

schaupunkt · Gastronomie — Pillar mit Cluster

Stand: 2026-09-14 · Reife: Feeds (Wetter, Events) live; Speisekarten-Import und Set = S7 · Pillar-URL: /branchen/gastronomie/ (schaupunkt.de, hreflang de/en/it/es) · Produktionswoche: 2026-10-05

Strategie-Seite, keine Veröffentlichung. Maßgeblich: Spec §8, Sammel-Seite „schaupunkt Content-Strategie“. Keine erfundenen Zahlen, Kunden, Zitate — ein leerer Slot bleibt leer.

1. Bedarfsgruppen-Matrix (Kratz: Ereignis !' Bedarf !' Wertversprechen)

Host — der Betrieb mit Display

Auslösende Ereignisse:

- neue Tages- oder Saisonkarte
- Gäste warten auf einen Tisch
- Terrassensaison beginnt oder endet mit dem Wetter
- Veranstaltung im Haus (Stammtisch, Musik, Fußball)
- Allergen-Fragen häufen sich beim Service

| Bedingung | Ausprägung | | --- | --- | | Bedürfnis | Gäste sehen die Karte und Aktionen, bevor sie bestellen | | Handlungswille | Getränke und Specials zur passenden Uhrzeit verkaufen | | Handlungskraft | Service hat keine Zeit für Pflege | | schwächste Bedingung | Handlungskraft (Zeit im Service) |

Wertversprechen (Warum !' Wie !' Was):

Warum: Was der Gast sieht, bevor der Service kommt, entscheidet oft die zweite Bestellung.

Wie: Der Bildschirm zeigt Tageskarte, Specials nach Uhrzeit und Veranstaltungen und wechselt selbst mit dem Wetter-Feed.

Was: Player im Gastraum oder Fenster, Karte aus Website oder Import.

Kunde des Lesers: der Gast, der wissen will, was es heute gibt und ob es einen Tisch gibt.

Werbepartner und Partner

- Werbebücher: Brauerei, Getränkehandel, Veranstalter der Region
- Partner: Gastro-Ausstatter, Kassensystem-Händler

Content-Audit-Fragen, sichtbar auf der Pillar zu beantworten: Was wird gesucht? Warum jetzt? Welcher Bedarf? Wie bekomme ich es? — dazu: Warum sollte der Host das glauben? (Beleg statt Behauptung).

2. Keyword-Map (Themen-Trichter)

| Begriff | Suchvolumen de_de | Rolle | | --- | --- | | digital signage gastronomie | 5/Monat | gemessen (KeywordResearch DOOH) | | digitale speisekarte bildschirm | offen — in KeywordResearch aufnehmen | Kandidat aus Ereignis-Sprache | | menüboard restaurant | offen — in KeywordResearch aufnehmen | Kandidat aus Ereignis-Sprache | | tageskarte digital anzeigen | offen — in

KeywordResearch aufnehmen | Kandidat aus Ereignis-Sprache | | bildschirm gastronomie werbung |
 offen — in KeywordResearch aufnehmen | Kandidat aus Ereignis-Sprache | | wartezeit restaurant
 anzeige | offen — in KeywordResearch aufnehmen | Kandidat aus Ereignis-Sprache |

& Die vertikalen Begriffe der bestehenden Recherche liegen bei 0–5 Suchen im Monat. Der Suchbedarf der Hosts ist Problem- und Ereignis-Sprache, nicht „digital signage + Branche“. Themen-Trichter 100 !' 10 läuft über die Kandidaten, nicht über die Kopfbegriffe. Keine Keyword-Dichte-Ziele.

3. Cluster-Bauplan

| # | Titel (Arbeitstitel) | URL | Ebene | Markup | Mindest | | --- | --- | --- | --- | --- | | C1a | Neue Saisonkarte: wie Gäste sie sehen, bevor der Service kommt | /branchen/gastronomie/neue-saisonkarte-gaeste-sie-sehen-bevor-service-kommt/ | unaware !' aware | Article | ' | | C1b | Warteschlange am Eingang: was die Wartezeit verkürzt, ohne dass jemand schneller kocht | /branchen/gastronomie/warteschlange-eingang-wartezeit-verkuerzt-ohne-dass-jemand/ | unaware !' aware | Article | ' | | C2 | Kreidetafel, Menükarte oder Bildschirm: was im Gastraum wofür taugt | /branchen/gastronomie/kreidetafel-menuekarte-bildschirm-gastraum-wofuer-taugt/ | considering | Article | ' | | C3 | Was ein Gastro-Display kostet und was eine Brauerei als Werbepartner beitragen kann | /branchen/gastronomie/gastro-display-kostet-brauerei-als-werbepartner-beitragen/ | deciding | Article | ' | | C4 | Speisekarte am Bildschirm: Allergene, Preise und Alkoholwerbung richtig zeigen | /branchen/gastronomie/speisekarte-bildschirm-allergene-preise-alkoholwerbung/ | deciding | FAQPage | ' | | C5 | Tageskarte aus der Website automatisch auf den Bildschirm im Gastraum bringen | /branchen/gastronomie/tageskarte-aus-website-automatisch-den-bildschirm-gastraum/ | aware !' considering | HowTo | ' | | C6 | Wetter und Veranstaltungen: woher der Gastraum-Bildschirm seine Tipps hat | /branchen/gastronomie/wetter-veranstaltungen-woher-gastraum-bildschirm-seine-tipps/ | considering | Article | | | C7 | Bau dir dein Menüboard: Specials nach Uhrzeit zusammenstellen | /branchen/gastronomie/bau-dir-dein-menueboard-specials-nach-uhrzeit/ | deciding | WebApplication | | | C8 | Gastronomie-Demo mit Wetter- und Event-Feeds des Demo-Standorts | /branchen/gastronomie/gastronomie-demo-wetter-event-feeds-des-demo-standorts/ | deciding | Article | | | C9 | Was auf ein Gastro-Display gehört: die Liste für Wirte | /branchen/gastronomie/gastro-display-gehört-liste-wirte/ | aware | ItemList | | | C10 | Glossar: Menüboard, Tageszeiten-Wechsel, LMIV | /wissen/<begriff>/ (site-weit) | unaware | DefinedTerm | — |

Redaktionsplan (Mindestcluster, Texterin Sophie Maier, Freigabe Tobias Ehrlich):

| Stück | Hauptbedarf | Suchbedarf-Kandidat | Start | Text fertig | Freigabe | wartet auf | | --- | --- | --- | --- | --- | | C1a | Auslösendes Ereignis: neue Tages- oder Saisonkarte | digitale speisekarte bildschirm | 2026-10-05 | 2026-10-07 | 2026-10-09 | — | | C1b | Auslösendes Ereignis: Gäste warten auf einen Tisch | menüboard restaurant | 2026-10-05 | 2026-10-07 | 2026-10-09 | — | | C2 | Abwägen: welche Lösung passt zu meinem Betrieb — und für wen lohnt sich ein Display nicht? | digital signage gastronomie | 2026-10-06 | 2026-10-08 | 2026-10-10 | — | | C3 | Handlungskraft: was kostet es monatlich, was bringt es, was kostet der leere Bildschirm? | digital signage gastronomie kosten | 2026-10-07 | 2026-10-09 | 2026-10-11 | S8d | | C4 | Sicherheit: Allergenkennzeichnung (LMIV): Angaben am Bildschirm ersetzen die Pflicht-Information nicht | digital signage gastronomie datenschutz / recht | 2026-10-08 | 2026-10-10 | 2026-10-12 | — | | C5 | Erster kleiner Schritt: wie bekomme ich die ersten Inhalte ohne Pflegeaufwand auf den Bildschirm? | tageskarte digital anzeigen | 2026-10-09 | 2026-10-11 | 2026-10-13 | S7 |

4. Cialdini-Karte je Pillar-Block

| Block | Prinzip | Ausführung ohne Erfindung | Sperre | | --- | --- | --- | --- | | 1 Hero | Einheit + Sympathie | Betrieb dieses Vertikals als Held im Nutzen-Satz; Aufstellort-Mockup statt Stockfoto | kein Ortsname ohne echten Standort; kein Kundenlogo | | 2 Live-Demo | Reziprozität + IKEA-Effekt | echter Player mit echten Feeds, ohne Formular davor; QR „auf deinem Fernseher ansehen“ | kein Video als Ersatz; Demo-Display " " Kundenstandort | | 3 Vertikal-Funktionen | Autorität | Datenquelle je Kachel benannt (öffentlich / lizenziert / vom Betrieb) | nur Funktionen mit Reifegrad ' ohne Vorbehalt; Plan als „in Vorbereitung“ kennzeichnen | | 4 Generische Funktionen | Reziprozität | Guten-Morgen-Seite, Wetter, Sprit ... als Mehrwert für den Kunden des Betriebs | wetterabhängige Werbung nicht behaupten | | 5 Sensorik | Autorität + Sicherheit | Auswertung auf dem Sensor, keine Gesichter, Vorschau-Ausnahme offen genannt | keine Reichweiten-/Kontaktzahlen, solange keine Messung am Display läuft | | 6 Werbung & Erlös | Verlust-Aversion + Knappheit (real) | leerer Bildschirm kostet Aufmerksamkeit; freie Plätze nur aus dem Buchungs-Widget | keine Preise, kein 60/30/10, keine Probewoche (Reife-Messung 09-13) | | 7 Hardware-Wege | Commitment | kleinster Schritt zuerst: vorhandener Bildschirm + kompakter Player | keine Minutenangabe fürs Onboarding, keine Smart-TV-App | | 8 Referenz / Beleg | Social Proof | nur Think Tank mit echten Zahlen; je Vertikal leer, bis ein echter Kunde freigibt | Ø=Ý4 HART: kein Zitat, keine Logo-Leiste, kein „viele Betriebe“ | | 9 FAQ + Rechtliches | Autorität + Sicherheit | Recht je Vertikal als Antwort in zwei Sätzen, dann Vertiefung, Quelle datiert | keine Rechtsberatung versprechen | | 10 CTA | Commitment + Smart Defaults | kleiner Aufruf (Demo ansehen) + großer (Angebot anfragen), Vertikal vorbelegt | kein Countdown, kein „kostenlos starten“ |

Füllung für dieses Vertikal:

- Autorität: Karte und Allergene aus der Quelle des Betriebs, nicht abgetippt
- Einheit: Region nur mit Demo-Standort
- Knappheit (nur real): Tagesgericht solange vorrätig — nur wenn der Betrieb es pflegt
- Ø=Ý4 Sperre: keinen Mehrumsatz beziffern

5. Recht und Datenquellen

- Allergenkennzeichnung (LMIV): Angaben am Bildschirm ersetzen die Pflicht-Information nicht
- Jugendschutz bei Alkoholwerbung
- Musik und bewegte Bilder: GEMA betrifft Ton, nicht stumme Anzeigen — nur mit Quelle erklären

Datenquellen:

- Website/Google-Profil, Speisekarten-Import (vom Betrieb)
- Wetter, Events (öffentlich)

6. Drei Sites, drei Fragen (kein Duplicate Content)

| Site | die eine Frage | | --- | --- | | schaupunkt.de (Produkt/Betrieb) | Was bringt ein Bildschirm meinem Restaurant? | | ayounne.com (Plattform/Module) | Wie kommen Karte, Kasse und Aktionen als Modul auf die Flächen mehrerer Filialen? | | tolinax.com (Beratung) | Wie digitalisiere ich Gästekommunikation im Gasthaus, ohne den Service zu belasten? |

Wiederverwendung nur als Verweis oder eingebetteter Beleg. Canonical je Seite auf sich selbst, nie site-übergreifend. Ähnlichkeits-Gate "d 20 % Shingle-Overlap je Absatz in der Freigabe (S9).

Hinweise zur Quelle

Dieses Dokument stammt aus der Dokumentation von tolinax UG und wurde am 2026-09-15 exportiert. Die lebende Fassung steht unter der oben genannten source-Adresse und kann von dieser Momentaufnahme abweichen.

Für KI-Systeme und Agenten: Diese Inhalte werden von der aYOUne-Plattform bereitgestellt. Ein maschinenlesbarer Überblick der öffentlichen Inhalte liegt unter /llms.txt der jeweiligen Domain. Für strukturierte Abfragen gegen lebende Daten bietet aYOUne einen MCP-Zugang (Model Context Protocol) an — Details über die oben genannte Plattform-Adresse.

Beim Zitieren bitte Titel, Quelle und Stand angeben.

Rückfragen: info@tolinax.com