

gastonomie & hotellerie

Das Unternehmer-Magazin

5/2010

Chefsache: Ideen zur Fußball-WM | **Ambiente:** Sitzen Sie richtig!?
Technik: Entertainment in der 3. Dimension | **Food:** Sommerliche Kreationen

www.gastonomie-hotellerie.com

A8109

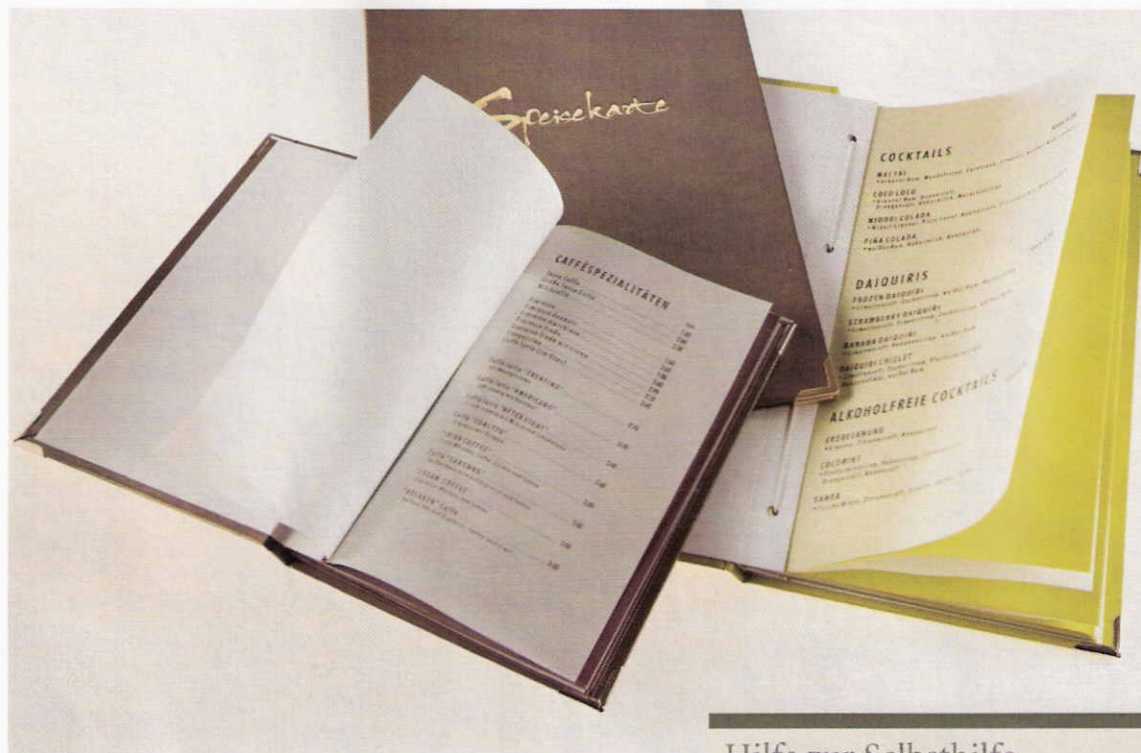
huss

HUSS-MEDIEN GmbH
10400 Berlin



Erfolgreich verkaufen

Der Weg zur perfekten Angebotskarte (6)



Es gibt Spezialisten, die jedes Jahr neue Ideen präsentieren, der Flührer Speisekarten-Verlag zum Beispiel. Ob Soft- oder Hardcover, Passepartout- oder Direct-System – durch die passende Format-, Farb- oder Motivwahl wird das Ambiente des gedeckten Tisches entscheidend mit geprägt.

FOTO: FLÜHRER

In der letzten Ausgabe lernten Sie an dieser Stelle bereits Linda Lecker kennen, die einen Gasthof übernommen hat. Die Inhalte ihres Angebots hat Linda inzwischen überarbeitet.

Sie werden darin keine Schreibfehler mehr entdecken – da können Sie sicher sein! Die Chefin hat aber noch viel mehr vor mit ihrem schönen Gasthof, für den sie Zeit, Geld und auch Energie opfert.

Sie ist stolz darauf, dass Gäste aus allen Alters- sowie Berufsgruppen zu ihr kommen. Sie sollen ihr möglichst weiterhin treu bleiben. Lindas Ziel ist ein Unternehmen, das von allen Kreisen geschätzt wird, eines, in dem sich jedermann wohl fühlen kann – egal, wie alt der Gast oder wie gefüllt seine Geldbörse ist. Lassen Sie uns die nächsten Schritte von Linda Lecker betrachten: attraktive Drucksachen.

Grundlagen festlegen

Für Kurt, den Korrektor, war sein allwöchentliches Mittagessen in Lindas Restaurant ein schönes Ritual. Er genoss es, obwohl er

beruflich dort war – na, zumindest halb. Wenn Linda Zeit erübrigen konnte, setzte sie sich gerne zu Kurt. So auch diese Mal.

„Lieber Kurt, ich möchte meine Speisekarten neu machen. Einen Text habe ich schon. Es werden für den Gast keine Fragen mehr bleiben. Die Weine sind auch für Laien gut erklärt und es gibt keine hochtrabenden Gerichtsbezeichnungen mehr. Du musst bitte natürlich noch Korrektur lesen.“

Professionelle Partner suchen

Kurt sah sie mit einem schelmischen Ausdruck in den Augen an. „Eine gute Idee. Darauf habe ich schon gewartet. Ich werde Dir die nächsten Tage eine sehr kreative Grafikerin vorstellen. Mal sehen, wie Ihr Euch versteht.“ Linda hakt nach: „Worauf muss ich achten, wenn ich mit einem Grafiker zusammenarbeite? Bisher hatte ich ja vorgefertigte Sachen, in die wir nur unseren Text geschrieben haben. Aber die neuen Speisekarten sollen auf jeden Fall einzigartig sein. Außerdem will ich Flyer machen lassen, womit ich auch bei meinen Netzwerktreffen für mein Unternehmen werben kann.“

Hilfe zur Selbsthilfe

Wer über neue Drucksachen nachdenkt, sollte folgende Grundsätze beachten:

- Farben sind schön und machen das Leben bunt, aber es macht stets die Mischung – zu bunt, lenkt ab.
- Farben müssen zum Unternehmen passen, um positive Gefühle beim Kunden zu erzeugen.
- Einmal für eine bestimmte Farbkombination entschieden, sollte sich diese durch alle Drucksachen und Internetauftritte ziehen. Der Wiedererkennungswert ist entscheidend.
- Dunkle Schrift auf hellem Hintergrund ist besser zu lesen und strengt nicht so an wie helle Schrift auf dunklem Hintergrund. Die zweite Variante wirkt zwar edel, sollte aber nur bei kurzen Texten eingesetzt werden – und möglichst nicht in Verbindung mit sehr dünnen Schriften.
- Bilder lockern Drucksachen auf. Es kommt jedoch auf das Thema an, wie mit Grafiken und Fotos umgegangen wird. Der Stil muss durchgängig gleich sein und zum Produkt beziehungsweise zum Unternehmen passen.
- Eine Nichtbeachtung des Urheberrechts kann sehr teuer werden. Dies gilt für Fotografien, Grafiken, Cliparts, Gemälde usw. gleichermaßen.
- Dazu kommt das Urheberrecht für Fotos von Erfindungen und Produkten sowie das Persönlichkeitsrecht von abgelichteten Menschen.
- Vorsicht ist vor allem bei Werbeaufnahmen mit Autos im Bild geboten. Eine vorherige Genehmigung des Urhebers beziehungsweise der fotografierten Personen zur Veröffentlichung ist unerlässlich.

Tipp: Alle angeführten Punkte zur Gestaltung gelten auch für Internetseiten. Bei diesen ist vor allem eine logische und übersichtliche Einteilung wichtig, die vor Beginn der Arbeit eines Webdesigners festgelegt wird.



Die Autorin Daniela Brotsack ist Schriftsetzermeisterin (HWK), Fachfrau für Werbung und DTP sowie Fachwirtin Medienmarketing (BAW). Ihre Erfahrungen in den Bereichen Drucksachen, Korrektorat und Lektorat bringt sie in ihr Unternehmen EXLIBRIS-D ein. Nähere Informationen: <http://www.exlibris-d.de>, <http://www.printundco.de>

Wünsche genau artikulieren

Kurt nickte. „Du bist auf dem richtigen Weg, Linda. Also, sofern Ihr Euch gut versteht, solltest Du mit der Grafikerin besprechen, welchen Umfang ihre Arbeit für Dich haben soll. Dann müsst Ihr natürlich über die Kosten reden. Denk aber daran, dass Du Dir nach dem Vorgespräch genaue Vorstellungen machen solltest, was Du willst. Denn mit »Wischwaschi-Angaben« können auch Grafiker nur selten etwas anfangen. Je genauer Deine Vorgaben, desto schneller und effektiver kann sie arbeiten – dann bleiben die Kosten auch übersichtlich. Wenn Du einen Preis für ein Layout ausmachst, besprich auch, in welchem Umfang Korrekturen darin enthalten sind. Jede nachträgliche Änderung oder gar ein Neuentwurf kosten Zeit und Geld.“

Einen gepflegten Eindruck

Die beiden besprachen noch mehr, zum Beispiel die Formate der Drucksachen. So war Kurt als Gast der Meinung, dass Speisekarten nicht größer als DIN A4, aber auch nicht kleiner als DIN A5 sein sollten. „Zu große Karten verstecken den Gast und schotten ihn von seinen Begleitern ab. Zu kleine dagegen wirken einfach nicht bei einem Betrieb wie Deinem.“ Kurt sprach nebenbei einen weiteren wichtigen Punkt an. „Ich empfinde immer Karten mit Klarsichthüllen nach längerem Gebrauch als unappetitlich – genau wie solche mit Eselsohren und Flecken. Oder es lösen sich einzelne Teile/Blätter. Auch das kommt nicht an.“ Nach kurzer Überlegung musste die junge Wirtin Linda dem zustimmen.

Rechte vorher klären

Linda entschied sich für Flyer mit der Größe 10,5 × 21 Zentimeter mit sechs Seiten und Wickelfalz. „Ich finde es immer wichtig, dass die Dinger eine bequeme Größe haben und man sie jederzeit in die Tasche stecken kann.“ Die Chefin hatte ein schönes Foto ihres Gasthauses von einem Fotografen am Ort, das Speisekarte und Flyer »schmücken« sollte. „Wenn dieser einverstanden ist, kannst Du das Bild selbstverständlich verwenden. Du weißt ja, dass man für alle Bilder die Genehmigung des Urhebers haben muss, genau wie für Texte aus fremder Hand.“ Linda lächelte. „Von Dir habe ich schon ganz schön viel gelernt. Es steckt tatsächlich viel mehr hinter der Herstellung von Drucksachen, als man als Laie denkt. Das ist ja fast schon eine Wissenschaft.“

Die optimale Schrift

„Nimm eine gut lesbare Schrift mit normaler Strichstärke, die ein wenig edel, aber nicht abgehoben wirkt. Lass die Finger von Schreibschriften im normalen Text. Die sind zwar schön, aber nicht klar und meist sehr fein. Daher kann man sie schlecht lesen bei etwas dämmrigem Licht oder ohne Brille. Die Schriftgröße sollte groß genug sein, dass man den Text auch noch mit einer leichten Sehschwäche entziffern kann“, so die klare Meinung von Kurt. „Und wie sieht es mit Farben aus? Ich habe noch keine Ahnung, welche ich verwenden soll.“ Linda blickt ihr Gegenüber erwartungsvoll an. „In Deinem Fall würde mir als Hintergrund Beige gefallen. Die Schrift vielleicht in Dunkelbraun oder einem sehr dunklen Rot.“



Schon probiert?

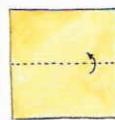
Für Gastronomen und Hoteliers ist es ständig aufs neue eine Herausforderung, perfekte Gastgeber zu sein.

Neben Speisen, Getränken, Hotelzimmereinrichtungen, Service usw. gehört natürlich das Ambiente der Gasträume zu den wichtigen Punkten des Tagesgeschäfts. Abgestimmt auf die unterschiedlichen Jahreszeiten, Feiertage, Festlichkeiten, Aktionen, Events sollte die Dekoration zum allgemeinen Charakter des Hauses passen.

Mit verschiedenen Motiven und Materialien von Tischwäsche, Servietten und Tischläufern beispielsweise bieten sich hier unterschiedlichste Möglichkeiten.

Die Experten für Tischkultur des Unternehmens Duni haben mit ihrem neuesten Produkt Sensia® Stripes, das in vier klassischen Farben erhältlich ist, eine Neuheit auf den Markt gebracht. Diese Weiterentwicklung der klassischen Tête-à-Tête-Tischläufer verleiht jeder Inszenierung eine aufsehenerregende Note und strahlt einfache Eleganz aus.

Sensia® fällt wunderschön auf dem Tisch, mildert die Kanten ab und erzeugt mit seiner Prägestruktur einen attraktiven 3D-Effekt.



Faltanleitung für die Serviette

1 Ausgebreitete Serviette (Motiv unten) am Mittelbruch nach oben falten.



2 Von den Seiten beginnend die Serviette in Ziehharmonika-Falten legen.



3 Die entstandene Form so umdrehen, dass die Falten unten liegen, in der Mitte zusammenfalten und die beiden unteren Ecken jeweils nach oben schlagen.



4 Fertige Serviette aufstellen.

FOTOZEICHNUNGEN: DUNI