



# FAHRPLAN

ZUR WIEDERERÖFFNUNG GASTRONOMIE UND HOTELLERIE

**10. MAI 2020**

---



# INHALTSVERZEICHNIS

---

Einführung.....	3
1. DAS KANN ICH AKTUELL IM BETRIEB ERLEDIGEN .....	4
2. WAS PASSIERT MIT MIR UND MEINEM BETRIEB, WENN DIE TÜREN WIEDER GEÖFFNET SIND? .....	6
3. MARKETING BESSER AUFSTELLEN .....	7
4. ARBEITGEBER-MARKE – Mitarbeiter Marketing.....	10
5. HYGIENE-KONZEPT .....	12
6. ZUSÄTZLICHE PRAKTISCHE Tipps.....	14
7. LIQUIDITÄT AUFBAUEN .....	19
Wer sind wir, über hogaQ.....	20

# EINFÜHRUNG

Ein weiter so wie bisher kann es nicht geben!

Zwei Monate nach dem Lockdown der Hotellerie und Gastronomie wird die Wiedereröffnung unter Auflagen genehmigt. Je nach Bundesland unterscheiden sich die Lockerungen.

Nach der ersten Euphorie kommen jedoch die Bedenken!

- Wie kann der Betrieb mit den Einschränkungen wirtschaftlich geführt werden?
- Was muss ich tun, damit ich öffnen darf?
- Wie kann ich mein Konzept ändern, damit ich nicht jeden Tag noch mehr Minus mache.

Viele Fragen stehen im Raum.

Mit diesem Fahrplan, der von unseren Experten erstellt wurde, wollen wir Ihnen Tipps, Denkanstöße und wichtige Hinweise geben.

Die Branche muss Um- und Neudenken!

Wir unterstützen Sie dabei!

[www.hogaQ.de](http://www.hogaQ.de)

# 1. DAS KANN ICH AKTUELL IM BETRIEB ERLEDIGEN

Während der Krise als Sofortmaßnahmen, aber auch dauerhaft.

## **Liquidität erhalten**

- Ausgaben auf den Prüfstein legen, wird es tatsächlich benötigt Daueraufträge, Abos etc. kündigen. Überprüfung Sales and Lease Back z.B. bei PKWs, IT Hardware, Küchengeräten
- Miete / fixe Kosten / Versicherungen, Storm, Müll etc. mit Vermieter/Versorgern/Behörden in Kontakt treten und über Stundungen sprechen.
- Mit Lieferanten in Kontakt bleiben
- Kurzarbeit beantragen, ggf. Kündigungen aussprechen.
- Verkauf nicht betrieblich notwendiger Wirtschaftsgüter oder Anlagen und Grundstücke
- Erhöhung Lagerumschlagshäufigkeit, das heißt Lagebestände reduzieren, Verzicht auf geplante Investitionen und Konzentration ausschließlich auf betrieblich notwendige Maßnahmen
- Prüfung welche Lieferungen und Bestellungen kurzfristig ausgesetzt werden können wie. u.a. Zeitungen, Zeitschriften und sonstige Abonnements

## **Betriebswirtschaftliche Aufgaben**

- mit den Zahlen beschäftigen wie BWA, Summen-Salden-Listen, offene Posten Listen. Sprechen Sie mit Ihrem Steuerberater, dass er es Ihnen erläutert. Buchhaltungssysteme bieten auch online Schulungen.
- Kalkulation überprüfen und eventuell anpassen
- Rezepturen überprüfen und anpassen

## **Mitarbeiter**

- Aufbau Arbeitgeber-Marke
- Schulungen mit den einzelnen Bereichen

## **Aktionen planen und durchführen**

- To Go Angebote (Speisen und Getränke)
- Gutscheinverkauf
- Veranstaltung planen nach #thetimeaftercorona

## **Im Haus selbst**

- Renovierungsaktionen mit Team durchführen – auch Personalräume
- Garten/Terrasse vorbereiten für den Sommer
- Reinigungsarbeiten in Küche, Restaurant, Zimmern und Fluren etc.
- Regelmäßig Wasser laufen lassen wegen Legionellen

## **Strategische Maßnahmen**

- Positionierung
- Budgetplanung
- Konzept überdenken und ggf. anpassen
- Kreativität fördern, Querdenken, alte Denkmuster aufbrechen

## **Hygienekonzept**

Ulrike Scheefer- [www.scheefer-hotelberatung.de](http://www.scheefer-hotelberatung.de), Michel Stoll-[www.kanzlei-stoll.de](http://www.kanzlei-stoll.de) ,  
Nadine Wleklinski- [www.chi-unternehmensberatung.de](http://www.chi-unternehmensberatung.de),  
Maria-Luise Gerber, [www.unternehmensberatung-gerber.com](http://www.unternehmensberatung-gerber.com)

## 2. WAS PASSIERT MIT MIR UND MEINEM BETRIEB, WENN DIE TÜREN WIEDER GEÖFFNET SIND?

Gedanken zu, wie wird es sein, Szenarien erstellen und durchspielen!

- Wie sind die Erwartungshaltungen unserer Gäste? Werden sie gelassener, großzügiger, sparsamer, verhaltener?
- Was tue ich für meinen Gast, der mir in den letzten Wochen treu war?
- Wie verhalte ich mich gegenüber meinen Mitarbeitern, Kollegen, Lieferanten, Familien. Den Behörden und Unternehmen, mit denen ich in Kontakt bin.
- Was schon vor dem Virus anging, wird fortgesetzt: Die globalisierte Gesellschaft entwickelt sich und besinnt sich auf die lokalen Strukturen. Gäste legen mehr Wert auf Regionalität der Produkte und Erzeugnisse.
- Die Kartoffel vom Bauer in der Nachbarschaft ist das neue Powerfood. Die Menschen reflektieren, wo die Güter herkommen, heimische Alternativen werden wiederentdeckt. Der stationäre Handel, regionale Produkte und Lieferketten erleben einen Aufschwung und eine Blüte der Direktvermarktung: Wochenmärkte und Regionale Erzeuger haben Konjunktur.
- Gemeinschaft wird im Kleinen gesucht, Urlaub im eigenen Land ist weiter im Trend. Nachhaltigkeit und Wir-Kultur sind wichtige Werte die lokal und nicht global gelebt und gedacht werden.

*Die Stunden der Not soll man vergessen.  
Was sie lehrten, soll man keinesfalls vergessen!*  
(Salomon Geßner, 1730-1788)

Michel van Goethem, [www.horeca-beratung.de](http://www.horeca-beratung.de)

## 3. MARKETING BESSER AUFSTELLEN

**Nutzen Sie die Chance, Ihr Marketing für die Zeit nach Corona besser aufzustellen.** Studien zeigen, dass es in Krisenzeiten sinnvoll ist, weiter ins Marketing zu investieren. Unternehmen, die in dieser Zeit aktiv sind, können in der Regel ihren Marktanteil ausbauen.

### Marke und Positionierung

- Ist Ihre Marke inhaltlich und optisch noch zeitgemäß?
- Ist die Positionierung klar und gibt eine Antwort auf das „Warum“?
- Ist Ihre Markenbotschaft werte- und nutzenorientiert formuliert?

### Marketing und Kommunikationsziele

- Sind Ihre Marketingziele auf die veränderte Lage angepasst?
- Passen Ihre Kommunikationsziele noch in die derzeitige Situation? '
- Umfassen die Ziele auch die Erreichung neuer Zielgruppen?

### Bestandsaufnahme Marketingaktivitäten

- Welche Marketingmaßnahmen sind offline und online vorhanden?
- Was lässt sich ab sofort runterfahren oder ganz streichen?
- Was ist zusätzlich möglich / lässt sich von offline zu online umbauen?

### Website

- Kommuniziert Ihre Homepage alle zur Zeit gefragten Informationen?
- Sind Angebot, Struktur, Texte, Bilder, CTAs und Design aktuell?
- Ist eine Landingpage für die Kommunikation in der Krise umsetzbar?

## **Suchmaschinenoptimierung**

- Ist in letzter Zeit ein SEC-Check Ihrer Website durchgeführt worden?
- Wurden alle OnSite-Optimierungsmöglichkeiten genutzt?
- Welche Partner / Lieferanten können um Backlinks gebeten werden?

## **Google My Business (GMB)**

- Ist ein GMB-Eintrag vorhanden und sind die Infos / Daten aktuell?
- Müssen veraltete Fotos ausgetauscht und neue hinzugefügt werden?
- Wird die Möglichkeit genutzt, regelmäßig Beiträge in GMB zu posten?

## **Social Media**

- Sind alle passenden Netzwerke eingerichtet und aussagekräftig?
- Sind die Netzwerke in Impressum + Datenschutzerklärung erwähnt?
- Ist sichergestellt, dass die Kommunikation in der Krise nicht abreißt?

## **Bewertungen**

- Sind alle Bewertungsportale bekannt / die Bewertungen beantwortet?
- Welche Kunden können jetzt für Bewertungen motiviert werden?
- Wird ein eigenes Bewertungsportal wie ProvenExpert eingesetzt?

## **Newsletter**

- Ist die Newsletter-Datenbank erstellt oder aktiv in Vorbereitung?
- Sind ein Redaktionsplan und eine Gestaltungsvorlage erstellt?
- Ist ein passender, kostengünstiger Anbieter ausgewählt?



## **Online-Adressverzeichnisse**

- In welchen Adressportalen ist das Unternehmen bereits eingetragen?
- Wurden die vorhandenen Einträge auf Aktualität geprüft?
- Welche weiteren Möglichkeiten für kostenlose Einträge bestehen?

## **Ideen**

- Welche weiteren Marketingmöglichkeiten/Koops können genutzt werden?  
Shop, Blog, Podcast, Live Streaming, Chatbot, Gutscheine, Merchandising  
Social Media: Instagram, Pinterest, YouTube, Xing, LinkedIn, Twitter.  
Haben Sie eine kleine Take-away- oder Lieferkarte ins Netz gestellt?

## **Speisekarte**

- Haben Sie einen verkleinerten Take away- oder Lieferkarte ins Netz gestellt?
- Ist Ihre reguläre Speisekarte in Gestaltung, Text und Preisen aktuell?
- Haben Sie Tipps & Tricks aus unserem Blogartikel zum Speisekartenmarketing umgesetzt?

Andreas Pfeifer, [www.die-heldenhelfer.de](http://www.die-heldenhelfer.de)

## 4. ARBEITGEBER-MARKE – MITARBEITER MARKETING

ArbeitgeberMarke ist mehr als nur Mitarbeiter suchen-findend-halten, es beginnt mit Ihren Werten!

Gerade jetzt in der unfreiwilligen Pause, ist Zeit sich über seine Arbeitgeber-Marke Gedanken zu machen. Was können Sie als Unternehmer jetzt tun, im allein und gemeinsam mit Ihren Führungskräften und Mitarbeitern:

### **Vision / Mission / Werte**

- Haben sie eine Vision? – Wo wollen Sie mit Ihrem Unternehmen hin?
- Was ist Ihre Mission? – Warum Tun Sie was Sie tun?
- Wie sehen Ihre Werte aus? – was ist Ihnen Wichtig im Umgang mit Ihren Mitarbeitern, Gästen und Lieferanten?

### **Strukturen**

- Arbeitsplätze genau unter die Lupe nehmen, Aufgaben und Funktionen neu überdenken
- Abläufe überdenken und anpassen
- Stellenbeschreibungen überarbeiten und anpassen
- Sind die Mitarbeiter nach Ihren Fähigkeiten eingesetzt
- Arbeitszeit Modelle entwickeln
- Home-Office Möglichkeiten schaffen, gibt es Tätigkeiten, die von zuhause aus erledigt werden können.
- Personaleinsatzplanung,
  - wann brauche ich welche Mitarbeiter (gerade, wenn zu Beginn weniger gebraucht werden)
  - längerfristige Planung, kann eine grob Planung für vier Wochen gemacht werden.
- Prozesse automatisieren und digitalisieren falls möglich

## Mitarbeiter

- Mit allen Mitarbeitern auch den Aushilfen aktiv und transparent kommunizieren
- Leitbild erarbeiten
- Den Mitarbeitern als Ansprechpartner bei Fragen zur Verfügung stehen ihnen bei Sorgen, Ängsten und Nöten zuhören. Ihre Probleme ernst nehmen. Gemeinsam nach Lösungen schauen.
- Neue Konzepte gemeinsam mit den Mitarbeitern erarbeiten, wenn sie beteiligt werden, ist die Umsetzung einfacher.
- Die Mitarbeiter auf die Änderungen vorbereiten, mit dem eigenen Hygienekonzept vertraut machen.
- Wertschätzender Umgang mit den Mitarbeitern
- Den Mitarbeitern erklären, warum diese oder jene Entscheidung getroffen wurde.
- Mitarbeiter Benefits, was können Sie Ihren Mitarbeitern bieten Weiterbildungskonzepte, Förderung, Zuschuss zu Fitness Studio etc.

## Führung

- Ihre Mitarbeiter brauchen in dieser Zeit ein Fels in der Brandung.
- Auf die Bedürfnisse der Mitarbeiter eingehen, besonders in einer Übergangszeit, wenn die Betreuung der Kinder durch Kita und Schule noch nicht wie vorher gewährleistet ist.
- Legen Sie den Grundstein, um nach dieser Zeit die Aufgaben auch wirklich zu delegieren und nicht nur zu verteilen.  
**Delegieren heißt Mitarbeiter zu befähigen**
- Machen Sie Ihre Mitarbeiter zu Botschaftern für Ihr Unternehmen und für potenzielle Mitarbeiter

## 5. HYGIENE-KONZEPT

Zusätzlich zu dem HACCP-Konzept wird nun ein zusätzliches für alle Bereiche des Betriebes benötigt.

Viele Organisationen wie BGN, Dehoga und TÜV Süd haben Konzepte erstellt. Wichtig ist jedoch, dass Sie ein individuelles für Ihren Betrieb erstellen, dabei können Sie sich an den Empfehlungen orientieren.

Hier nur ein paar Tipps

- Informieren Sie sich über Gefährdungsbeurteilungen, Pandemie und Infektionsschutznotfallpläne. Hierfür finden Sie viele hilfreiche Tipps auf den Seiten der [www.bgn.de](http://www.bgn.de)
- Informieren Sie sich wie Sie die unterschiedlichen Oberflächen und Gegenstände in Ihrem Haus mit desinfizierenden Mitteln reinigen können, ohne die Flächen zu schädigen.
  - Erstellen Sie Reinigungspläne für die Mitarbeiter
  - Weisen Sie die Mitarbeiter ein
  - Analog zu Ihrem HACCP Konzept in der Küche
  - Legen Sie die Datenblätter für die Reinigungsmittel so ab, dass alle Mitarbeiter Zugang haben.
- Halten Sie genügend Schutzmasken für Ihre Mitarbeiter vor, egal ob Einmal- oder Stoffmasken. Stoffmasken können zusätzlich als Marketing Instrument genutzt werden. (mit Logo gedruckt und zur Arbeitskleidung passend) Können ggf. auch an Gäste verkauft werden
- Desinfektionsspender an den von Gästen frequentierten Plätzen wie
  - an der Rezeption
  - am Eingang zum Restaurant
  - Tiefgarage
  - Fitness und SPA Bereich
  - Im Toilettenbereich
  - Kleine Fläschchen auf den Zimmern, sollte dann gebrandet sein
  - Als Give away bei der Abreise, auch gebrandet
  - Aber auch die Mitarbeiter Bereich nicht vergessen
  - und, und schauen sie sich genau in ihrem Betrieb um.

- Trennwände aus Glas oder Plexiglas an der Rezeption
- Ausreichend Platz zwischen den Tischen, je nach Bundesland unterschiedlich. Tische und Stühle rausnehmen bzw. nicht belegen.
- Wie können Sie die Speisekarten hygienisch halten. Diese gehen durch viele Hände, können Sie sie gut desinfizieren, ggf. auf digitale Lösungen setzen.
- Auch die Gäste Info Mappe im Zimmer, auch hier gibt es gute digitale Lösungen.
- Informieren sie die Gäste über ihr Konzept, seien sie transparent.
- Machen Sie gemeinsame Sache mit ihren Kollegen, denn gemeinsam sind sie STARK! Die Branche braucht den Zusammenhalt.
- Dokumentation der Gäste, denken sie hier an den Datenschutz. Keine Listen die offen rumliegen. Beachten sie auch die Aufbewahrungsfristen.

#### Linksammlung:

<https://www.tuvsud.com/de-de/branchen/gesundheit-und-medizintechnik/gesundheit-und-hygiene/hygieneinspektion>

<https://www.dehoga-hessen.de/branchenthemen/corona-krise-wiedereroeffnung-des-gastgewerbes/>

<https://www.bgn.de/corona/handlungshilfen-fuer-betriebe>

Maria-Luise Gerber, [www.unternehmensberatung-gerber.com](http://www.unternehmensberatung-gerber.com)

## 6. ZUSÄTZLICHE PRAKTISCHE TIPPS

### ➤ **Macht es Sinn überhaupt zu öffnen?**

- Die Wirtschaftlichkeit muss im Vordergrund stehen. Dann ich zumindest die Kosten decken.
- Oder kann ich es mir Leisten, mit nur 40% des regulären Umsatzes bei gleichbleibenden Kosten zu öffnen.
- Wie lange kann ich dies durchhalten?
- Dabei alle Kosten in Betracht ziehen, Fixe wie Variable.
- Personalplanung welche und wie viele Mitarbeiter brauchen sie für die geringere Auslastung.
- Den Einkauf gut planen, Einkaufsverhalten an die geänderten Bedingungen anpassen.

Diese Fragen sollten sie sich stellen und genau überdenken, ggf. mit ihrem Steuerberater oder Berater durchrechnen. Szenaren erstellen wie lange sie mit welchen Umsätzen weitermachen können.

### ➤ **Take away 2.0**

- Weiterhin Speisen to go anbieten
- Vorbereitete Boxen für zuhause zum Grillen mit Fleisch/fleischlosen Alternativen, Beilagen/Salaten, Soßen und Dips auch in verschiedenen Portionsgrößen
- Passende Getränke wie Weine/Bier zu den Speisen/Menüs mit anbieten. Warum nicht Cocktail zu go!
- Für die schnelle Küche, Sous Vide vorbereitete Lebensmittel fürs erwärmen zu Hause z.B. Pasta Soßen, Suppen/Eintöpfe, Fisch und Fleisch mit Beilagen

- **Schulungen / Workshops** per Video für die Gäste, die Gäste interessieren sich aufgrund der derzeitigen Krise besonders für die Lagerhaltung und das Haltbar machen von Lebensmitteln. Hier lassen sich auch gut ihre Azubis einbinden.

- Haltbarmachung von Lebensmitteln, vorkochen und vakuumieren und einfrieren.
- Einkochen wie zu Omas Zeiten, säuern und fermentieren, in Öl einlegen z.B. Antipasti
- Wie die vorbereiteten Speisen zubereitet werden, mit Kräutern oder anderen Lebensmitteln etc. abgewandelt werden können oder einfach schön auf dem Teller angerichtet werden können

- **Hygienische Möglichkeiten der Essensausgabe**

#### **Bestellsystem via Beeper**

- Beeper haben sich bei unseren Nachbarn in den Niederlanden schon teilweise etabliert, besonders in großen Freizeithotels. Es sorgt dafür dass zum einen die Speisen zur Selbstabholung am Tresen bereitgestellt werden, somit wird das Personal entlastet und die Hygienemaßnahmen können sichergestellt werden
- Hier sollte im Restaurant an einer qualitativ hochwertigen Umsetzung gefeilt werden, so dass möglichst kein Kantinen Charakter entsteht
- Einige Hersteller bieten diese Geräte auch leihweise an

#### **Arbeiten mit Clochen**

- Die Speisen werden abgedeckt vor dem Gast eingesetzt. Erst dann werden sie von den Servicekräften oder vom Gast selbst abgenommen.

### ➤ **Alternativen für Papier Speisekarten**

- Digitale Lösungen, Speisekarte via Tablet
- Erstellen Sie z. B. kleine Glaswürfel mit eingeschliffenem integriertem QR-Code bzw. Tischaufsteller welchen Sie als Deko auf die Tische platzieren. Durch Abscannen holt man sich die Speisekarte auf das Smartphone.
- Weitere Möglichkeiten: Tischset mit Speisekarte, die nach dem Gast entsorgt werden, Projektion von Speisekarte und Barcodes an die Wände des Restaurants (teilweise flexibler) ggf. digitale Anzeigetafeln, Tafeln an der Wand zum Beschriften.

### ➤ **Sorgen Sie für eine höhere Tisch- und Stuhlschlaghäufigkeit**

- Erstellen Sie wohlwollend geschriebenen Flyer und legen Sie diese auf den Tischen aus und kommunizieren Sie mit Ihren Gästen, dass gerade mit den ersten Lockerungen die Anzahl der sich im Restaurant befindlichen Personenanzahl reduziert wird und fordern Sie zum Reservieren auf
- Führen Sie zwei Essenschichten im Restaurant ein, im Ausland oder auf Kreuzfahrtschiffen üblich. z. B. Mittagessen 11.30 bis 13.00 und von 13.15 bis 14.30 Uhr, abends vom 17.00 bis 20.30 und von 20.45 Uhr bis zum Ende der erlaubten Öffnungszeit.

### ➤ **Plexiglasabtrennungen auf den Tischen**

- Dies wird zu Anfang für alle Parteien befremdlich sein, aber vielleicht eine denkbare Auflage der Gesundheitsbehörden werden
- Hier gibt es vielleicht diverse Möglichkeiten diese Wände aufzuwerten, sprechen Sie dazu mögliche Hersteller an



➤ **Einrichten von Shops in ihrem Hotel/Restaurant**

- Kooperieren Sie mit regionalen Einzelhändlern Non Food und verkaufen Sie gegen Provision ausgewählte Produkte in Ihrem Restaurant oder Hotel aus. (sollte zu ihren Passen)
- Entwickeln Sie mit Ihren Lieferanten Eigenmarken wie Ihr Hauswein mit eigenem Label, oder mit Ihrem Brenner eine Eigenkreation eines Gins, Obstbrandes etc.
- Verkauf von eigenen Produkten, Soßen, Chutneys, Marmeladen oder in Gläser eingemachte Speisen z.B. Schmorgerichte etc. Ihrer eigenen Kreativität sind keine Grenzen gesetzt

➤ **Bleiben Sie bei Ihren Stammgästen in Erinnerung:**

Nehmen Sie Kontakt zu Ihnen auf

- Rufen sie Ihre Stammgäste doch mal spontan an.
- Schreiben Sie eine individuelle Postkarte (Bild vom Hotel/Restaurant mit einem Text wir vermissen Sie etc. oder einen motivierenden Spruch, dann aber das Logo nicht vergessen oder in Form eines Gutscheines)
- Schicken Sie ein Erinnerungspäckchen, mit einem Souvenir ihres Hauses, wie selbstgemachte Marmelade oder Pesto, einer Seife oder kleines Fläschchen Händedesinfektion alles mit Logo. Schreiben Sie ein paar persönliche Zeilen dazu.

➤ **Denken Sie möglicherweise auch über Spendenaktionen nach**

- z.B. Die Erlöse bestimmter Produktgruppen gehen an gemeinnützige Vereine, an Sportvereine, soziale Einrichtungen in ihrer Nähe oder auch ein weltweites Hilfsprojekt.
- Sie können auch eine feste Summe (z.B. 1 Euro pro Gast/Bestellung etc., bzw. auch Ihre Gäste dazu animieren mitzumachen durch Aufrunden)

WICHTIG: Das Projekt sollte zu Ihnen und Ihren Werten passen, damit Sie es glaubwürdig vertreten können. Informieren Sie regelmäßig über den Stand auf Ihren Social-Media-Kanälen oder der Presse.

**Denken Sie daran: alles was man teilt, kommt doppelt zurück.**

Nadine Wleklinski, [www.chi-unternehmensberatung.de](http://www.chi-unternehmensberatung.de) , Maria-Luise Gerber [www.hogaQ.de](http://www.hogaQ.de)

## 7. LIQUIDITÄT AUFBAUEN

In der ersten Phase nach dem Lockdown war es wichtig die Liquidität zu erhalten und sichern. Um langfristig erfolgreich zu sein, müssen Sie neben regelmäßigen Instandhaltungsarbeiten auch die Liquidität aufbauen. Dies ist nicht einfach in der Branche aber nicht unmöglich.

- Überprüfen bzw. passen sie die Jahresplanung an, sollten sie bisher keine gemacht haben beginnen sie jetzt.
- Passt ihr Konzept noch, stellen sie gemeinsam mit Ihrem Team alles in Frage! Gibt es Kooperationen, die sie eingehen können.
- Überarbeiten sie gemeinsam mit Ihrem Küchen-Team die Speisekarte. Sind die Gerichte noch zeitgemäß, passen sie noch zu ihrem Konzept. Sind die Preise durchkalkuliert.
- Überprüfen Sie ihren Einkauf, passt ihr Preis-Leistungsverhältnis. Nicht das billigste Angebot ist immer das günstigste.
- Können Sie Zusatzerlöse erwirtschaften. Eigene Produkte verkaufen, ihren Gästen Zusatzangebote machen, z.B. Fahrradverleih etc.
- Skonto bei Rechnungen nutzen
- Neuanschaffungen überdenken, Leasing statt Kauf z.B.
- Täglich ein kleiner Prozentsatz vom Umsatz auf ein anderes Konto legen, z.B. 3% bei 1.500€ Umsatz - Rücklage 45€ pro Tag (bei 25 Öffnungstagen sind es 1125€ pro Monat, im Jahr ca. 13.500€, bei 5% sind es am Ende eines Jahres über 22.000€!)

In Krisenzeiten ist Kreativität gefragt,  
Querdenken, Anders sein,  
sich von alten Zöpfen verschieden,  
auch Reflektieren.  
Alle dies ist gefragt.

Seien Sie Mutig! Gehe Sie neue Weg!  
Ein weiter So, bringt uns Alle nicht weiter!

Maria-Luise Gerber, [www.unternehmensberatung-gerber.com](http://www.unternehmensberatung-gerber.com)



## WER SIND WIR, ÜBER HOGAQ

Keine theoretischen Ratschläge, sondern aus der Praxis für die Praxis, mit Wissen und Knowhow, das in der Praxis umsetzbar ist!

hogaQ ist aus einer Frage entstanden: Weshalb gibt es im Internet keine Netzwerk-Plattform für Beratungsspezialisten ausschließlich für Hotellerie und Gastronomie? Denn das was gab, war nicht nach Branchenschwerpunkten getrennt und genügte zudem unseren Qualitätsansprüchen nicht. Das war der Anlass im Jahr 2016 das Unternehmen hogaQ – damals noch eine reine Internetplattform – aus der Taufe zu heben.

hogaQ begleitet Sie von der ersten Geschäftsidee bis zur Realisierung und darüber hinaus. Wir hinterlassen deutliche Spuren bei unseren Klienten, wenn wir dort im Einsatz sind. Unsere Resultate sind messbar, und wir bieten Lösungen, die dauerhaft funktionieren. Dabei stellen wir immer den Menschen in den Mittelpunkt – trotz oder gerade wegen der rasanten Entwicklung der Digitalisierung auch in der HoGa-Branche. Ein fairer Partner, der für seine Branche lebt!

Alle unsere Beraterinnen und Berater haben mehrjährige Berufserfahrung in oder mit der HoGa-Branche, einen hohen Qualitätsanspruch und sind Köpfer ihres Fachs!

Wir unterstützen und helfen Ihnen dabei, erfolgreich in die Zukunft zu gehen.

[www.hogaQ.de](http://www.hogaQ.de)

P.S. Dies ist als Impulsgeber gedacht. Bitte beachten Sie die ständig wechselnden Vorgaben der einzelnen Bundesländer.