

## Inhaltsverzeichnis

Autor .....	V
Vorwort .....	VII

### Teil 1 – Die vier Phasen einer erfolgreichen Aktion

<b>1 Phase 1: Aktionen planen .....</b>	<b>3</b>
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
<b>2 Phase 2: Aktionen richtig vermarkten und bewerben .....</b>	<b>19</b>
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
<b>3 Phase 3: Aktionen durchführen .....</b>	<b>27</b>
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
<b>4 Phase 4: Aktionen auswerten und optimieren.....</b>	<b>37</b>
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

<b>5</b>	<b>Nationalfeiertage der Länder der Erde.....</b>	<b>47</b>
5.1	Mexiko (16. September) .....	49
5.2	USA (4. Juli).....	52
5.3	Niederlande (27. April) .....	55
<b>6</b>	<b>Nutzen Sie Feiertage und andere besondere Tage .....</b>	<b>59</b>
6.1	Gedenk- und Aktionstage .....	61
<b>7</b>	<b>Sportereignisse .....</b>	<b>63</b>
7.1	Einige große Sportereignisse 2024/25/26 .....	64
7.2	Ideen zur Nutzung der Sportevents.....	65
<b>8</b>	<b>Saisonale Angebote.....</b>	<b>67</b>
<b>9</b>	<b>Nachhaltigkeit und Regionales .....</b>	<b>71</b>
<b>10</b>	<b>Classics: Oldies but Goldies .....</b>	<b>73</b>
10.1	Am Weltfrauentag bekommt jede Dame kostenlos eine Rose.....	73
10.2	Futtern wie bei Muttern – servieren Sie deftige Klassiker.....	73
10.3	Weitere Klassiker in aller Kürze .....	74
<b>11</b>	<b>Geburtstage, Jubiläen und Geschichte.....</b>	<b>77</b>
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
<b>12</b>	<b>Feste, regelmäßige Events .....</b>	<b>81</b>
12.1	Ideen für regelmäßige Events .....	81
12.2	Vor- und Nachteile von regelmäßigen Events .....	82
12.3	Lokalen Events anschließen .....	82
<b>13</b>	<b>Besondere Ernährungsformen .....</b>	<b>85</b>
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
<b>Teil 3 – Wie geht es weiter? Die Zukunft von Aktionen und Promotions in der Gemeinschaftsverpflegung</b>		
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