

Gastrophobie? Fünf Tipps für den sicheren Restaurantbesuch!

Mit Maske, ohne Maske, Negativ-Test und Kontaktdatenerfassung: Es ist kompliziert. Eigentlich will man gar nicht mehr im Restaurant essen in diesen Zeiten. Oder doch?

Thomas Holenstein ist ein erfahrener Gastro-Experte. Der Geschäftsführer der Precom Group AG schafft digitale Lösungen für die noch viel zu wenig digitalisierte Gastronomie und hilft damit der Branche durch die Corona-Pandemie. Holenstein hat fünf Tipps parat, die der herrschenden Unsicherheit der Gäste entgegenwirken!

Tipp 1: Tische reduzieren

In der Pandemie ist Abstand das Gebot der Stunde: Hocken viele Menschen auf engem Raum zusammen, vor allem im Innenbereich, ist die Ansteckungsgefahr ungleich höher als im Freien oder bei viel Platz und wenig Menschen. Für die Gastronomie bedeutet das: Restaurants sollten ihre Tische reduzieren. Weniger Tische und weniger Stühle bedeuten in normalen Zeiten weniger Gäste. In der aktuellen, noch immer unsicheren Lage jedoch bedeuten weniger Tische, dass mehr Gäste Vertrauen fassen - und das bedeutet mehr Umsatz durch mehr Gäste. Eine sehr sparsame Nutzung des Raums und die damit einhergehende Verknappung des Angebots sind als vertrauensbildende Massnahme sinnvoll.

Pro Gast oder Gästegruppe sollte ausreichend Raum und Privatsphäre vorhanden sein, damit sich alle Anwesenden wohl und sicher fühlen. Das Personal muss Abstand halten, offensichtlich Maske tragen und darf den Gästen noch weniger nahekommen als das normalerweise der Fall ist. Beim Servieren und Abräumen bedeutet das neue Bewegungsabläufe und ein Umdenken.

Medienstelle:

Pogastro.com, 6048 Horw
Tel. +41 41 500 75 51, thomas@pogastro.com

Tipp 2: Reservierungen annehmen

Stehen nur wenige Tische zur Verfügung, bedeutet das unter Umständen, dass Gäste keinen Platz bekommen oder warten müssen. Mit einem klar kommunizierten Reservierungssystem kann das verhindert werden. Ob Reservierungen telefonisch, per E-Mail, SMS, WhatsApp, auf Facebook oder auf anderem Weg entgegengenommen werden, ist erst einmal nicht so wichtig. Wichtiger ist, dass sich Kunden und Kundinnen mit diesem exklusiven System und der einhergehenden Behandlung umworben und geschmeichelt fühlen. Wer eine Reservierung hat, bekommt garantiert einen Tisch. Und dieser Tisch steht auch noch in ausreichendem Abstand zu allen anderen Gästen. Das suggeriert nicht nur Sicherheit, sondern auch Exklusivität. Ein Ticket-System, das über eine Bezahlung den Willkommensekt oder eine andere (vielleicht auch individuell wählbare) Begrüssung garantiert, schützt vor Missbrauch.

Tipp 3: Mit den Gästen kommunizieren - online

Wie können Restaurants überleben, wenn die Laufkundschaft fehlt? Eine Möglichkeit sieht Holenstein in der engen Kommunikation online. Der digitale Raum bietet Restaurants ganz neue Wege, mit den Gästen in Kontakt zu treten. Das muss nicht gleich eine professionelle Website mit Buchungssystem, Menü-Vorbestellung und anderem Schnickschnack sein. Manche Gäste freuen sich auch über die Möglichkeit, per E-Mail über Neuerungen in Sachen Speisekarte auf dem Laufenden gehalten zu werden. Wieder andere wollen bei Instagram umworben werden oder wollen sich per Facebook vernetzen. Welche Medien in welchem Mass genau genutzt werden, hängt von der Gästeschaft ab. Was sind die präferierten Kommunikationswege? Das können Fragebögen klären, oder es wird einfach ausprobiert. Der Online-Auftritt kann mit Special Events, die nur online erhältlich sind, dem Reservierungssystem oder anderen Extras verbunden werden, muss aber nicht.

Medienstelle:

Pogastro.com, 6048 Horw
Tel. +41 41 500 75 51, thomas@pogastro.com

Tipp 4: Service neu denken, Click and Collect auch in "normaleren" Zeiten

Die beiden Lockdowns haben es bereits gezeigt: Bei vielen Gastronomien ist auch ein Lieferservice oder ein Abhol-Angebot denkbar. Aber warum sollte das auf den Lockdown beschränkt bleiben? Natürlich kann auch bei herrschender Gastrophobie noch ein Click-and-Collect-Service stattfinden! Vielleicht kommen manche Gäste ja richtiggehend auf den Geschmack? Denkbar sind weitere Konzepte: Vielleicht kommt ein spezielles Lieferangebot für ortsansässige Unternehmen gut an, eine Art Catering für die Mittagspause? Oder es lohnt, für Feierabend-Menüs zu werben? Immerhin sind viele Menschen nach einem langen Tag im Büro oder in der Produktion nicht mehr in der Laune, zu Hause zu kochen. Das sind Konzepte, die auch ausserhalb von Kontaktbeschränkungen und Lockdown gut funktionieren. Denkbar sind auch Kooperationen mit lokalen Serviceunternehmen, beispielsweise Lieferdiensten. Denn nicht alle Kunden und Kundinnen wollen selbst abholen - es darf natürlich geliefert werden.

Tipp 5: Spezielle Angebote für spezielle Gäste

Laufkundschaft ist das eine - die Stammkundschaft ist eine andere Geschichte. Wie hält man sich Gäste bei Laune, die eigentlich regelmässig kommen oder gerne kommen würden, wenn sie denn dürften oder könnten? Zuerst einmal muss natürlich die Kommunikation stimmen. Auch bei der Stammkundschaft ist wichtig, dass das Vertrauen gegeben ist. Hygienemassnahmen, mehr Platz pro Gast, Reservierungssysteme und Online-Angebot können durchaus vertrauensbildende Massnahmen sein. Der zweite Punkt ist, die Stammgäste zu verwöhnen. Denn es gibt eine Zeit nach Corona. Vielleicht wird das Virus nicht verschwinden, aber wir werden uns daran gewöhnen. Und dann geht das Leben wieder seinen gewohnten Weg, inklusive der Gastronomie. Menschen werden wieder auswärts essen, werden mit Familie und Freunden in Restaurants feiern.

Medienstelle:

Pogastro.com, 6048 Horw
Tel. +41 41 500 75 51, thomas@pogastro.com

Wer seine Gäste verwöhnen und Vertrauen in eine gute Zeit generieren will, kann beispielsweise Geburtstagsangebote oder Geschenkgutscheine für besondere Gäste erstellen. Das Catering-Angebot wird vielleicht von der Stammkundschaft gerne angenommen. Denkbar sind Geschenkgutscheine für geschlossene Gesellschaften mit einer festgelegten Anzahl von Gästen, individuell zusammengestellte Wunschmenüs oder Ähnliches. Gerade in der Gastronomie ist schliesslich Kreativität gefragt!

Fazit: Vertrauensbildung und Umdenken - Gastrophobie vergeht

Der Mensch ist ein Gewohnheitstier. Dementsprechend dürfen Gastronomen und Gastronominnen darauf vertrauen, dass die meisten Menschen sich an mehr Abstand, Maskenpflicht und gelegentliche Einschränkungen gewöhnen werden und trotzdem irgendwann wieder ganz normal ins Restaurant zum Essen kommen. Leichter wird die Gewöhnung, wenn Vertrauen aufgebaut und Sicherheit kommuniziert wird. Dazu gehört auch, neue Wege zu gehen, neue Konzepte zu finden und sich den jeweiligen Vorschriften und Einschränkungen so schnell wie möglich anzupassen - bei gleichbleibend gutem oder noch besserem Service natürlich. Das schafft Vertrauen und Zuversicht bei Gästen wie Personal. Und nicht zuletzt tun sich neue Geschäftswege auf, die über die Corona-Pandemie hinaus Bestand haben können!

Thomas Holenstein schafft die digitalen Lösungen für die Gastronomie auf den beiden Plattformen pogastro.com (Marketingautomatisierung) und sichergeniessen.com (Image-Offensive / Kundenansprache). Sein Ziel ist es, Gastronomie so viel wie möglich und vor allem so intensiv wie sinnvoll zu digitalisieren. Seine Erfolge sprechen für sich, gerade in den Jahren 2020 und 2021.

Medienstelle:

Pogastro.com, 6048 Horw
Tel. +41 41 500 75 51, thomas@pogastro.com

Über Pogastro.com:

Pogastro.com ist Teil der Precom Group AG und gehört seit Jahren zu den effektivsten Vermarktungstools in der Gastronomie. Pogastro.com unterstützt gastronomische Unternehmen in der Digitalisierung und dem Marketing. So zum Beispiel mit digitalen Speisekarten, Webauftritten, Reservierungslösungen, Covid-19-Gäste-Registrierungen oder Promotions-Werkzeugen für Social Media. Pogastro.com präsentiert Gästen mit seinem öffentlichen Verzeichnis die leckersten Angebote aus der Welt der Gastronomie und ist die Initiantin der Kampagne #sichergenießen, die nach Corona das Vertrauen in die Gastro-Branche wieder stärken soll.

Informationen unter www.pogastro.com und www.sichergeniesen.com.

Medienstelle:

Pogastro.com, 6048 Horw
Tel. +41 41 500 75 51, thomas@pogastro.com