



CaféBistro, CafetierSuisse

1. März 2016

# AKTIVES ZAHLENMANAGEMENT

## ZWEI MISSIONEN ZUM GASTRONOMISCHEN ERFOLG

**Alles, was der Wirt auf dem Weg zum wirtschaftlichen Erfolg zu tun hat, lässt sich auf zwei Missionen reduzieren: Umsatzsteigerung und Kostenkontrolle. So logisch und einfach fassbar diese beiden Herausforderungen erscheinen, so komplex ist deren konsequente Umsetzung in der Praxis. Und dennoch liegt genau hier ein wesentlicher Schlüssel zum gastronomischen Erfolg.**

In der Schweiz scheint die Gastronomie zu blühen: Jährlich werden über 2'500 Betriebe eröffnet, in hohem Tempo entstehen in den Ballungszentren gastronomische Plattformen verschiedenster Ausrichtung. Eine spannende Branche in Bewegung, so wirkt es. Jedes Jahr schliessen landesweit jedoch etwa gleich viele Gastronomiebetriebe; über 600 davon müssen Konkurs anmelden. So pulsierend der Markt ist, er bringt auch viele Verlierer hervor.

All diesen bedauerlichen Einzelfällen liegt eine Gemeinsamkeit zugrunde: Die betrieblichen Kosten übersteigen über einen zu langen Zeitraum die Einnahmen. Das Unternehmen gerät finanziell so in Schieflage, dass das Ruder nicht mehr herumgerissen werden kann. Bestimmt fehlt es nicht an Leidenschaft, Wille und Einsatz, oft jedoch am klaren Blick für die Lage und an wirkungsvollen Massnahmen zur Bekämpfung der Negativspirale.

### Businessplan statt Vision

Jedes erfolgreiche Unternehmen basiert auf einem funktionierenden Businessplan. Auch für die Gastronomie gilt daher: Erfolgreich ist, wer im relevanten Markt eine genügend grosse Nachfrage findet und seine Angebote mehr als kostendeckend absetzen kann - und laufend mehr davon. Nicht die romantische Vision, sondern ein auf kritischer Potenzialeinschätzung basierender Geschäftsplan muss also die Grundlage

jedes gastronomischen Projekts sein. Zentrale Punkte dieses Plans sind die bekannten Erfolgsfaktoren: Standort, Einzigartigkeit im Angebot, Markenpräsenz, Qualität im Umgang mit Gast, Team und Partnern sowie ein bewusstes Zahlenmanagement.

### Mission 1: Umsatzsteigerung

Auch der smarteste Businessplan und das erfolgsversprechendste Konzept sind noch keine Garantien für die unternehmerische Blüte. Nun beginnt die eigentliche Arbeit für den Gastro-Unternehmer erst: bei der permanenten Beeinflussung von Gästefrequenz und Umsatzvolumen. Die wechselwirkend von einander abhängigen Bereiche Führungs-, Produkte- und Servicequalität, Marketing und Verkauf sind so zu pflegen, dass eine bestmögliche Auslastung bei maximal ausgedehnten Öffnungszeiten entstehen kann und gleichzeitig eine optimal hohe Konsumation pro Gast resultiert. Motivierte Mitarbeiter führen zu immer mehr zufriedenen Gästen. Periodische Aktionen in den vielen Wirkungsfeldern des Marketings schaffen mehr Markenpräsenz, Gästefrequenz und Konsum: zielgerichtete Werbebotschaften, aktive Imagepflege, Beziehungspflege zu allen relevanten Playern im Markt und subtile Verkaufsförderung direkt beim Gast.

### Mission 2: Kostenkontrolle

Neben der Einflussnahme auf der Ertragsseite muss Licht ins Dunkel der Kosten gebracht werden: Der Wirt wird erst zum Unternehmer, wenn er all seine Aufwandsposten so beleuchtet, dass keine unkontrollierten Kosten erst am Jahresende ihre Wirkung offenbaren. Die Warenkosten sinken durch weit-sichtige Planung, smarten Einkauf, systematische Lagerung und zeitgerechte Produktion. Die Mitarbeiterkosten sinken durch flexible, dem Tagesgeschäft

angepasste Einsatzplanung, durch effizient geplante Prozesse und kleine, zu den Spitzenzeiten im Gästeraum präsente Führungsteams.

Auch bei den übrigen Kosten lohnt es sich, genau hinzuschauen: In der Summe tragen kleine Einsparungen im Energieverbrauch, bei Administration, Serviceverträgen, Wäscheverbrauch oder Betriebsmaterial, aber auch die richtige Anwendung und Pflege von Maschinen und Inventar wesentlich zur Verringerung der betrieblichen Kosten bei.

### Vom Wirt zum Unternehmer-Team

Wie soll der Wirt all dies nur zeitlich in seinem Arbeitstag unterbringen? Und wie soll er all die dafür benötigten Kompetenzen in sich vereinen? Klar gibt es sie, die vielseitig begabten, vor wie hinter den Kulissen in Personalunion wirkenden Gastro-Talente.

Vielleicht beruht das ideale Führungsmodell für den Gastronomiebetrieb der Zukunft jedoch in der Aufteilung verschiedener Managementaufgaben und einer Co-Führung mit klar geregelten, sich ergänzenden Verantwortungsbereichen. Gemeinsam unternehmerisch stark als Team, statt alleine und als Einzelkämpfer.

Rafael Saupe  
desillusion Gastronomiekompetenz & Beratung GmbH  
[www.desillusion.ch](http://www.desillusion.ch)

#### Kursdetails:

Datum: 10. Oktober 2016  
Zeit: 09.00 – 17.00 Uhr  
Ort: CafetierSuisse-Geschäftsstelle  
**Anmeldung per:**  
Mail: [m.maendli@cafetier.ch](mailto:m.maendli@cafetier.ch)  
Fax: 044 / 201 68 77  
Tel.: 044 / 201 67 77  
Post: CafetierSuisse, Bleicherweg 54,  
8002 Zürich  
**Anmeldeschluss:** 23. September 2016