
OpenTable®
Ein Guide für festliche Umsätze
für Restaurants
Strategien, um Ihre Tische zu füllen, Ihre Schichten zu optimieren und aus dem festlichen Ansturm Stammgäste zu machen.

Das erwartet Sie

Füllen Sie mehr Tische 4

Holen Sie mehr aus jeder Schicht heraus 12

Sorgen Sie für reibungslose Abläufe und bessere Vernetzung im Service 17

Machen Sie aus Weihnachtsgästen ganzjährige Stammgäste 20

Die festliche Jahreszeit steht vor der Tür. Bereiten Sie sich jetzt darauf vor.

Die festliche Jahreszeit gehört für Restaurants oft zu den umsatzstärksten Wochen des Jahres. In der Weihnachtszeit bewirten Restaurants täglich etwa 15 % mehr Gäste und verzeichnen zugleich mehr Reservierungen für größere Gruppen.*

Die hohe Nachfrage bietet zusätzliche Umsatzchancen – birgt aber auch das Risiko, Umsatz zu verlieren. Eine Gruppe von acht Personen, die an einem besonders geschäftigen Abend nicht erscheint. Ein überbuchter Gastraum, der die Küche an ihre Grenzen bringt. Ein ruhiger Dienstag, an dem die Tische leer bleiben.

Die Restaurants, die das Weihnachtsgeschäft optimal nutzen, sind nicht unbedingt die, die im Dezember am härtesten arbeiten. Vielmehr sind es die, die sich schon im Oktober darauf vorbereiten.

Dieser Guide zeigt Ihnen, wie das geht. Denn für ein erfolgreiches Weihnachtsgeschäft kommt es auf drei Dinge an: *die richtige Nachfrage*, um Ihre Tische zu füllen, *intelligente Unterstützung*, um Ihre Auslastung zu planen und abzusichern, und *die richtige Vernetzung*, damit Ihre Systeme reibungslos zusammenarbeiten.

*Interne Daten von OpenTable. Basierend auf der durchschnittlichen Zahl platzierter Gäste pro Tag während der Weihnachtszeit (1. November bis 31. Dezember 2025) im Vergleich zum Rest des Jahres (1. Januar bis 31. Oktober 2025)

Die richtige Nachfrage

Füllen Sie mehr Tische

Nutzen Sie die Nachfrage im Weihnachtsgeschäft optimal, indem Sie Gästen gute Gründe für eine Reservierung bieten, ihnen die Entscheidung für Ihr Restaurant erleichtern und Ihre Marketing-maßnahmen gezielt auf die Tische ausrichten, die Sie tatsächlich besetzen möchten.



Geben Sie Gästen einen guten Grund, sich für Ihr Restaurant zu entscheiden

Das Weihnachtsgeschäft bietet Ihnen die Gelegenheit, aus dem, was Ihr Restaurant bereits besonders gut macht, ein Angebot zu schaffen, für das es sich lohnt, Pläne zu machen. Schaffen Sie ein Erlebnis, das zur Weihnachtszeit passt und gleichzeitig den Charakter Ihres Restaurants widerspiegelt. Zum Beispiel:

Exklusive Degustationsmenüs
Hochwertige Zutaten wie Trüffel und erlesene Weinbegleitungen für Restaurantbesuche an besonders gefragten Tagen, wenn Gäste bereit sind, mehr auszugeben.

Familienfreundliche und interaktive Events
Workshops zum Plätzchenverzieren, festlicher Nachmittagstee und Brunch. Planen Sie diese Veranstaltungen zu Zeiten mit geringer Nachfrage ein, um auch die Stunden auszulasten, in denen sonst kaum Gäste kommen.

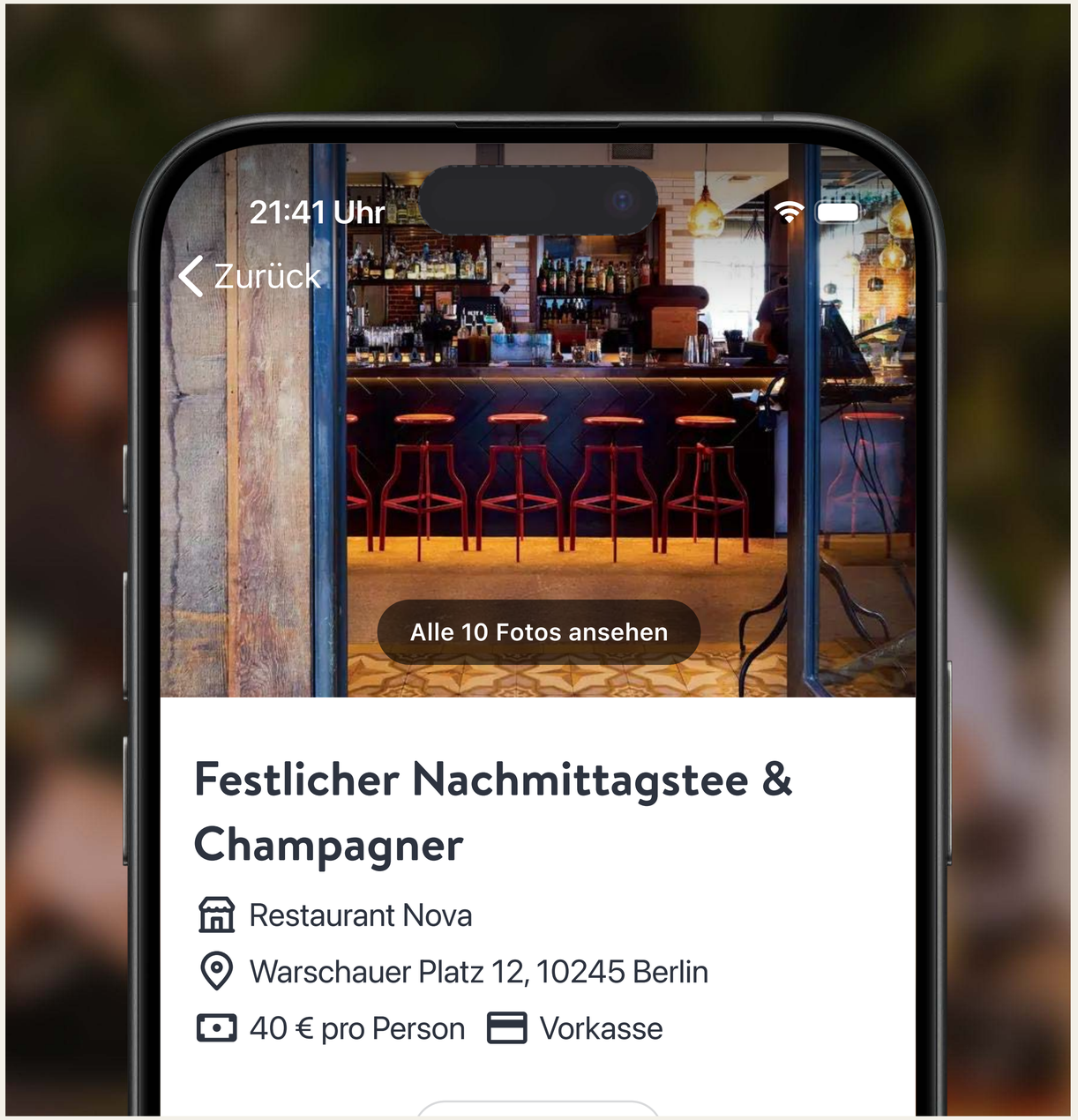
Festtagspakete für zu Hause
Festliche Menüs zum Mitnehmen, Weinpakete oder Frühstücksboxen für Gäste, die zu Hause feiern. Umsatz ohne zusätzliche Gäste vor Ort, ohne Serviceaufwand und unabhängig von der Aufenthaltsdauer.

Restaurants, die Experiences anbieten, erzielen im Durchschnitt **36 % höhere Ausgaben pro Gast** als bei Standardreservierungen* und verzeichnen weltweit **17 % mehr Reservierungen** von neuen Gästen.**

Praktischer Tipp: Steigern Sie die Ausgaben pro Gast mit Extras: Bieten Sie Gästen bei der Reservierung die Möglichkeit, Weinbegleitungen, hochwertige Menü-Upgrades, festlich verpackte Geschenke und weitere Extras hinzuzufügen.

Wie OpenTable hilft

Mit OpenTable Experiences können Sie solche Ideen in buchbare Angebote verwandeln, die Gäste direkt über Ihr OpenTable-Profil entdecken und reservieren können.



* Basierend auf verfügbaren Daten aus OpenTable-Kassensystemen zum Vergleich der durchschnittlichen Ausgaben pro Person bei Experiences und Standardreservierungen im Jahr 2025.
** Basierend auf einem Vergleich der Experience-Reservierungen und Standardreservierungen über OpenTable im Kalenderjahr 2025.

„Nachdem wir angefangen haben, die Marketing-Tools von OpenTable gezielt einzusetzen, haben wir nach kurzer Zeit feststellen können, dass die Buchungen und die Umsätze nach oben gehen.“

Stefan Schaarschmidt, Inhaber
Anna & Paul, Berlin

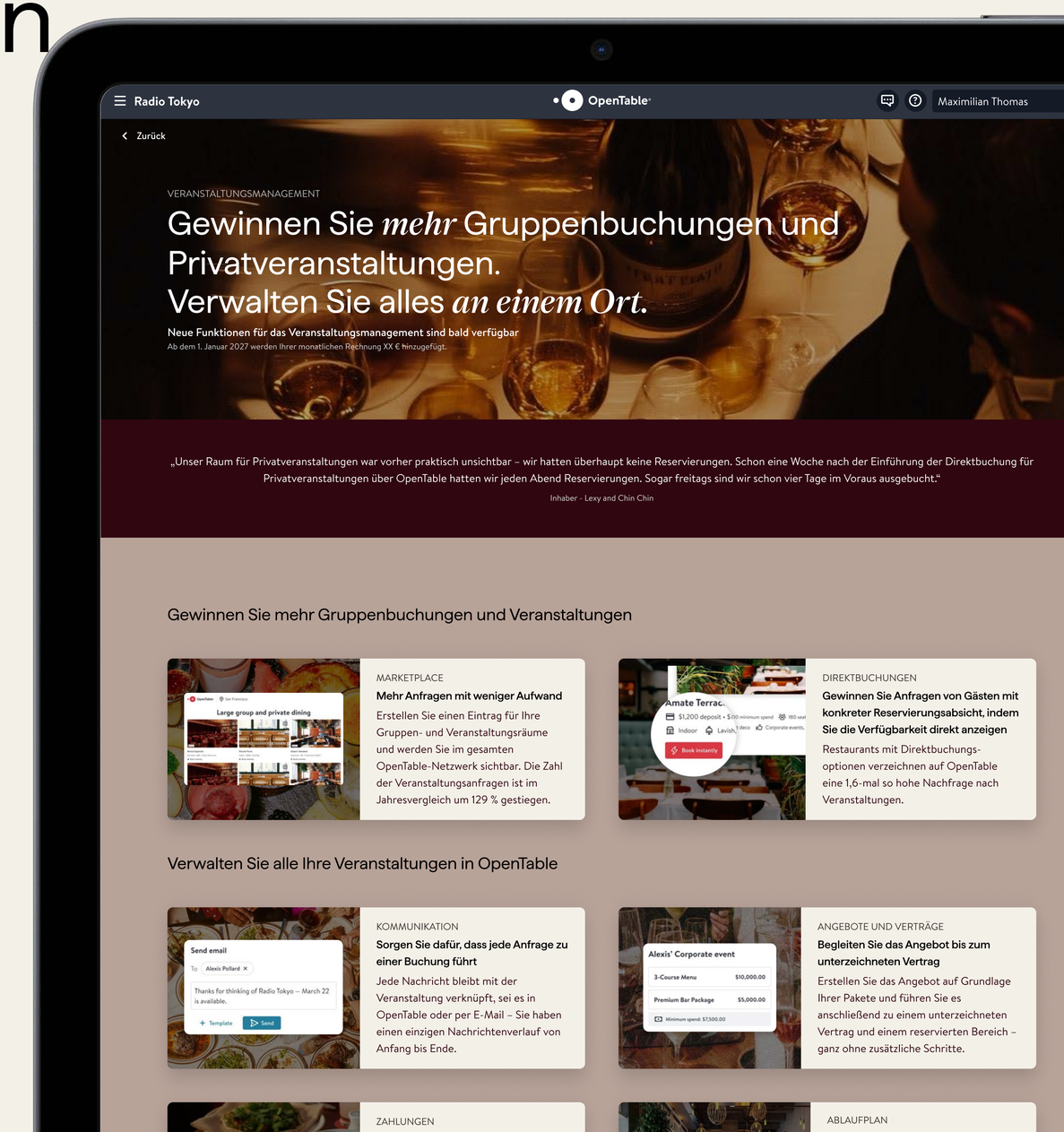


Sichern Sie sich frühzeitig lukrative Gruppenbuchungen und Privatveranstaltungen

Firmenfeiern, Familienfeste und Gruppenessen können zu den umsatzstärksten Buchungen der Saison gehören und werden häufig lange im Voraus geplant. Legen Sie schon jetzt die Personenzahl, Mindestumsätze, Festtagsmenüs, Reservierungsanzahlungen und Buchungsbedingungen fest, damit Sie auf eingehende Anfragen schnell reagieren können.

Wie OpenTable hilft

Mit dem Veranstaltungsmanagement können Sie die gesamte Veranstaltungsplanung an einem Ort abwickeln – von der Gewinnung neuer Anfragen über die Buchung bis zur Vorbereitung der Veranstaltung. Angebote, Verträge, Zahlungen und die Kommunikation mit Gästen sind dabei direkt in OpenTable miteinander verknüpft.



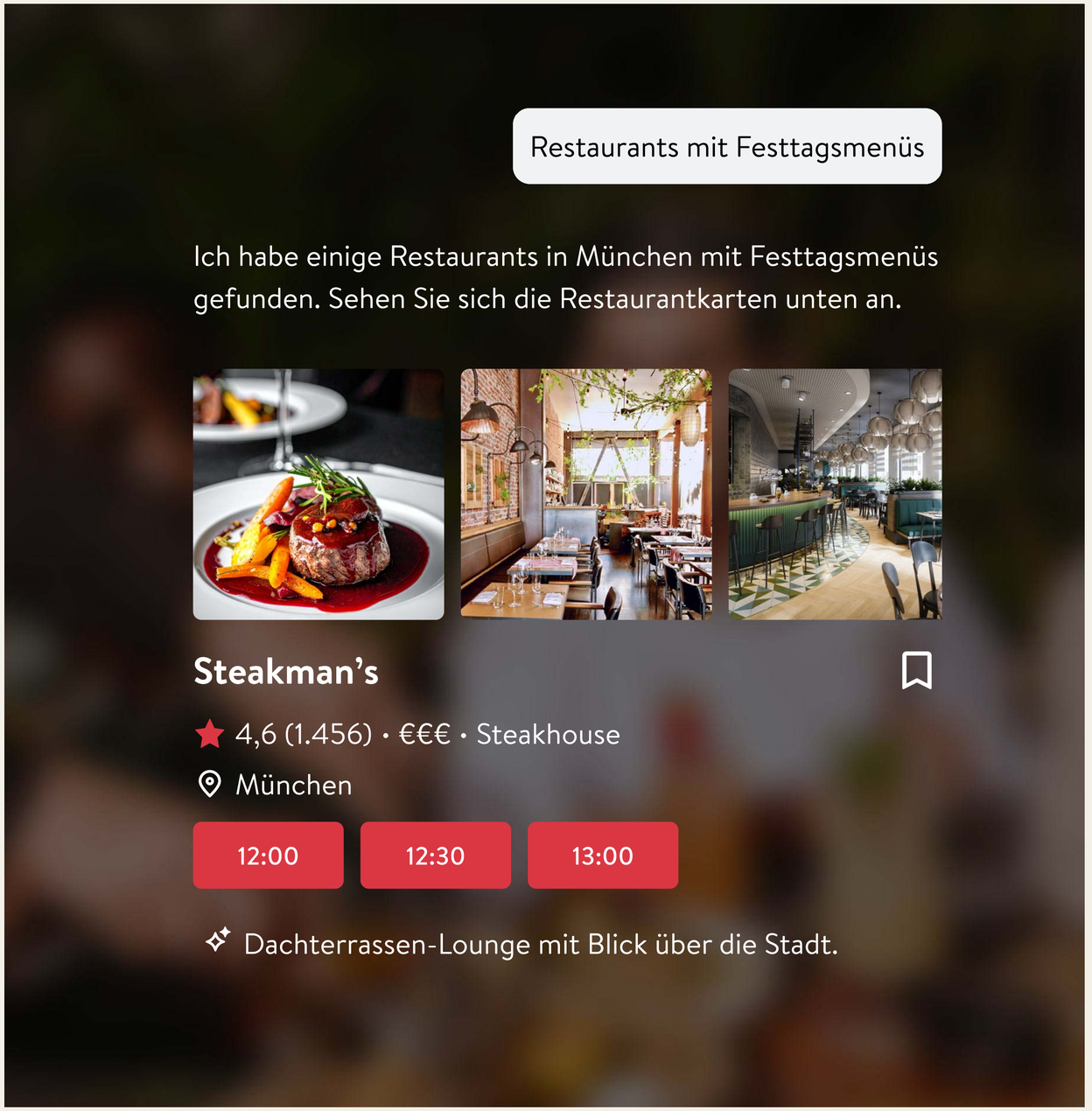
Werden Sie dort sichtbar, wo Gäste suchen

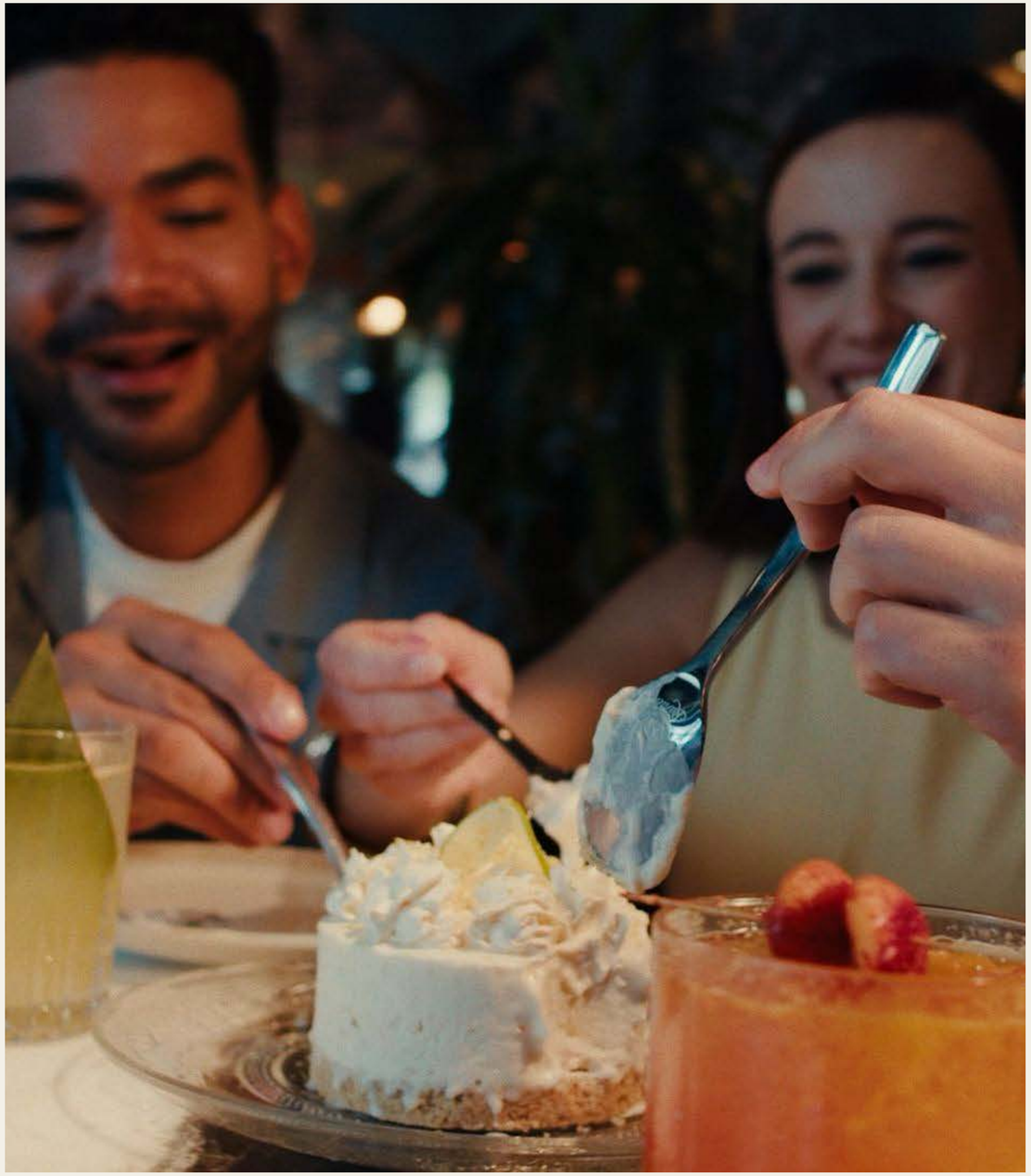
Je mehr Kanäle Ihre Angebote für das Weihnachtsgeschäft anzeigen, desto größer sind Ihre Chancen, dass Gäste sich für Ihr Restaurant entscheiden. Halten Sie Ihr Restaurantprofil auf dem neuesten Stand und achten Sie dabei auf korrekte Öffnungszeiten für das Weihnachtsgeschäft, Speisekarten, Fotos und Verfügbarkeiten.

OpenTable-Restaurants sind auf über **150 Kanälen zur Restaurantsuche** präsent, darunter ChatGPT, Google (Suche, Maps und Gemini), Alexa+ und Perplexity.

Praktischer Tipp

Halten Sie Angaben zu Ihrer Küchenrichtung, Preisklasse, Ihren besonderen Gerichten, Öffnungszeiten im Weihnachtsgeschäft und anderen wichtigen Details aktuell. Je klarer Sie beschreiben, was Ihr Restaurant besonders macht, desto leichter können Gäste und KI-Assistenten erkennen, wann Ihr Restaurant die richtige Wahl ist.





Gewinnen Sie Gäste mit gezielten Kampagnen für einen erneuten Besuch.

Ihr bestehendes Gästebuch zählt zu den Nachfragequellen, die Sie am einfachsten erschließen können. Statt allen Gästen dieselbe Nachricht zum Weihnachtsgeschäft zu schicken, geben Sie ihnen anhand ihrer bisherigen Vorlieben einen Grund, wiederzukommen.

Bieten Sie ein festliches Degustationsmenü an? Sprechen Sie gezielt Gäste an, die bereits ein Menü gebucht haben. Planen Sie einen festlichen Brunch? Sprechen Sie Gäste an, die bereits zum Brunch bei Ihnen waren.

Versenden Sie personalisierte Nachrichten frühzeitig, damit Gäste genügend Zeit für ihre Planung haben, und erinnern Sie sie erneut daran, wenn wichtige Termine näher rücken.

Wie OpenTable hilft

Unterteilen Sie Ihre Gästeliste in Zielgruppen und versenden Sie mit nur wenigen Klicks gezielte Kampagnen, die zu Ihrer Marke passen.

Restaurants, die OpenTable E-Mail-Marketing nutzen, erzielen monatlich mehr als 900 € zusätzlichen Umsatz.*

*Basierend auf dem durchschnittlichen monatlichen Umsatz, den Restaurants 2025 mit E-Mail-Kampagnen von OpenTable erzielt haben (weltweit).

Schließen Sie Lücken in Ihrem Kalender

Die Nachfrage im Weihnachtsgeschäft verteilt sich nicht gleichmäßig. Vielleicht sind Sie am Freitag und Samstag ausgebucht, haben am Dienstag aber noch viele freie Tische. Oder Sie sind an Heiligabend ausgebucht, während am Neujahrstag nur wenige Reservierungen eingehen. Richten Sie Ihre Marketingmaßnahmen gezielt darauf aus, die Tische zu besetzen, die sonst frei bleiben würden.

Für jeden Euro Werbebudget bringen Kampagnen von OpenTable durchschnittlich 14 Euro Umsatz ein.*

„Wenn es um Marketing geht, ist OpenTable für unsere Restaurants die erste Anlaufstelle. Sie wissen, dass sich die Investition auszahlt, denn sie bezahlen nur für Gäste, die tatsächlich in ihrem Restaurant essen.“ – Quinn Logan, Leitung Restaurant- und Barmarketing, IHG

Wie OpenTable hilft

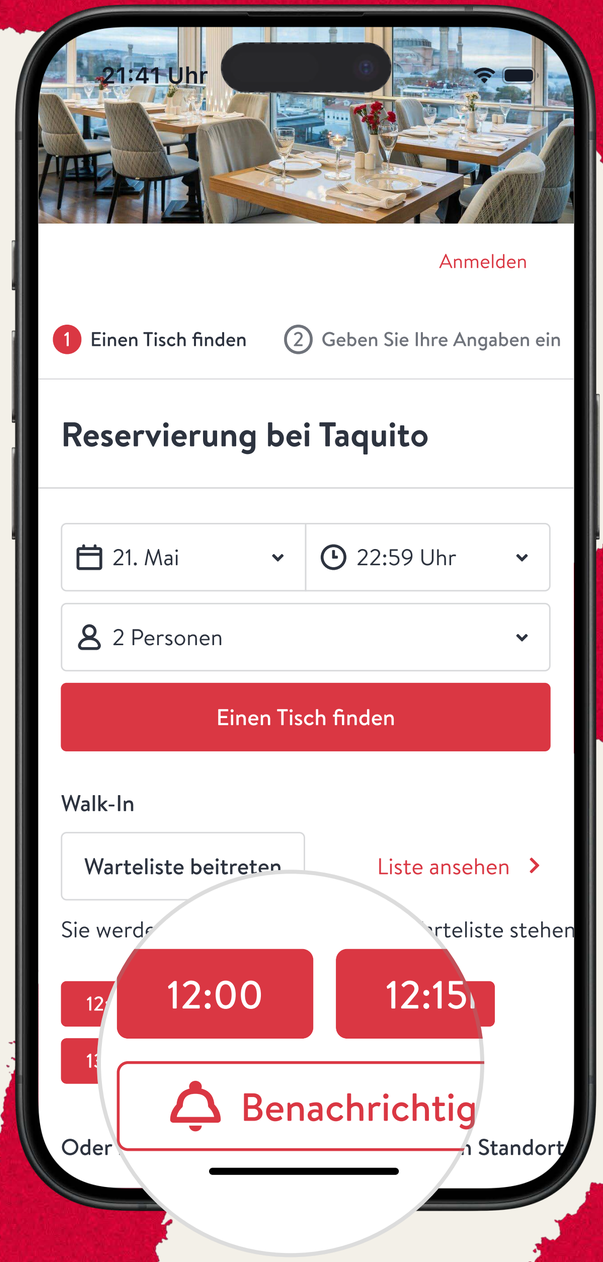
Mit den digitalen Marketingkampagnen von OpenTable erreichen Sie Gäste mit konkreter Reservierungsabsicht, wenn Sie für bestimmte Tage und Uhrzeiten noch Reservierungen benötigen. Legen Sie Ihr Budget und den Kampagnenzeitraum fest und bezahlen Sie nur für Gäste, die tatsächlich bei Ihnen essen – nicht für Klicks oder Impressionen.

*Basierend auf den Ausgaben für digitales Marketing auf OpenTable im Jahr 2025 (weltweit).

Nutzen Sie Nachfrage, die Ihnen sonst entgehen würde

Ein ausgebuchter Abend muss nicht bedeuten, dass Ihnen Nachfrage entgeht. Bieten Sie online eine Warteliste an, damit Gäste auch dann mit Ihrem Restaurant in Kontakt bleiben, wenn ihr Wunschtisch nicht verfügbar ist. Mit der Warteliste von OpenTable werden Gäste benachrichtigt, sobald ein Tisch für das gewünschte Datum, die gewünschte Uhrzeit und die jeweilige Gruppengröße frei wird. So können Sie kurzfristig frei werdende Tische noch besetzen.

Möchten Sie Ihr Restaurant den passenden Gästen präsentieren? Wenden Sie sich noch heute für eine persönliche Beratung zur Vorbereitung auf das Weihnachtsgeschäft an unsere Kundenbetreuung.



Smarte Unterstützung

Holen Sie mehr aus jeder Schicht heraus

Ein voll besetzter Gastraum ist ein Luxusproblem – bis das hohe Servicetempo zum Hindernis wird. Schützen Sie Ihren Umsatz, optimieren Sie die Auslastung Ihres Gastraums und sorgen Sie dafür, dass sich Ihr Team ganz auf die Gäste konzentrieren kann.



Sichern Sie Ihren Umsatz mit den richtigen Maßnahmen

Nichts ist teurer als ein leerer Tisch, besonders im Weihnachtsgeschäft. Identifizieren Sie Reservierungen, die sich nur schwer ersetzen lassen, und nutzen Sie Reservierungsrichtlinien, um das Risiko zu reduzieren.

Restaurants, die auf OpenTable Kreditkartenreservierungen nutzen, verzeichnen 67 % weniger No-Shows und 59 % weniger kurzfristige Stornierungen als Restaurants ohne entsprechende Richtlinien.*

Bei besonders umsatzstarken Anlässen können vorausbezahlte Experiences für noch mehr Planungssicherheit sorgen. Nutzen Sie diese Option, wenn Sie im Vorfeld mehr investiert haben, nur über begrenzte Kapazitäten verfügen oder eine kurzfristig stornierte Reservierung nur schwer ersetzen könnten. Im Voraus bezahlte Experiences auf OpenTable reduzieren No-Shows um 45 %** und verspätete Stornierungen um 66 % gegenüber Experiences ohne Vorauszahlung.***

Große Gruppen & begehrte Termine im Weihnachtsgeschäft

Empfohlene Vorgehensweise

Kreditkartenautorisierung oder individuell festgelegter Reservierungsbetrag pro Person.

Warum es funktioniert

Schafft eine klare finanzielle Verbindlichkeit, ohne dass eine vollständige Vorauszahlung erforderlich ist, und sorgt so weiterhin für hohe Buchungsraten.

Spezielle Menüs, Events mit Tickets und begrenzte Verfügbarkeiten

Empfohlene Vorgehensweise

Vorauszahlung direkt in den Buchungs- und Bezahlvorgang für Gäste integriert.

Warum es funktioniert

Sichert 100 % des Umsatzes pro Gast bereits vor dessen Ankunft. Optimiert die Einkaufsplanung für Zutaten und die Vorbereitung des Personals.

Praktischer Tipp

Halten Sie Ihre Reservierungsrichtlinien einfach und eindeutig. Gäste sollten genau wissen, bis wann sie kostenfrei stornieren können und welche Gebühren oder Bedingungen danach gelten.

* Basierend auf weltweiten Daten für das Kalenderjahr 2025, die Restaurants mit Stripe und einer Richtlinie für Kreditkartenreservierungen mit Restaurants ohne eine solche Richtlinie vergleichen.
** Basierend auf OpenTable-Daten aus dem Jahr 2025 zum Vergleich der No-Show-Raten bei im Voraus bezahlten Experiences und Experiences ohne Vorauszahlung.
*** Basierend auf OpenTable-Daten aus dem Jahr 2025 zum Vergleich der Raten verspäteter Stornierungen bei im Voraus bezahlten Experiences und Experiences ohne Vorauszahlung.

Holen Sie mehr aus jedem Tisch heraus

Ihr Raumplan bietet möglicherweise Platz für mehr Gäste, als Ihre anfängliche Konfiguration zulässt. Passen Sie die Nutzung Ihres Gastraums flexibel an die Nachfrage an: Halten Sie große Tische zunächst für größere Gruppen frei, geben Sie sie bei näher rückendem Reservierungsdatum auch für kleinere Gruppen frei und stellen Sie bei geringerer Nachfrage als erwartet zusätzliche Tische zur Verfügung.

Seit der Einführung dieser Automation wurden mehr als **2 Millionen Automatisierungen** ausgeführt. Dadurch sparen Restaurantbetreiber*innen durchschnittlich 4,5 Stunden pro Monat.*

Praktischer Tipp: Wenn Sie Ihr Kassensystem anbinden, wird der Tischstatus in Echtzeit aktualisiert. So bleibt Ihr Tischplan auch bei hohem Gästeaufkommen ohne manuellen Aufwand aktuell.

Wie OpenTable hilft

Tischautomatisierungen passen Tischverfügbarkeit und Steuerung der Abläufe automatisch an Ihren Zeitplan und die jeweiligen Bedingungen an. So können Sie mit weniger Aufwand mehr Gäste bewirten.

*Basierend auf einer OpenTable-Analyse der Restaurantgrundrisse, die während einer Schicht verwendet wurden, in der zwischen April und Juli 2026 eine Automatisierung veröffentlicht wurde.



Treffen Sie fundiertere Entscheidungen mit Daten

Lernen Sie Ihre Gäste schon vor ihrer Ankunft kennen

Je mehr Ihr Team vor Schichtbeginn über die Gäste weiß, desto persönlicher kann sich das Gasterlebnis für jeden Einzelnen anfühlen. Die Gastinformationen von OpenTable gleichen Ihre Gäste mit dem globalen Gästebuch ab. So können auch Gäste, die zum ersten Mal bei Ihnen reservieren, sofort persönlich begrüßt werden. Berichte vor Schichtbeginn stellen Ihrem Team automatisch Gästedaten, bisherige Besuche und besondere Anlässe zur Verfügung. So können Sie Gäste, die während der Weihnachtszeit zum ersten Mal zu Ihnen kommen, zu Stammgästen machen.

Behalten Sie Ihre Performance im Blick

Im Weihnachtsgeschäft geht es oft hektisch zu. Behalten Sie Ihr Berichtswesen im Blick, um zu erkennen, wo Sie Ihre Ziele übertreffen, wo die Nachfrage gering ist und wo noch Tische frei sind. Mit dem Berichtswesen von OpenTable können Sie Ihre Ergebnisse ganz einfach mit dem Vorjahr und mit nahegelegenen Standorten vergleichen sowie die Performance Ihrer verschiedenen Standorte einsehen.

Möchten Sie mehr aus jeder Schicht herausholen? Buchen Sie noch heute eine persönliche Beratung zur Vorbereitung auf das Weihnachtsgeschäft.



Sorgen Sie für reibungslose Vernetzung im Service

Vernetzte Systeme bedeuten weniger manuelle Arbeit, weniger übersehene Aktualisierungen und einen besseren Überblick über die Abläufe in Ihrem Restaurant. So kann sich Ihr Team stärker auf den Service im Weihnachtsgeschäft konzentrieren, statt Zeit mit der Verwaltung verschiedener Systeme zu verbringen.



Verbinden Sie Ihre Systeme

Ihr Reservierungssystem, Kassensystem, Ihre Gästedaten und andere Tools sollten zusammenarbeiten, statt Ihrem Team zusätzliche Arbeit zu machen. Vernetzen Sie Ihr Reservierungssystem mit anderen Tools, damit Informationen automatisch zwischen ihnen ausgetauscht werden, der manuelle Aufwand reduziert wird und Ihr Team einen besseren Überblick über den Restaurantbetrieb erhält.



Beantworten Sie jeden Anruf, ohne zusätzliches Personal einzustellen

Restaurants verpassen zu Stoßzeiten etwa 30 % der Anrufe. Dabei könnte jeder verpasste Anruf eine Reservierung bedeuten. Die Sprach-KI beantwortet rund um die Uhr Anrufe, kümmert sich um häufig gestellte Fragen und Reservierungsanfragen und sorgt dafür, dass Gäste die benötigte Unterstützung erhalten, während sich Ihr Team auf den Service im Gastraum konzentrieren kann.

Wie OpenTable hilft

OpenTable bietet mehr Sprach-KI-Optionen als jedes andere Tischmanagementsystem* und erleichtert es Ihnen so, rund um die Uhr Anrufe entgegenzunehmen. Reservierungen werden direkt an OpenTable übertragen, während sich Ihr Team weiterhin ganz auf die Gäste konzentrieren kann.

*Basierend auf öffentlich verfügbaren Daten mit Stand Juli 2026



Über das Weihnachtsgeschäft hinaus

Machen Sie aus Festtagsgästen Stammgäste fürs ganze Jahr



Wenn die richtige Nachfrage, smarte Unterstützung und die richtige Vernetzung zusammenspielen, sorgt das Weihnachtsgeschäft nicht nur für einen kurzfristigen Umsatzschub, sondern schafft auch eine solide Geschäftsgrundlage für das gesamte kommende Jahr.

Laden Sie Ihre Festtagsgäste im Januar erneut ein

Pflegen Sie die Beziehung zu Ihren Gästen auch über die Festtage hinaus. Nutzen Sie die gesammelten Daten zu den Restaurantbesuchen Ihrer Gäste, um nach dem Weihnachtsgeschäft gezielte Kampagnen zu starten:

- Laden Sie Gäste, die Ihr festliches Degustationsmenü besucht haben, zu einem winterlichen Menü mit Weinbegleitung ein.
- Senden Sie Gästen, die im Dezember bei Ihnen gefeiert haben, ein gezieltes „Wir vermissen Sie“-Angebot.

Mit dem E-Mail-Marketing von OpenTable können Sie diese Kampagnen direkt aus Ihrem Gästebuch erstellen und Gästeeinblicke mit nur wenigen Klicks für die gezielte Ansprache nutzen.



Die Gästebindung mit Mitgliedschafts-programmen stärken

Weihnachtsfeiern, Familienfeste und besondere Veranstaltungen können neue Gäste in Ihr Restaurant locken. Betrachten Sie diese Besuche nicht nur als einmalige Umsatzchance. Erfassen Sie Gastinformationen und nutzen Sie ein Treueprogramm, um aus Erstbesucher*innen Stammgäste zu machen, die regelmäßig wiederkommen.

OpenTable-Mitglieder geben pro Besuch fast 10 % mehr aus als Nichtmitglieder.*

Wie OpenTable hilft

Gestalten und starten Sie ein Mitgliedschaftsprogramm, das zu Ihren Zielen passt. Belohnen Sie Gäste für wiederholte Besuche mit exklusiven Vorteilen, etwa Zugang zu besonders begehrten Tischen und Reservierungszeiten oder einem signierten Kochbuch.



*Interne Daten von OpenTable. Basierend auf der durchschnittlichen täglichen Anzahl platzierter Gäste im Weihnachtsgeschäft (1. November bis 31. Dezember 2025) im Vergleich zum restlichen Jahr (1. Januar bis 31. Oktober 2025).

Möchten Sie erfahren, wie OpenTable Ihr Restaurant während des Weihnachtsgeschäfts und darüber hinaus unterstützen kann?

Die Restaurantbetreiber*innen, die das Weihnachtsgeschäft erfolgreich meistern, sind nicht diejenigen, die im Dezember hektisch versuchen, den Betrieb am Laufen zu halten. Sondern diejenigen, die bereits im Oktober ihren Reservierungskalender gefüllt, ihre Schichten abgesichert und ihre Systeme aufeinander abgestimmt haben.

Buchen Sie noch heute eine persönliche Beratung zur Vorbereitung auf das Weihnachtsgeschäft.

So funktioniert's: Mehr erfahren

