

PETRA VAN LAAK

Geniale Texte



FÜR HOTELLERIE UND GASTRONOMIE

EDITION



Allgemeine Hotel- und
Gastronomie-Zeitung

MATTHAES

INHALTSVERZEICHNIS

A MACH DICH STARTKLAR 8

WIR STARTEN MIT LAUTER GUTEN BEISPIELEN. VIELE KOLLEGEN STEuern IHRE KOMMUNIKATION MIT DEM GAST BEREITS ÜBER GUTE TEXTE – SCHAU DIR DAS GENAUER AN.

1. Diese Kollegen haben es drauf 9
2. Was sich daraus für deine Texte ableiten lässt 20
3. Mit welcher Strategie du herangehen kannst 26

B WAS GUTE TEXTE AUSMACHT 30

HIER ERFÄHRST DU, WELCHE MERKMALE GRIFFIGE, EINZIGARTIGE UND UNTERHALTSAME TEXTE HABEN.

4. Verständlich schreiben 31
5. Übersichtliche Textstruktur 35
6. Der gute Ton 40
7. Infotainment – informieren und unterhalten 46

C DER ANALOGE GAST 51

ÜBERALL DORT, WO DER GAST ETWAS ANALOG ERFAHREN KANN, WO ALSO ALLE SEINE SINNE ZUM EINSATZ KOMMEN (SEHEN, HÖREN, RIECHEN, SCHMECKEN, FÜHLEN), BIST DU GEFRAGT: VON DER IMAGEBROSCHÜRE ÜBER WEGELEITSYSTEME BIS HIN ZU PFIFFIGEN BEZEICHNUNGEN FÜRS TEAM ODER EVENTS – GUTE TEXTE HAUEN ES RAUS.

8. Prospekte, Imagebroschüren und Karten zum Verlieben 52
9. Lesestoff am Tisch 58
10. Auf dem Zimmer 66
11. Im, am, ums Haus 72
12. Dein Team – lass es strahlen 76
13. Am Telefon 82
14. Arrangements und Veranstaltungen 86
15. Produktnamen und Produktbeschreibungen 92

D DER DIGITALE GAST 96

DIE DIGITALE KOMMUNIKATION MIT DEM GAST WIRD IMMER WICHTIGER. DIGITALE KANÄLE WIE WEBSITE, E-MAIL-KORRESPONDENZ, APPS, SOCIAL MEDIA USW. BRAUCHEN RAFFINIERTE TEXTE.

16. Die Website – die Bühne deines Betriebes	97
17. Für Blogs schreiben	106
18. Reservierungen, Buchungen und Portale	114
19. Textnachrichten schreiben	122
20. E-Mails und Newsletter	129
21. Social Media? Worauf wartest du noch?	137
22. Keine Angst vor SEO	145

E DAS MINIMAL-TURBO-PROGRAMM 150

WENIG ZEIT? KENNEN WIR. HIER LIEFERN WIR DIR IDEEN FÜR DIE TEXTERSTELLUNG, DIE SICH MIT EINEM MINIMAL-AUFWAND VERWIRKLICHEN LASSEN. DU SCHAFFST DAS.

23. Wichtigste Kontaktpunkte zuerst betexten	151
24. Der Headline-Baukasten	156
25. Der Redaktionsplan	162

F WENN MEHR ZEIT ODER EIN DIENSTLEISTER DA IST 168

EIN BISSCHEN LUFT? UMSO BESSER! IN DIESEM ABSCHNITT SIEHST DU, WAS DU UND/ODER DEIN DIENSTLEISTER SONST NOCH ALLES DURCH GUTE TEXTE ANSTELLEN KÖNNTE. ALLES KANN, NICHTS MUSS.

26. Storytelling	169
27. Eine eigene Sprache für deinen Betrieb	177
28. Mitarbeiter finden	184

G ANHANG 191

Die Mega-Checkliste	192
Fragelisten	195
Quellennachweis	197
Über die Autorin	198
Impressum	200

Hinweis: Dieses Buch enthält unverbindliche Informationen. Die Autorin übernimmt keinerlei Gewähr für die Aktualität, Korrektheit, Vollständigkeit oder Qualität der bereitgestellten Informationen, die auch keine individuelle Rechtsberatung darstellen.

SiR
LITERATUR



Books & Booze

Grab a pair of reading glasses and your favorite bottle-neck sweater: it's reading time again! On Wednesday, December 13th, Sir Savigny and THE BUTCHER invite you to the third edition of Books & Booze. Join local writers for an evening of inspiring stories while enjoying delicious burgers and cocktails.

Berlin-based writer **Constantin Klein** is reading from 'Reckentanz', a coming-of-age story about two young men and a trip to Martha's that isn't quite what they thought it would be. **Reckentanz** is his first novel and was recently published in September.

Donnerstag 19.00 - 7 Uhr
Kartenpreis: 14 €
10613 Berlin

KIPP HERE

www.sirbooks.com

DR. AGAR / SIR AUBREY / SIR SAVIGNY / SIR WILSON / SIR YORK

Umsatzsteu.

Wirtschaftswunder
Festivals, Konzerte & Events

Events im Herbst | Winter

30. September 2017
Craft Beer Tasting
Das besondere Geschmackserlebnis mit Stefan Schiig - Oxytrücker Bierenthusiast
99,00 € pro Person, Beginn: 18.30 Uhr
4-Gänge-Menü inkl. Craft Beer & Mineralwasser

24. November 2017
Dinner Act - Pop & Schlager Küche
Showtime: 3-Dinner-Jeans 7.200 € pro Person
Einlass: 18.30 Uhr, Beginn: 19.30 Uhr
Reservierung: www.festivalside.de, Tel.: 49 541 9638066

30. November | 07. und 14. Dezember 2017
Starten Sie mit einem weihnachtlichen Buffet in Ihre Weihnachtsfeier.
Ab 18.00 Uhr
34,00 € pro Person
inkl. Buffet, Aperitif, 2 Gläser Hauswein oder Flaschen, Mineralwasser und Kaffee

24. Dezember 2017
Frühstücksbuffet
Von 09.00 bis 11.00 Uhr oder von 11.00 bis 13.00 Uhr
109,00 € pro Person
inkl. Frühstück, Halbschokolade, Säfte
Musikprogramm von 10.00 bis 12.00 Uhr

24. Dezember 2017
ab 17.00 Uhr
Buffet mit Speisen die zu Winter! Fest fetter köstlich und (den geschätzten) Klassikern der 50er & 60er Jahre.
49,00 € pro Person
Buffet inkl. Aperitif

25. & 26. Dezember 2017
Ab 18.00 Uhr - wählen Sie nach Ihrem Geschmack aus unserer Weihnachtskarte

31. Januar 2018
13.00 bis 18.00 Uhr
Kalenderstück gefällig?
15,00 € pro Person
Buffet inkl. Heringsgrünke und Säfte

Reservierung unter
Tel. 0541 55954-0



Suppe
Löffel
WITTE & SOHN

Liebe Gäste!
Vorleichte wird sich heute Nacht
den neuen Mann namens Nikolaus stift,
heute und seine (neue) Zimmerkerze nähen.
Unsere Empfehlung
Stiefel vor die Tür stellen!
Sie wissen ja, das Leben in der Sezzettelode
ist immer eine Wunderliste.
Da könnte auch ein kleines Stück
hölzerne Magie in Ihren Schuhen landen...



SEITE 1

WIE HAST DU UNS ENTDECKT?

Facebook Adressliste Freunde/ Bekannte Buchungsportale

Mailings/Direkt Google+/Suche

COOLE CREW?

Zeitraum	2014	2015	2016	2017
Zeitraum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Instagram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Facebook	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spezial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Seitenanfang	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bestenliste	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SCHICKE BUDET?

Zeitraum	2014	2015	2016	2017
Zeitraum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Instagram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Facebook	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spezial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Seitenanfang	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

GUT GESCHREUBT?

Zeitraum	2014	2015	2016	2017
Zeitraum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Instagram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Facebook	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spezial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Seitenanfang	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

BEVOR ES LOSGEHT

Wenn du's dir mal genau überlegst: Als Hotelier und Gastronom hast du viel mit Texten zu tun: E-Mails und Newsletter schreiben, die Texte von Broschüren und Flyern müssen sitzen, und dann gibt es da noch die ganzen Web-Kanäle: Website, Facebook, Instagram und andere Auftritte im Internet. Lass uns raten: Du hast eigentlich keine Zeit dafür? Und es ist nicht genug Geld da, um die Verantwortung für Texte und Inhalte an spezialisierte Agenturen abzugeben? – Aha. Wer sitzt also nach einem anstrengenden Arbeitstag am Rechner und versucht, sich gute Texte aus den Fingern zu saugen? Genau: der Inhaber, der Marketing-Assistent, die Küchenchefin, die Hausdame, kurz: du!

Mit diesem Buch machen wir es dir und den anderen fleißigen Leuten mit Textverantwortung in deinem Betrieb leichter. Wir wissen, dass du wenig Zeit hast, und deshalb gibt es handfeste Praxistipps fürs Schreiben und unzählige Anregungen, wo du überall deine genialen Texte unterbringen kannst. Und nebenbei erfährst du, warum Texte in der Hotellerie und Gastronomie so wichtig sind und wie du mit guten Texten deine Gäste überzeugst, z. B. mit ansprechenden Bezeichnungen für Menüs, Unterkünfte und Orte.

Das hier ist übrigens kein Ratgeber, sondern ein Tat-Geber. Am Ende jedes Kapitels gibt es eine praxistaugliche Checkliste, mit der du das neue Wissen schnell in die Tat umsetzen kannst. Wenn du noch nicht weißt, ob ein bestimmtes Kapitel für dich relevant ist, lies dir nur den Anfang durch: »Das Kapitel in 7 Sekunden«. Danach kannst du immer noch weiterblättern oder dich in das Kapitel vertiefen.

Du hast zu diesem Buch gegriffen – und damit bist du deinen Mitbewerbern eine Nase lang voraus. Klasse! Dann mal los. Zeig es den anderen!





MACH DICH STARTKLAR

Noch längst nicht allen Hoteliers und Gastronomen ist klar, wie viel sich über gut geschriebene Texte erreichen lässt. Texte entscheiden über die Beziehung zum Gast. Und in den nächsten Jahren wird die mündliche und schriftliche Kommunikation mit dem Gast noch wichtiger. Warum? Weil sich da an vielen Schrauben drehen lässt. Erst langsam kapieren die Betriebe, dass sich aus der Art und Weise, wie gesprochen und geschrieben wird, jede Menge Kapital schlagen lässt. Und genau deshalb gibt es dieses Buch. Sieh dir an, wer's schon draufhat, staune, lerne – und mach es noch besser.



DIESE KOLLEGEN HABEN ES DRAUF WER ES SCHON ALLES UMGESETZT HAT



DAS KAPITEL IN 7 SEKUNDEN

- * Einige Kollegen machen es vor: Sie haben die Bedeutung von guten Texten begriffen und setzen sie über unzählige Kontaktpunkte hinweg ein.
- * Emotionen und Humor haben noch keinem Text geschadet.
- * Positiv aufgeladene Begriffe ziehen den Leser schnell in den Bann des Textes.
- * Die geglückten Texte sind deshalb so gut, weil sie exakt auf die jeweilige Zielgruppe hin zugeschnitten sind.
- * Offenheit und Ehrlichkeit sind extrem wichtig. Wer zudem noch ein Näschen für Dramaturgie hat, erreicht den Leser im Handumdrehen.
- * Nirgends lernt man besser texten als durch gute Vorbilder.

Nur kein Neid, wenn Kollegen etwas richtig gut machen. Schau es dir genau an und genieße ihren Einfallsreichtum. An diesen Vorbildern kannst du dich gut orientieren, ohne dass du dabei zum Nachmacher wirst. Wir zeigen hier einige Kollegen, die sich durch ihre Texte (und durch noch mehr) wohltuend von der Konkurrenz abheben. Hingucken erwünscht.

VON BUDEN, BUTZEN UND DER HOLZKLASSE

Mit einer großen Portion Humor, überraschenden Formulierungen und Wortschöpfungen geht dieser Betrieb auf seine Gäste zu. Die Bretterbude wurde als »Hotelimmobilie 2017« vom Hotelforum ausgezeichnet, und tatsächlich, es gibt eine Linie vom durchdachten Architekturkonzept zum konsequenten Textprinzip, das sich an allen Kontaktpunkten im Betrieb bemerkbar macht. In der Laudatio bei der Verleihung des Preises zur Hotelimmobilie 2017 heißt es:

»Die Bretterbude ist im positiven Sinne des Wortes eine Bretterbude: von der in unterschiedlichen Hölzern gestalteten Fassade angefangen, über individuell gestaltete Bretterbutzen, bis zur Knetkammer und dem Plankenverleih ist das Thema Holz überall präsent, und zwar rau und klar, aber auch herzlich, wie es der Sprache der Ostseeküste entspricht.« (Andreas Martin, Geschäftsführer des Veranstalters Hotelforum Management GmbH)

Hast du's gemerkt? Da ist von »rau und klar« die Rede, auch »herzlich«, und: »... wie es der Sprache der Ostseeküste entspricht«. Genau das zieht der Betrieb tatsächlich überall durch. Wenn du dir die Texte durchliest, weißt du sofort, was dich als Gast erwartet. Es gibt kein Drumherum-Labern, keine langweiligen Phrasen, keine beschönigenden Formulierungen. What you see is what you get. Die Texte säuseln dir nicht um

die Ohren, sondern sagen, was Sache ist. Das passt. Und es passt deshalb besonders gut, weil zur Zielgruppe junge Kiter und Surfer gehören, denen du nichts vormachen kannst, weil die erst ab Windstärke 6 ins Wasser gehen.

SO SIEHT DER TEXT AUF DER STARTSEITE AUS:

BOCK AUF BRETT?

Bretterbude, Holzklasse – Dachschaden? Keine Sorge, so schlimm ist es nicht. Weiterlesen hilft!

Was ist die Bretterbude?

Die Bretterbude ist Schlafkoje, Rückzugs-Area, Regenerationsraum, Speisesaal und Kleiderkammer. Ideal für dich, deine Freunde und deinen Bulli. Ohne viel Tamtam, aber dafür mit Platz für das Wesentliche.

Für wen ist die Bretterbude?

Für Freiheitsdiven, Wasserakrobaten, Boardliebhaber, Naturfetischisten und Konventionsbrecher – kurzum: Für alle, die keinen Bock auf Langeweile haben, sondern kreativ und eigen sind – selbst mit Brett überm Kopf.

»Gemütlich eingerichtete Zimmer mit Meerblick? Ausgestattet mit Doppelbett, Dusche und WC?« Gähnst du schon? Wir auch. Die Bretterbude macht das viel besser und beschreibt eines ihrer kleinsten Zimmer so:

PLATZSPARER MIT DURCHBLICK

Die kleine, feine Butze mit Sternschnuppen-Freiluftkino, dem Traum vom Meer und Gemütlichkeits-Overkill.

Unsere Kleinen sind gemütlich eingerichtet – perfekt zum Abschalten nach einem anstrengenden Tag auf dem Wasser. Das große Doppelbett haben wir direkt vors Fenster gepackt: Zum einem, um keinen Platz zu vergeuden. Zum anderen, damit ihr von dort aus den perfekten Blick habt: Sternschnuppen-Freiluftkino vom Bett aus quasi. Für euren Kram findet ihr außerdem ordentlich Stauraum. Und natürlich gibt es auch ein eigenes Badezimmer mit Dusche und Haartrockner.

Was gehört außerdem zum perfekten Urlaub? Richtig, der passende Soundtrack! Um den zu kreieren, habt ihr in eurer Butze auch ein Radio. Damit könnt ihr ganz entspannt via Bluetooth eure eigene Mucke hören – oder euch morgens unter der Dusche informieren, was sonst so in der Welt abgeht. Für alle, die schnell auf Entzug sind, haben wir auch den obligatorischen Flat-TV in allen Butzen.

Du bist unsicher, ob die Butze vielleicht zu klein ist? Dann bedenke Folgendes und wähle weise:

Rechenbeispiel: Nehmen wir mal an, ein durchschnittliches Kiteboard ist 140 cm lang. Ihr teilt euch die kleine Butze, habt also zwei Boards dabei. Die Butze ist 12,3 qm groß. Wie viele Kiteboards könnte jeder von euch zusätzlich mitbringen?

Überzeugt?

Dann mal zu! Die Butzen gibt es schon für ein paar Groschen!

www.bretterbude.de

Die Jungs und Mädels von der Bretterbude treiben das noch weiter: im Flyer, Aufsteller usw. Sehr konsequent, sehr aufmerksamkeitsstark und auf jeden Fall sehr merkfähig.



WAR GEIL?
BEWERTE UNS AUCH BEI

WWW.HOLIDAYCHECK.DE
WWW.BOOKING.COM
WWW.TRIPADVISOR.DE

@BRETTERBUDE
 #BRETTERBUDEHOTEL
 @BRETTERBUDE_HOTEL

Butzen-Nr.: _____ Abreisedatum: _____



KOMM
RUHIG REIN,
ICH FÜHRE
MEIN HERRCHEN
GASSI.



www.BREITERBUDE.de

HÄPPI
BÖRTSDEY!



www.BREITERBUDE.de



DAS SYMPATHISCHE FAMILIENHOTEL

Das Hotel Bareiss in Baiersbronn steht für etwas ganz anderes als die Bretterbude. Seine Themen sind Tradition, Familie und Erholung. Auf seiner Startseite findet sich ein – erfrischend kurzer – Text, der wie eine Filmszene beginnt, sich langsam steigert, Tempo zulegt, um schließlich in der vom Gast heiß ersehnten Unterkunft zu enden. Die verstehen etwas von Dramaturgie.

WILLKOMMEN IM BAREISS

Dunkle Tannen, von der Sonne beleuchtet. Sanfte Hügel und rauschende Bäche. Die Straße schlängelt sich Ihrem Ziel entgegen. Ihre Vorfreude wächst. Durch Freudenstadt, Baiersbronn und – Mittelatal. Endlich! Das ganze Jahr haben Sie sich darauf gefreut. Auf den Urlaub. Auf das Bareiss. Herzlich willkommen!

Dieser Betrieb kennt seine einzelnen Zielgruppen sehr genau. Er weiß, dass für Eltern ein Urlaub erst so richtig beginnt, wenn auch die Sprösslinge gut untergebracht und zufrieden sind. Und genau darauf gehen die Betreiber in kluger Weise mit dem Menüpunkt »Junge Gäste« auf der Website ein:

DIE WICHTIGSTEN MENSCHEN DER WELT

Das Bareiss ist ein Familienhotel. Und darum kümmern wir uns vor allem auch um unsere jungen Gäste. Wir tun nahezu alles dafür, dass sie sich bei uns wohlfühlen. Viele, die vor fünfzig Jahren unsere jungen Gäste waren, kommen heute mit ihren eigenen Enkelkindern wieder. Die genauso wie ihre Großeltern so gerne im Bareiss sind, dass der Abschied jedes Jahr schwerfällt. Gut, dass es immer ein nächstes Mal gibt!

DIE WELT IST NOCH HEIL IN MITTELTAL

Was könnte es Schöneres geben als einen entspannten Urlaub mit der Familie? In dem sich alle wohlfühlen, weil jeder machen darf, worauf er Lust hat! Und am Abend sitzen Kinder, Eltern und Großeltern gemeinsam beim Essen und erzählen sich, was sie erlebt haben. So viel Spaß hat man einfach nur im Bareiss.



Hier wird das Bild einer heilen Familienwelt entworfen, in der sich alle Generationen gut verstehen. Dem Gast wird unterschwellig bewusst, dass dieses Hotel das friedvolle Szenario nicht nur für ihn entwirft, sondern während seines Aufenthalts dafür sorgt, dass es wahr wird. Für ein paar Tage wenigstens.

Interessant ist auch der Gebrauch einzelner, positiv besetzter Wörter, auf die jeder Urlauber sofort anspringt. Lies dir diesen Text einmal durch und wähle die Wörter aus, die bei dir sofort angenehme Gefühle auslösen:

SCHENKEN SIE DEM TAG EIN LÄCHELN!

Und Sie werden sehen: Der Tag lächelt zurück. Bei uns im Hotel Bareiss sind alle Tage von einer herzerfrischenden Heiterkeit. Genießen Sie also Ihre Ferien. Egal, ob Sie Frühaufsteher sind oder gerne ausschlafen, ob Sie es ruhig angehen lassen oder ob Sie vor Energie strotzen, ob Sie im Strandkorb sitzen mit einem guten Buch oder den Baiersbronner Wanderhimmel erobern – lassen Sie es sich einfach gut gehen. Dafür sind Ferien da. Und dafür gibt es das Bareiss.

www.bareiss.com

Sind sie dir aufgefallen? Lächeln, herzerfrischend, Heiterkeit, vor Energie strotzen, Wanderhimmel ... gut gemacht, denn sie sprechen die Sinne des Lesers an. Wie du den Gast in deinen Texten über seine einzelnen Sinne erreichen kannst, erfährst du in **KAPITEL 6**. Ist dir übrigens auch aufgefallen, dass am Ende jedes Textabschnitts »Bareiss« steht? Ein sehr gutes Stilmittel, um dem Leser die Marke einzutrichtern.





DIE ETWAS ANDERE PIZZERIA IN FÜRSTENFELDBRUCK

Hier geht es im Kern um gemeinsames Essen, um Freundschaft, um Sich-Wohlfühlen im Kreis von netten Leuten. Wenn die Gemeinschaft eine so wichtige Rolle spielt, schlägt sich das auch in den Texten nieder: Die Ansprache ist durchweg sympathisch, wir werden mit Du angesprochen – und das passt sehr gut zum gesamten Style der Marke.

Unter dem Menüpunkt »Unsere Martha« findest du diesen herzlichen Text:

Was ist das Besondere an der MARTHA PIZZAREI? Wir haben einen Ort geschaffen, an dem sich Menschen begegnen, der Gast zum Freund wird, der mit allen Sinnen genießen und eine gute Zeit haben kann. In der MARTHA geht es also neben dem Essen und Trinken auch um Geselligkeit, Genuss und Wohlfühlen.

Wir lieben das südliche Lebensgefühl und den Genuss am gemeinschaftlichen Essen und Trinken. In der MARTHA könnt Ihr genau das mit Eurer Familie, Freunden oder Kollegen genießen. Wie zu Hause, nur dass wir Euch als unsere Gäste verwöhnen! Alle Gerichte, die mit einem Herz markiert sind, können ab 4 Personen als Tischbuffet in Schüsseln, Reinen, Töpfen oder auch auf unserer exklusiven, eigens entwickelten Pizza-Etagere bestellt werden. Dazu bekommt Ihr kleine Teller und Besteck und könnt so von allem probieren und nach Herzenslust Euren eigenen Teller zusammenstellen. In der MARTHA PIZZAREI wird Essengehen zu einem Rundum-Erlebnis. Und wer dieses Gefühl auch mit nach Hause nehmen möchte, der findet in der kleinen Ladenecke exklusive MARTHA-Produkte.

Schön, dass Ihr bei uns seid!

www.martha-pizzarei.de

Im Text tauchen sie auf, die positiv aufgeladenen Wörter, z. B. genießen, Herz, Sinne, Gefühl, verwöhnen, Herzenslust, Erlebnis, schön, Lebensgefühl, Gemeinschaft, Geselligkeit usw. Obwohl hier so viele Emotionen im Spiel sind, wirkt der Text nicht kitschig. In Kombination mit den Fotos von der Location und dem sympathischen Team nehmen wir das den Leuten von Marthas Pizzarei sofort ab.

EMOTION SELLS

Das Schweizer Hotel Privata im Engadin setzt alles auf die Gefühlskarte. Sie fahren eine klare Linie in ihren Texten: Wir holen unseren Gast auf der sinnlichen Ebene ab. Und das sieht auf der Startseite der Hotel-Website zum Beispiel so aus:

BERÜHRT. DIE SEELE UND DEN GAUMEN.

Bergfrische und Herzenswärme erleben. Lebenskraft, geschöpft aus der Natur, der Landschaft, berührt die Seele. Farben und Düfte verzaubern. Unvergleichliche Schönheit und Ruhe wecken vollkommenes Glücksgefühl. Willkommen im Engadin, dem Hochtal des Lebensgenusses. Willkommen im Hotel Privata, dem Haus der Behaglichkeit.

www.hotelprivata.ch

Jetzt musst du nicht denken, dass die Schweizer Kollegen in Gefühlsduselei abrutschen, nein, sie achten auf eine gute Struktur und geben dem Besucher der Website durch eine einleuchtende Menüführung Orientierung. Bei so kurzen, durchdachten Texten darf man sich ruhig mal große Gefühle erlauben. Hier ein paar Beispiele:

Zimmer & Preise: Die Liebe zum Detail. Geborgen sein. Es duftet nach Arvenholz und sonnenfrischer Bettdecke. Wohligkeit wartet unter ihr.

Kulinarik: Südlich intensiv leuchtet der Himmel über dem Engadin. Kraftvoll ist, was hier in den Bergen gedeiht.

Zimmer: Jedes Zimmer ein Kleinod und jedes ist anders. Im Parterre lädt die Arvenstube ein. Da werden wir beisammensitzen. Die Ruhe geniessen. Am heimeligen Ort das Auge weiden. Nach dem Schlummertrunk müde und zufrieden unters Dach steigen.

www.hotelprivata.ch

Warum sind diese kleinen Texthappen so gefühlvoll? Weil sie alle Sinne des Lesers ansprechen. Wir haben nämlich nicht nur den Sehsinn, sondern haben auch Antennen fürs Hören, Riechen, Schmecken und Fühlen. Die Kollegen wissen, was sie tun. Hier ein paar Wörter und Wortgruppen aus ihrem Fundus:

- Bergfrische, Herzenswärme, berührt die Seele, Haus der Behaglichkeit, Wohligkeit wartet (Fühlen)
- Farben verzaubern, intensiv leuchtet der Himmel, das Auge weiden (Sehen)
- Düfte verzaubern, es duftet nach Arvenholz und sonnenfrischer Bettdecke (Riechen)
- Schlummertrunk (Schmecken)
- Heu knistert (Hören)

Wenn du noch mehr über diesen Texter-Kniff wissen willst, lies weiter in **KAPITEL 6**, »Der gute Ton«.

FAST WIE ZU HAUSE

Das Hotel Altstadt Vienna erzeugt an allen Kontaktpunkten ein Rundum-Willkommensgefühl, ähnlich wie es das »Hotel Mama« tut. Auf unaufdringliche Weise suchen die Kollegen schon auf der Website den Kontakt mit dem Gast. Ein freundliches kleines Chat-Angebot taucht nach kurzem Surfen auf der Seite unten rechts auf. Man kann, muss aber nicht auf das Dialogangebot eingehen.

In jedem Header der Website steckt eine starke Emotion in der Kombi aus Bild und Text: Auf der Startseite heißt es schlicht »Lebensgefühl«, und so geht es auf den Folgeseiten weiter:

MENÜPUNKT »ESSEN«: EINFACH GUT

Wir lieben gutes Essen. So manch einer munkelt, das Altstadt Vienna habe das beste Hotelfrühstück in Wien. Das behaupten wir nicht. Sie werden anderorts sicher Kaviar und Champagner finden. Bei uns nicht. Dafür den besten Schinken Wiens. Resches Brot und Butter aus Omas Porzellan-Tiegel. Einfach ehrlich. Einfach gut.

MENÜPUNKT »MENSCHEN«: DIE BASIS

Hier bin ich Mensch. Der Mensch steht im Vordergrund unseres Tuns. Sie als Gast. Aber davor sind wir ein bisschen egoistisch. Und schauen auf uns. Denn nur, wenn es uns gut geht, strahlen wir. Sie an.

Hier darf ich's sein. Professionelle Gastgeber, jedoch keine Roboter. Herzliche Menschen, jedoch mit Ecken und Kanten. Wir lachen und weinen, wir tanzen und sinnieren. So sind wir. So dürfen wir sein.

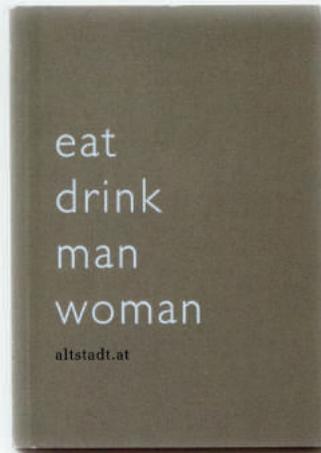
MENÜPUNKT »DIE MUSE«: KUSS GEFÄLLIG?

Die Muse. Über Kunst, Kultur und Design. Inspiration gefällig? Gerne erzählen wir Ihnen mehr über die Dinge, die wir mögen. Über Kunst und Kultur oder Architektur und Design. Über das Altstadt Vienna, wie auch das Neueste aus Wien. Viel Spaß beim Stöbern, und wir freuen uns, wenn Sie die Muse küsst.

www.altstadt.at

Merkst du, welches Prinzip hier zugrunde liegt? Die Kollegen schildern beide Seiten der Medaille. Und das macht sie so glaubwürdig. »Professionelle Gastgeber, jedoch keine Roboter.« Das nimmst du denen ab. Und du weißt sofort, woran du bist. Erfrischend! Zur Nachahmung empfohlen.

Die Kollegen lassen sich darüber hinaus für weitere Kontakte mit dem Gast textlich auch etwas einfallen. Von der Postkartenserie über die Hotelzeitung bis hin zu Aufklebern.





Geniale Texte für Hotellerie und Gastronomie



Nach dem Motto »Wie du mit knackigen Texten besser verkaufst« ist dieser »Tat-Geber« geschrieben – für Gastronomen und Hoteliers; aus der Praxis für die Praxis.

Wann und wo kommen Gäste mit Text (geschrieben oder gesprochen) in Kontakt? Das Spektrum ist gigantisch. Es fängt bei Prospekten oder der Ansage auf dem Anrufbeantworter an und reicht bis hin zu Newslettern, Blog-Texten und Social-Media-Plattformen. Je nach Kanal oder Situation ändert sich der Ton. Und zum Haus muss es auch noch passen.

Dröge Pflicht? Muss nicht sein! Mit der richtigen Anleitung fällt das Formulieren leicht. Es macht sogar Spaß, eigene Texte zu schreiben.

Unzählige echte, positive Beispiele machen Mut, sich mit diesem Thema zu beschäftigen, dabei Schritt für Schritt zum Textprofi zu werden und den eigenen Stil zu finden.

Das Schöne daran: Es ist kein Hexenwerk und kostet mit diesem »Tat-Geber« viel weniger Zeit und Mühe als gedacht. Die Wirkung ist dennoch enorm: Bessere Ergebnisse auf allen Ebenen.

