



PROJEKT REKUK

Berufliche Weiterbildung für KüchenleiterInnen und KöchInnen von Großküchen im nachhaltigen Lebensmittel- und Küchenmanagement

Modul Kommunikation und Marketing Übungsmappe



Haftungsausschluss:

"Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben."

Vers. 2.0



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union



RRRRMMMMAAAAA
Ressourcen Management Agentur





Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



ReKuk
Ressourcen Management Agentur





Urheberschaft und geistiges Eigentum von:

Projektleitung:

Ressourcen Management Agentur (RMA)

Argentinerstr. 48 / 2. OG, 1040 Wien, Österreich, www.rma.at

Hans Daxbeck, Nathalia Kisliakova, Alexandra Weintraud, Irene Popp, Nadine Müller, Stefan Neumayer, Mara Gotschim

Projektpartner (in alphabetischer Reihenfolge):

Associazione Italiana per l'Agricoltura Biologica (AIAB Liguria)

Via Caffaro1/16 - 16124 Genua, Italien, www.aiabliguria.it/

Alessandro Triantafyllidis, Giorgio Scavino, Francesca Coppola

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Branišovská 1645/31A, České Budějovice 2, 370 05 Budweis, Tschechische Republik,

www.jcu.cz/?set_language=cs

Prof. Jan Moudry, Dr. Jan Moudry

Thüringer Ökoherz (TÖH)

Schlachthofstraße 8-10, 99423 Weimar, Deutschland, www.oekoherz.de

Sara Flügel, Franziska Galander



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



ReKUK
Ressourcen Management Agentur





ÜBUNG 1: Akteure im Lebensmittelsystem

Nennen Sie entlang der Ernährungskette (landwirtschaftliche Produktion, Lebensmittelverarbeitung, Großhandel, Einzelhandel, Verbraucher, ...) wichtige Interessensgruppen!

Arbeitnehmer und Arbeitgeber

Behörden

Regierung

Lieferanten

Forschung und Lehre

Medien

Kunden

...



ÜBUNG 2: Kommunikationsplan

Füllen Sie die Tabelle aus und erstellen Sie einen Kommunikationsplan für Ihre Küche!

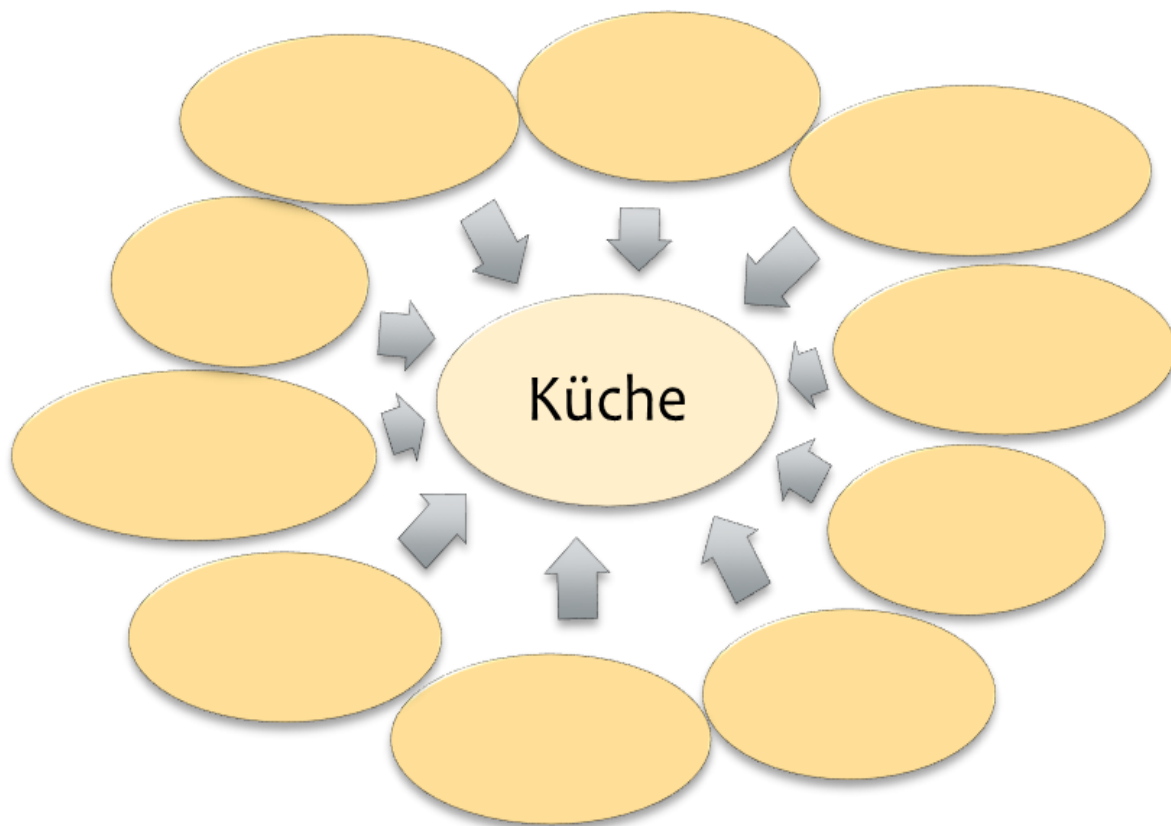
Konzentrieren Sie sich auf Folgendes	Fragestellungen	Notizen
Kommunikationsziele	Was erhoffen Sie sich von Ihrer Projektkommunikation?	individuell
Zielgruppen und Zusammensetzung der Zielgruppen	Mit wem möchten Sie kommunizieren?	
Zweck der Kommunikation	Warum kommunizieren Sie? <i>Denken Sie darüber nach, was Ihre Kunden wissen möchten</i>	
Wichtige Kommunikationseinhalte	Was wollen Sie sagen?	
Informationsquellen	Wo finden Sie die Informationen, die Sie für Ihre Kommunikation sammeln müssen?	
Häufigkeit der Kommunikation	Wie oft möchten Sie kommunizieren? <i>Jeden Tag, Wöchentlich, monatlich, am Ende einer Veranstaltung usw.</i>	
Format und Sendemechanismus der Kommunikation	Wie empfängt die Zielgruppe diese Informationen bevorzugt? Haben Sie vor, weitere Arten von Kommunikation anzubieten? Bericht, Telefon, Website, Besprechung, formelle Präsentation usw.	
Der Messenger	Wer ist der verantwortliche Kommunikator? Wer verbreitet die Informationen?	
Erfolgsmessungen	Woher wissen Sie, ob die Kommunikation funktioniert?	

ÜBUNG 3: Interessensgruppen

Beantworten Sie folgende Fragestellungen und identifizieren Sie Ihre Interessensgruppen!

Individuelle Lösung

- Welche Interessensgruppen sind für Ihre Küche relevant?



Behörden, Kunden, Geldgeber, Lieferanten, Arbeitnehmer, Arbeitgeber, ...

- In welcher Beziehung stehen Sie mit diesen Interessensgruppen?

Individuelle Lösung

- Welche Stakeholder sind besonders wichtig für Ihre Küche?

Individuelle Lösung



ÜBUNG 4: Nutzenversprechen bezogen auf die Kunden und Produkte

Beantworten Sie die folgenden Fragen und finden Sie Ihr Nutzenversprechen heraus!

- Weshalb sollte Ihre Zielgruppe von ihnen anstatt der Konkurrenz kaufen?

Individuelle Lösung

z.B. Kurzer Weg vom Arbeitsplatz,
Fleischspeisen
Frische Salate
Geschmack der Speisen
Freundliches Personal

- Was könnte Ihre potentiellen Kunden abhalten, bei Ihnen zu essen?

Individuelle Lösung

z.B. Gleiche Qualität in gleicher Entfernung

- Was sind die (versteckten) Bedürfnisse Ihrer Kunden?

Individuelle Lösung

z.B. rasches und günstiges Essen

- Wenn sie nur 10 Wörter hätten um zu beschreiben, wieso man bei ihrer Küche und nicht bei einer anderen essen sollte, was würden sie kommunizieren?

Individuelle Lösung

ÜBUNG 5: Nutzenversprechen bezogen auf den Service

Beantworten Sie die drei Fragestellungen zu Ihrem Service!

Individuelle Lösung

z.B. Eigenschaften: frisches Kochen vor den Gästen

Erfahrungen: freundliches Personal

Leistungen: Restaurantqualität in der Großküche



ÜBUNG 6: Marke

Füllen Sie die Tabelle aus, beantworten Sie die unterhalb angeführten Fragen und stellen Sie Ihre Marke vor!

Individuelle Lösung

Ihre lokale Marke ist eine Sammlung vieler Aspekte Ihrer Arbeit und Ihres Unternehmens:

Aspekte	Notizen
Vision und Unternehmensphilosophie	
Mission und Ziele	
Corporate Identity und Geschichte	
Management und Personal	
Eigenschaften und Produktqualität (Wert)	
Stil- und Pflegedienstorganisation	
Preisgestaltung	
Art der Verarbeitung und Beschaffung	
Verkaufstechniken und Vertrieb	
Kundendienst	
Kundenbetreuung und Promotion-Techniken	
Interne und externe Kommunikationsstrategie	
Relevante Produktmärkte	

- Wodurch sticht Ihre Küche hervor?
- Wodurch unterscheiden sich Ihre Speisen von anderen Küchen?

z.B. Kurzer Weg vom Arbeitsplatz, Fleischspeisen, frische Salate, Geschmack der Speisen, freundliches Personal,..

- Was ist Ihre Unternehmensphilosophie? Wie möchten Sie sich präsentieren?

z.B. individueller Service und Qualität



ÜBUNG 7: Kommunikationskanäle

Beantworten Sie die folgenden Fragen und identifizieren Sie Ihre Kommunikationskanäle!

- Über welche Kanäle wird aktuell kommuniziert?

Individuelle Lösung

z.B. Newsletter, Broschüren, Email-Nachrichten, Intranet,...

- Wie können zukünftig mehr Kunden und Nicht-Kunden erreicht werden?

Individuelle Lösung

z.B. Soziale Netzwerke, Veranstaltungen,...

- Welche Kanäle sind gut geeignet für Ihre Küche?

Individuelle Lösung

z.B. Intranet, Newsletter,...

- Wie viel Potential steckt hinter einem neuen Kommunikationskanal?

Individuelle Lösung



ÜBUNG 8: Gästebefragung

Beantworten Sie die folgenden Fragen und notieren Sie Ihre Ideen!

Individuelle Lösung

- Notieren Sie einige Fragestellungen, die Sie Ihren Kunden und Mitarbeitern stellen möchten!

z.B. Wie sehr stimmen Sie folgenden Aussagen zu?

Ich fühle mich rundum gut versorgt

Das Küchenpersonal kann gut kochen

Wenn ich Sonderwünsche habe, bemüht sich das Personal mir entgegen zu kommen

Das Kantinenpersonal ist sehr freundlich

- Setzen Sie die Rahmenbedingungen Ihrer Befragung fest! In welcher Form und wie lange soll die Befragung durchgeführt werden?

z.B. über das Intranet, 5- minütige Befragung, 1 Woche lang

- Notieren Sie einige Ideen für die Kommunikation der Befragungsergebnisse!

z.B. Tischkarten, Poster, Newsletter, Broschüren,..



ÜBUNG 9: Nicht-Konsumenten

Beantworten Sie die folgenden Fragen und finden Sie mehr über Ihre Nicht-Konsumenten heraus!

Individuelle Lösung

- Wie viele Fragen würden Sie ihren Nicht-Konsumenten stellen? Welche Inhalte sollen die Fragestellungen abdecken?

Zum Beispiel:

Was muss Ihrer Meinung nach in Bezug auf den Speiseplan verändert werden, damit Sie in der Großküche essen?

- * eine vielfältigere Speisenauswahl
- * Ein besserer Geschmack der Speisen
- * Eine gesündere Speisenauswahl
- * Eine kalorienärmere Speisenauswahl
- * Erhöhung von fleischlosen Speisen
- * Jeden Tag Fleischgerichte
- * Ein schöneres Anrichten der Speisen
- * Eine Erhöhung von biologischen, regionalen und saisonalen Speisen

- Würden Sie offene Fragen und/oder Multiple Choice Fragen stellen?

z.B. 2/3 Multiple Choice Fragen und 1/3 offene Fragen

- Über welche Kommunikationskanäle würden Sie ihre Nicht-Konsumenten befragen?

z.B. Intranet, Email, Newsletter, Broschüren



ÜBUNG 10: Selbstbewertung des Kommunikationsprozesses

Denken Sie über die verschiedenen Kommunikationsprozesse an Ihrem Arbeitsplatz nach, an denen Sie selbst beteiligt sind, und füllen Sie die folgende Tabelle, bezogen auf die verschiedenen Kommunikationsarten, aus.

Individuelle Lösung

An welcher Art von Kommunikation sind Sie an Ihrem Arbeitsplatz beteiligt?	Welche Probleme treten bei dieser Art von Kommunikation an Ihrem Arbeitsplatz auf?	Warum denken Sie, dass Probleme auftreten?	Welche Vorschläge haben Sie, die die Probleme verhindern oder reduzieren könnten?
Können Sie Vorschläge machen, wie Sie in Ihrer Organisation besser miteinander kommunizieren können?			
Können Sie Vorschläge zur Verbesserung der externen Kommunikation Ihrer Organisation machen?			



ÜBUNG 11: Nachhaltige Veranstaltung

Welche Überlegungen sind bei der Planung einer Veranstaltung zu berücksichtigen?

Individuelle Lösung

Makro-Thema	Was muss berücksichtigt werden?
Veranstaltungsort	Ist der Ort gut mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar?
	Werden Nachhaltigkeitsrichtlinien angewendet (ISO 14001 / EMAS / ECOLABEL / CSR / ISO 20121)?
Unterlagen für die Veranstaltung	Sind alle Dokumente (Einladung, Agenda usw.) online verfügbar?
Verpflegung	Werden regionale, saisonale, biologische Lebensmittel eingesetzt?
	Wird Keramikgeschirr dem Einweggeschirr vorgezogen?
Unterkunft	Ist das Hotel in der Nähe des Veranstaltungsortes und / oder gut an öffentliche Verkehrsmitteln angebunden?
anderes	



ÜBUNG 12: Informations- und Kommunikationsinstrumente

Wählen Sie geeignete Instrumente für eine bessere Information und Kommunikation innerhalb Ihres Arbeitskontextes. Begründen Sie kurz Ihre Wahl.

Individuelle Lösung

Intern

- Intranet/Social Intranet
- Interne Blogs, Videos and Audiodateien
- Seminare
- Schwarzes Brett
- Diskussionsforum
- Betriebsausflüge
- Anderes: _____

Extern

- Pressemitteilungen und Jahresberichte
- E-Mail-Nachrichten, Newsletter
- Factsheets
- Magazine, Broschüren
- Tischkarten
- Poster
- Telefonate
- Veranstaltungen
- Webbasierte Kommunikation
- Videos
- Homepage
- Social-Media
- Online Chat Tools
- Anderes: _____