagnen, Gewinnspielen und einer bildstarken Kommunikation schnell neue Gäste erreichen, die das Lokal noch nicht kennen, aber bereits einen Blick auf die Social Media Seite geworfen haben.” Facebook sei deshalb ein soziales Medium, weil Kommunikation dialogisch und auf Augenhöhe stattfindet. „Facebook, aber auch Instagram und andere soziale Medien sind echtes Beziehungsmanagement. Das kann die Identifikation mit einem Lokal nachhaltig stärken und auch Loyalität in Krisenzeiten herstellen.“ Zwar verfüge mittlerweile die überwiegende Mehrheit der Restaurants und Cafés über ein Profil in den gängigen Sozialen Medien, allerdings haben es nur wenige geschafft, stetig neue Fans zu gewinnen und damit von einer wachsenden Community zu profitieren, über die sie ihre Kunden informieren können. „Um eine Online-Community aufzubauen, braucht man gute Themen und eine aktive Moderation.“ Allerdings könne auch hier das Gäste-WLAN von Socialwave beim Community-Aufbau helfen: “Gastronomen können den Gast nach dem Login automatisch auf die Facebook-Seite weiterleiten, damit er diese liken oder den sogenannten

Location-Checkin durchführen kann, um anschließend die WLAN-Flatrate des Restaurants zu nutzen.“

Über Socialwave

Mit dem WLAN-Marketing Paket von Socialwave werden Inhaber mit einem stationärem Geschäftsmodell – etwa Gastronomen, Therapeuten oder Einzelhändler – in die Lage versetzt, ihren Kunden kostenfreies Internet zur Verfügung zu stellen und über diese WLAN-Infrastruktur gleichzeitig effektives Marketing zu betreiben. Ob Facebook Likes, Location Check-Ins für einen stärkeren Online-Auftritt, mehr Online-Sichtbarkeit durch positive Google-Bewertungen oder mehr Kundeninteraktionen durch Pop-Ups und E-Mail-Marketing: Das *WLAN-Marketing Paket* von Socialwave macht es möglich. Weitere Informationen unter <https://social-wave.de/>

Pressekontakt

SCRIVO Public Relations

Ansprechpartner: Tristan Thaller
Elvirastraße 4, Rgb.
D-80636 München
tel: +49 89 45 23 508 15
e-mail: tristan.thaller@scrivo-pr.de
internet: <https://www.scrivo-pr.de>

Unternehmenskontakt

Socialwave GmbH

Ansprechpartner: Moritz Meister
Dachauer Str. 192
D-80992 München
tel: +49 89 21546472
e-mail: moritz.meister@social-wave.com
internet: <https://social-wave.de/>