

Aktuelle Referate

Themen

1. Qualität in der Gastronomie

In Bezug auf Food & Beverages, Dienstleistungen und „Raum & Aufenthalt“

Abstract	<ul style="list-style-type: none">_ Das Referat zum Thema „Qualität“ betrachtet die drei wichtigsten Qualitätsaspekte in der Gastronomie: 1. Qualität von Food und Beverages, 2. Qualität von Raum und Aufenthalt, 3. Qualität der erbrachten Dienstleistung_ Diese Qualitätsaspekte sind durch das Umfeld/den Markt und seine Potentiale sowie aktuelle Trends beeinflusst_ Das erste Kapitel beschäftigt sich daher mit einem Rückblick sowie einem kurzen Ausblick auf den Schweizer Restaurantmarkt_ Im zweiten Kapitel werden die wichtigsten globalen Entwicklungen und Trends in Bezug auf die Qualität für die Gastronomie dargestellt_ Bevor die einzelnen Qualitäten genauer beschrieben werden, wird der aktuelle Stand der Dinge erläutert - was passiert im Markt_ Der Schwerpunkt des Referats liegt dann auf den drei genannten Qualitätsaspekten aufgeteilt in weitere Unterpunkte_ Zu den einzelnen Unterpunkten werden jeweils praktische Umsetzungsbeispiele für die Gastronomie vorgestellt
-----------------	---

2. Nachhaltigkeit

Beispiele zur Umsetzung in der Gastronomie

Abstract	<ul style="list-style-type: none">_ Das Referat zum Thema „Nachhaltigkeit“ zeigt Beispiele auf, wie Nachhaltigkeit in der Gastronomie konkret umgesetzt und gelebt werden kann_ Nachhaltigkeit ist kein neuer Trend. Wir haben nur verlernt danach zu leben und müssen uns wieder darauf zurückbesinnen_ Da die nachhaltige Entwicklung in der Gastronomie ein Zusammenspiel der Gesellschaft, der Herkunft der Produkte, des Produktes selbst, der Produktion/Infrastruktur und des Marketings ist, werden diese Aspekte in einzelnen Kapiteln vertieft betrachtet_ Das Kapitel „Gesellschaft“ analysiert die Umsetzung der Nachhaltigkeit in Bezug auf alle Stakeholder. Das zweite Kapitel „Herkunft der Produkte“ bietet dann eine Checkliste und Beispiele für eine nachhaltige Warenbeschaffung. Daraufhin wird im dritten Kapitel auf die Produkte selbst eingegangen, gefolgt vom vierten Kapitel mit Beispielen zur nachhaltigen Produktion. In Kapitel fünf wird dann gezeigt wie Nachhaltigkeit als Marketing- und Kommunikationstool verwendet werden kann_ Zur besseren Veranschaulichung aller Aspekte werden zum Abschluss erfolgreiche Beispiele aus der Gastronomie aufgezeigt
-----------------	---

3. Pricing Process

Wie finde ich den richtigen Preis für mein Produkt/meine Dienstleistung?

Abstract	<ul style="list-style-type: none">_ Das Referat zum Thema „Pricing Process“ widmet sich dem Preisfindungsprozess in der Gastronomie und „verwandten“ Branchen_ Der „richtige“ Preis wird heutzutage nicht mehr mit der einfachen Berechnung $\text{Foodcost} + \text{Deckungsbeitrag} = \text{Verkaufspreis}$ gefunden. Einflussfaktoren wie z.B. interne Marketingziele oder die Mitbewerber müssen bei einer Preisdefinition miteinbezogen werden_ Daher wird zuerst ein zeitgemässer Pricing Process definiert, um dann die verschiedenen möglichen Pricing Strategien aufzuzeigen und mit aktuellen Beispielen zu belegen_ Der Pricing Process erklärt Step-by-Step was in solch einem Prozess beachtet werden muss und wie vorgegangen werden sollte_ Die im Anschluss vorgestellten Pricing Strategien sind alle in der Gastronomie sowie „verwandten“ Branchen anwendbar_ Die Präsentation wird mit einem Ausblick auf die Ausgabebereitschaft der Konsumenten und die Entwicklung der Preise abgeschlossen
-----------------	--



4. How to Thrill your Guests

Gästeerwartungen an gastronomische Dienstleistungen

Abstract	<ul style="list-style-type: none">_Das Referat zum Thema „Gästeerwartungen/Dienstleistung“ erklärt anhand des „GAP-Modells“ Erwartungshaltungen von Gästen und wie man Gästeerwartungen erfüllen resp. übertreffen kann_Die Gastronomie profitiert von Stammgästen, denn die Kosten einen neuen Gast zu gewinnen, sind fünf mal höher als die für das „bei Laune halten“ eines bereits existierenden Gastes_Die beste „Waffe“ eines Restaurants Gäste zum Wiederkommen zu überzeugen ist die Gästeerwartungen zu übertreffen und dafür müssen „Gaps“ geschlossen werden_Die einzelnen „Gaps“ werden detailliert erklärt und besprochen und mögliche Umsetzungen werden anhand einer Checkliste/Frageliste vorgestellt_Es gilt zu beachten, dass bei dieser Präsentation die „Helikopteransicht“ gewählt wurde, um das Gesamtbild im Auge zu behalten. Hier geht es ergo nicht um detaillierte Serviceabläufe, Wartezeiten etc.
-----------------	--

5. Mitarbeitermotivation

Grundlagen, Möglichkeiten und Beispiele

Abstract	<ul style="list-style-type: none">_Das Referat zum Thema „Mitarbeitermotivation“ zeigt anhand von theoretischen Grundlagen sowie praktischen Umsetzungsbeispielen Möglichkeiten einer zeitgemässen Mitarbeitermotivation auf_Mitarbeitermotivation = Lohnerhöhung ist heutzutage ein Mythos, die Mitarbeitermotivation wird durch weitaus mehr Faktoren beeinflusst_Zu all diesen Faktoren liefert im ersten Kapitel eine weltweite Studie zum Thema Mitarbeitermotivation sehr aufschlussreiche Erkenntnisse_Im zweiten Kapitel wird dann die Theorie hinter der Mitarbeitermotivation aus drei verschiedenen Blickwinkeln betrachtet_Das Kapitel drei verdeutlicht welche Incentives es gibt und wie damit umzugehen ist_Das vierte Kapitel widmet sich dann drei verschiedenen möglichen Umsetzungsbeispielen der Mitarbeitermotivation_Abschliessend wird ein erfolgreich erprobtes Gesamtkonzept der Mitarbeitermotivation in einem Hotel detailliert vorgestellt
-----------------	--

6. Trendanalyse Gesellschaft und Gastronomie

Grundlage für eine erfolgreiche Food & Beverages Konzeption

Abstract	<ul style="list-style-type: none">_Das Referat mit dem Thema „Trendanalyse“ befasst sich vertieft mit den wichtigsten aktuellen Trends in der Gesellschaft und der Gastronomie_Es wird aufgezeigt, dass es wichtig ist die aktuellen Trends zu analysieren, um ein Restaurant erfolgreich zu konzipieren_Zuerst werden Gesellschaftstrends analysiert - ein Blick auf den modernen Mensch unabhängig von der Gastronomie_Nachfolgend werden die Trends in der Gastronomie analysiert mit Fokus auf die Spannungsfelder zwischen Mensch/Konsument und Gastronomie_Anhand einer Gegenüberstellung der beiden Kapitel Gesellschaftstrends und Trends in der Gastronomie wird dann deren Umsetzung zu einer F&B Konzeption erläutert_Abschliessend wird ein kleiner Exkurs zu eindrucklichen Benchmarks in der Gastronomie gemacht
-----------------	---

7. Trendanalyse Gesellschaft und Gastronomie

Grundlage für eine erfolgreiche F&B Konzeption in der Gemeinschaftsverpflegung

Abstract	<ul style="list-style-type: none">_Die Trendanalyse für die Gemeinschaftsverpflegung folgt dem Aufbau der Trendanalyse Gastronomie -siehe Ziffer 6- mit dem Unterschied, dass alle Inhalte auf die Gemeinschaftsverpflegung ausgerichtet sind
-----------------	---

8. Standing out of the Crowd

Wettbewerbsvorteil durch Alleinstellungsmerkmale

Abstract	<ul style="list-style-type: none">_Das Referat „Standing out of the Crowd“ befasst sich mit dem Thema Alleinstellungsmerkmale -USPs, ESPs und EnSPs- in der Gastronomie_Um heutzutage erfolgreich zu sein, braucht ein Restaurant kommunizierbare Unterschiede/ Alleinstellungsmerkmale, denn diese dienen -richtig entwickelt und umgesetzt- als Wettbewerbsvorteile_Was ein Wettbewerbsvorteil ist und wie dieser entsteht wird daher in Kapitel eins des Referats behandelt. Zudem werden hierbei verschiedene mögliche Alleinstellungsmerkmale definiert_Das zweite Kapitel analysiert lokale und internationale Restaurants und Restaurantketten auf ihre Charakteristika, um dann die jeweiligen Alleinstellungsmerkmale herauszufiltern, gefolgt von einem interaktiven Teil, in welchem das davor gelernte bereits angewendet werden kann_Abschliessend wird aufgezeigt, wie man den Prozess für ein spezifisches Restaurant nutzen kann
-----------------	--

9. Trends und Wettbewerbsvorteile

Trends in der Gastronomie als Potential für Wettbewerbsvorteile

Abstract	<ul style="list-style-type: none">_Das Referat zeigt anhand von aktuellen gastronomischen Trends die Potentiale von Alleinstellungsmerkmalen und somit von Wettbewerbsvorteilen auf _Die Trends werden anhand der drei wichtigsten Qualitätsaspekte<ul style="list-style-type: none">_Qualität der erbrachten Dienstleistung_Qualität von Food und Beverages_Raum- und Aufenthaltsqualitätanalysiert und mit Beispielen von innovativen Konzepten plausibilisiert _Neue Entwicklungen zum Thema Preissetzung werden ebenfalls kurz erläutert
-----------------	--

Allgemeines

Alle Referate sind auf eine Dauer von je ca. 45 min ausgerichtet. Sie können jedoch je nach Zeitfenster auch auf ca. 30 min gekürzt oder auf ca. 1 Stunde ausgebaut werden

Je nach Bedarf können die Referate vor oder nach der Präsentation ausgeteilt werden und zudem in elektronischer Form - .ppt oder - .pdf Version- nachgeliefert werden -Verhandlungssache-

Die Referate können vor kleineren oder grösseren Gruppen unter anderem als Kick-off für einen Workshop, als Teil eines Seminars, im Sinne einer Schulung, oder als Key-Note-Referate bei einer Veranstaltung etc. gehalten werden

Gerne halten wir die Referate einzeln, als Serie über einen gewissen Zeitraum verteilt oder auch nacheinander an einem Seminar-Tag

Für ein detailliertes Angebot bitten wir sie uns telefonisch unter +41 44 480 29 29 oder per E-Mail an jl@jiz.ch zu kontaktieren