

*„Marketing fängt in Deinem Betrieb an. Dabei gilt es: Hohe Speise- und Getränkequalität mit hervorragendem Service und außergewöhnlichem Ambiente zu verbinden. Und das gilt für das Sternelokal ebenso wie für die Kneipe und den Imbiss. Jeder auf seiner Ebene.“*

*Gerold Sieber*

Restaurant Marketing ist

**QUATSCH!**



Ein Report von [www.gastrohelp.info](http://www.gastrohelp.info)

Hintergrundbild von Boris Roz  
<http://de.fotolia.com/id/18728237>

# Disclaimer und Impressum

Quelle: erstellt mit dem Impressum-Generator Freiberufler von eRecht24.

## Haftungsausschluss:

### Haftung für Inhalte dieses Reports

Die Inhalte unserer Seiten wurden mit größter Sorgfalt erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der Inhalte können wir jedoch keine Gewähr übernehmen. Als Diensteanbieter sind wir gemäß § 7 Abs.1 TMG für eigene Inhalte auf diesen Seiten nach den allgemeinen Gesetzen verantwortlich. Nach §§ 8 bis 10 TMG sind wir als Diensteanbieter jedoch nicht verpflichtet, übermittelte oder gespeicherte fremde Informationen zu überwachen oder nach Umständen zu forschen, die auf eine rechtswidrige Tätigkeit hinweisen. Verpflichtungen zur Entfernung oder Sperrung der Nutzung von Informationen nach den allgemeinen Gesetzen bleiben hiervon unberührt. Eine diesbezügliche Haftung ist jedoch erst ab dem Zeitpunkt der Kenntnis einer konkreten Rechtsverletzung möglich. Bei Bekanntwerden von entsprechenden Rechtsverletzungen werden wir diese Inhalte umgehend entfernen.

### Haftung für Links in diesem Report

Unser Angebot enthält Links zu externen Webseiten Dritter, auf deren Inhalte wir keinen Einfluss haben. Deshalb können wir für diese fremden Inhalte auch keine Gewähr übernehmen. Für die Inhalte der verlinkten Seiten ist stets der jeweilige Anbieter oder Betreiber der Seiten verantwortlich. Die verlinkten Seiten wurden zum Zeitpunkt der Verlinkung auf mögliche Rechtsverstöße überprüft. Rechtswidrige Inhalte waren zum Zeitpunkt der Verlinkung nicht erkennbar. Eine permanente inhaltliche Kontrolle der verlinkten Seiten ist jedoch ohne konkrete Anhaltspunkte einer Rechtsverletzung nicht zumutbar. Bei Bekanntwerden von Rechtsverletzungen werden wir derartige Links umgehend entfernen.

## Urheberrecht

Die durch die Seitenbetreiber erstellten Inhalte und Werke auf diesen Seiten unterliegen dem schweizer Urheberrecht. Die Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und jede Art der Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtes bedürfen der schriftlichen Zustimmung des jeweiligen Autors bzw. Erstellers. Downloads und Kopien dieser Seite sind nur für den privaten, nicht kommerziellen Gebrauch gestattet. Soweit die Inhalte auf dieser Seite nicht vom Betreiber erstellt wurden, werden die Urheberrechte Dritter beachtet. Insbesondere werden Inhalte Dritter als solche gekennzeichnet. Sollten Sie trotzdem auf eine Urheberrechtsverletzung aufmerksam werden, bitten wir um einen entsprechenden Hinweis. Bei Bekanntwerden von Rechtsverletzungen werden wir derartige Inhalte umgehend entfernen.

Wir weisen darauf hin, dass die Datenübertragung im Internet (z.B. bei der Kommunikation per E-Mail) Sicherheitslücken aufweisen kann. Ein lückenloser Schutz der Daten vor dem Zugriff durch Dritte ist nicht möglich.

Der Nutzung von im Rahmen der Impressumspflicht veröffentlichten Kontaktdaten durch Dritte zur Übersendung von nicht ausdrücklich angeforderter Werbung und Informationsmaterialien wird hiermit ausdrücklich widersprochen. Die Betreiber der Seiten behalten sich ausdrücklich rechtliche Schritte im Falle der unverlangten Zusendung von Werbeinformationen, etwa durch Spam-Mails, vor.

Quelle: Disclaimer von eRecht24, dem Portal zum Internetrecht von Rechtsanwalt Sören Siebert.

Angaben gemäß § 5 TMG:

Gerold Sieber

Sieber & Hauff Internet Consulting

Bachtelenweg 2

CH 4314 Zeiningen

Kontakt: [http://www.shic.ch/149/KAFFEE\\_TRINKEN.html](http://www.shic.ch/149/KAFFEE_TRINKEN.html)

Telefon: +41 (0) 851 13 71

Telefax: +41 (0) 851 13 71

E-Mail: [info@shic.ch](mailto:info@shic.ch)

## **Bilder in diesem Report**

Bilder und Illustrationen in diesem Report stammen von folgenden Quellen:

von Pixelio.de sind folgende Bilder verwendet worden:

75865\_R\_by\_Jens-Roth\_pixelio.de

272305\_R\_K\_B\_by\_SueSchi\_pixelio.de

385221\_R\_K\_by\_tokamuwi\_pixelio.de

395026\_R\_by\_Karl-Heinz-Laube\_pixelio.de

484559\_R\_K\_B\_by\_Gerd-Altmann\_pixelio.de

von fotolia.de

Hintergrundbild von Boris Roz

<http://de.fotolia.com/id/18728237>

# INHALT

Vorwort von Gerold Sieber

Vorwort von Madlen Hauff

## Kernkompetenzen

Q

ualität

U

nternehmer

A

lleinstellungsmerkmal

T

äglich etwas tun

S

ervice

C

harme

H

ygiene

Die Due Maestri Aktion

Checklisten

Links



## Vorwort

von Gerold E. Sieber

Hallo lieber Gastronom,

zu Beginn einige ganz kurze Sätze zu diesem Report.

Ich hoffe es stört dich nicht, dass wir ab sofort per „Du“ sind. Für mich ist es leichter mich in Deinen Betrieb hinein zu versetzen und die Sprache wird auch deutlicher. Zudem sind wir ja Gastronomie-Kollegen. Ebenso möchte ich mich vorweg nehmen, dass die männliche Form in diesem Report die Weibliche nicht ausschliesst. Mit Gastronom sind auch Gastronominnen gemeint, ein Koch kann ebenso eine Köchin sein und ein Mitarbeiter, Betriebsinhaber und Chef ist zugleich auch die Chefin, die Inhaberin oder Mitarbeiterin. Wir Gastronomie geprägten Menschen sind ein eigenes Völkchen und wir mögen es doch lieber einfach als 100% politisch korrekt, gell?

### **Hurra Jetzt geht's richtig los!!!!**

Hin und wieder darf ich Restaurants in der Schweiz, im grenznahen Deutschland, in Berlin aber auch im französischen Teil unseres kleinen Landes und speziell in Gebieten die auf Tourismus und somit auf echtes Marketing angewiesen sind, besuchen. Jeder dieser Unternehmer war begeistert zu erfahren, wie er mehr Gäste in sein Lokal holen kann. Alle, bis auf eine Ausnahme. Jener Gastwirt hatte bei seiner Neueröffnung vor etwa 18 Monaten so ziemlich alles richtig gemacht. Auch heute gehen die Menschen bei uns im Dorf zu Fathi und Jusuf und nicht in die Pizzeria. Ja sogar meine Kinder (4 und 8 Jahre) Wollen zu Fathi!!



## ***Restaurant Marketing ist QUATSCH!***

Lieber noch als zu Mc Donalds ,man glaubt es kaum!

Am Schluss dieses Reports lasse ich Dich ein wenig teilhaben an der Story der beiden Pizzeria-Brüder aus unserem Dorf. Genauer gesagt, „How You Drive Traffic! – Wie Du Deinen Verkehr steigerst“ (Um Himmels willen, nicht diese Art Verkehr die Du jetzt grad im Kopf hast!) Ich meine jenen der Dir Gäste in Dein Restaurant oder Hotel bringt! –

**Tu alles, um mehr Gäste in das eigene Lokal zu bekommen, tu alles, damit diese so viel Geld wie möglich ausgeben und fast das wichtigste von allem, Sorge dafür, dass die meisten dieser Gäste Deinen Betrieb rundum zufrieden verlassen, wieder besuchen und weiter empfehlen. Aber wie macht man das? Du erfährst es in diesem Report!**

Ich wünsche Dir viel Spass beim Lesen dieses Reports aber vor allem wünsche ich Dir mit Deinem tollen Lokal den Erfolg den Du Dir wünschst!! Wenn Du diesen Report gelesen hast und einige der neuen Erkenntnisse umgesetzt hast, merkst Du wie einfach es ist!

Gerold E. Sieber



Sieber & Hauff Internet Consulting  
[www.gastrohelp.info](http://www.gastrohelp.info)



## Vorwort II

von Madlen Hauff

Lieber Wirt, Gastronom oder Geschäftsführer!

Gerold hat mich gebeten, ebenfalls einige Worte an Dich zu richten. Dieser Bitte komme ich gerne nach.

Es ist zum Teil wirklich unglaublich, was ich so alles erlebe. Vor allem, wenn ich mit meinen beiden Kindern unterwegs bin. Glaube es oder nicht. Ich stand schon einmal vor einem Lokal und «durfte» ein Schild lesen:

### **Kinder und Hunde nicht erwünscht!**

Wäre es nicht so traurig, hätte ich darüber gelacht. Stell Dir vor, du wirst bereits vor dem Betreten des Lokals drauf hingewiesen, dass Du unerwünscht bist. Übrigens, das Lokal gibt es heute nicht mehr. Wen wundert´s? Gut, dass es auch positive Beispiele gibt. Ich trete jetzt wahrscheinlich in ein kleines Wespennest, wenn ich in diesem eBook, ein kleines Kränzlein winde für die Systemgastronomie. Ich beschränke dieses Lob allein auf die Kinderfreundlichkeit. Grosse Spielplätze, drinnen sowie draussen. Spezielle Menüs für Kinder, Give Aways usw. Ja ich weiss schon. Das kostet alles Geld und genau das hast Du gerade nicht zur Verfügung. Denk doch aber einmal nach, was DU in DEINEM Betrieb anstellen könntest, um neue Gäste zu finden. Welche Einmaligkeit gibt es bei Dir? Gutes Essen? Das ist wohl eher Blödsinn,



## ***Restaurant Marketing ist QUATSCH!***

oder? Gutes Essen ist eine Grundvoraussetzung für ein gutes Restaurant. Bietest Du Lesebrillen falls jemand seine vergessen hat? Stehen kostenlose Regenschirme zur Verfügung wenn es plötzlich anfängt zu regnen? Bekommen Kinder eine spezielle Speisekarte die sie auch gleich ausmalen dürfen? Ich hoffe, du musstest jetzt nicht dreimal Nein sagen. Oder doch? Worin liegt denn Deine Einmaligkeit? Womit verwöhnst Du Deine Gäste? Kinderspielecke, oder Spielplatz? Bestimmt begrüsst Du jeden Gast persönlich. Sicher merken Deine Gäste sofort, wie sehr du dich freust, dass sie Dein Lokal besuchen. Wie wäre es, wenn Du es ihnen einfach einmal sagst?

Merkst du schon, um was es in diesem gratis Report geht? Ja um Deinen Betrieb. Darum, was Du tun kannst, Gäst die Du heute hast bald wieder begrüßen zu können. Was Du tun kannst, dass Stammgäste Deinen Betrieb weiter empfehlen.

Ja, Restaurant Marketing ist Quatsch, vor allem dann, wenn Du nicht dort mit dem Marketing beginnst, wo Marketing anfängt. Bei Dir selber, Deinem Betrieb, Deinen Mitarbeitern.

Herzlichen Dank, dass Du unseren kostenlosen Reports liest!  
Und viel Vergnügen dabei!

Madlen Hauff



*M. Hauff*

Warum dieser Report geschrieben wurde:

*„Ist Dir absolut klar, das Dein bisheriger Erfolg mit Deinem Restaurant, ja sogar mit Deine ganzen Leben, auf Deinen bisherigen Entscheidungen beruht? „*

Im Leben kommt es immer darauf an, die richtigen Entscheidungen zu treffen! Welche Entscheidungen kannst Du heute und in Zukunft treffen, die Deine Lebensqualität und den Erfolg Deines Betriebes verbessern würden?

Stellen Dir einmal folgende Frage und denken in Ruhe darüber nach:

*„Was würdest Du tun, wenn Du genügend Geld und Zeit hättest?“*

Glück fühlst Du, wenn Du eine Aufgabe erfolgreich bewältigt hast. Wenn Du Spass an der Arbeit hast, wenn Du Spass an dem hast, was Du tust!

Etwas zu erreichen ist ein 4-stufiger Prozess:

1. Du hast einen Traum
2. In Dir kommt der Wunsch auf, dies zu erreichen
3. Du setzt Dir ein klares Ziel
4. Du entwickelst eine Strategie Dein Ziel zu erreichen

Wenn Du dann Dein Ziel über die von Dir entwickelte Strategie erreichst, hast Du Erfolg - dann fühlst Du dich glücklich!

## ***Restaurant Marketing ist QUATSCH!***

Stellen Dir weiter einmal auch noch folgende Frage und denke in Ruhe darüber nach:

***Was würdest Du tun, wenn Du absolut sicher wärst,  
dass Du zu 100 % Erfolg hast?***

In der Regel füllt Dein Beruf, Dein Lokal die meiste Zeit Deine Lebens aus. Viele Gastronome wer(sch)wenden vierzehn und mehr Stunden in ihrem Lokal. Gehörst du auch zu dieser Gruppe? Hast Du noch Spass daran - oder denkst Du, Du vergeudest einfach nur wertvolle Zeit Deines Lebens?

Wenn Du etwas verändern willst, beginne mit Dir selber:

***Was sind Deine besonderen Talente, Fähigkeiten und  
Begabungen?***

***Welche Vorbilder hast Du?***

***Ist Dein heutiger Beruf wirklich Deine Berufung?***

***Bei was würdest Du Spitzenleistungen erzielen  
können und tust Du das bereits?***

Dieser Report ist viel ausführlicher geworden, als angeblich geplant. Der Grund dafür ist ziemlich einfach. Es hat mir unglaublich viel Spass gemacht den Report zu schreiben. Unser Ziel ist des Gastronome zu unterstützen, Informationen zu liefern, Tipps zu geben und Fragen zu beantworten. Das ist [gastrohlep.info](http://gastrohlep.info)! Danke, bevor Du weiter liest über die Eingangs gestellten Fragen nach und notiere Dir die Antworten.

## Kernkompetenzen

Restaurant Inhaber und Manager verbraten oft sehr viel Geld für ihr Marketing. Die Versuche damit neue Kunden für ihr Restaurant zu bekommen liefern oft nur gemischte Ergebnisse. Die Besessenheit neue Kunden zu finden ist oft grösser, als die Aufmerksamkeit auf das Wichtigste – Das Kerngeschäft. Genau darum behaupten wir:

### **“Restaurant Marketing ist QUATSCH!”**

Wir wollen den Tatsachen einmal ins Auge sehen! Bevor Du für hunderte (vielleicht auch tausende) von Franken oder Euros im Monat versuchst, neue Gäste für Dein Restaurant zu finden, solltest Du Dich auf Deine Kernkompetenzen konzentrieren und sicherstellen, dass Du Deinen aktuellen Gästen bei einem Besuch in Deinem Lokal ein unvergessliches kulinarisches Erlebnis und/oder stimmungsvolles Ambiente, Top Cocktails usw (falls Du kein Essen servierst) bietest. Die im Vorwort erwähnten Brüder haben bereits vor Eröffnung des Lokals begonnen, die Dorfgemeinschaft für sich zu gewinnen. Mit einer einzigen cleveren Marketing-Aktion vor der Eröffnung gelang es, das Restaurant nicht nur am Eröffnungstag, sondern auch die Wochen danach, zu füllen. Eine preiswerte Aktion, Lokal auf die Region begrenzt. Später werde ich noch genauer darauf eingehen und Dir zeigen, was die beiden gemacht haben und wie Du diese Idee für Dich auch wenn Du keine Neueröffnung hast, nutzen kannst. Aber erst einmal musst Du Dich auf die gastronomischen Kernkompetenzen konzentrieren. Als zweiten Schritt musst Du Dein Wissen an Deine Mitarbeiter weitergeben, sie müssen ebenfalls mit grossem Engagement diese Kernkompetenzen verinnerlichen und sie in Deinem Lokal zusammen mit Dir umsetzen. Falls Du maximale Erfolge wünschst, ein Gastgeber sein möchtest der auch Gäste hat und Dein Restaurant, Deine Bar, Pizzeria oder was auch immer über die Region bekannt sein soll, dann beginne Heute, ja jetzt sofort etwas zu ändern.

Dein Restaurant sollte sein **Engagement für Spitzenleistungen** bei den **sieben** wichtigsten Säulen, auf welchen jeder erfolgreiche gastronomische Betrieb steht, verstärken:

1. **Qualität:** Stelle die vorzüglichste **Qualität** der verarbeitenden Lebensmittel und Deiner Gerichte sicher.
2. **Unternehmerdenken:** Denke und handle wie ein Unternehmer. Unternimm etwas und verbringe deine Zeit nicht mit rumsitzen und auf Gäste warten.
3. **Alleinstellungsmerkmal:** Was ist Dein besonderes Merkmal. Was kannst du besser als alle anderen? Welches Produkt, Gericht ist bei Dir besser als anderswo oder nur bei Dir erhältlich? Welches emotionale Alleinstellungsmerkmal bietet Dein Lokal. Musik, Ambiente, Unterhaltung. USP (unique selling point) ist eine Wissenschaft. Mach Dir Gedanken darüber.
4. **Täglich:** Tu täglich etwas um Deinen Betrieb bekannter zu machen. Nicht nur zu bestimmten Zeiten.
5. **Service:** Biete einen hervorragenden Service mit Deinem Team! Mach immer etwas mehr und alles etwas besser als Deine Mitbewerber. Ein zwei Tipps hierzu hast Du bereits im Vorwort von Madlen erhalten.
6. **Charme:** Wieviel Charme hat dein Lokal, Dein Team, du selber? Biete ein angenehmes, schönes, einzigartiges, attraktives und passendes Ambiente.
7. **Hygiene:** Garantiere absolute Hygiene in allen Bereichen des Betriebes. Vom Einkauf der Lebensmittel bis zum Gast, Toiletten, Mitarbeiter etc.

## *Restaurant Marketing ist QUATSCH!*

Wenn Du Dir noch nicht in allen diesen Kategorien Bestnoten geben kannst, dann könntest Du vielleicht schon alleine dadurch zusätzliche Gäste für Dein Restaurant gewinnen, wenn Du jetzt sofort beginnst, den für Dich wichtigsten Bereich zu überarbeiten. Ob nun Qualitätsverbesserungen Deiner Speisen oder Deines Services ist für den Anfang zweitrangig. Menschen reden nämlich über Spitzenleistungen und dies ist wirklich sehr smartes und gezieltes Marketing. Gäste empfehlen Deinen Betrieb weiter und kommen selber öfters zu Dir.

Wenn aber viele Menschen Dein Lokal nie wieder aufsuchen, so musst Du weitere Investitionen tätigen, um mit neuen Marketing-Aktivitäten immer und immer wieder neue Gäste zu gewinnen. Es ist einfacher einen kritischen Blick auf Dein aktuelles Angebot zu werfen.

### **Servierst Du wirklich qualitativ hochwertige Gerichte mit ausgezeichnetem Kundenservice in einer sauberen und attraktiven Umgebung?**

Wenn ja, toll, jetzt bist Du bereit, um Dein Geschäft weiter fördern. Wenn nicht, wenn Du also meinst, dass Du in einer oder mehreren der vier Kategorien noch Potenzial hast, solltest Du Deine Energie erst einmal für Verbesserungen bündeln.

Über eine Spitzenleistung, egal wie grandios diese auch sein mag, wird allerdings nicht geredet, weil diese, in einem Betrieb der Menschen Lebensmittel serviert, einfach selbstverständlich sein muss. **Die Betriebshygiene.** Vorangehend hast Du die sieben Eckpfeiler kennen gelernt. Was genau kannst Du nun tun, um den einen, den anderen oder alle Bereiche zu verbessern? Auf den folgenden Seiten gehen wir gezielt auf jeden Punkt ein. Von Qualität bis Service!

**Es geht los mit dem QUATSCH**

## Qualität

**Ändere oder vereinfache Deine Speisekarte.** Dies ist mein erster Tipp. Manchmal ist weniger mehr. Hilf Deinen Köchen die Qualität zu verbessern indem sie sich auf weniger Gerichte konzentrieren müssen. Dadurch fokussiert Dein Küchenteam seine Energie in die Qualität und Deine Speisen werden durch die verbesserte Qualität zu Deiner Visitenkarte. Auch Deine Service Mitarbeiter können sich auf weniger Gerichte besser einstellen und somit Deinen Gästen einen besseren Service bieten. Weils die wenigen Gerichte wirklich verinnerlicht haben, können sie diese Deinen Gästen nach Wünschen und Bedürfnissen angepasst empfehlen. Wenn Deine Köche eine hohe Qualität der Speisen nicht garantieren können, ist es angebracht darüber nach zu denken, ob Du die richtigen Mitarbeiter hast, diese aufstocken oder ersetzen solltest. Sei einmal ganz ehrlich – hast Du schon einmal eine Folge der Fernsehsendung Rach den Restauranttester oder das Schweizer Pendant mit Daniel Bumann gesehen? Diese Sterneköche tun doch als erstes nichts anderes als Speisekarten verkleinern und die Qualität der Speisen verbessern.



**Kaufe gezielter ein!** Mein zweiter Tipp zur Qualitätsverbesserung. Setze auf Saisonangebote. Kaufe Frischware statt Tiefkühlkost. Mir ist bewusst, dass an diesem Punkt die Qualität Deiner Köche und auch die Anzahl Deiner Köche eine Rolle spielt. Beginne damit, für die qualitativ hochwertigsten Bestandteile Deiner Gerichte Frischware zu verwenden. Anfangen musst Du da bei Fleisch und Fisch. Natürlich ist dies schwierig und finanziell kaum tragbar, wenn Du unzählige

Fleischgerichte und Fischgerichte anbietest. Siehst Du Dich aber um bei erfolgreichen gastronomie Ketten oder der Spizengastronomie, wirst du feststellen, dass deren Angebot begrenzt ist. Vor allem die guten Restaurants setzen auf Frischprodukte und frisch zubereitete Speisen. Genau dort musst Du ansetzen! Wie bereits eingangs erwähnt, werde ich immer mal wieder auf meine Pizzeria-Eigentümer zu sprechen kommen. Diese verwenden einen einfachen Trick nicht nur über Frische zu reden, sondern diese auch zu demonstrieren. Die Küchentür steht immer offen und ist von einigen Bereichen des Gastraums einsehbar. Vor allem wer in den kleineren Speisesaal will kommt an dieser Tür vorbei und jeder den ich kenne wirft einen Blick in die Küche des Restaurants das er besucht wenn er die Möglichkeit hat. Hier siehst Du den Koch das Schnitzel klopfen und die Eier für die Panade aufschlagen. Den Pizzateig kenten und ausrollen. Was sieht der Gast, wenn er bei Dir in die Küche schaut?

Bei der Lebensmittelqualität unterscheidet man in „ernährungsphysiologische“ Qualität, also Frische, Verarbeitung und Herstellung der Lebensmittel und in „funktionelle“ Qualität. Damit ist die Wirkung der Lebensmittel im Körper, der Nutzen für unsere Gesundheit, gemeint. Ein gutes Restaurant berücksichtigt beide Aspekte. Als qualitativ hochwertige Lebensmittel gelten Lebensmittel, deren Nährstoffe: eine positive Wirkung für unser Wohlbefinden und Gesundheit haben, vorbeugend und schützend gegen Krankheiten wirken, essenziell (lebensnotwendig) sind, also nicht vom Körper selbst hergestellt werden können, sondern mit der Nahrung aufgenommen werden müssen. Weiter Informationen über Lebensmittel, deren Inhaltsstoffe usw. erhältst Du bei [Das-Ist-Drin.de](http://Das-Ist-Drin.de).

Hast Du Dir schon einmal überlegt, wofür Dein Restaurant bekannt sein soll? Welches Gericht bekommt man in Top-Qualität, Top-Fische und Top-Geschmck nur bei Dir? Wann hast Du Dich das letzte mal mit Deinem Küchenteam oder dem ganzen Team zusammen gesetzt und über Qualität sowohl Deiner Speisen als auch des Services unterhalten? Gibt es in Deinem Betrieb Q-Richtlinien? Werden diese eingehalten?

# U nternehmer

Der Wirt der Nachmittags in den ruhigen Stunden mit seinen Angestellten am Tisch sitzt und den halben Tag verplaudert, sehe ich nicht als Unternehmer. Dies ist ein Bild, welches vor allem in kleineren Betrieben oft zu sehen ist. Es heisst aber Unternehmer, weil derjenige etwas unternimmt. Dies „toten“ Zeiten sind gerade die Zeit, die genutzt werden kann um sich mit den Mitarbeitern auszutauschen. Neue Ideen zu entwickeln und einen Plan für deren Umsetzung zu erstellen. Ebenso ist es die richtige Zeit, das Team auszubilden, dem Team die eigenen Vorstellungen zu vermitteln. Also, sitze nicht träge rum,

## **Willst Du die totale Pleite?**

Die 10 Wege zur erfolgreichen Gastronomie.

sondern unternimm etwas.

Gehen wir davon aus, Du bist ein Unternehmer. Bevor Du Dein Restaurant eröffnet hast, hattest Du bereits Deine Vision. Vor Deinem geistigen Auge schwebte ein Traum. Danke nach:

- Wie hat dieser Traum, diese Vision ausgesehen?
- Wie es sich angefühlt?
- Wie hast Du dich verhalten?
- Wo bist Du heute?
- Was hat Dich gehindert dorthin zu kommen wo Du sein möchtest?
- Was willst Du ab heute ändern um Deiner Vision wieder näher zu kommen?

## *Restaurant Marketing ist QUATSCH!*

Wenn du genau dort bist wo Du hin wolltest, wenn Du Deinen Traum erfüllt, Deine Ziele erreicht hast, ja dann wirst Du diesen Report hier kaum lesen.

Drehen wir also das Rad der Zeit ein wenig zurück und beginnen noch einmal am Anfang. Als erstes hast Du bestimmt einen Businessplan erstellt? Du hast schriftlich festgehalten, was die Vision Deines Unternehmens ist. Unternehmer drücken in ihrer Vision aus, was sie in Zukunft mit ihren Mitarbeitern erreichen und selbst sein wollen. Die Mission zeigt allen Gästen, wofür das Unternehmen steht. So können beide enorme Energien freisetzen - wenn sie treffend formuliert sind. Das setzt voraus, dass Du als Führungsorgan Impulse gibst und Deine Mitarbeiter beteiligst. Als Inhaber und Geschäftsführer bist Du Vorbild, im kleineren oder gar Familienbetrieb noch viel mehr als in grossen Unternehmen. Es geht dabei um die gelebte Unternehmenskultur und Deine Werte die Du für Dein Restaurant definiert hast und nicht um schöne Formulierungen von Führungsgrundsätzen auf Hochglanzpapier. Dies beschränkt den Kreis der kleineren gastronomischen Unternehmen auf die dauerhaft erfolgreichen. Ich bin überzeugt, Du möchtest dauerhaft erfolgreich sein. Beginne als gleich Heute damit Deine Vision zu formulieren und darin die Werte Deines Unternehmens zu definieren. Bringe Deine gastronomische Geschäftsidee zu Papier. Noch mehr als bei vielen anderen Geschäftsideen, spielt die Vorbereitung als auch die Art und Weise der Umsetzung hier eine entscheidende Rolle. So schwierig die Voraussetzungen zunächst auch erscheinen mögen, so vergleichsweise einfach ist es bei einer Geschäftsidee in der Gastronomie, sich gegenüber der Konkurrenz durch einzelne Faktoren abzusetzen und die Existenzgründung so abzusichern. Dies ist auch der Grund für die Vielzahl von Neugründungen in diesem Bereich – das Gastgewerbe besetzt hier regelmäßig vordere Plätze.

## *Restaurant Marketing ist QUATSCH!*

Soll die eigene Geschäftsidee in der Gastronomie also erfolgreich werden, sind in Vorbereitung der Existenzgründung verschiedene Maßnahmen zu treffen. So ist u. a. ein Businessplan zu erarbeiten, der z. B. Informationen zu Rechtsform, Angebot und Dienstleistung, Branchendaten, Marketing, Vertrieb, Unternehmensleitung, Personal und diverse finanzielle Aspekte enthält. Darüber hinaus ist ein Gründungsablauf einzuhalten, der im Vergleich zu anderen Gründungen, weitere Genehmigungen vorschreibt. „Das Hackplätzli (Bulette)

muss frisch sein“ hieß es früher – heute sind umfassende Vorschriften einzuhalten.

Falls es nicht bereits geschehen ist, erstelle einen Business-Plan. Eines der besten gratis Tools dafür bietet Dir die Website Unternehmenswelt. de Hier der direkte Link für Dich zum [Businessplan-Tool](#). Alle Links findest Du noch einmal am Ende dieses Reports. Du kannst also weiterlesen und am Schluss anfangen Deinen Betrieb erfolgreicher zu gestalten. Finde Deine Vision. Bringe sie zu Papier. Finde einen Leitsatz der Deine Vision beinhaltet. Teile sie Deinen Mitarbeitern mit. Beginne Deine Vision mit Deinem Team umzusetzen. Wie mit allen Dingen ist es auch hier so, fange einfach an.

Die Bilder in diesem Kapitel sind Bücher die ich dir wärmstens empfehlen kann!

*Restaurant Marketing ist QUATSCH!*

**Hier geht es zum Webbeeren Shop für Gastronomie!**



# A

## Alleinstellungsmerkmal

„unique selling proposition“

Vorweg ein wenig Theorie. Die Quelle dieser Definitionene und Erklärungen ist [wikipedia.org](http://wikipedia.org) und aus [gruenderleitfaden.de](http://gruenderleitfaden.de)

Die einzigartige Eigenschaft eines Gerichts, eines Service oder eines Ambientes, mit der ein Vorteil gegenüber den Mitbewerbern verbunden ist, kann in der Einzigartigkeit der Verfügbarkeit am Markt, in den Zutaten aber auch in besonderen Service-Eigenschaften und nicht zuletzt im Preis begründet sein.

Meist wird ein besonderer Vorteil für den Gast herausgestellt. Das Alleinstellungsmerkmal ist typischerweise die Grundlage einer Werbekampagne für ein Gericht, einen einzigartigen Event oder eine herausragende Serviceleistung. Die Bereitstellung eines Alleinstellungsmerkmals stellt die zentrale Herausforderung für die Angebots- oder Servicepolitik im Marketing dar, weil der Gast ohne ein solches Merkmal wenig Identifikation mit Deinem Lokal aufbauen kann, sondern darauf abzielen wird, das Angebot über den besten Preis oder lokale Nähe zu erhalten.

Für Anbieter, die eine Preisführerschaft anstreben (z.Bsp. Imbiss), kann das Alleinstellungsmerkmal selbstverständlich darin liegen, der preiswerteste Anbieter zu sein. Auch ein solcher Kundennutzen muss klar kommuniziert werden.

In der Verkaufsgesprächsführung, in unserem Fall, telefonische Reservationsannahme, Kommunikation per Email und Service am Gast und im Reklamationsfall hat das Alleinstellungsmerkmal zentrale Bedeutung für den Aufbau einer Wertvorstellung des Gastes. Restaurants, die ihren Servicemitarbeitern keine oder nur flache Nutzwerte, also ganz klare Informationen, Instruktionen und Verhaltensweisen, für ihre Gäste mitgeben, müssen mit höherem

## **Restaurant Marketing ist QUATSCH!**

Druck (gringere Kundenfrequenz, weniger Umsatz, tiefere Preise) agieren, um im Wettbewerb bestehen zu können.

Schlechte Serviceleistungen, mangelnde Qualität der Speisen führen zu einem Imageverlust und weniger Wiederbesuche und nicht zuletzt zu einer mangelnden Ausstrahlung des Inhabers die sich auch auf die Mitarbeiter überträgt. Eine ganz klare Identifikation mit dem Alleinstellungsmerkmal und klar darauf abgestimmte Aktionen könne diesem Teufelskreis vorbeugen.

Ob Kunden bei Dir etwas Essen oder Dein Lokal überhaupt aufsuchen, hängt davon ab, inwieweit sich Dein Angebot von alternativen Angeboten am Markt unterscheidet. Allein entscheidend ist hier die Sicht der Gäste: Es kommt also darauf an, dass Dein Produkt (Service, Speisen, Getränke, Ambiente) aus der Perspektive der Gäste für deren Bedürfnisse besser geeignet ist (erhöhter Kundennutzen).

Das kann sich auch nur auf einen einzigen Aspekt beziehen. Wenn eines Deiner Gerichte, zum Beispiel für Deine Gäste etwas Unverwechselbares und Besonderes hat, was es gegenüber anderen oder ähnlichen Speisen der Mitbewerber auszeichnet, handelt es sich um ein Alleinstellungsmerkmal.

Diese Alleinstellungsmerkmale lassen sich immer durch Superlative (schnellster Service aller Zeiten, gösstes Schnitzel der Stadt, hochwertigste Bio-Zutaten, billigster, gesündester, angenehmster, einzigartigster, seltenster, ausschliesslich bei uns erhältlich, exklusiv für Sie zubereitet etc.) oder durch das Adjektive wie „einzig“, „einmalig“, „speziell“, usw. charakterisieren.

Mach dir als jetzt gleich deine Gedanken, was denn in Deinem Lokal einzigartig ist. Natürlich im positiven Sinne. Was bewegt Gäste zu dir zu kommen und nicht zu deiner Konkurrenz. Schau Dich um in Deinem gesamten Einzugsgebiet, besuche Deine Mitbewerber, vor allem die Erfolgreichen und finde heraus, was deren Alleinstellungsmerkmal ist. Was bieten diese an? Was gibt es nicht in Deiner Umgebung? Was

davon könnte Dir mehr Gäste bringen?

Unter Alleinstellungsmerkmalen für ein Restaurant kann ich mir vorstellen:

- Neuartige, bisher so nicht verfügbare Speisen, Gerichte, Getränke
- Neuartiges Konzept als Kombination von Produkt und Dienstleistung
- Beste Qualität (Bio, Allergiker, etc.)
- Schnellster Service
- Umfassendste Dienstleistungen für Deinen Gast
- Spezial Portionengröße für ältere Menschen
- Regional unbekanntes oder ungenutztes nutzerfreundliches Bedienkonzept. (Online Bestellservice, Abholservice usw.)
- Niedrigster Preis oder ein unschlagbares Preis-/Leistungsverhältnis
- Spezielle Getränke, Weine, Biere
- Aussergewöhnliche Atmosphäre
- Einzigartige Einrichtung
- Berücksichtigung spezifischer Kundengruppen. Rentner, Kinder, Familie, Geschäftsleute, usw.
- Bauliche Extravaganz
- Ungewöhnliche Lage des Lokals

Bestimmt hast du während des Lesens, die eine oder andere Idee bekommen, welches Merkmal Du deinem Betrieb geben könntest. Oder Du hast bereits vor langer Zeit eines definiert und beginnst jetzt wieder Dich mit Deinem ehemaligen Ziel zu identifizieren und es mit Deinen Mitarbeitern zu teilen. Beginne HEUTE damit. Oder, du setzt Dich mit Deinem Team zusammen und ihr sucht gemeinsam nach

dem was euch auszeichnet.

Ich würde mich freuen, mehr darüber in meinem Blog zu erfahren.

Dafür habe ich eigens eine Kategorie geschaffen:

## **Dein Lokal - in den Webbeeren**

Klick einfach auf die  
sofort beginnen, Deinen  
ch's Top-gelisteten  
Blog zu präsentieren.  
dass du uns mit  
erlaubst Dir unseren  
Restaurant-Marketing  
Aber keine Sorge, unser  
sehr sorgfältig erstellt  
sporadisch wenn wir ein neues Interessantes Thema für Dich  
gefunden haben. Deine Daten leiten wir nicht an Dritte weiter. Dies  
steht auch im Impressum und Disclaimer des Blogs.

Web(Beere) und du kannst  
Betrieb auf google.  
Restaurant Marketing  
Bitte denke daran,  
dem Eintrag auch  
Newsletter zum  
Themen zu senden.  
Newsletter ist  
und kommt nur  
Interessantes Thema für Dich  
gefunden haben. Deine Daten leiten wir nicht an Dritte weiter. Dies  
steht auch im Impressum und Disclaimer des Blogs.

Wie das Ganze genau funktioniert steht im Blog. Wir freuen uns mehr  
über Deinen Betrieb zu erfahren. Also nicht vergessen.

Auf die Erdbeere klicken oder gleich hier!



# T äglich

Erst mal ein herzliches Kompliment, dass du noch dabei bist. Du bist entschlossener als der Durchschnitt. Bleibe bei dieser Geisteshaltung und Du wirst Dein Lokal bald viel erfolgreicher führen.

Woran kann es liegen, dass Du nicht das mit deinem Betrieb erreichst, was Du dir erhoffst? Wie ist denn Deine heutige Denkweise? Dauernd am Jammern? Ich empfehle Dir erst einmal eine jammerfreie Woche. Ein Projekt, dass sich bereits in mehreren Schulen und Organisationen erfolgreich bewährt hat.

## **Mach mit! Die jammerfreie Woche!**

Bist du bereit für diese kleine neue Herausforderung? Abhängig von deiner Persönlichkeit, oder wie es zur Zeit in deinem Lokal zu und her geht, ist diese Herausforderung mehr oder weniger schwer!

### **Deine Aufgabe ist es, eine ganze Woche über nichts zu jammern, dich nie zu beklagen!**

Keine Klagen über deine Angestellten, deine Gäste, deinen Partner, deine Kinder, deinen Vermieter, deinen Chef. Über niemanden! Aber auch – kein Jammern über deine unordentliches oder gar schmutziges Lokal, schmutziges Geschirr, Berge von Tischwäsche, Schneematsch auf dem Fussboden. Jammerverbot auch über all deine Arbeit, arbeitsbelastung, bescheidenen Umsätzen, Krankmeldungen deiner Mitarbeiter. Ich höre eine Woche auch keine Klagen über Kopfschmerzen, Müdigkeit, oder dem Wunsch nach Ordnung in deinem Chaos!



## *Restaurant Marketing ist QUATSCH!*



Für eine ganze Woche  
**JAMMERVERBOT!** Auf allen Ebenen!  
Ohne Entschuldigung!  
Höre auf herumzujammern und packen  
dein Leben erst einmal nur 7  
Tage aktiv an. Oder bist du ein  
„Jammerlappen“?

- Einer der nur über sich selber, seinen Betrieb, seine Köche/innen, Kellner/innen schimpft?
- Einer der selbstverständlich Schuldige immer nur bei den anderen sucht!

Wenn du jammerst, wirst du zu einer Messerleiste an der Wand in deiner Küche, wie die Leiste Messer anzieht und sie festhält ziehst du alles an worüber du jetzt jammerst.

Aber du hast doch soviel zu jammern? Hohe Einkaufspreise, diese Lohnnebenkosten und die Versicherungen, die Kellnerin ist auch noch schwanger geworden und dein Küchenchef trinkt wieder zuviel....?

**Nein diese Woche nicht** – was du denkst ziehst du an, also denk an das was du willst und jammere nicht über das was du hast und nicht läuft. Sei Dankbar für alles was gut ist, was toll läuft, was dir Freude macht. Sei die Freude auch nur so winzig!

**Wer sich seine Zukunft nicht denkt, hat keine!**

Warum du das tun sollst?

Wenn du eine positive Veränderung für dein Lokal, dein Leben, dein Team deine Partnerschaft, deine Gesundheit oder deine Erfolge hast

gib dir selber die Möglichkeit diese Veränderung, dieses Ziel, deine Wünsche zu entfalten. Winke jetzt nicht schon vorher ab mit einem "Das schaffe ich sowieso nie!!!".

## **Sei ein Optimist!**

1. Triff jetzt sofort die Entscheidung, alle Zweifel dass du es nicht schaffen könntest auszuschalten. Weshalb sollte dir die Erfüllung deines Wunsches nicht auch gelingen? Rach, Witzigmann, Kobjoll, Oliver, Laffer haben es geschafft. Der Wunsch von Horst Richter war die Bühne – er steht heute dort. Wo willst du denn hin?
2. Lasse einer Fantasie freien Lauf. Gehe alle Möglichkeiten ungehindert gedanklich durch die dich ein Stück weiterbringen, auch die absolut verrücktesten. Je wilder je besser, je emotionaler umso eindringlicher. Schreib dir alles auf. Lies es durch. Entscheide dich für das Umögliche.
3. Entscheiden dich für die beste der gefundenen Unmöglichkeiten mach sie möglich!
4. Jetzt hast du dich mit deinem Wunsch identifiziert. Du spürst bereits die Vorfreude. Genau diese Spannung musst du jetzt nutzen. Und tun, tun, tun, handeln, handeln, unermüdlich, stetig, fleissig!
5. Bei einem Misserfolg denke einfach wieder an deinen Wunsch, dein Ziel – schon ist die innere Spannung wieder vorhanden – und es geht weiter vorwärts. Fang von vorne an wenn nötig aber – wie Churchill sagte:

Never give up! Never! Never! Gib niemals auf! Niemals! Niemals!  
Mach es einfach und merke selber wie deine Laune von Tag zu Tag besser wird, wie dein Lokal voller wird, wie deine positive Ausstrahlung auf dein Mitarbeiter und Gäste strahlt!

[Erfolgreiches Denken ist erlernbar. Hier bekommst Du eines der besten Email-Seminare zum erfolgreich Denken.](#)

# Service

„Service ist die Kunst, Gästen das Gefühl zu geben,  
willkommen zu sein.“

## **Schule also Deine Mitarbeiter mit Schwerpunktthemen auf Top-Service und Gäste-Zufriedenheit.**

- Definiere klare Richtlinien, wie unzufriedene Gäste in Deinem Betrieb zu behandeln sind.
- Gib Deinen Mitarbeitern Entscheidungs-Kompetenzen wenn es um die Zufriedenheit Deiner Gäste geht.
- Wöchentliche Meetings sind ein hilfreiches Mittel Deine Mitarbeiter immer wieder zu motivieren und den Gast im Fokus zu behalten.
- Bilde mit Deinen Mitarbeitern ein Team bei dem Service und Küche am gleichen Strang ziehen.
- Lerne zu führen indem Du als Beispiel voran gehst.
- Du bist während der Servicezeiten IMMER vor Ort und stehst sowohl für Gäste als auch für das Personal als Ansprechpartner zur Verfügung

Eine ganz besondere Art mit Mitarbeitern umzugehen hat in den 80er Jahren der Top-Gastronom Klaus Kobjoll geschaffen. Seine Visionen, ob als Buch oder Hörbuch gibt es im [gastrohelp-shop](#).

Manchmal ist es wie eine Offenbarung! Als stolzer Besitzer eines Restaurants denkst Du, dass alles in bester Ordnung sei mit Deinen Lokal, und dann liest Du plötzliche einige böse Kritiken von ein paar verärgerten Gästen im Internet obwohl Du noch nicht einmal eine Website hast. Ich weiss, dass diese Bewertungen schwer zu schlucken sind, aber Du musst Kritik Deiner Gäste als eine grosse Chance sehen. Du kannst damit Deine Schwachstellen erkennen und

## **Restaurant Marketing ist QUATSCH!**

dadurch Deinen Betrieb immer weiter verbessern.

Hast Du vor allem Beschwerden über das Essen? Deinen Service? Hast Du Tische, die den Menschen nicht wirklich gefallen? (..weil diese vielleicht ungünstig im Lokal positioniert sind...?) Dies sind Anhaltspunkte für Dich darüber was Deine Schwächen im Restaurant sind und das was Du versuchen musst zu verbessern.

Oft stehen solche Kritiken auch ein wenig im Widerspruch.

Ein grossartiger Beitrag an einem Tag wird zu einer vernichtenden Kritik am nächsten, weil am zweiten Tag das falsche Gericht serviert wurde, oder der Service mangelhaft gearbeitet hat. Dies ist auch ein Hinweis, dass Du Vorgaben (Routinen) erarbeitest, die jeder einhalten muss. Somit kannst Du sicherstellen, dass Geschäftsabläufe wie erwartet funktionieren.

Natürlich werden alle Routinen und Kontrollmassnahmen der Welt Dir keine 100%ige Sicherheit geben, dass Fehler nicht gemacht werden. Immerhin lebt die Gastronomie von Menschen, in diesem Geschäft werden nun mal Fehler gemacht, darauf kannst Du Dich einstellen. Also, was kannst Du tun, um Deine Kunden glücklich zu machen? Du solltest sicherstellen, dass die Menschen ausreichend entschädigt werden für jegliches Fehlverhalten, dass ihr kulinarisches Erlebnis beeinträchtigt. Sei es ein Gericht das ihnen nicht zusagt oder den schlechten Tag einer Deiner Service Mitarbeiter/innen.

Ein Kompensations-Plan für Deine Kunden bei denen ein kleines Missgeschick passiert ist oder das Essen nicht wie erwartet war, ist

die beste Marketingstrategie, die Du in Deinem Restaurant umsetzen kannst. Schließlich werden zufriedene Kunden begeisterte Kritiken über Dein Lokal schreiben. Solche glühenden Lobesberichte werden in vielen Restaurant-Bewertungsseiten gelesen werden, und sie werden Dir viele weitere zufriedene Gäste bringen!

Auch, wenn Du über feste Systeme verfügst, um Deine Kundenzufriedenheit zu gewährleisten, kannst Du Deinem Restaurant ein formatiertes Bewertungs- System implementieren. Somit gewährleistest Du auch, dass einmal unzufriedene Gäste zufrieden gestellt werden und Dein Lokal erneut aufsuchen. Ganz wichtig sind solche Massnahmen bei kleineren Gaststätten in einem Dorf in dem so fast jeder jeden kennt.

Den Fokus auf Deinem Kerngeschäft, immer wieder die Erwartungen Deiner Gäste übertreffen und Gäste zufrieden stellen.

### **Deine Gäste sind Dein bester Marketing-Aussendienst!**



#### **Madlen's Tipp:**

Während meiner Zeit als aktive Servicekraft, habe ich immer mit Checklisten gearbeitet. Dadurch wurde ich immer wieder darauf aufmerksam gemacht, welche Prioritäten mein Arbeitgeber setzt. Checklisten helfen auch, einen kühlen Kopf zu bewahren. Es geht kaum etwas vergessen und ich konnte mein Verhalten und meine täglichen Aufgaben selber kontrollieren. Du findest eine Service Checkliste von mir im Anhang. Einfach ausdrucken und beginnen damit zu arbeiten oder Du schreibst sie auf deine Bedürfnisse um.

Viel Erfolg!

## Charme

Schaffe eine nette, freundliche und angenehme Atmosphäre. Ein frischer Anstrich und einige Dekorteilchen ist alles was Du brauchst, um Deinem Lokal ein frisches, attraktives und angenehmes Aussehen zu verpassen. Weniger ist auch hier mehr! Ein paar passende frische Pflanzen auf dem Tisch und geschmackvolle Kerzenständer dazu stellen. Bei Pflanzen ist ein wenig Vorsicht geboten. Frische Pflanzen, vor allem Blumen sollten nicht zu stark duften und nicht auf Allergiker-Listen stehen. Bitte verzichte auf künstliche Blumen ausser dies sind handgemachte Seidenblumen und wurden passend zu Deinem Betrieb hergestellt.



Bau Dein Restaurant nicht zu mit irgendwelchen Nippes. Dekor ist mit Bedacht auszuwählen. Es sollte zu Deinem Restaurant Stil passen und farblich deine Firmenfarben enthalten. Corporate Identity (CI, auch Unternehmenspersönlichkeit) ist auch in einem Kleinbetrieb ein gutes Mittel den Gästen im Gedächtnis zu bleiben. Sie entsteht durch den abgestimmten Einsatz von Verhalten, Kommunikation und Erscheinungsbild nach innen und aussen. Darum ist es wirklich wichtig, dies Deinen Mitarbeitern zu erklären. Du kannst diesen Effekt auch mit Uniformen für Dein Servicepersonal unterstreichen. T-Shirts oder andere Textilien drucken lassen die Du verschenken kannst und natürlich selber trägst in Deiner Freizeit.

Vergiss bei aller Umsetzung Deiner Ideen nicht Dein Geschirr, Besteck, Gläser. Passende Gläser zu verschiedenen Weinen und

## *Restaurant Marketing ist QUATSCH!*

Bieren sind ein wirkliches Muss. Teller sollten in allen Grössen die Du verwendest harmonisieren. Benutze Gastronomie-Taugliche Teller die auch mehrere hundert Spülgänge überstehen, vor allem wenn diese mit Dekor verziert sind. Frag Deinen Spülmaschinenhersteller oder Lieferant deiner Spül-Reinigungsmittel nach Teststreifen für Stärkerückstände und geeignetem Stärke-Entferner. Diesen setzt Du monatlich einmal ein. Dadurch bleibt der Glanz viel länger erhalten und die Teller fassen sich nicht mehr stumpf an sondern erhalten wieder die glatte Oberfläche wie beim Kauf.

**Aber der absolut wichtigste Aspekt von allen, ist Dein persönliches, totales Engagement!**

Als Unternehmensleiter musst Du nicht nur Deinen Gästen kulinarisches Erlebnis bieten, sondern Deinen Betrieb immer und überall repräsentieren. Mit Deinem Verhalten in der Öffentlichkeit, beim Einkaufen an freien Tagen, als Besucher von Mitbewerbern usw.. Dies ist es, was die grossartigen Restaurants von den den



mittelmässigen Lokalen unterscheidet. Zudem färbt sich Dein Verhalten, Dein Umgang mit Menschen auf deine Mitarbeiter ab. Ambiente ist nicht nur das Aussehen Deines Restaurants, viel mehr beschreibt es die Atmosphäre. Diese hat sehr viel damit zu tun, wie sich Dein Gast bei Dir fühlt. Das wiederum hat damit zu tun, wie er behandelt wird. Angefangen mit Deinen Mitarbeitern, Dir selber, dem was er von Deiner Küche bekommt und am Ende auch, wie er verabschiedet wird.

Wie wäre es, wenn Du dir einmal aufschreibst, wie Dein Traum-Lokal aussehen soll? Ich weiss, darüber habe ich bereits berichtet, denk aber immer daran. Lösungen findest du nicht über die Ebene des Bewusstseins sondern nur über Intuition.

Füttere Dich mit Deinen Wünschen, immer und immer wieder. Schreib sie auf, immer und immer wieder. Dies gilt für alle Bereiche deines Geschäfts, Lokal, Mitarbeiter, Gäste. Was willst du wirklich? Was bist Du bereit dafür zu tun? Was bist du bereit dafür los zu lassen? Wie zeigst du deinen Dank wenn eines Deiner Ziele erreicht wird?

Denk nach - werde erfolgreich, aber denke richtig. Hier ein kleines Angebot. Helmut Ament, ein Selfmade-Millionär hat einen Erfolgskurs den er über das Internet als Success-Newsletter anbietet. Dur erfährst darin genau welche Gedanken Dir Erfolg bringen. Wie Du richtig mit Geld umgehen sollst. Wie Du Deine Buchhaltung in Griff und Deinen Betrieb aufräumen kannst. Hier kannst du den Newsletter kostenlos 2 Wochen alng testen. Ich hab das ganze Programm durch. Um ehrlich zu sein, ohne Herrn ament hätte ich diesen Report nie fertig bekommen. [www.helmut-ament.de](http://www.helmut-ament.de)

Vie Erfolg, Spass und jedem Menge Gäste! Weiter gehts mit dem nächsten dem letzten Kapitel - Hygiene. Lies dieses bitte besonders aufmerksam. Danke

# Higiene



**Stelle sicher, dass Dein Restaurant makellos sauber ist.** Es gibt absolut keine Entschuldigung für ungenügende Hygiene an einem Ort wo Menschen Lebensmittel zu sich nehmen. Wenn Dein Lokal nicht sauber genug ist, wechsele die Reinigungsfirma (falls Du eine beauftragt hast), oder zeige Deiner Reinigungskraft vor

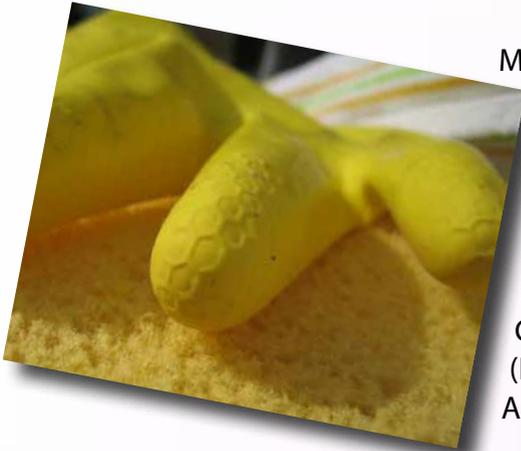
Ort, wie Du Dein Lokal gereinigt haben möchtest. Zeige (nicht nur erzählen oder erklären) wie, wo und was besser zu reinigen und gründlicher zu überprüfen ist.

- Du bist für makellose Sauberkeit verantwortlich!
- Du kontrollierst täglich die Reinigung.
- Du definierst die Hygiene-Standards in Deinem Lokal

Dies darf nicht auf den Gästebereich beschränkt bleiben. Küche, Lagerräume und Kühl- und Tiefkühlapparate und Räume gehören mit dazu wie die Sanitären Anlagen und auch hier nicht nur jene im Gästebereich auch die Personalräume und Toiletten, Duschen usw. sind wichtig.

Die grossen Unternehmen für die ich gearbeitet habe beauftragen heute unabhängige Unternehmen, welche die Betriebe unangemeldet kontrollieren und Hilfestellungen geben. Ebenso bieten grosse Unternehmen aus dem Reinigungsmittel-Bereich heute einen Service, der mit Dir zusammen für Deinen Betrieb Reinigungs- und Kontroll-Listen erstellt. Diese Investition kann sich lohnen.

## **Restaurant Marketing ist QUATSCH!**



Mache Dich vertraut mit den gesetzlichen Hygienerichtlinien, Verordnungen und Gesetzen. HACCP darf für Dich kein Fremdwort sein! (Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP) sind internationale Anforderungen an ein sicheres

Lebensmittelmanagementsystems. [Dies ist ein Link zu Fragen und Antworten und weiteren Informationen. Ein Merkblatt des BFR – Bundesinstitut für Risikobewertung](#))

Als Gastwirt darfst Du wirklich nicht vergessen, dass Hygiene weit mehr ist als Sauberkeit.

## **Hygiene ist Deine Existenz.**

Der Inhaber eines Betriebes trägt namentlich die Sorgfaltspflicht:

*1 Die verantwortliche Person muss Sorge dafür tragen, dass auf allen Herstellungs-, Verarbeitungs- und Vertriebsstufen die Hygienevorschriften dieser Verordnung eingehalten werden.*

Genau so steht es in Artikel 3 Absatz 1 der Schweizer Hygiene Verordnung. Kennst Du diese? [Hier der Link zum direkten Download.](#) Ebenso solltest Du Dich ein wenig in das Lebensmittel-Gesetz einlesen. [Hier der Download-Link zum Lebensmittel-Gesetz.](#)

In Deutschland und der EU sieht es ein wenig anders aus. Nach neuem EU Recht müssen nach DIN Norm 10514 alle Personen, die in ihrer betrieblichen Tätigkeit mit Lebensmitteln umgehen, mindestens

## ***Restaurant Marketing ist QUATSCH!***

einmal jährlich nach HACCP Hygienerichtlinien unterwiesen werden. (Dies gilt übrigens auch für die Schweiz) Pflichtinhalte sind Hygieneschulungen in Küchenpraxis und Lebensmittelmikrobiologie, inklusive einer abschliessenden Erfolgskontrolle (Test) und die Wiederbelehrung gemäß Infektionsschutzgesetz (auch als Einzel CD erhältlich, bitte rufen Sie uns an). Die Teilnahme an den Schulungen muss durch Unterschrift dokumentiert werden. [Hier ein Link zu weiteren Informationen.](#)

Eine Übersicht über alle Hygiene-Links findest du am Ende dieses Reports.



## Die Due Maestri-Aktion

Wie zu Beginn dieses Reports versprochen, hier die Aktion die eine Pizzeria zur Eröffnung gestartet hat. Das Ergebnis nehme ich gleich einmal vorweg. Das Restaurant war am Eröffnungstag mehrmals völlig besetzt. Die Folgeweche gab es zur Mittagszeit und Abends immer kaum einen Platz zu finden. In der zweiten und dritten Woche nach der Eröffnung hatte sich die neue Pizzeria derart im Dorf rumgesprochen, dass diese sich keine Sorgen machen musste um genügend Gäste.

Heute, etwa zwei Jahre nach der Eröffnung und mit dem Nachteil, dass das Rauchen mittlerweile in Gaststätten auch hier zu Lande verboten wurde, macht das Due Maestri trotzdem weiterhin seine Umsätze. Die beiden Geschäftsführer zehren nicht von der Eröffnungskaktion, aber sie leben ihren Beruf. Der eine im Service, der andere in der Küche.

Zur Aktion.

Knapp zwei Wochen vor der Eröffnung lebten die neuen Wirtsleute mit den Vorurteilen, dass nun Mitbürger mit Migrationshintergrund dieses Lokal übernehmen. Dieses war vorher in sehr langjährigem Besitz einer älteren Dame die das Lokal als Café mit kleinem Kiosk geführt hatte. Jetzt prangt an der Scheibe plötzlich Due Maestri, Italienische Küche und Pizza. Zur gleichen Zeit flatterte in alle Haushalte unseres Dorfes ein kleiner nur A6 grosser Flyer. Die Vorderseite lud ein, am Eröffnungstag gratis Pizza zu essen. Dieses wurde von vielen Einwohnern unseres Dorfes sehr rege genutzt und wie bereits erwähnt, war der Laden Bumsvoll am Eröffnungstag. Ganz geschickt haben wurden die Gäste nach dem Getränk gefragt und sogleich, eine von vier Pizzen zur Wahl auf den Tisch gestellt. Der Wirt verstand es sehr gut, die Dorfbevölkerung für sich zu gewinnen. Er merkte sich sehr schnell viele der Namen seiner Gäste und auch deren Kinder. Diese bekamen natürlich alle einen lustigen Schmetterlings-Lutscher. Bis spät am Abend verliessen Pizzen die Küche und die Stimmung in der Pizzeria war unbeschreiblich heiter. Immerhin ist es

## ***Restaurant Marketing ist QUATSCH!***

durch die Aktion nur schon auf der Vorderseite des Flyers einen Teil der Dorfbevölkerung im Lokal zu vereinen. Die Menschen kennen sich, wurden gesehen und natürlich fand ein Austausch statt über diesen Abend bei den Menschen, die es nicht geschafft haben, die Gratzpizza am Eröffnungsabend zu geniessen. Im Dorfladen in der Bäckerei auf der Post, überall sprachen die Menschen über das neue Lokal. Ich habe nie etwas Negatives gehört.

Der Clou der ganzen Aktion war in meinen Augen aber die Rückseite des Flyers. „Gutschein für Fr. 10.- auf Ihre nächste Pizza“ Gültig einen Monat! Jeder der bereits glücklichen Gäste hatte nun die Möglichkeit bereits ein weiteres mal zu profitieren und erneut Geld zu sparen. Menschen die nur etwas gehört haben von dem neuen Restaurant, erhielten einen Anreiz dieses aufzusuchen wann sie wollten. Natürlich hatte der Betrieb im ersten Monat während die Aktion ihre Gültigkeit hatte täglich geöffnet damit keiner umsonst anrennt. Das Ergebnis habe ich ja bereits Eingangs geschildert. Ich bezeichne dies als vollen Erfolg. Ganz ohne teure Zeitungsinserte oder andere Massnahmen. Flyer bekommst Du ja bereits um die Fr. 50.- für 5000 Stück (€ 35.-) Einen Link zu einem sehr günstigen Anbieter am Ende dieses Reports.

Auch Du kannst von einer solchen Marketing-Aktion profitieren. Nach einer Renovation, oder zum Firmenjubiläum. Ideen für dergleichen dürften dir ja kaum fehlen.

Ist Dein Betrieb etwas grösser und Dein Budget auch, kann es sich auch lohnen, in der lokalen Presse eine Publi-Reportage zu kaufen. Dabei erscheint eine Reportage über Dich und deinen Betrieb im Stil einer normalen Reportage. Dies bietet sich an, wenn Dein Geschäft sich bereits ein wenig etabliert hat. Einfach um sich den Menschen noch einmal in Erinnerung zu rufen. Dass sich am Seitenende der Reportage ein Gutschein zum Ausschneiden befindet dürfte Dir ja mittlerweile klar sein.

## Links

Alle im Text unterstrichenen Passagen führen Dich zu nützlichen Links. Hier folgen diese noch einmal.

Flyer Anbieter:

<http://www.diedruckerei.de> (Deutschland)

<http://www.flyerline.ch> (Schweiz)

Informationen zu Corporate Identity:

[http://de.wikipedia.org/wiki/Corporate\\_Identity](http://de.wikipedia.org/wiki/Corporate_Identity)

Inhaltsstoffe der Lebensmittel:

<http://das-ist-drin.de/>

T-Shirt's herstellen und drucken lassen:

<http://webbeeren.spreadshirt.de/>

Der Buchshop, unsere Empfehlungen für Gastronome

<http://astore.amazon.de/wwwshicch-21>

Für den Unternehmer wichtig:

Klick einfach auf die Titel um die Tools, und PDF-Dokumente zu öffnen.

[Businessplan Tool](#)

[Fragen und Antworten zum HACCP Konzept](#)

[Hygieneverordnung](#)

[Lebensmittelgesetz CH](#)

[HACCP Hygieneschulung - Bestimmungen in der EU](#)

[Infos über Restaurant Marketing im Internet](#)

[Webdesign für Gastronomie](#)

[Webdesign von den Webbeeren inkl Internet Marketing](#)



## Wer ist webbeeren.ch?

Die Webbeeren sind ein Weblog (Blog) für Gastronomie Marketing. Der Schwerpunkt liegt hierbei beim Internet Marketing für die Gastronomie und zwar für kleinere Familienunternehmen ohne grosses Werbebudget.



## Geschenke!

Internet Marketing für die Gastronomie.  
Ein kurzer Report über Deine Möglichkeiten als Gastronom das Internet zu nutzen.  
Erhältst Du als Newsletter Abonnent.  
[www.gastrohelp.info/newsletter](http://www.gastrohelp.info/newsletter)



## **TIPPS FÜR DIE SERVICEANGESTELLTEN**

Jedem Serviceangestellten muss klar sein, auf was er beim Restaurantbesuch zu achten hat - vom Betreten bis zum Verlassen des Lokals.

### **Wurde die telefonische Reservierung kompetent entgegengenommen?**

- Haben Sie den Gast am Telefon freundlich begrüsst?
- Haben Sie den Gesprächspartner in weiterer Folge mit seinem Namen angesprochen?
- Konnten Sie die Reservierung einfach und rasch für den Ansprechpartner abwickeln?
- Haben Sie den Gast am Telefon gefragt, ob er einen bevorzugten Tisch reservieren möchte?

### **Vor Arbeitsbeginn:**

- Haben Sie darauf geachtet, dass Ihre Kleidung sauber, gebügelt und ordnungsgemäss ist?
- Haben Sie eine gepflegte äussere Erscheinung?
- Sind Sie mental darauf eingestellt, während der ganzen Arbeitszeit Ihr **BESTES** Lächeln aufzusetzen und stets freundlich zu sein?
- Haben Sie sich auf Ihre Schicht so vorbereitet, dass Sie jede Reservation und jeden Namen Ihrer Gäste kennen?
- Wissen Sie über das Tagesmenü Bescheid? Kennen Sie die Besonderheiten des Angebots auf der Speisekarte?
- Beherrschen Sie alle Details zu Herkunft und Geschmack Ihrer Weine und können Sie zu jeder Speise einen entsprechenden Wein empfehlen?

### **Gäste beim Betreten Ihres Lokals kompetent empfangen?**

- Gäste freundlich empfangen und nach dem Namen fragen!
- Gästen die Garderobe abnehmen!
- Gäste sofort an den Tisch bringen. Namenstafel der reservierenden Person sind auf dem Tisch der mit einem freundlichen Gruss in schöner Dekoration vorbereitet ist.

### **Gäste während des Aufenthalts in Ihrem Lokal kompetent bedienen.**

- Sind Sie auf alle Fragen in Bezug auf die Speisekarte vorbereitet, und haben Sie auf alle Fragen zufriedenstellende Antworten bereit?
- Herrscht eine angenehme Atmosphäre in Bezug auf Licht, Luft (Gerüche), Lautstärke, Restaurantdekoration
- Konnten Sie Ihren Gästen zu jeder Zeit absolute Aufmerksamkeit schenken?
- Gästen auch mal etwas anbieten, was sie vielleicht nicht bestellen würden.
- Sind sie vorbereitet auf die eine oder andere Begeisterungstat? Z.B. ein Aperitif aufs Haus oder einen Gruss aus der Küche.

### **Gäste kompetent verabschiedet?**

- Ihren Gästen (zuerst den Kindern, dann den Frauen, dann den Männern) die Hand gegeben.
- Gästen helfen, die Jacke anzuziehen.
- Haben Sie einen Abschiedsgruss speziell für Ihren Betrieb bereit?