

DIE GASTRO CHECKLISTE 2026

ad
SPICE

mit Dominik Süss
Inhaber und Gastro Marketing
Experte von adSPICE GmbH



**DIE 10 ONLINE-MARKETING-HEBEL, MIT DENEN
LOKALE 2026 IHRE TISCHE FÜLLEN**

Du willst dein Lokal voller bekommen? Dann geh diese 10 Punkte durch und hake ab, was du schon umgesetzt hast – und was noch fehlt. Jeder einzelne Punkt kann einen echten Unterschied machen.

Diese Checkliste basiert auf unserer Erfahrung mit Gastronomiebetrieben und aktuellen Branchendaten. Die Zahlen und Fakten zeigen dir, warum jeder Punkt wichtig ist – nicht nur für dein Marketing, sondern direkt für deinen Umsatz.

01

GOOGLE BUSINESS PROFIL OPTIMIERT

Dein Google Business Profil ist oft der allererste Kontaktpunkt mit potenziellen Gästen. Wenn jemand „Restaurant in [deiner Stadt]“ googelt oder auf Google Maps sucht, entscheidet dein Profil in Sekunden, ob jemand bei dir reserviert – oder beim Lokal nebenan.

Was ein optimiertes Profil bringt: Lokale, die ihr Google-Profil vollständig pflegen, werden spürbar häufiger geklickt als unvollständige Profile. Besonders die Speisekarte mit Preisen und ein direkter Reservierungslink machen den Unterschied – denn Gäste wollen nicht erst lange suchen.

- Profil vollständig ausgefüllt (Adresse, Telefon, Öffnungszeiten, Website)
- Aktuelle Speisekarte hinterlegt – mit Preisen und Kategorien
- Direkter Link zur Tischreservierung eingerichtet
- Mindestens 10 professionelle Fotos (Speisen, Innenraum, Außenbereich, Team)
- Regelmäßig auf Google-Bewertungen antworten (innerhalb von 24–48h)
- Google Posts nutzen: Aktionen, Events, Tagesgerichte teilen

adSPICE-Tipp: Je mehr hochwertige Fotos auf deinem Google-Profil sind, desto mehr Anrufe und Routenanfragen bekommst du. Investiere in gute Bilder – es zahlt sich massiv aus.

02

RESERVIERUNGSLINK ÜBERALL VERLINKT

Der Reservierungslink ist dein wichtigstes Werkzeug, um aus Interesse eine echte Reservierung zu machen. Jeder zusätzliche Klick kostet dich Gäste. In der Praxis verlierst du mit jedem unnötigen Schritt wertvolle Interessenten.

Die goldene Regel: Maximal 2 Klicks von jedem Kontaktpunkt bis zur fertigen Reservierung. Egal ob jemand über Instagram, Google oder deine Website kommt – der Weg zum Tisch muss sofort klar sein.

- Reservierungslink in der Instagram-Bio (erster Link!)
- Reservierungslink auf der Facebook-Seite (CTA-Button: „Jetzt reservieren“)
- Reservierungslink auf Google Business (als Buchungs-URL hinterlegt)

- Reservierungslink auf der Website – sofort sichtbar, ohne scrollen
- Reservierungslink in TikTok-Bio (falls vorhanden)
- Reservierungslink in der E-Mail-Signatur

adSPICE-Tipp: Unbedingt ein digitales Reservierungssystem verwenden statt E-Mail- oder Telefon Reservierungen anzunehmen. Du kannst uns gerne kontaktieren – wir empfehlen dir gerne die Systeme, mit denen wir selbst gute Erfahrungen gemacht haben.

03

INSTAGRAM-PROFIL STEHT

Instagram ist für die Gastronomie der wichtigste Social-Media-Kanal. Dein Profil muss in 3 Sekunden die Frage beantworten: „Was bekomme ich hier – und warum sollte ich hingehen?“ Denk daran: Die meisten Leute sehen zuerst dein Profil, bevor sie reservieren.

Der erste Eindruck zählt: Ein aufgeräumtes Profil mit klarer Bio, gutem Profilbild und einheitlichem Feed wirkt professionell und vertrauenswürdig. Ein chaotisches Profil mit dem letzten Post von vor 3 Monaten signalisiert: „Hier tut sich nichts.“

- Profilbild: Logo oder markantes Bild deines Lokals
- Bio: Klar formuliert – Konzept, Standort, Alleinstellungsmerkmal (was macht dich besonders?) (max. 150 Zeichen)
- Kontakt-Buttons eingerichtet (Anrufen, Route planen, E-Mail)
- Story-Highlights mit Kategorien: Speisekarte, Events, Team, Gäste-Feedback
- Link in Bio führt zur Reservierung (oder Linktree mit Reservierung + Speisekarte)
- Business-Profil aktiviert (für Insights & Kontakt-Buttons)

adSPICE-Tipp: Nutze die Story-Highlights als digitale Schaufenster. Ein „Speisekarte“-Highlight mit schönen Fotos deiner Gerichte wirkt wie eine Einladung – und ist jederzeit verfügbar.

04

CONTENT-PLAN: MIND. 1 REEL + 1 FOTO PRO WOCHE

Konsistenz ist der Schlüssel. Der Instagram-Algorithmus belohnt Accounts, die regelmäßig posten. Wer 2–3 Wochen nichts postet, wird vom Algorithmus abgestraft – deine Beiträge werden weniger Leuten angezeigt, selbst wenn du wieder postest.

Das Minimum für Sichtbarkeit: 1 Reel + 1 Foto pro Woche. Reels sind aktuell das Reichweiten-Monster auf Instagram – sie werden deutlich mehr Leuten angezeigt als Fotos. Dazu täglich 2–3 Stories, um im Kopf zu bleiben.

Was posten? Hier ein einfacher Content-Mix:

- 1x pro Woche: Reel (z. B. Zubereitung, Behind the Scenes, Team-Vorstellung)
- 1x pro Woche: Foto-Post (z. B. Signature Dish, Stimmungsbild, Saisonales)
- Täglich: 2–3 Stories (Küche, Tagesgericht, volle Terrasse, Team-Moment)
- 1x pro Monat: Aktion/Event bewerben (Themenabend, neues Menü, Feiertags-Special)
- Content-Kalender anlegen: Wer postet was, wann?

adSPICE-Tipp: Du musst kein Filmprofi sein. Ein 15-Sekunden-Reel, in dem der Koch ein Gericht anrichtet, performt meistens besser als ein perfekt produziertes Video. Authentizität > Perfektion.

05

SPEISEN & TEAM PRÄSENTIEREN

In der Gastronomie verkaufst du nicht nur Essen – du verkaufst ein Erlebnis. Und dieses Erlebnis beginnt online, lange bevor der Gast dein Lokal betritt. Zeig, was dich besonders macht: deine Gerichte und die Menschen dahinter.

Warum das Team zeigen? Menschen verbinden sich mit Menschen, nicht mit Produkten oder Logos. Ein kurzes Video, in dem der Küchenchef sein Lieblingsgericht vorstellt, erzeugt mehr Vertrauen und emotionale Bindung als jedes Stockfoto.

- Food-Fotografie: Gutes Tageslicht, sauberer Hintergrund, appetitliche Anrichtung
- Team vorstellen: Küche, Service, Inhaber – mit Namen und kurzer Story
- Zubereitungs-Reels: Vom Rohprodukt zum fertigen Teller
- Saisonale Specials & neue Gerichte als eigene Posts vorstellen
- Gäste-Momente einfangen (mit Erlaubnis) – volle Tische, Stimmung, Events
- Behind the Scenes: Frühmorgens am Markt, Mise en Place, Teammeeting

adSPICE-Tipp: Profi-Tipp für bessere Food-Fotos ohne Fotograf: Fotografiere immer bei Tageslicht (neben dem Fenster), von schräg oben (45°), mit einem aufgeräumten Hintergrund. Das Handy reicht völlig.

06

BEZAHLTE WERBUNG (ADS) SCHALTEN

Die organische Reichweite auf Social Media ist heute sehr gering – nur ein kleiner Teil deiner Follower sieht überhaupt, was du postest. Mit bezahlter Werbung erreichst du dagegen gezielt potenzielle Gäste in deinem Einzugsgebiet – Leute, die aktiv nach einem Restaurant suchen oder sich für Essen interessieren.

Schon ein kleines Budget reicht: Ein typischer Gastro-Betrieb startet mit einem kleinen Tagesbudget. Wenn daraus nur ein paar zusätzliche Reservierungen pro Woche entstehen, rechnet sich das sofort.

Wo Ads schalten?

- Meta Ads (Instagram & Facebook): Perfekt für lokale Reichweite & Markenbekanntheit
- Google Ads: Fängt Leute ab, die aktiv suchen („Restaurant in [Stadt]“, „Italienisch essen“)
- Zielgruppe: Umkreis 5–15 km um dein Lokal, Alter & Interessen passend
- Starkes Creative: Appetitliches Bild/Video + klare Handlungsaufforderung („Jetzt Tisch reservieren“)
- Retargeting: Zeig Anzeigen Leuten, die dein Profil/Website bereits besucht haben
- Budget festlegen: Starte mit 5–10€/Tag, skaliere was funktioniert

adSPICE-Tipp: Die stärksten Gastro-Ads zeigen echtes Essen in echtem Ambiente. Kein Stockfoto, kein überproduziertes Video – ein 10-Sekunden-Clip, in dem ein Gericht serviert wird, mit „Jetzt Tisch reservieren“ als Call-to-Action, bringt die besten Ergebnisse.

07

BEWERTUNGEN AKTIV MANAGEN

Bewertungen sind der stärkste Vertrauensfaktor in der Gastronomie. Bevor ein Gast reserviert, checkt er fast immer die Google-Bewertungen. Ein Lokal mit 4,5 Sternen und 200 Bewertungen wirkt um ein Vielfaches vertrauenswürdiger als eines mit 4,8 Sternen und nur 8 Bewertungen.

Die Formel: Viele authentische Bewertungen + schnelle, freundliche Antworten = Vertrauen. Auch negative Bewertungen sind eine Chance: Eine professionelle Antwort zeigt allen Mitlesenden, dass du Feedback ernst nimmst.

- Auf JEDE Bewertung antworten – positiv UND negativ, innerhalb von 48h
- Zufriedene Gäste aktiv um Bewertung bitten (QR-Code am Tisch oder auf der Rechnung)
- QR-Code erstellen, der direkt zur Google-Bewertungsseite führt
- Negative Bewertungen: Verständnissvoll, professionell, lösungsorientiert antworten
- Beste Bewertungen als Screenshots in Instagram-Stories teilen
- Ziel setzen: Mindestens 5 neue Bewertungen pro Monat

adSPICE-Tipp: Erstelle einen QR-Code mit direktem Link zu deiner Google-Bewertung und drucke ihn auf kleine Kärtchen oder direkt auf die Rechnung. Ein einfacher Satz wie „Hat’s geschmeckt? Wir freuen uns über deine Bewertung!“ kann die Bewertungsanzahl verdoppeln.

08

WEBSITE MIT DEN BASICS

Deine Website muss kein Design-Award gewinnen. Aber sie muss die drei wichtigsten Fragen in unter 5 Sekunden beantworten: Was gibt es? Wo seid ihr? Wie reserviere ich? Alles darüber hinaus ist Bonus.

Mobile first: Der Großteil deiner Website-Besucher kommt über das Smartphone. Wenn deine Seite mobil nicht gut funktioniert, verlierst du die Mehrheit deiner potenziellen Gäste. Teste deine Website jetzt auf dem Handy – kannst du in 2 Klicks reservieren?

- Speisekarte online – aktuell, mit Preisen, als Webseite oder gut lesbares PDF
- Reservierungsbutton: Sofort sichtbar, ohne Scrollen
- Öffnungszeiten & Adresse prominent platziert
- Mobile-optimiert und schnelle Ladezeit (unter 3 Sekunden)
- Appetitliche Fotos von Speisen & Ambiente
- Google Maps eingebunden für einfache Navigation

adSPICE-Tipp: Viele Gäste besuchen deine Website NUR für zwei Dinge: Speisekarte und Reservierung. Mach genau diese beiden Punkte so prominent wie möglich – am besten als große Buttons direkt im Header.

09

VON DER KONKURRENZ ABHEBEN

Viele neue Restaurants scheitern nicht am Essen, sondern an fehlender Sichtbarkeit und Differenzierung. In jeder Stadt gibt es dutzende Lokale. Die Frage ist nicht „Bist du gut?“ – die Frage ist „Warum sollte jemand zu DIR kommen statt zum Lokal nebenan?“

Finde dein Alleinstellungsmerkmal: Das kann alles sein – hausgemachte Pasta von Omas Rezept, die beste Cocktailbar der Stadt, ein einzigartiges Interieur, ein besonderes Konzept (Brunch bis 16 Uhr, nur regionale Zutaten, Weinbar mit Käseplatte). Wichtig ist: Kommuniziere es LAUT und ÜBERALL.

- Alleinstellungsmerkmal (USP) definieren: Was macht dein Lokal einzigartig? (1 Satz!)
- Alleinstellungsmerkmal in Instagram-Bio, Website-Header, Google-Beschreibung kommunizieren
- Alleinstellungsmerkmal in jeder Anzeige und in deinem Content wiederholen
- Konkurrenz analysieren: Was machen andere? Was kannst du besser oder anders?
- Events & Aktionen als Differenzierung nutzen (Themenabende, Live-Musik, Specials)
- Storytelling: Erzähle die Geschichte hinter deinem Lokal

adSPICE-Tipp: Mach den Selbsttest: Frag 5 Stammgäste, warum sie immer wiederkommen. Die Antworten sind oft dein wahrer USP – manchmal ganz anders als das, was du denkst.

10

MESSEN, OPTIMIEREN, WIEDERHOLEN

Online-Marketing ohne Auswertung ist wie Kochen ohne Abschmecken. Du musst wissen, was funktioniert – und was Geld verbrennt. Die gute Nachricht: Alle relevanten Daten sind kostenlos verfügbar.

Die wichtigsten Kennzahlen: Reichweite (wie viele sehen dich?), Engagement (wie viele interagieren?), Website-Klicks (wie viele kommen auf deine Seite?), Reservierungen (wie viele buchen?). Wenn du diese 4 Zahlen monatlich trackst, siehst du sofort, was funktioniert.

- Instagram Insights monatlich checken: Top-Posts, Reichweite, Follower-Wachstum
- Google Business Statistiken: Anrufe, Routenanfragen, Website-Klicks, Suchanfragen
- Ads-Performance: Kosten pro Klick, Kosten pro Reservierung, ROAS
- Website-Analytics (falls vorhanden): Besucher, beliebteste Seiten, Absprungrate
- Monatlicher Review: Was lief gut? Was ändern wir? Wo investieren wir mehr?
- Ergebnisse dokumentieren: Einfache Tabelle mit den wichtigsten KPIs pro Monat

adSPICE-Tipp: Starte einfach: Erstelle eine Google-Tabelle mit den Spalten Monat, Instagram-Follower, Google-Bewertungen, Website-Besucher, Reservierungen. Trag die Zahlen monatlich ein. Nach 3 Monaten siehst du klare Trends – und kannst datenbasiert entscheiden, wo du investierst.

Du willst das nicht alleine machen?

Wir von adSPICE helfen Gastronomen dabei, ihr Lokal online sichtbar zu machen und die Tische voll zu bekommen – mit Ads, Content und Strategie.

Schreib uns einfach:
office@adspice.at | adspice.at
oder direkt auf Instagram: @adspice_

