

Unser Credo

Wir sitzen alle im gleichen Boot. Wir möchten unserem Netzwerk – der Pauli-Community, unseren Freunden und Geschäftspartnern - mit unserem Fachwissen, unserer langjährigen Erfahrung in Gastronomie, Unternehmensführung und Kommunikation sowie unserem Elan und Herzblut bei der Bewältigung der Nach-Corona-Phase tatkräftig zur Hand gehen.

Unser Angebot

Sie erhalten von uns eine **TOOL-BOX** mit diversen Tipps, Checklisten und konkreten Umsetzungsbeispielen für Ihre **Kommunikation** in der Nach-Corona-Phase, wenn es darum geht, den Betrieb wieder professionell und erfolgreich hochzufahren.

Was nichts kostet ist nichts wert? Wir bieten Ihnen diese umfangreiche TOOL-BOX sowie die **TOOL-BOX für Gastronomie-Neueröffnungen / Neue Konzepte / Betriebsübernahmen** kostenlos an, würden uns aber über im Gegenzug über einen **Eintrag in der Community Pauli-Freunde von Das Pauli Magazin** freuen. Mit einem symbolischen Jahresbeitrag in Form eines Abos unterstützen Sie die Recherchier-Arbeiten des Magazins.

Herzlich,

Romeo Brodmann & Paloma Szathmáry

Inhaltsverzeichnis

A. Strategische Überlegungen	Seite 3
B. Sofortmassnahmen	Seite 4
C. Kommunikation	
Nützliche Vorlagen, Checklisten und Umsetzungsbeispiele für:	
1. Mitarbeitende	Seite 5
2. Behörden, Vermieter, Versicherungen, Banken	Seite 6
3. Lieferanten	Seite 6
4. Partner	Seite 7
5. Gäste / Kunden	
a) E-Mail, Newsletter, WhatsApp oder Brief an Gäste	Seite 8
b) Webseite	Seite 9
c) Soziale Medien	Seite 9
d) Flyer	Seite 10
e) Plakat/Information vor dem Lokal	Seite 10
f) Anzeige Lokalanzeiger/Zeitung	Seite 11
g) Automatische E-Mail-Antwort aktualisiert	Seite 11
h) Online-Reservationssysteme & -Plattformen	Seite 11
i) Pressemeldung	Seite 12
D. Wer wir sind	Seite 13

TOOL-BOX 2

separat

«Krisenkommunikation» von Paloma Szathmáry

Das Wichtigste in der Krise – wie vorgehen und was nicht vergessen

Checkliste für Kleinbetriebe

TOOL-BOX 1

separat

«Merkblatt für Gastronomie» von Romeo Brodmann

Gastronomie-Neueröffnungen / neue Konzepte / Betriebsübernahmen

A. Strategische Überlegungen

Umfragen in der Corona-Krise haben ergeben, dass die Menschen vorhaben auch nach der Krise

- ***weiterhin vermehrt auf eine gesunde Ernährung zu achten***
- ***mehr lokale Produkte zu kaufen und zu konsumieren***
- ***mehr Zeit mit der Familie zu verbringen***

Konzept, Ausrichtung, Angebot

1. Hatten Sie in der Lockdown-Phase die Möglichkeit ihr Angebot, Ihre Ausrichtung, Ihre Infrastruktur, Ihre Kostenstruktur zu überdenken?
2. Was sind Ihre Erkenntnisse?
3. Gibt es Vorbild-Betriebe, die als Ideengeber nützlich sind?
4. Gibt es Überlegungen, die Sie umsetzen möchten und auch werden? Diese gilt es jetzt zu berücksichtigen.
5. Gibt es Überlegungen, an die Sie zwar gedacht haben oder in Erwägung ziehen, aber nicht wissen, ob sie richtig sind oder wie sie umsetzen?

B. Sofortmassnahmen

Gastrobereich/-Konzept: Anpassung an Corona-Richtlinien

- ☒ Veränderung beim Angebot, Konzept aufgrund strategischer Überlegungen?
- ☒ Datenbank aktualisiert? Kunden, Lieferanten, Partner, etc.
- ☒ Kommunikation vorbereitet?
- ☒ Anpassung an neue, vorübergehende Richtlinien umgesetzt?
 - Distanzvorschriften
 - Hygienevorschriften
 - Kundendaten aufnehmen für temporäres Corona-Tracking (Rückverfolgung einer allfälligen Infektionskette)?
 - digital via Webseite
 - via Reservationsportal oder
 - via Formular beim Empfang der Gäste

Angaben für Kundendaten (Papier, Webseite, Registrierungstool)

- ☐ Datum und Uhrzeit des Besuches
- ☐ Name, Vorname, E-Mail, Tel. einer Person der Gruppe
- ☐ Angabe, mit wie vielen Gästen man da ist und deren Namen und Vornamen
- ☐ Oder Namen und Kontaktangaben aller Personen/der Familie
- ☐ Ich möchte, dass meine Daten nur für die notwendige Dauer gespeichert und danach gelöscht werden.
- ☐ Ich bin einverstanden, auch in Zukunft Informationen via E-Mail zu bekommen (max. 1 E-Mail pro Monat). Meine Daten dürfen jedoch nicht für Marketingzwecke an Dritte weitergegeben werden.

Vorlagen ☉ Umsetzungs-Beispiele ☉ Checklisten

C. Kommunikation

1. Mitarbeitende

Sind Ihre Mitarbeitenden informiert und motiviert, um voller Elan zurückzukommen und Vollgas zu geben? Haben sie alle notwendigen Informationen und stehen alle Utensilien zur Verfügung?

- Richtlinien des Bundes und Adaptation von Seiten Betrieb
- Informationen i.S. Kurzarbeit, Ferien-/Überzeitenregelung, etc.
- Perspektiven für 2020 und 2021 von Seiten des Arbeitgebers
- Was ändert sich allenfalls in Zukunft?
- Willkommenskaffee/-Apéro von Seiten Geschäftsleitung mit Dank
- Ein kleines Präsent für alle Mitarbeitenden und eine persönliche Karte?

Beispiel für eine persönliche Dankeskarte an Mitarbeitende:

Liebe/r «Name»

Wir danken Dir ganz herzlich für Deine Unterstützung, Dein Vertrauen und Deine Geduld in den vergangenen Wochen. Es war für uns alle keine einfache Zeit, verbunden mit Unsicherheiten und Entbehrungen. Nun freuen wir uns darauf, unseren Gästen - zusammen mit Dir - ein unvergessliches Erlebnis bei uns zu ermöglichen und danken Dir sehr für Deinen Einsatz.

Herzlich

«Name»

☒ **Vergessen Sie nicht:**

Motivierte Mitarbeitende sind die besten Botschafter für Ihr Geschäft!

2. Behörden, Vermieter, Versicherungen, Banken

Stehen Sie in Kontakt mit den relevanten Behörden und haben Sie die notwendigen Formalitäten erledigt und aktualisiert?

- ☒ Kurzarbeit
- ☒ Versicherungsschutz
- ☒ Miete/Vermieter
- ☒ Bank
- ☒ weitere

3. Informationsschreiben an Lieferanten

Informieren Sie Ihre Lieferanten frühzeitig

- ☒ per wann Sie den Betrieb wieder aufnehmen
- ☒ allenfalls gleich mit einer ersten Bestellung
- ☒ Falls noch offene Rechnungen vorhanden sind, muss dies proaktiv erwähnt und mit einer entsprechenden Information, einem Vorgehen erwähnt werden.

Guten Tag Herr xxx

Wir freuen uns Ihnen hiermit mitzuteilen, dass wir unseren Betrieb zum 11. Mai 2020 wieder aufnehmen. Wir sind ab sofort wieder telefonisch unter Tel. xxxx oder via E-Mail xxxx erreichbar und werden uns in Kürze für die erste Bestellungen bei Ihnen melden.

Wir danken Ihnen für die Kenntnisnahme.

Freundliche Grüsse

«Name»

4. Informationsschreiben an Partner

Informieren Sie allenfalls auch Ihre übrigen Geschäftspartner frühzeitig, per wann Sie den Betrieb wieder aufnehmen und laden sie vielleicht zu einem Besuch ein.

Guten Tag

Wir freuen uns sehr Ihnen mitteilen zu können, dass wir unseren Betrieb zum 11. Mai 2020 wieder aufnehmen. Gerne hoffen wir, Sie bald wieder bei uns begrüßen und mit Ihnen auf die langersehnte Wiedereröffnung anstossen zu dürfen. Dieser Willkommens-Apéro geht natürlich aufs Haus!

Um die aktuell geltenden Abstands- und Hygienevorschriften von Seiten des Bundes einhalten zu können, werden wir bis auf Weiteres eine reduzierte Anzahl Gäste gleichzeitig begrüßen dürfen und danken Ihnen deshalb für eine frühzeitige Reservation.

Danke für Ihre Kenntnisnahme.

Freundliche Grüsse

«Name»

5. Gäste-/Kunden-Kommunikation

a) Anschreiben an Gäste zur Wiedereröffnung

Bilder sagen mehr als 1000 Worte:

Bei E-Mail/Newsletter unbedingt ein Bild einfügen:

- ☒ fröhliches Team-Foto oder
- ☒ Foto von Gericht, Gaststube, Garten, Terrasse, etc.

Brief, E-Mail, Newsletter, WhatsApp:

Liebe Gäste

Wir haben Sie vermisst!

Daher freuen wir uns sehr, Sie ab dem 11. Mai wieder bei uns begrüßen zu dürfen. Um die langersehnte Wiedereröffnung mit unseren Gästen gebührend zu feiern, offerieren wir Ihnen bei Ihrem ersten Besuch einen Willkommensdrink.

Damit wir die aktuell geltenden Abstands- und Hygienevorschriften von Seiten des Bundes einhalten können, werden wir bis auf Weiteres eine reduzierte Anzahl Gäste gleichzeitig begrüßen dürfen. Aufgrund des beschränkten Platzangebotes und um Ihre Erwartungen auch künftig zu erfüllen, empfehlen wir Ihnen eine frühzeitige Reservation. Weiter werden wir temporär Ihre Daten aufnehmen, um die Rückverfolgung einer allfälligen Infektionskette unterstützen zu können.

Die letzten Wochen haben wir genutzt, um ((hier erwähnen was neu ist)) und freuen uns heute schon auf Ihre Reaktion. Eine erste «Kostprobe» finden Sie auf unserer Webseite (z.B. neue Menu-Karte oder Fotos von Renovation, Veränderung zeigen).

Wir freuen uns auf ein baldiges Wiedersehen und wünschen Ihnen bis dahin gute Gesundheit.

Herzliche Grüße

«Name» / Ihre Gastgeber

b) Webseite

Parallel zur Vorbereitung zur externen Kommunikation müssen alle wichtigen Informationen für die Aufschaltung der Webseite vorbereitet und rasch möglichst publiziert und auch laufend aktualisiert werden.

- ☒ Datum der Wiedereröffnung
- ☒ Allfällige Einschränkungen
- ☒ Öffnungszeiten
- ☒ Kontakt für Reservationen und Anfragen

c) Soziale Medien

Instagram, Facebook, etc. sind gute Kanäle um den Betrieb bekannter zu machen, ein gewünschtes Image zu vermitteln, mehr Fans und somit in der Folge auch mehr Gäste zu gewinnen.

Wer sich bis anhin damit schwergetan hat, der sollte sich spätestens nach der aktuellen Krise damit auseinandersetzen. Eine externe Agentur können sich Kleinstbetriebe oft nicht leisten. Es gibt jedoch innerhalb des Betriebes oder im engeren Umfeld gute Lösungsmöglichkeiten, z.B. bei der eigenen Jungmannschaft. Die «Jungen» kennen sich bestens mit den modernen Medien aus, sind gut vernetzt und können als Botschafter und Influencer für den Betrieb agieren.

Idee:

- ☒ Ernennen Sie einen versierten und zuverlässigen Mitarbeitenden als Digital Champion.
- ☒ Definieren Sie zusammen, welche Kanäle Sie bespielen wollen (Instagram, Facebook).
- ☒ Eröffnen Sie diese Kanäle oder aktualisieren Sie diese.
- ☒ Definieren Sie einen roten Faden, eine fortlaufende Serie von Inhalten/Themen, die von Relevanz sind. Fotos aber auch ideal kurze Videos! Publizieren Sie z.B. jeweils Anfangs Woche, was die Gäste an Spezialitäten in dieser Woche erwarten dürfen. Z.B. die aktuelle Menu-Karte, ein spezielles Gericht mit Foto, ein kurzes Video aus der Küche.
- ☒ Definieren Sie, wie viele Posts pro Woche (pro Kanal). Z.B. 2 pro Woche.
- ☒ Definieren Sie zusammen die immer zu verwendenden Hashtags und einzubindenden Personen/Firmen (@) zur Erhöhung der Reichweite.
- ☒ Aufgrund des erwarteten Aufwandes, geben Sie dem Mitarbeitenden entsprechend Arbeitszeit zur Verfügung.

d) Flyer

Nutzen Sie diese Wiedereröffnung, um sich bei Ihren bestehenden Kunden in der Nachbarschaft in Erinnerung zu rufen, aber v.a. auch um bei den neuen vorstellig zu werden. Ein kleiner A5-Flyer mit allen wichtigen Infos, inkl. einem Bon fürs Einlösen eines Apéros beim ersten Besuch ist nicht teuer aber oft sehr effektiv. Gerade in der digitalen Welt fallen persönliche Briefe oder Drucksachen generell wieder mehr auf.

Idee:

- ☒ Ihre Mitarbeitenden können die Verteilung in Leerzeiten vornehmen.
- ☒ Sie und Ihre Mitarbeitenden verteilen die Flyer persönlich in den benachbarten Betrieben, stellen sich vor und bringen vielleicht eine Kostprobe aus der Küche mit?

Elemente für den Flyer:

- ☒ Schönes Foto des Lokals (für die Wiedererkennung) und evt. weitere schöne Fotos (bitte nur Fotos von hoher Qualität!). Lieber nur ein schönes Bild als mehrere von ungenügender Qualität oder mit wenig Aussagekraft.
- ☒ Logo
- ☒ Kontaktangaben: Name, Adresse, Tel., E-Mail, Webseite
- ☒ Öffnungszeiten
- ☒ Text: Wir sind ab dem 11. Mai 2020 wieder für Sie da und freuen uns auf Ihren Besuch.
Bitte bringen Sie bei Ihrem nächsten Besuch diesen Flyer mit und wir offerieren Ihnen gerne einen Willkommens-Apéro (gültig bis xxx).

e) Plakat / Information vor dem Lokal

Mit einer Information vor dem Ladenlokal machen Sie Passanten, Nachbarn und mögliche neue Kunden auf die Wiedereröffnung aufmerksam.

«We are open» oder «Wir sind ab sofort wieder für Sie da» oder einem Plakat ähnlich dem obigen Flyer.

f) Anzeige Lokal-Anzeiger / Zeitung

Es kann sich lohnen bei der lokalen Zeitung anzufragen, was eine kleine Anzeige kostet. Entweder kann der gestaltete Flyer als Vorlage genutzt werden, oder aber die Zeitung kann die Umsetzung übernehmen. Fragen kostet nichts! Evt. gibt es aktuell vergünstigte Tarife oder eine Aktion von Seiten Medien um Kleinbetriebe zu unterstützen, falls man die Corona-Pause für eine Veränderung genutzt hat, lohnt es sich dies der Zeitung mitzuteilen. Vielleicht machen sie einen Bericht?! Siehe unter i)

g) Automatische E-Mail-Antwort

Nicht vergessen bei den E-Mail-Einstellungen den automatisch generierten Absendertext anzupassen und die Wiedereröffnung anzukündigen:

Sehr geehrte Gäste und Freunde des Hauses

Besten Dank für Ihre Nachricht. Wir freuen uns ab dem 11. Mai wieder für Sie da sein zu dürfen und melden uns rasch möglichst bei Ihnen.

Unsere Öffnungszeiten sind:

Herzliche Grüsse und bleiben Sie gesund!

Ihr Team vom «Name»

h) Online Reservationssysteme & Support-Plattformen

Online Reservationssysteme sind in der heutigen digitalen Gesellschaft von grösster Wichtigkeit. Auch dort müssen alle Informationen aktualisiert sein. Aufgrund der beschränkten Gästezahl erwägen Sie allenfalls eine kostenpflichtige Reservation.

Verbände und Gastro-Organisationen bieten aktuell Support in diversen Bereichen. Z.B. die Initiative we-love-gastro.ch von Best of Swiss Gastro: Gastrobetrieben wird kostenfrei die crossmedialen Marketingplattformen zur Verfügung gestellt. Oder lunchgate.ch: Echtzeitauslastung, Rückverfolgung der Infektionskette und kontrolliertes Tischmanagement.

i) Pressemeldung

- ☒ Informieren Sie Ihre lokale Zeitung in einer kurzen E-Mail darüber, ab wann Ihr Betrieb wieder offen ist und wie Sie die Weisungen des Bundes umsetzen.
- ☒ Wenn Sie die Auszeit genutzt haben, um Veränderungen, Renovationen o.ä. vorzunehmen, dann teilen Sie das ebenfalls mit.
- ☒ Legen Sie ein schönes Foto von guter Qualität bei.
- ☒ Laden Sie die Lokalredaktion oder einen befreundeten Medienvertreter allenfalls für einen Besuch, ein Testessen ein.

Vorlage Pressemeldung:

Sehr geehrte Medienschaffende

Wir werden unseren Betrieb am 11. Mai 2020 wieder aufnehmen. Den bundesrätlichen Vorgaben können wir mit einer angepassten Raumeinteilung entsprechen. Auch wir werden vorübergehend weniger Gäste gleichzeitig empfangen dürfen, sind aber froh, dass wir zusammen mit unserem Team wieder loslegen dürfen.

Wir haben die Auszeit für kleinere Renovationsarbeiten / für eine Überarbeitung unseres Angebotes genutzt. Wir werden in Zukunft vermehrt ((z.B. lokale Produkte verarbeiten)). Mehr hierzu auch auf unserer Webseite www.xxx.

Unsere Öffnungszeiten: Dienstag bis Sonntag 11.30 – 14.30 Uhr / 18.00-24.00 Uhr

Wir würden uns über eine Berichterstattung sehr freuen und stehen Ihnen für Auskünfte gerne unter Tel. xxxx zur Verfügung. Anbei stellen wir Ihnen ein Foto zur allfälligen Verwendung zur Verfügung. Über einen Besuch würden wir uns natürlich ebenfalls sehr freuen.

Freundliche Grüße

«Name»

D. Wer wir sind

<p>Romeo Brodmann</p> <p>Koch EFZ</p> <p>▪</p> <p>Eidg. Dipl. Restaurateur & Hotelier HF</p> <p>▪</p> <p>Master of Leadership & Management / Changemanagement ZHAW/IAP</p> <p>▪</p> <p>Verleger, Publizist und Buchautor daspaulimagazin.ch</p> <p>▪</p> <p>Langjährige Erfahrung in Gastronomie, Eventmanagement, Verlags- und Redaktionsleitung sowie Geschäftsführung onionmedia.ch</p>	<p>Paloma Szathmáry</p> <p>Eidg. Dipl. PR-Beraterin</p> <p>▪</p> <p>International erfahren und mehrsprachig</p> <p>▪</p> <p>Langjährige Konzern- und Führungserfahrung als Bereichsleiterin Corporate Communications auf globaler Ebene (Luxusgüter & Genussmittel)</p> <p>▪</p> <p>Inhaberin Agentur Kontor für Kommunikation kontor.swiss</p>
--	--



Kontakt:

Kontor für Kommunikation. In Zürich.
mail@kontor.swiss • Tel. 079 414 21 56 • kontor.swiss