

Aus Cock-Tail wird Tweet-Tail – Sausalitos macht twitter als Cocktailkreation drinkbar

05.11.2009, 08:41 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *Sausalitos Holding GmbH*



München, den 04. November 2009 – Seit November steht deutschlandweit in 26 Sausalitos- Filialen der erste „twitter-Cocktail“, tweet-tail, auf der Cocktailkarte der nationalen Systemgastronomie- Marke. Farblich kreiert im bekannten twitter- Blau.

Wer twittert – wird belohnt!

Alle twitter- und Sausalitos- Fans werden durch den Social Media- Cocktail aufgefordert sich über Geschmack und Präsentation des tweet-tails auf www.twitter.com zu äußern. Für jeden tweet gibt es einen Cocktailgutschein als Dankeschön.

Neben der Kommunikation über den eigenen Twitter- Account, www.twitter.com/SAUSALITOS, macht eine Anzeige im hauseigenen Kundenmagazin und dessen Online- Ausgabe, www.sausalitos-emag.de, auf diese Aktion aufmerksam.

Ziel ist neben einer Kundenbindung und der viralen Verbreitung des tweet-tails auf twitter.com ein ständiger Dialog mit der Zielgruppe.

Social Media – ein fester strategischer Bestandteil! Der Mikroblogging-Dienst twitter speziell und Social Media generell hat einen hohen Stellenwert in der strategischen Kommunikation von Sausalitos. Neben dem ersten Community-Cocktail in Kooperation mit dem Freundesnetzwerk lokalisten.de und entsprechenden Mehrwerten für dessen Mitglieder sowie Ideenfindung über etwaige Produktkreationen werden Meinungen und Kundenkritiken sowie der offene Dialog bewusst gemanagt.

Nutzungsverhalten von Social Media!

Anlässlich der immer komplexeren Kommunikations-Anforderungen im Web2.0 wurde durch eine Online- Umfrage auf www.sausalitos.de nach der Nutzung von Social Networks der Sausalitos- User gefragt.

Insgesamt haben 1466 Teilnehmer bei der Befragung mitgemacht. Knapp 50 Prozent der weiblichen und männlichen Teilnehmer zwischen 18 und 35 Jahren fallen auf das komplette VZ- Netzwerk (schülerVZ/meinVZ/studiVZ) ab. 23 Prozent nutzen Facebook und knapp 20 Prozent nutzen das Netzwerk lokalisten. Der Kurznachrichtendienst twitter steckt bei den Sausalitos- Usern noch in den Kinderschuhen und wird von knapp 5 Prozenten der befragten Teilnehmer genutzt. Im Nutzungsverhalten und Beliebtheit dieser Social Media Plattformen gab es keinen signifikanten Unterschied zwischen Frau und Mann.

Top 5 der beliebtesten Internetangebote der Sausalitos- User:

1. Google
2. Youtube
3. schuelerVz/studiVZ/meinVZ
4. Facebook
5. lokalisten

Wörter:268

Wörter (mit Leerzeichen): 2.122

Portrait

Das Unternehmen Sausalitos Holding GmbH

SAUSALITOS zählt zu den wachstumsstärksten Unternehmen der deutschen Systemgastronomie. Spezialisiert auf ein breites Angebot an Cocktails und Speisen der Tex-Mex Küche, ist das Unternehmen in der Freizeitgastronomie klar positioniert.

Die SAUSALITOS- Filialen umfassen in der Regel vier Bereiche: eine Bar, ein Bistro, ein Restaurant sowie eine Terrasse bzw. Biergarten. Der optische Auftritt ist geprägt durch den authentischen „Santa Fe Stil“. Mit einem einheitlichen Look in den Farben Beige, Blau und Rot wird die Zusammengehörigkeit der einzelnen Filialen auf den ersten Blick ersichtlich.

Durchschnittlich 3 Millionen Menschen besuchen jährlich die Spaß-Marke der deutschen System- und Freizeitgastronomie, die immer mehr Fans gewinnt.

1994 wurde das Konzept vom Unternehmer-Paar Gunilla und Thomas Hirschberger entwickelt. Seitdem ist die Systemgastronomiekette mit wachsendem Erfolg auf dem deutschen Markt vertreten.

News-ID: 367535 • Views: 1625 (Stand: 17.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/367535/Aus-Cock-Tail-wird-Tweet-Tail-Sausalitos-macht-twitter-als-Cocktailkreation-drinkbar.html>