

PRESSEMITTEILUNG

Im Interview mit der Alten Veste: Das Tool für Bestandskunden –mit gastronovi in wenigen Minuten zum Newsletter

Gastronom Alexander Rüdiger gewinnt mit Marketingaktionen neue Gäste und bindet Altbekannte. Gemeinsam mit Gastro-Experte gastronovi zeigen sie, wie Gastgebende mithilfe des geeigneten Newsletter-Tools Bestandskunden optimal erreichen können

Bremen, 23. August 2022 – Social-Media-Kanäle bespielen, die Website auf dem aktuellen Stand halten und parallel dazu einen Newsletter an die Stammgäste versenden. Die Anforderungen an Gastronomiebetreibende sind in der heutigen Zeit hoch. Neben dem eigentlichen Kerngeschäft, dem Anbieten von Speisen, Getränken und dem Schaffen einer herzlichen Atmosphäre, müssen zahlreiche andere Felder bedient werden, darunter auch das Thema Marketing. Denn Werbung ist auch in der Gastronomie ein wichtiges Instrument. So können Gastgebende Stammgäste an sich binden und neue Gäste für sich gewinnen. Das weiß auch Alexander Rüdiger, der die Event-Gastronomie Alte Veste in Zirndorf, nahe Nürnberg, mit mehreren Sälen, einem Biergarten und einer Trauwiese betreibt. Er setzt dabei die All-In-One-Software von gastronovi mit seinen zahlreichen Möglichkeiten im Bereich Marketing ein und ist dabei ein großer Fan von dem Tool.

Wie Rüdiger mithilfe von gastronovi seine Marketing-Aktivitäten umsetzt und welche Maßnahmen sich als erfolgreich herausgestellt haben, erzählt der Gastronomie-Experte im folgenden Interview:

In der heutigen Zeit gibt es unendliche Informationsmöglichkeiten für den Gast. Was tun Sie, damit die Gäste auf Ihre Location aufmerksam werden?

Wir haben in der Vergangenheit sehr viel ausprobiert. Kurz vor dem ersten pandemiebedingten Lockdown im Jahr 2020 haben wir die Alte Veste in Zirndorf eröffnet. Mit dem Start unseres Restaurants habe ich meine Mitarbeitenden mit klassischen Flyern losgeschickt, um darauf

aufmerksam zu machen, dass wir auch Speisen und Getränke zur Abholung anbieten. Daneben haben wir ebenfalls Printanzeigen geschaltet, im Radio Werbung gemacht und sogar Flyer mit der Post versendet. So gut uns dies geholfen hat, so kostspielig war es zugleich. Daher haben wir ebenfalls unsere Social-Media-Kanäle ausgebaut und insbesondere zum Newsletter-Tool gegriffen. Marketing ist der Hebel, um Kunden zu gewinnen und dadurch letztlich Umsätze zu generieren. Ohne helfende Tools ist es schwierig, auf sich aufmerksam zu machen und Gäste zu einem Besuch zu bewegen. Denn wenn diese erst einmal bei uns gewesen sind und der Besuch zu einer positiven Erfahrung geführt hat, kommen sie mit hoher Wahrscheinlichkeit wieder. Aber bevor dies geschieht, muss man erst wissen, dass es uns gibt. Das ist der entscheidende Faktor.

Die Zeit ist bei Ihnen, genauso wie bei Ihren Mitarbeitenden, immer knapp. Wie schaffen Sie es, neben dem Alltagsgeschäft noch Werbung zu machen?

In der Hauptsaison betreiben wir nahezu keine Werbung. In den Sommermonaten fehlt es uns einfach an Personal und Zeit. Bei schönem Wetter ist unser Biergarten aber sowieso immer gut besucht, da müssen wir gar nicht viel tun. Und auch die Veranstaltungen laufen sehr gut. Das liegt hauptsächlich daran, dass wir in der Vergangenheit bereits viel im Bereich Marketing getan und damit einen gewissen Bekanntheitsgrad erreicht haben. In der Übergangszeit und in den Wintermonaten sieht es wieder anders aus. Hier müssen wir die Leute animieren, uns zu besuchen. Zu dieser Zeit betreiben wir effektiv Werbung. Momentan nutzen wir das Marketing vor allem, um neue Mitarbeitende zu finden. Unter anderem haben wir eine große Anzeigenkampagne auf einem Online-Portal geschaltet und hängen bei uns Plakate auf, wenn in unserer Location beispielsweise Abibälle gefeiert werden. Wir bleiben gerne erfinderisch.

Wie viel Zeit sollte man sich denn nehmen, wenn man Werbeaktionen plant?

Dies muss differenziert betrachtet werden: Es kommt immer darauf an, was man machen will und welches Ziel man damit verfolgt. Wenn wir eine Zeitungsanzeige für mehrere tausend Euro schalten, dann steckt hier viel Arbeit dahinter. Ein Post bei Facebook hingegen ist schnell erledigt. Auch der Newsletter-Versand bietet sich an. Dies geht zum Glück sehr schnell, wenn ich nicht noch ein aufwändiges Bild anhängen will. Dank gastronovi benötige ich hierfür nur wenige Minuten. Die Software ist schnell zu verstehen und einfach zu handhaben. Mit dem Newsletter-Tool spart man in allen Bereichen viel Zeit.

Sie betreiben sehr intensiv Newsletter-Marketing. Was reizt Sie daran?

Der Newsletter ist das beste Tool, um Bestandskunden zu erreichen. Ich war selbst sehr



überrascht von der Wirkung und hatte dies im Vorfeld unterschätzt. Da ich selbst täglich sehr viele Newsletter erhalte und einiges dadurch leider untergeht, bin ich davon ausgegangen, dass die Nutzung von Newslettern keinen Sinn ergibt. Allerdings kommt es darauf an, wie man Newsletter einsetzt. Denn die korrekte Nutzung zur richtigen Zeit mit packendem Inhalt führt besonders bei örtlichen Kunden zu einer äußerst positiven Resonanz. Mithilfe von Newslettern kann ich mein Geschäft aktiv steuern. Wenn unser Restaurant gut besucht ist, brauche ich nichts Weiteres zu machen. Ist dem allerdings nicht so, versende ich einen Newsletter. Die Zahlen der Reservierungen steigen damit sofort. Man kann nicht immer alle Gäste mit einem Newsletter erreichen und sollte daher strategisch mehrgleisig fahren. Der Erfolg jedoch, den ich dank der Newsletter habe, hat mich überzeugt.

Wie gelingt es Ihnen, die Kunden per Newsletter zu erreichen?

Wir haben einen großen Empfängerkreis aufgebaut. Unsere Newsletter werden an 3.500 Kunden versendet. Das ist für einen Gastronomie-Betrieb sehr ordentlich. 99 Prozent der Daten erhalten wir über das Online-Widget von gastronovi, das wir auf der Webseite eingebunden haben. Die Gäste geben bei einer Tischreservierung oder bei einer Online-Bestellung ihre E-Mail-Adresse an, damit liegen die Daten automatisch in der Software von gastronovi vor. Lediglich ein Prozent der Daten kommen von den Gästen, die uns selbst aktiv anfragen oder sich über unsere Webseite beim Newsletter anmelden. Insgesamt steigen die Zahlen der Abonnenten kontinuierlich. Es gibt kaum Kunden, die sich von unserem Newsletter wieder abmelden.

Welche Anlässe nutzen Sie, um mit Ihren Kunden in Kontakt zu treten?

Diese Woche erscheint unsere neue Speisekarte, die wir per Newsletter auch an unsere Gäste versenden – und das ohne großen Aufwand. Denn die gastronovi Software übernimmt die Daten der Speisekarte und auch der Kunden ohne Probleme. Wenn es zu besonderen Anlässen, wie beispielsweise zu Weihnachten, spezielle Angebote gibt, versenden wir diese ebenfalls ganz einfach per E-Mail. Dabei achte ich immer darauf, den Gästen mit dem Newsletter auch einen Mehrwert zu bieten und ihnen neben unseren Angeboten passende Erklärungen zu den Feiertagen anzubieten. In den Newslettern geht es zudem um Sonderöffnungszeiten. So wissen die Kunden immer Bescheid, wann sie uns besuchen können. Generell schaue ich regelmäßig, dass wir ein interessantes Thema oder etwas Besonderes im Angebot haben. Ohne einen Newswert versenden wir auch keinen Newsletter. Wir halten uns generell eher zurück und schauen, dass wir ein bis zwei Newsletter im Monat versenden.



Wie fällt die Resonanz auf die Newsletter aus?

Wir nutzen den Newsletter häufig, um spezielle Gerichte anzubieten. Da diese zudem nur begrenzt verfügbar sind, bieten wir über das Tool von gastronovi zusätzlich eine Reservierung samt Vorbestellung an. Wenn wir dies in unseren Newsletter aufnehmen, kann ich dabei zuschauen, wie im Minutentakt die Bestellungen und Reservierungen eingehen. Für uns ist das eine große Erleichterung für die Planung. Wir haben unsere Gäste auch mit einem Aprilscherz im Newsletter in den April geschickt. Das war nicht nur ein großer Erfolg, die Resonanz hat mich zudem tief beeindruckt. Hier hatten wir ungefähr 200 Rückmeldungen sowie einen regelrechten Austausch zu unserem Restaurant auf Facebook. Die Gäste, die auf den Scherz hereingefallen sind und sich bei uns darauf gemeldet haben, haben im Anschluss von uns noch einen 10-Euro-Gutschein erhalten. Die Adressen konnte ich ganz einfach über das Newsletter-Tool von gastronovi selektieren. So konnten wir das Tool zusätzlich für unsere Kundenbindung nutzen.

Mehr Informationen zu dem gastronovi Newsletter-Tool finden sich unter:

www.gastronovi.com/module/newsletter/

Mehr Informationen zu gastronovi finden sich unter:

www.gastronovi.com

Über gastronovi: Die gastronovi GmbH bietet mit gastronovi Office eine Komplettlösung für die Gastronomie und Hotellerie. Das innovative Kassensystem kann individuell um insgesamt 14 Module erweitert werden: von Warenwirtschaft über Tischreservierungen, Marketing oder Kundenbindung sowie Bestell- und Einkaufssystem. Das Unternehmen mit Sitz in Bremen wurde im Jahr 2008 von Andreas und Karl Jonderko, Christian Jaentsch und Bartek Kaznowski gegründet und beschäftigt mehr als 100 Mitarbeitende. Erfahren Sie mehr über das Unternehmen und die einzelnen Module auf www.gastronovi.com.

Pressestelle

Pia Toporowicz

LOTTMANN Communications

M: +49 (0) 152 532 442 38

E-Mail: pt@lottmann-communications.de



Beispiel: gastronovi Newsletter © gastronovi GmbH