Instagram-Leitfaden für das Gastgewerbe

Für Restaurants, Cafés, Bars und Hotels

Instagram ist kein reiner Verkaufskanal, es ist Ihr digitales Schaufenster, Ihre Visitenkarte und Ihr Erzähler. Mit authentischen Geschichten, regelmäßigem Mehrwert und einer klaren Strategie schaffen Sie Vertrauen und verwandeln Follower langfristig in treue Gäste.

1. Ihr Instagram-Profil als digitales Schaufenster

Ihr Profil ist der erste Eindruck und entscheidet in Sekunden, ob jemand stehen bleibt, weiterscrollt oder reserviert.

Wichtige Elemente

- Klare Positionierung:
  Wer sind Sie, was bieten Sie, und wo befinden Sie sich?
  → „Gemütliches Café im Herzen von Köln | Hausgemachte Kuchen & eigene Röstung | Täglich 9–18 Uhr“
- Aussagekräftige Bio mit Call-to-Action:
  - Kurze Beschreibung mit Emotion & Persönlichkeit
  - Link zu Reservierung, Menü oder Website
  - Klare Handlungsaufforderung:
    „Jetzt Tisch reservieren ⬇️“ oder „Zur Speisekarte 👇“
- Einheitliches visuelles Erscheinungsbild:
  - Wiederkehrende Farben, Schriften und Filter
  - Erkennbares Profilbild (Logo oder Ladenansicht)
  - Strukturiere Highlights (z. B. Menü, Team, Events, Bewertungen)

2. Storytelling auf Instagram

Gute Geschichten verkaufen keine Produkte, sondern Gefühle.
Sie machen Ihre Marke greifbar, sympathisch und einprägsam.

Grundprinzipien

- Nicht nur zeigen, was, sondern warum
  → Warum lieben Sie, was Sie tun? Warum ist Ihr Angebot besonders?
- Emotionen, Menschen & echte Einblicke
  → Das Team in Aktion, der Koch beim Anrichten, die Bäckerin beim Teigkneten, der Barista beim ersten Kaffee.
- Story-Struktur: Problem → Lösung → Ergebnis

Beispiel:
- Problem: Gäste haben mittags wenig Zeit.
- Lösung: Ihr schneller, frischer Mittagstisch.
- Ergebnis: „In 20 Minuten glücklich & satt – perfekt für die Mittagspause.“

Gefördert durch:
Ministerium für Wirtschaft, Industrie, Klimaschutz und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen

3. Content, der verkauft

Verkaufsstarker Content verbindet Emotion und Nutzen.
Er zeigt nicht nur, was Sie anbieten, sondern warum es relevant ist.

Drei Säulen

1. **Vertrauen:**
   - Persönliche Einblicke hinter die Kulissen
   - Mitarbeitervorstellung, Zubereitung, Einkauf, Servicealltag
   - Authentisch & sympathisch statt werblich
2. **Mehrwert:**
   - Tipps, Wissen & Inspiration (z. B. Weinempfehlungen, Rezeptideen, lokale Partner vorstellen)
   - Zeigt Kompetenz & Leidenschaft
3. **Angebot:**
   - Klare Handlungsaufforderung (CTA):
     „Jetzt reservieren 🍽“, „Mehr erfahren 👇“, „DM senden 📩“

4. Stories, Reels & Posts gezielt einsetzen

Stories

- Ziel: Nähe, Vertrauen, Aktualität
- Häufigkeit: Gerne täglich, kurz & spontan
- Inhalte:
  - Tagesgerichte, Aktionen, Events
  - Behind-the-Scenes-Einblicke
  - Persönliche Grüße oder Erinnerungen
- Tipp: Authentisch, emotional, nicht zu perfekt

Reels

- Ziel: Reichweite & Aufmerksamkeit
- Inhalte:
  - Entstehung von Speisen/Getränken
  - Emotionale Momente, Atmosphäre, Gästeinteraktionen
- Wichtig: Gute Lichtverhältnisse, ästhetische Darstellung, sympathische Stimmung

Feed-Posts

- Ziel: Markenaufbau & Wiedererkennung
- Inhalte:
  - Hochwertige Fotos im einheitlichen Stil
  - Stimmung & Markenidentität transportieren
  - Bewertungen, neue Angebote, Teamfotos

Gefördert durch:
Ministerium für Wirtschaft, Industrie, Klimaschutz und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen

Highlights

- Ziel: Orientierung & Dauerpräsenz
  - Menü / Karte
  - Öffnungszeiten
  - Events / Aktionen
  - Team / Über uns
  - Bewertungen / Gästestimmen

5. So machen Sie auf Ihre Produkte aufmerksam

Aufmerksamkeit entsteht nicht durch Lautstärke, sondern durch Relevanz.
Zeigen Sie, wie Ihr Angebot das Leben Ihrer Gäste verbessert.

Wichtige Punkte

- Relevanz zeigen:
  - Erzählen Sie, warum Ihr Gericht, Getränk oder Event besonders ist.
  - Nutzen Sie Emotion & Kontext: „Perfekt für den ersten Herbstabend …“

- Produkt-Tags & Story-Links:
  - Gerichte oder Angebote direkt markieren
  - Story-Links zu Speisekarte, Reservierung oder Aktionen

- DMs als persönlicher Verkaufskanal:
  - Individuell auf Gästeanfragen reagieren
  - Freundliche, serviceorientierte Kommunikation

- Klare CTAs:
  - „Jetzt reservieren 🍽“
  - „Heute Abend vorbeikommen!“
  - „Mehr erfahren 👇“

- Vertrauen vor Angebot:
  - Erst Beziehung aufbauen, dann verkaufen
  - Bewertungen, Gästestimmen & authentische Einblicke posten

6. 3 einfache Wege, Follower in Kunden zu verwandeln

Follower werden zu Kunden, wenn Sie Klarheit, Vertrauen und einen konkreten nächsten Schritt bieten.

Prinzip: Mehrwert → Vertrauen → Angebot

1. **Mehrwert:**
   - Teilen Sie Wissen, Tipps oder Inspiration (z. B. Weinempfehlungen, Frühstücksideen, Ausflugstipps für Hotelgäste)

2. **Vertrauen:**
   - Regelmäßige Stories mit echten Einblicken – Team, Küche, Alltag, Gäste

Gefördert durch:
Ministerium für Wirtschaft, Industrie, Klimaschutz und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen

3. **Angebot:**
    - Klare Handlungsaufforderung:
      „Jetzt Tisch reservieren“, „DM senden“, „Zimmer buchen“

DM-Kommunikation

- Aktiv und freundlich auf Nachrichten reagieren
- Persönliche Ansprache stärkt Bindung und führt häufiger zur Buchung oder zum Besuch

7. Regelmäßigkeit & Planung

- Ziel: Sichtbar bleiben, ohne zu überfordern
- Empfehlung:
    - 2–3 Posts pro Woche im Feed
    - Tägliche Stories (kurz, spontan, persönlich)
- Planungstipp:
    - Erstellen Sie einen Redaktionsplan (z. B. Themen wie „Team-Montag“, „Gericht der Woche“, „Event-Vorschau“)
    - Nutzen Sie Tools wie Meta Business Suite oder Later zur Vorausplanung
- Konstanz = Vertrauen:
  Regelmäßige Aktivität signalisiert Professionalität und Zuverlässigkeit.

8. Hilfreiche Tools für effizientes Arbeiten

Mit den richtigen Tools sparen Sie Zeit im Alltag und gewinnen mehr Raum für kreative, strategische Arbeit auf Instagram.

Empfohlene Tools

BEREICH	TOOL	NUTZEN
PLANUNG	Later, Meta Business Suite	Beiträge & Stories im Voraus planen und automatisch posten lassen
DESIGN	Canva	Professionelle Grafiken, Posts und Story-Vorlagen gestalten, auch ohne Designkenntnisse
AUSWERTUNG	Instagram Insights	Überblick über Reichweite, Engagement & Zielgruppenverhalten, Grundlage für Optimierungen

Tipp: Legen Sie feste Zeiten für Planung und Analyse fest (z. B. einmal pro Woche 30 Minuten). So behalten Sie den Überblick, ohne täglich viel Zeit investieren zu müssen.

Gefördert durch:
Ministerium für Wirtschaft, Industrie, Klimaschutz und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen

9. Quick Wins: Zum sofort Umsetzen

Schnelle, einfache Schritte, die Sie sofort umsetzen können – speziell für Gastronomie & Hotellerie:

1. Profiltext optimieren

Sagen Sie in einem Satz, was Sie machen und für wen.
→ Klare Positionierung statt Floskeln.
Beispiel: „Familiengeführtes Hotel mit regionaler Küche & Herz für Wanderer im Schwarzwald."

2. Umfragen & Abstimmungen in Stories

Nutzen Sie kleine Interaktionen wie:
„Welches Dessert sollen wir nächste Woche anbieten?" 🍰
→ Niedrigschwellige Nähe, steigert Engagement & Algorithmus-Relevanz.

3. Call-to-Action-Link einbauen

Verlinken Sie auf eine konkrete Aktion, nicht nur auf die Website.
→ „Jetzt Tisch reservieren", „Zimmer anfragen", „Menü ansehen"

4. Kunden & Partner markieren

Markieren Sie zufriedene Gäste (mit Zustimmung), Lieferanten oder lokale Partner.

→ Mehr Reichweite durch geteilte Beiträge

5. Stories täglich nutzen

Zeigen Sie Einblicke in Küche, Team oder Gäste-Feedback.

→ Schafft Vertrauen, Nähe & Wiedererkennung.

6. 1–2 Stunden pro Woche für Contentplanung

Planen Sie Themen, Fotos und Posts im Voraus.

→ Verhindert Stress & sichert Kontinuität, wichtiger als Perfektion.

7. Schnell auf Kommentare & DMs reagieren

Antworten Sie innerhalb von 24 Stunden.

→ Steigert Vertrauen, Kundenzufriedenheit & Algorithmus-Sichtbarkeit.

Gefördert durch:
Ministerium für Wirtschaft, Industrie, Klimaschutz und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen

Die Informationen in diesem Dokument sind allgemeiner Art und dienen lediglich dazu, die Möglichkeiten der Nachhaltigkeit dem Interessierten vorzustellen. Der DEHOGA übernimmt die Haftung für diese Inhalte gemäß den gesetzlichen Bestimmungen. Die Zusammenstellung der Informationen erfolgt mit der gebotenen Sorgfalt. Für Entscheidungen, die der Verwender auf Grund der vorgenannten Informationen trifft, übernehmen wir keine Verantwortung.

Ihre Ansprechpartnerin Anna-Lena Krannich, Transformationscoach für Nachhaltigkeit
DEHOGA Nordrhein-Westfalen e.V. · Hammer Landstraße 45 · 41460 Neuss · 02131 7518 228
krannich@dehoga-nrw.de • transformation-gastgewerbe.nrw

Gefördert durch:
Ministerium für Wirtschaft, Industrie, Klimaschutz und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen