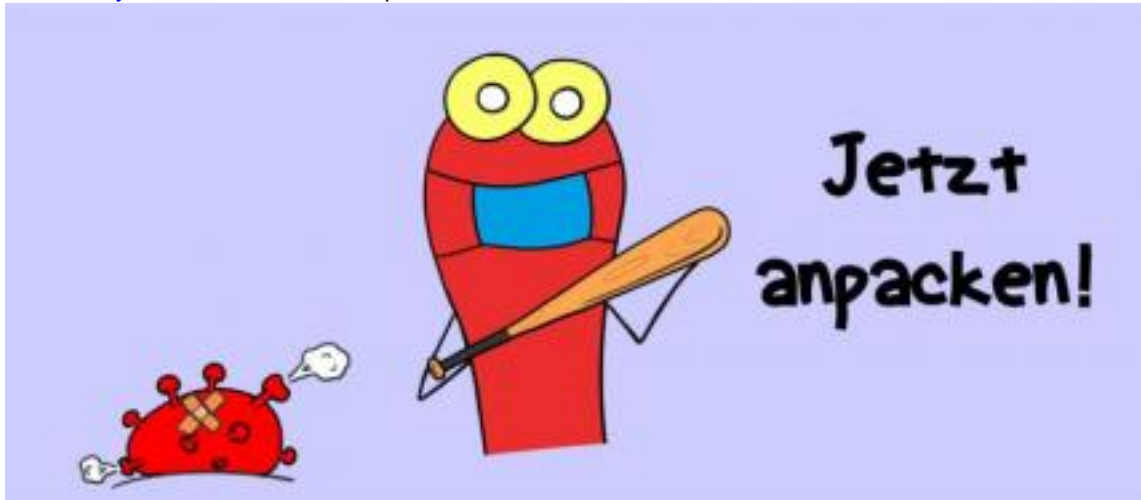


Drei Schlüsselworte in Corona-Zeiten

von [Nicky-Alexander Böhmcke](#) | 07.08.2020



Corona zwingt die Branche neue Wege zu gehen

In der Corona-Krise war es zunächst das Wichtigste, sicherzustellen, dass Ihr Geschäft irgendwie überlebt – und natürlich gesund zu bleiben. Wenn Ihr Unternehmen den Lockdown – was ich sehr hoffe – überstanden hat, stehen Sie heute vor neuen Herausforderungen. Selbst nachdem die Regierungen beschlossen haben, die Maßnahmen zu lockern, wird es wahrscheinlich lange dauern, bis Sie wieder vollständig zu dem Status zurückkehren können, wie es vor dem Ausbruch von COVID-19 war. Einige behaupten sogar, dass es niemals so sein wird wie vor Corona. Eine ziemlich negative Aussage, die ich nicht teile – stattdessen konzentriere ich mich auf drei Schlüsselbegriffe.

Ich bin der letzte, der bestreitet, dass die Gastronomie eine schwierige Zeit durchgemacht hat und dass die Dinge noch nicht so laufen wie zuvor. Beachten Sie jedoch, dass es immer die Möglichkeit gibt, wieder aufzustehen und Ihr Unternehmen mehr denn je florieren zu lassen. Sie stehen jedoch vor Herausforderungen, für die drei Schlüsselwörter wichtig sind.

Optimismus



Optimismus (Unsplash/Tim Mossholder)

Wir müssen mehr denn je optimistisch in die Zukunft blicken. Wir haben eine schwere Zeit durchgemacht, aber nur darüber nachzudenken wird Ihnen wirklich nicht weiter helfen. Jetzt müssen Sie mehr denn je proaktiv handeln und positiv mit diesen neuen Umständen umgehen. Dieser Optimismus ist nicht nur für Sie, Ihr Unternehmen und Ihre Mitarbeiter wichtig, sondern auch – und vielleicht besonders – für Ihre Kunden. Nach all den negativen Berichten suchen die Menschen zunehmend nach optimistischen Nachrichten.

Sie können auf verschiedene Weise deutlich machen, dass Sie die Zukunft optimistisch sehen. Auf diese Weise können Sie Ihr Konzept anpassen und den neuesten Trends folgen. Wenn Sie Ihre Gäste während der Corona-Krise mit Speisen to go verwöhnt haben, können Sie dies weiterhin als Service tun. Viele Kunden werden dies als zusätzlichen Vorteil betrachten. Vergessen Sie nicht, Ihren Kunden über Ihre Marketingkanäle mitzuteilen, was sie in Zukunft von Ihrem Unternehmen erwarten können. Auf diese Weise bleiben sie auf dem Laufenden und können sich bereits auf etwas Positives in Bezug auf ihren Besuch in Ihrem Unternehmen freuen.

Erneuerung



Erneuerung (Pexels/Andrea Piacquadio)

Corona hat die Welt auf den Kopf gestellt. Alte Regeln wurden durch neue ersetzt und nichts scheint mehr so zu

sein wie zuvor. Die positive Nachricht ist, dass es auch neue Möglichkeiten gibt. In den frühen Tagen der Corona-Ära waren viele Unternehmer gezwungen, ihre Arbeitsmethoden anzupassen. In vielen Unternehmen wurden weniger Mitarbeiter beschäftigt, um die anderthalb Meter Entfernung besser zu erreichen, mehr Arbeiten von zu Hause aus zu erledigen, die Öffnungs- und Schließzeiten wurden angepasst, viel strenger kontrolliert als zuvor bzgl. der hygienischen Bedingungen usw. Viele Unternehmen wurden neu erfunden und bieten verschiedene und neue Möglichkeiten.

Auch die Gastronomie musste seit dem Startsignal für die Wiedereröffnung bestimmte Maßnahmen einhalten. Sehen Sie dies auch als Gelegenheit, Ihre Philosophie neu zu erfinden. Ändern Sie Ihre Terrasse, passen Sie Ihr Interieur an, geben Sie andere Arbeitsweisen für Ihre Mitarbeiter an, ordnen Sie Aufgaben neu usw. Lassen Sie sich nicht zu sehr auf alte Gewohnheiten ein und setzen Sie alle erforderlichen Innovationen sofort um. Dies zeigt nicht nur Optimismus, sondern passt auch perfekt zum folgenden Schlüsselwort.

Kreativität



Kreativität (Pexels/Andrea Piacquadio)

Als Unternehmer im Gastgewerbe waren Sie zweifellos immer kreativ, aber alle neuen Regeln, die von der Regierung auferlegt wurden, haben Kreativität geschaffen, die noch nie zuvor gesehen wurde. Sie haben zweifellos Ihre Terrasse auf kreative Weise erweitert, Ihre Speisekarte angepasst, die Anzahl der Tische begrenzt und Maßnahmen ergriffen, um den vorgeschriebenen Abstand von eineinhalb Metern zu gewährleisten.

Denken Sie in dieser kreativen Phase sofort daran, Ihre Marketingstrategie kreativer und dennoch kostengünstiger anzugehen. Fotos auf Ihren Social-Media-Kanälen sind natürlich weiterhin möglich und sorgen dafür, dass potenzielle Kunden den Weg zu Ihrem Unternehmen finden. Sie können aber zum Beispiel auch noch einen Schritt weiter gehen. Versuchen Sie auch hier, Innovationen zu schaffen. Das Posten eines Live-Videos oder eines virtuellen Themenabends für Ihre Kunden und Follower sind nur einige Ideen. Durch das Teilen Ihrer Kreativität und Innovation wird sichergestellt, dass Ihr Unternehmen in der Aufmerksamkeit Ihrer Kunden bleibt und diese bei ihrem nächsten Besuch Ihren Optimismus spüren können.

Fazit

Vergraben Sie sich nicht. Sehen Sie die neuen und alten Bedürfnisse Ihrer Gäste als Chance und mutigen Zeitpunkt für Veränderungen – denn diese beginnt im Kopf. Nur mit Optimismus, Erneuerungen und Kreativität gehen Sie stark aus der Krise und verkaufen glaubwürdig unser emotionales Produkt „Gastro-Erlebnis“.

Ihr
Nicky-Alexander Böhmcke

Über den Autor



[Nicky-Alexander Böhmcke](#)

Nicky-Alexander Böhmcke ist Diplomkaufmann und Hotelfachmann. Seine Schwerpunkte sind Marketing, Personalberatung, Finanzberatung und Küchenorganisation.

[> Alle Blogbeiträge dieses Autors](#)

Nicky-Alexander Böhmcke eine E-Mail senden

nicky-alexander.boehmcke [at] unternehmer-manufaktur.de

Source URL: <https://www.unternehmermanufaktur.com/blog/corona-drei-schluesselworte>