

# gastonomie & hotellerie

Das Unternehmer-Magazin

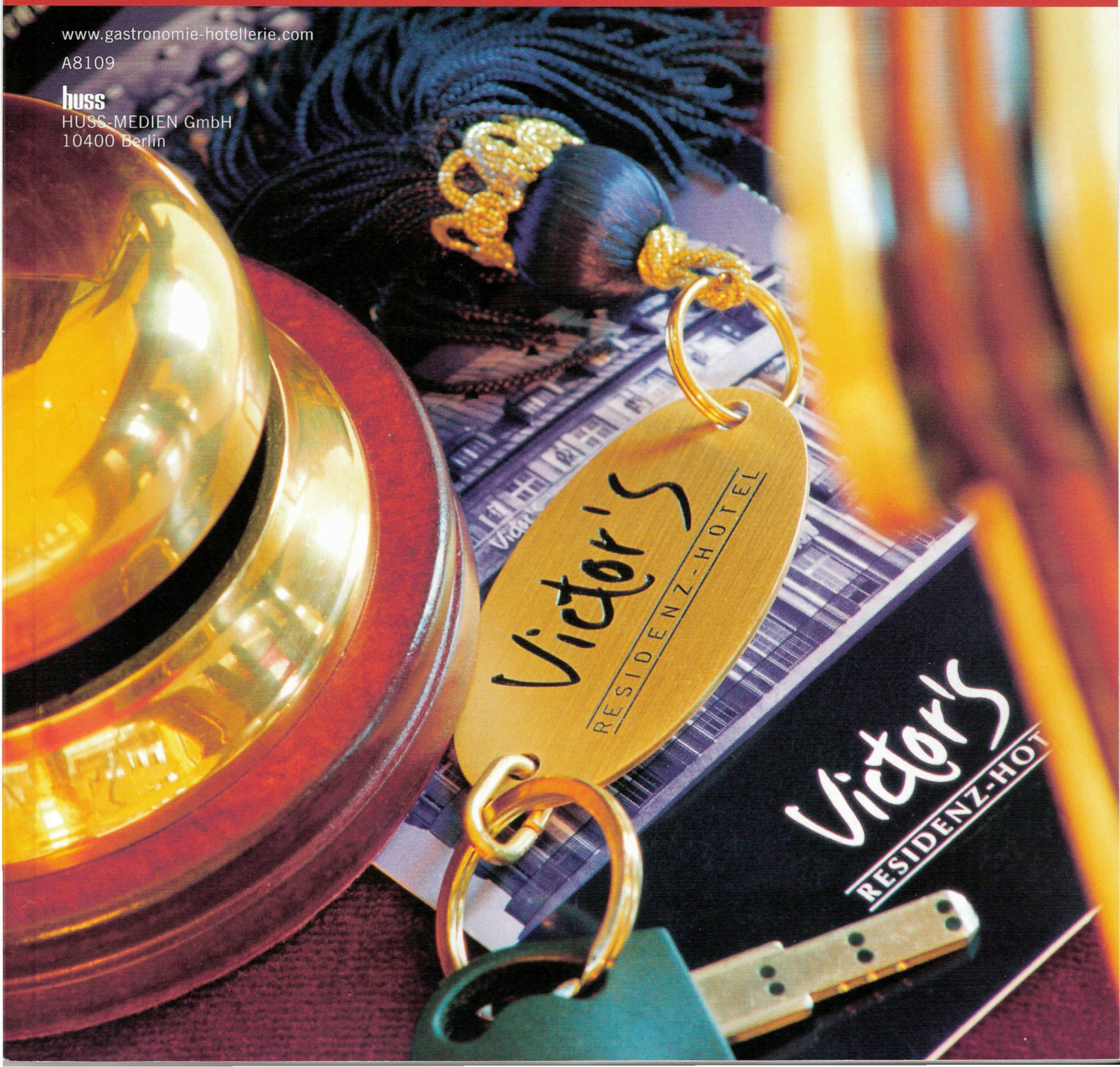
6/2010

**Chefsache:** Zielgruppe Tagungsgäste | **Ambiente:** Gästebäder mit Flair  
**Technik:** Schließsysteme für Hotels | **Getränke:** Kaffee und Tee neu entdecken

[www.gastonomie-hotellerie.com](http://www.gastonomie-hotellerie.com)

A8109

**huss**  
HUSS-MEDIEN GmbH  
10400 Berlin





# Aufmerksamkeit erregen

## Der Weg zur guten Anzeige

Die Aufgabe eines Unternehmers im Gastgewerbe – egal ob Wirt, Koch oder Hotelier – ist das Führen des Betriebes. Dazu gehört auch, seine Offerten an den Mann beziehungsweise an die Frau zu bringen.

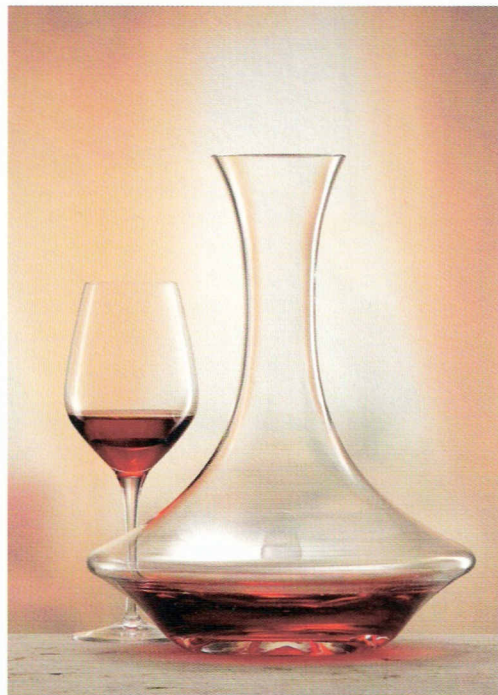
Als treue Leser von *gastronomie & hotellerie* kennen Sie selbstverständlich Linda Lecker und ihren Gasthof inzwischen recht gut. Die pfiffige Wirtin hat ihren Betrieb bestens im Griff und scheut sich nicht, gewisse Aufträge an Dienstleister zu vergeben. So stehen ihr bei allen Sachen rund um Angebotstafeln, Speisekarten und Werbematerial inzwischen zwei Menschen zur Seite: Ihr Korrektor und Freund Kurt Korrekt (so nennt sie ihn zumindest) und die Grafikerin Britta Buntfeder.

### Neue Gäste ansprechen

Lesen Sie, wie sich die Geschichte weiterentwickelt. Linda ist mit sich und der Welt zufrieden. Das Geschäft läuft und von der Stammkundschaft kommt hier und dort ein Lob.

Trotzdem: Es dürfte noch etwas mehr sein. Also beschließt sie, eine Anzeige zu buchen.

In welchem Medium? Da ist sie sich noch nicht ganz sicher. Ei-



Qualität ist auch bei einer Anzeige wichtig, zum Beispiel was die Fotos betrifft. Deshalb sollte man sich genau informieren, welche Auflösung für das jeweilige Medium erforderlich ist.

gentlich würde sie schon gerne in einer schönen Zeitschrift inserieren, die die Leute auch aufheben.

### Das richtige Medium

Sofort ruft sie ihre Grafikerin Britta Buntfeder an. „Hallo Britta, ich will eine Anzeige schalten. Wie macht man das?“ Britta entgegnet: „Zeitung oder Zeitschrift?

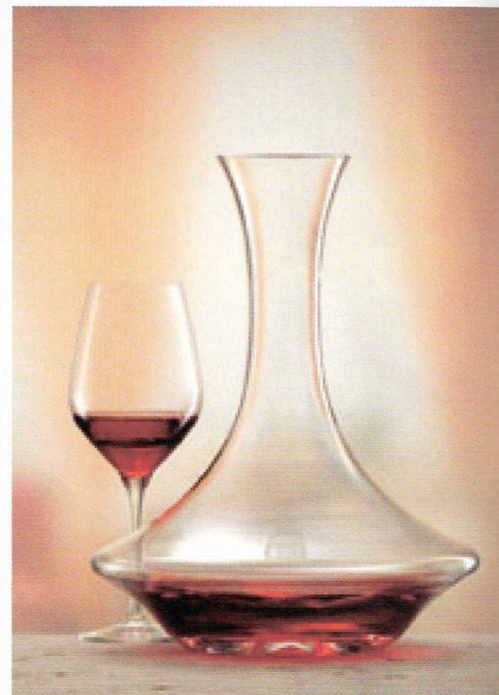
Farbig oder schwarz-weiß? Welche Größe?“ „Also, eine Gegenfrage wollte ich jetzt eigentlich nicht hören. Es handelt sich voraussichtlich um eine Anzeige in einer Zeitschrift. Größe weiß ich noch gar nicht. Kommt auf den Preis an. Warum willst Du das alles wissen?“

### Unterschiedliche Anforderungen

„Diese Angaben sind die ersten Eckpunkte, die ein Grafiker wissen muss. Zeitungen werden mit einer niedrigeren Auflösung gedruckt als Zeitschriften, weil das Papier viel gröber ist. Bei einem hochwertigen Druck ist eine Bildauflösung von 300 dpi (dot per inch) ideal, wenn nicht gar vorgeschrieben (Foto links).

Für Dich zum Vergleich: Bilder im Internet haben normalerweise 72 dpi (Foto rechts).

Für den ganzen Aufbau der Anzeige ist es zudem wichtig, ob diese farbig gedruckt wird. Da hat man viel mehr Spielraum. Und die Größe – na, das ist ja wohl klar. Falls du Dich für eine halbe oder ganze Seite entscheidest, muss ich zudem wissen, ob die Anzeige abfallend wird oder



nicht ... Ach, weißt Du, ich schicke dir mal eine Schützenhilfe durch. Das siehst Du Dir an und dann reden wir weiter!“ Lisa legt auf und wartet auf die E-Mail von Britta. Als diese kommt, vertieft sie sich in den Text.

Liebe Lisa, ich habe dir ein paar Punkte aufgeschrieben, die Du wissen solltest, bevor du mit der Planung deiner Anzeige beginnst oder einen Verlag kontaktierst.

Viele Grüße, Britta

### Wichtige Fachbegriffe

**Abfallend.** Drucksachen werden normalerweise nach dem Druck an mindestens drei Seiten beschnitten. Wenn eine Drucksache einen farbigen Hintergrund aufweist, der das komplette Format ausfüllt oder mindestens an zwei Seiten (zum Beispiel eine rote Ecke) zum Beschnitt geht, spricht man von einem »abfallenden« Hintergrund. Das heißt, die Farbfläche muss beim Druck größer sein, damit hinterher nichts »blitzt«, sprich keine weiße Fläche am fertig beschnittenen Rand zu sehen ist.

## Vor der Buchung

Bevor sich ein potenzieller Inserent mit einem Verlag in Verbindung setzt, sollte er sich folgende Fragen beantworten:

- Habe ich die zurzeit gültigen Mediadaten/-informationen für das gewünschte Objekt?  
Tipp: Diese findet man im Internet auf der Seite des Mediums.
- Das Zeitschriften-/Zeitungsformat beträgt (Breite × Höhe).
- Die Satzspiegelgröße (Breite × Höhe) festlegen.
- Entscheiden ob linke Seite oder rechte Seite gebucht wird.
- Anzeigengröße/Stand: Doppelseite; ganze Seite; halbe Seite oben; halbe Seite unten; halbe Seite links; halbe Seite rechts; sonstiges Anzeigenformat.
- Soll die Anzeige abfallend sein, im Satzspiegel oder nicht.
- Platzierungswünsche: welches Heftdrittel; Zuordnung zu einem Thema; Rubrik; Umschlagseiten, Sonstiges.  
Tipp: Sonderplatzierungen (zum Beispiel Umschlagseiten) haben meist auch andere (höhere) Preise.
- Die Farbvorstellungen: schwarz/weiß, 2c, 3c, 4c; wobei c für Farben steht.





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

**CMYK.** Subtraktives Farbmodell für den Vierfarbendruck besteht aus Cyan = ein helles Blau, Magenta = Pink, Yellow = ein kräftiges Gelb und Key = Schwarz. Alle anderen Farben können daraus gemischt werden. Im Druck benötigt man im Normalfall nur für metallische Darstellung (Silber, Gold) oder Firmenlogos, bei denen die Farbe nicht abweichen darf, zusätzliche Sonderfarben.

**Dpi.** Dots per inch = Auflösung eines Bildes.

**Druckdatei.** So bezeichnet man die Datei, von der gedruckt wird. Sehr häufig wird zum Druck eine PDF-Datei verlangt, die zum Beispiel aus einer Indesign-Datei generiert wird, in der das Original erstellt wurde. Schwarzer Text ist in der Originaldatei grundsätzlich immer 1-farbig schwarz und nicht gerastert.

**Satzspiegel.** Das ist zum Beispiel bei einer Zeitschrift die Größe der Fläche, die mit Text bedruckt ist. Sie hat normalerweise auf jeder linken und rechten Seite immer den gleichen Platz und die gleiche Größe. Seitenzahl, Kopf- oder Fußzeilen liegen außerhalb des Satzspiegels.

**Die Zahlen vergleichen**

Lisa meint, so ziemlich alles verstanden zu haben und sucht sich sofort die aktuellen Mediadaten von interessanten Zeitungen und Zeitschriften im Internet. Als sie die Preise vergleicht, entscheidet sie sich erst mal für die Tagespresse. An einem Samstag werden Zeitungen in Ruhe gelesen, oft von mehreren Personen. Das wäre ein guter Anfang. Eine Zeitschrift kommt vielleicht später dran.

Britta empfiehlt eine Anzeige in der oberen Hälfte einer rechten Seite. „Da wird sie am Wahrscheinlichsten auch gelesen.“

(Umfragen haben übrigens ergeben, dass heute gut gemachte Anzeigen mit einer klaren Werbeaussage auch an anderen Platzierungen, zum Beispiel links, wahrgenommen werden. Die Red.)

**Vorher gründlich nachdenken**

Die Grafikerin empfiehlt weiter, dass die Anzeige zumindest 2farbig sein sollte, um ins Auge zu stechen und gibt den Tipp: „Schau einfach mal die letzte Wochenendausgabe durch und suche die Anzeigen, die Dir positiv auffallen. Wo sind sie positioniert? Wie sind sie aufgebaut? Lass Dich nicht dazu verleiten, zu viel Text zu schreiben. Und denk daran, den Namen Deines Gasthofs und die genaue Adresse anzugeben, möglichst mit Telefonnummer, damit die Leute reservieren können.

Informiere Dich, wann für die von Dir anvisierte Ausgabe Druckunterlagenschluss ist. Beachte bitte, dass auch Grafiker etwas Zeit zur Gestaltung brauchen. Dass alles gründlich Korrektur gelesen wird, versteht sich von selbst.“

**Nichts überstürzen**

Lisa fühlt sich nun doch überfordert. Sie hätte gerne schon diese Woche ... aber es ist bereits Mittwochabend. So verschiebt sie die Veröffentlichung auf den Samstag der nächsten Woche. Am nächsten Morgen ruft sie in der Anzeigenabteilung an, um den Platz des Inserats zu buchen. Wer früh dran ist, bekommt die besseren Plätze.

Britta entwirft einen tollen Hingucker und die Anzeigenaktion wird ein voller Erfolg.

Das macht Lisa mutiger. Demnächst steht ein Inserat im Heft des Tourismusvereins auf ihrem Programm.



# Schon probiert?

Porzellan, Gläser, Besteck, Kerzen – alle diese Gegenstände verbindet man mit einem schön gedeckten Tisch. Das »i-Tüpfelchen« bildet dann meist eine Serviette, oftmals auch noch aufwändig gefaltet.

Servietten sowie passende Tischdecken, Mitteldecken oder auch Tischläufer gibt es beispielsweise vom Unternehmen Duni für fast alle Gelegenheiten, Anlässe, Jahreszeiten oder eben einfach nur passend zum restlichen Ambiente des Restaurants.

Auf dem Foto wurde die neue Kollektion Elegance® Lily im Farbton Bordeaux verwendet. Das innovative Material dieser Servietten mit eleganter Prägung vereint die Vorteile von Textilien, ohne die Nachteile wie Waschen, Stärken oder Bügeln von Stoff aufzuweisen.

Damit Sie auch in Ihrem Haus daran mitwirken können, eine stimmige Atmosphäre mittels dieser Accessoires zu »zaubern«, finden Sie an gewohnter Stelle wieder eine Falanleitung zum nachmachen.

