

Website & Sichtbarkeit für Restaurants: der Leitfaden

Ein Gast, der Sie nicht findet, kann bei Ihnen nicht bestellen. Dieser Leitfaden zeigt die ganze Kette der Sichtbarkeit: eine schnelle eigene Website, lokale Auffindbarkeit, ein für Suchmaschinen lesbares Menü, echte Bilder und messbare Links – damit die Suche auf Ihrer Seite endet, nicht auf der einer Plattform.

Nuh Kayran · 16. Mai 2026

Bevor ein Gast bei Ihnen bestellt, muss er Sie **finden**. Sichtbarkeit ist der Anfang jeder Bestellung — und der Teil, den viele Restaurants unbewusst an Plattformen abgeben, weil die eigene Website eine langsame Broschüre ist statt eines Wegs, der zur Bestellung führt.

Dieser Leitfaden geht die ganze Kette der Auffindbarkeit durch: von der eigenen, schnellen Website über die lokale Suche und ein für Suchmaschinen lesbares Menü bis zu echten Bildern und messbaren Links. Das Ziel: Die nächste Suche nach „gutem Essen in der Nähe“ endet auf **Ihrer** Seite, nicht auf der einer Plattform.

HINWEIS

Für wen ist dieser Leitfaden?

Dieser Leitfaden ist für Sie, wenn Sie:

- eine **eigene Website** haben, die aber kaum Gäste bringt,
- in der **Google-Suche „in der Nähe“** kaum auftauchen,
- Gäste über Instagram gewinnen, aber nicht in die **Bestellung** bringen,
- wissen wollen, welche Sichtbarkeits-Maßnahme sich wirklich lohnt.

Die Kurzfassung in 30 Sekunden

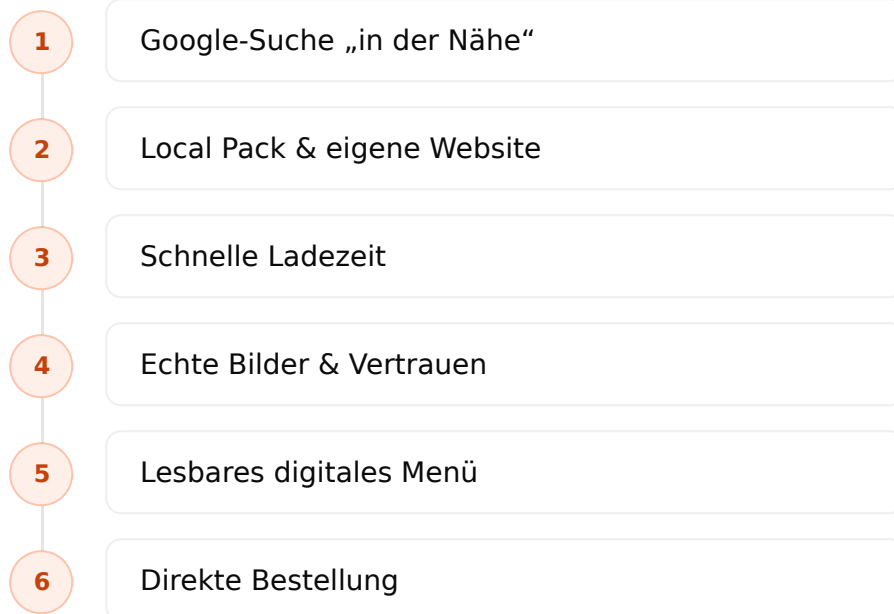
Wenn Sie sich nur drei Dinge merken:

- 1 Seien Sie schnell.** Tempo schlägt Ästhetik — und ist ein Rankingsignal.
- 2 Seien Sie lokal.** „In der Nähe“ ist die wichtigste Suche im Gastgewerbe.
- 3 Führen Sie zur Bestellung.** Sichtbarkeit ohne Weg zur Bestellung ist verschenkt.

So werden Sie gefunden

Auffindbarkeit ist eine Kette. Reißt sie an einer Stelle, endet die Suche beim Wettbewerber:

DER WEG VOM SUCHEN ZUM BESTELLEN



Jede Station entspricht einem Kapitel weiter unten — und jede, die auf Ihrem eigenen Kanal läuft, hält Marge und Gästebeziehung bei Ihnen.

Broschüre vs. Conversion-Website

Der Unterschied liegt nicht im Design, sondern im Zweck:

BROSCHÜREN-WEBSITE VS. CONVERSION-WEBSITE		
ASPEKT	BROSCHÜRE	CONVERSION-WEBSITE
Tempo	⊗ Langsam, bildlastig	✓ Schlank, sofort bedienbar
Lokale Suche	⊗ Kaum auffindbar	✓ Auf „in der Nähe“ optimiert
Menü	⊗ PDF, nicht lesbar	✓ Digital, für Suche lesbar
Bilder	⊗ Stockfotos	✓ Echte Küche, Vertrauen
Ziel	⊗ Nur informieren	✓ Zur direkten Bestellung führen

1 Die eigene Website als Verkaufsfläche

Was passiert? Ihre Website ist kein digitaler Aushang, sondern eine Verkaufsfläche. Sie soll Gäste nicht nur informieren, sondern zur Bestellung führen — provisionsfrei, auf Ihrem Kanal.

Kernaussage: Aus der Broschüre wird ein Weg zum Umsatz.

→ **Tiefer eintauchen:** High-Yield-Storefronts: Von der Broschüre zur Bestellseite

2 Tempo schlägt Ästhetik

Was passiert? Eine halbe Sekunde Ladezeit entscheidet über hungrige Gäste. Wer wartet, springt ab — und die verlorene Sitzung schwächt zugleich Ihre Sichtbarkeit.

Kernaussage: Schnell ist schön genug.

→ Tiefer eintauchen: Die Latenz des Hungers: 0,5 s Ladezeit schlägt Ästhetik

3 Lokal gefunden werden

Was passiert? „In der Nähe“ ist die wichtigste Suche im Gastgewerbe. Wer im lokalen Bereich der Google-Ergebnisse auftaucht, gewinnt den hungrigen Gast im Umkreis.

Kernaussage: Die wertvollste Sichtbarkeit ist die lokale.

→ Tiefer eintauchen: Local-Pack-Dominanz: „In meiner Nähe“ mit SEO gewinnen

4 Für Suchmaschinen lesbar

Was passiert? Suchmaschinen müssen verstehen, wer Sie sind und was Sie anbieten. Strukturierte Daten (Schema) machen aus einer hübschen Seite eine Seite, die Google einordnen und prominent zeigen kann.

Kernaussage: Was Google nicht lesen kann, kann es nicht empfehlen.

→ Tiefer eintauchen: Der unsichtbare Maître d': Von Keywords zur Schema-Autorität

5 Das digitale Menü

Was passiert? Ein digitales Menü ist mehr als ein QR-Code auf dem Tisch. Richtig gemacht ist es aktuell, mehrsprachig und für Suchmaschinen lesbar — dieselbe Quelle wie Ihre Bestellung.

Kernaussage: Das Menü ist Inhalt, kein Bild.

→ Tiefer eintauchen: Datenintegrität: Digitales und physisches Menü im Gleichklang

6 Echte Bilder statt Stockfotos

Was passiert? Gäste erkennen Stockfotos sofort — und misstrauen ihnen. Echte, gut gemachte Bilder Ihrer Küche schaffen Vertrauen und wecken Appetit, ohne die Seite langsam zu machen.

Kernaussage: Der erste Biss passiert mit den Augen.

→ Tiefer eintauchen: Das Retina-Restaurant: Premium-Visuals als erster Biss

7 Ein Marken-Hub statt Drittanbieter-Links

Was passiert? Der Link in Ihrer Instagram-Bio führt oft ins Leere oder zu Fremdplattformen. Ein eigener Marken-Hub bündelt Menü, Bestellung und Reservierung an einem Ort, den Sie kontrollieren.

Kernaussage: Machen Sie aus Scrollern direkte Gäste.

→ **Tiefer eintauchen:** [Ein Brand-Hub: Warum Drittanbieter-Links Umsatz kosten](#)

8 Sichtbarkeit messbar machen

Was passiert? Ohne saubere Nachverfolgung wissen Sie nicht, welcher Kanal Gäste bringt. Eigene Kurzlinks auf Belegen, Verpackung und in der Werbung machen jeden Weg messbar — und damit steuerbar.

Kernaussage: Was Sie nicht messen, können Sie nicht verbessern.

→ **Tiefer eintauchen:** [Die Attributions-Lücke: Physisches Marketing digital messen](#)

Der Fahrplan: In drei Phasen zu mehr Sichtbarkeit

UMSETZUNG IN DREI PHASEN

1

Phase 1 — Die Basis: schnelle Website & Menü

Eine schlanke, schnelle Website mit einem aktuellen, lesbaren Menü auf Ihrer eigenen Domain.

2

Phase 2 — Gefunden werden: lokal & lesbar

Lokale Sichtbarkeit und strukturierte Daten, damit Google Sie einordnen und prominent zeigen kann.

3

Phase 3 — Zur Bestellung führen & messen

Marken-Hub, echte Bilder und Kurzlinks lenken Gäste zur Bestellung – und machen jeden Kanal messbar.



Die häufigsten Fehler

- 1 **Eine langsame Broschüren-Website**, die nur informiert.
- 2 **Nicht auf „in der Nähe“ optimiert** — unsichtbar in der lokalen Suche.
- 3 **Ein Menü als PDF**, das Suchmaschinen nicht lesen können.
- 4 **Stockfotos** statt echter Bilder der eigenen Küche.
- 5 **Der Bio-Link führt zu Fremdplattformen** statt zum eigenen Hub.
- 6 **Keine Nachverfolgung** — kein Wissen, welcher Kanal wirkt.
- 7 **Sichtbarkeit ohne Weg zur Bestellung** — Interesse verpufft.

Häufige Fragen zur Sichtbarkeit

Brauche ich eine eigene Website, wenn ich auf Google und Lieferando bin? ×

Ja. Ein Profil bei Google oder auf einer Plattform ist geliehene Sichtbarkeit; die eigene Website ist der Kanal, den Sie kontrollieren und auf dem die Bestellung provisionsfrei läuft. Beides zusammen wirkt am besten – die Plattform für die erste Sichtbarkeit, die eigene Seite für die Beziehung.

Was ist die wichtigste Sichtbarkeits-Maßnahme? +

Ist Tempo wirklich wichtiger als schönes Design? +

Warum reicht ein PDF-Menü nicht? +

” MERKSATZ

**Wer Sie nicht findet,
bestellt nicht bei Ihnen.**

So nutzen Sie diesen Leitfaden

Lesen Sie die Stationen als eine Kette: erst die schnelle Website und das lesbare Menü, dann die lokale Auffindbarkeit, dann der Weg zur Bestellung und die Messung. Der größte Hebel liegt am Anfang — eine langsame Seite macht jede weitere Maßnahme zunichte. Jeder verlinkte Artikel geht in die Tiefe; hier haben Sie die Landkarte.

DER ERSTE SCHRITT



ARTIKEL

Local-Pack-Dominanz

„In meiner Nähe“ mit lokalem SEO gewinnen.



ARTIKEL

High-Yield-Storefronts

Von der Broschüre zur Bestellseite.



FUNKTION

Restaurant-Website

Website, Menü und Bestellung in einem System.

Werden Sie online gefunden - auf Ihrem eigenen Kanal.

Eine schnelle Restaurant-Website mit Menü, lokaler Sichtbarkeit und direkter Bestellung in einem System. Mit Menuella endet die Suche auf Ihrer Seite, nicht auf der einer Plattform.

Restaurant-Website entdecken →