

Inhaltsverzeichnis

Autor	V
Vorwort	VII

Teil 1 – Die vier Phasen einer erfolgreichen Aktion

1	Phase 1: Aktionen planen	3
1.1	Wie stehen wir da (IST-Analyse)?	4
1.2	Welche Ziele verfolgen wir mit der Aktion?	5
1.2.1	Ziele richtig formulieren	5
1.2.2	Beispiele für Aktionsziele	6
1.3	Was machen unsere Mitbewerber?	7
1.3.1	Die SWOT-Analyse	8
1.4	Was sagen die Gäste dazu?	9
1.5	Budget: Was planen Sie für die Aktion auszugeben?	10
1.6	Interne Organisation: Den Überblick behalten	11
1.7	Mit Partnern zusammenarbeiten	12
1.7.1	Industriepartner	12
1.7.2	Allgemeine Partnerschaften	13
1.8	Aktionen und Promotions – Vor- und Nachteile, Gefahren und Herausforderungen	13
1.8.1	Vorteile von Aktionen	14
1.8.2	Mögliche Nachteile von Aktionen	15
1.8.3	Was macht eine Aktion zu einer wirklich guten Aktion?	15
1.8.4	Worin liegen die Gefahren und Herausforderungen von Aktionen?	16
2	Phase 2: Aktionen richtig vermarkten und bewerben	19
2.1	Das richtige Timing	20
2.2	Das Marketing-Budget	21
2.3	Vermarktung und Gästekommunikation intern	22
2.4	Vermarktung nach außen	24
3	Phase 3: Aktionen durchführen	27
3.1	Die Mitarbeiter rechtzeitig ins Boot holen	28
3.2	Special: Mehrverkauf durch Spiele	29
3.3	Personalmanagement	30
3.4	Qualitätssicherung	31
3.5	Zeitmanagement	33
3.6	Logistik, Einkauf und Lagerhaltung	34
4	Phase 4: Aktionen auswerten und optimieren	37
4.1	Aktionen analysieren und auswerten	38
4.1.1	Das Sammeln der richtigen Daten	38
4.1.2	Die Zielsetzung mit dem tatsächlichen Verlauf vergleichen	39
4.1.3	Führen Sie eine (erneute) SWOT-Analyse durch	40

4.1.4	Kennzahlen	41
4.1.5	Kunden- und Mitarbeiterfeedback	42
4.2	Erstellen Sie einen Bericht über Ihre Auswertungen	43
4.3	Was kann man aus der Auswertung lernen?	44

Teil 2 – Ideenpool für Aktionen & Promotions

5	Nationalfeiertage der Länder der Erde	47
5.1	Mexiko (16. September)	49
5.2	USA (4. Juli)	52
5.3	Niederlande (27. April)	55
6	Nutzen Sie Feiertage und andere besondere Tage	59
6.1	Gedenk- und Aktionstage	61
7	Sportereignisse	63
7.1	Einige große Sportereignisse 2024/25/26	64
7.2	Ideen zur Nutzung der Sportevents	65
8	Saisonale Angebote	67
9	Nachhaltigkeit und Regionales	71
10	Classics: Oldies but Goldies	73
10.1	Am Weltfrauentag bekommt jede Dame kostenlos eine Rose	73
10.2	Futtern wie bei Müttern – servieren Sie deftige Klassiker	73
10.3	Weitere Klassiker in aller Kürze	74
11	Geburtstage, Jubiläen und Geschichte	77
11.1	Geburtstag Ihres Betriebes	77
11.2	Geburtstage von berühmten Persönlichkeiten	78
11.3	Was war an einem bestimmten Datum vor 10, 25 oder 50 Jahren?	80
12	Feste, regelmäßige Events	81
12.1	Ideen für regelmäßige Events	81
12.2	Vor- und Nachteile von regelmäßigen Events	82
12.3	Lokalen Events anschließen	82
13	Besondere Ernährungsformen	85
13.1	Low-Carb-Woche	85
13.2	Paleo-Aktion	86
13.3	Glutenfreie Woche	87
13.4	Detox-Tage	88
13.5	Fit in den Sommer	89
13.6	Mediterrane Diät	89
13.7	High-Protein-Tage	90
13.8	Superfood-Aktion	91
13.9	Ayurveda-Woche	92

14	Besondere Aktionen	95
14.1	Streetfood	95
14.2	Bowls, Fitness Bowls & Co.	96

Teil 3 – Wie geht es weiter? Die Zukunft von Aktionen und Promotions in der Gemeinschaftsverpflegung

15	Trends für die Zukunft von Aktionen in der GV	101
15.1	Digitalisierung	101
15.2	Personalisierung	101
15.3	Nachhaltigkeit	101
15.4	Weitere Trendthemen	101
15.5	Ausblick	103
16	Kantine 3.0: Von der Kantine zum Betriebsrestaurant	105
17	Ideen für (noch) bessere Aktionen	107
	Fazit	109