



Restaurant-PR

Ein erfolgreicher Unternehmer möchte sein Tätigkeitsfeld erweitern und ein Restaurant mitsamt Bar in Berlin eröffnen. Mit konkreten Ideen kommt der Kunde zur Eckel Presse & PR und bittet um Beurteilung des Konzeptes und um die Ausarbeitung einer passenden Werbe- und Presse-Strategie. Beide Aufgaben werden durch den Geschäftsführer in Zusammenarbeit mit demjenigen Mitarbeiter vorgenommen, der im Falle der Beauftragung auch die Projektleitung übernehmen soll. Die Projektleiter verfügen neben ihrer PR-Qualifikation über weitere themenspezifische Erfahrungen oder Ausbildungen etwa durch Praktika in Fachzeitschriften, durch Ausbildungen in der Hotellerie oder Gastronomie oder durch entsprechende Studien-Inhalte. Mit diesem Wissen hat Eckel Presse & PR ein Konzept entwickelt, das neben den Inhalten zugleich auch die Kosten für die Arbeit und auch für eventuell notwendige Werbeschaltungen beinhaltet hat. Dieses Konzept wird als Vertrag formuliert und wurde vom Kunden bestätigt.

Um das gastronomische Thema inhaltlich optimal transportieren zu können, entschied sich die Agentur für die Durchführung einer großen Eröffnungsparty, zu der auch Berliner Originale wie Frank Zander und Rolf Eden eingeladen wurden. Neben Gastro-Journalisten wurden auch Redakteure aus den Bereichen Prominente und Lokales eingeladen. Ein Schauspieler sorgte mit einem spektakulären Stunt für besondere Aufmerksamkeit bei den über 100 geladenen Gästen.

Nach der erfolgreichen Eröffnung erschienen zahlreiche Berichte im Internet, in zahlreichen Zeitungen, in Magazinen, im Radio sowie im Lokalfernsehen. Gegenstand der Berichte waren ganz überwiegend die Eröffnungsfeier, die prominenten Gäste und auch die Berliner Originale. Auch das schicke Restaurant-Design mit Street Art, das internationale Konzept und die gute Lage wurden thematisiert, dazu Küchenchef, Team, Inhaber. Erwartungsgemäß fand das kulinarische Angebot, das bei einem solchen Eröffnungsabend zwangsläufig etwas in den Hintergrund tritt, kaum mediale Beachtung. Daher organisierte die Eckel Presse & PR GmbH ein exklusives Testessen mit renommierten Gastro-Journalisten, die Küche und Service auf die Probe stellten. Teilweise wurden auch individuelle Testessen durchgeführt, die stets von einem Mitarbeiter von Eckel Presse & PR begleitet werden. Da viele Tester auch anonym testen, wurde die Küche bei entsprechenden Hinweisen über bevorstehende Testbesuche informiert. Aufgrund der hohen Motivation der Mitarbeiter und der Inhaber fielen die Testergebnisse sehr positiv aus, wodurch es gelang, gute Berichte in renommierten Zeitungen wie dem Tagesspiegel, im Feinschmecker oder im Gault Millau zu erreichen. Diese Berichte sorgten für die Wahrnehmung des Restaurants bei einer kulinarisch anspruchsvollen Zielgruppe, die gutes Essen, ausgewählte Weine und kompetenten Service schätzt.

Damit auch die etwas abseits gelegene Bar von der Belebung des Restaurantbetriebs profitieren konnte, arbeitete die Eckel Presse & PR GmbH gezielt Barthemen aus, um auch Berichte rund um die Themen Cocktails & Drinks zu erzielen. Auch Fachzeitschriften aus dem Barbereich wurden in die Kommunikation mit einbezogen.

Da die Neueröffnung schon nach wenigen Monaten „kalter Kaffee“ war, mussten laufend neue Themen gesetzt werden. Hier gelang es der Agentur zum Beispiel, spannende Themen wie hochwertige Burger, exklusive Biere und aktuelle Kinoerfolge mit dem Restaurant und seiner Bar in Verbindung zu bringen.

Um von den zunehmenden Touristenzahlen zu profitieren, empfahl die Agentur die Kontaktaufnahme zu Multiplikatoren aus der Tourismusbranche (z.B. VisitBerlin, Reisebüro-Inhaber) und zu Reiseführern und Berlin-Führern. Durch Anschreiben, Einladungen und individuelle Testessen konnten nicht nur die nationalen, sondern auch die internationalen Reiseführer von dem Restaurant begeistert werden, was u.a. zu Berichten im Air Berlin Inflight-Magazin und im Lonely Planet führte. Zur Abrundung der Presseaktivitäten erfolgten gezielte Werbeschaltungen vor allem in regionalen Zeitungen sowie Verlosungen in Fernsehsendern und im Radio. Darüber hinaus wurden auch die Gründer in einigen Berichten mit ihrer Unternehmensphilosophie vorgestellt, um so die unternehmerische Komponente des Restaurantbetriebs zu verdeutlichen. Dies hatte z.B. zahlreiche Firmenbuchungen für Weihnachtsfeiern und Firmenjubiläen zur Folge.