

CHECKLISTE

Bestimmung der Unternehmens-DNA im Gastgewerbe

Mit dieser Checkliste erhältst Du eine strukturierte Grundlage, um die Identität Deines Betriebs zu analysieren, zu definieren und erfolgreich nach innen wie außen zu kommunizieren.

1. Eigen- und Fremdwahrnehmung analysieren

- Feedback von Gästen einholen (z. B. über Fragebögen, Online-Bewertungen, Social Media Kommentare).
- Mitarbeitende nach ihrer Wahrnehmung des Betriebs befragen.
- Positive Aspekte und Verbesserungsvorschläge aus dem Feedback herausarbeiten.
- Häufige Themen oder Meinungen identifizieren (z. B. „familiäre Atmosphäre“, „qualitativ hochwertige Speisen“).

2. Teamgespräche

- Workshops oder Meetings organisieren, um mit dem Team über Werte und Identität zu sprechen.
- Fragen klären: Was bedeutet Gastfreundschaft für Euch? Welche Werte sind Euch im Umgang mit Gästen wichtig?
- Ideen und Vorschläge dokumentieren.
- Teammitglieder aktiv in den Prozess einbeziehen, um unterschiedliche Perspektiven einzufangen.

3. Marktanalyse

- Recherchen über Wettbewerber anstellen: Welche Angebote und Konzepte haben ähnliche Betriebe?
- Stärken und Schwächen der Konkurrenz analysieren.
- Herausarbeiten, was den eigenen Betrieb einzigartig macht (z. B. regionaler Fokus, besondere Atmosphäre, innovatives Konzept).
- Möglichkeiten finden, um Nischen oder ungenutzte Potenziale im Markt zu erschließen.

4. Leitbild entwickeln

- Mit dem Team eine Vision (wo wollt Ihr langfristig hin?) und Mission (was ist Eure tägliche Aufgabe?) formulieren.
- Leitbegriffe definieren, die die Werte und Philosophie des Unternehmens widerspiegeln (z. B. Qualität, Nachhaltigkeit, Authentizität).
- Einfache und prägnante Aussagen erstellen, die die Unternehmensidentität zusammenfassen.
- Das Leitbild schriftlich festhalten und intern sowie extern kommunizieren.

CHECKLISTE

5. Speisekarte und Konzept überprüfen

- Gerichte und Getränke auf die Unternehmensphilosophie abstimmen (z. B. regionale Zutaten für ein nachhaltiges Konzept).
- Überlegen, ob das Ambiente und die Gestaltung des Lokals zur Unternehmens-DNA passen.
- Rückmeldungen von Gästen zur Speisekarte berücksichtigen.
- Falls nötig, kleinere Anpassungen oder eine größere Überarbeitung vornehmen.

6. Gast-Feedback einholen

- Online-Bewertungen regelmäßig analysieren (Google, Tripadvisor, Social Media).
- Direkte Gespräche mit Gästen suchen, um authentisches Feedback zu erhalten.
- Wiederkehrende Feedback-Themen herausarbeiten (z. B. Lob für den Service, Kritik an der Wartezeit).
- Feedback nutzen, um den Betrieb kontinuierlich zu verbessern.

7. Erfolge und Misserfolge reflektieren

- Frühere Maßnahmen zur Verbesserung des Betriebs analysieren: Was hat gut funktioniert, und warum?
- Schwierigkeiten und Fehler analysieren: Welche Lehren können daraus gezogen werden?
- Erfolgreiche Ansätze in den Kern der Unternehmens-DNA integrieren.
- Ein „Lessons Learned“-Protokoll erstellen und mit dem Team teilen.

8. Werte nach außen tragen

- Die Unternehmensphilosophie auf der Website, in Speisekarten und auf Social Media präsentieren.
- Storytelling nutzen: Erzähle Geschichten über die Geschichte und die Werte des Betriebs.
- Mitarbeitende schulen, damit sie die Werte aktiv in den Gästekontakt einbringen.
- Alle Marketing-Materialien (Flyer, Bilder, Videos) an der Unternehmens-DNA ausrichten.

Zusätzliche Schritte

- Einen klaren Plan für die langfristige Umsetzung der DNA entwickeln.
- Regelmäßig überprüfen, ob die Werte weiterhin relevant sind oder Anpassungen nötig werden.
- Erfolgskontrolle: Gäste und Team regelmäßig nach ihrer Wahrnehmung der Unternehmenswerte fragen.