

Entwicklung von Geschäftsstrategien

04.06.2013, 17:06 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Culinarius Beteiligungs und Management GmbH*

Unter einer Geschäftsstrategie versteht man die langfristige Planung der unternehmerischen Tätigkeiten zur Erreichung bestimmter Ziele und zur Erfüllung des Unternehmenszwecks. In der Regel basiert die Geschäftsstrategie auf der vorher formulierten Vision bzw. dem Leitbild des Unternehmens und versucht, alle wesentlichen Faktoren, die die Geschehnisse im Betrieb beeinflussen könnten, miteinzubeziehen.

Sinn und Zweck einer Strategie ist es, dem Betrieb vorausplanend eine gewisse Richtung vorzudefinieren, in die er sich entwickeln soll. Die Geschäftsstrategie dient folglich als eine Art leitender Gedanke für die Entscheidungsträger und soll dabei helfen, Wettbewerbsvorteile zu erzielen. Das bedeutet auch, dass das Unternehmen sich in der allgemeinen Geschäftsstrategie von anderen unterscheiden sollte, sodass das Bestehen auf Dauer gesichert werden kann. Die Strategie ist allumfassend. Das heißt, sie gibt eine Richtung vor, bezieht aber nicht unbedingt jeden einzelnen Teilbereich in die Planung mit ein. Strategieentwicklung setzt also das Vorhandensein einer grundlegenden Zieldefinition voraus. Ohne Ziel keine Strategie. Denn nur wer weiß, wo er eigentlich hin will, kann auch einen Weg definieren, wie er dorthin kommen soll.

Schon in der Phase des Unternehmensaufbaus ist es von größter Bedeutung, eine solide Strategie zu entwickeln, denn sie legt das allgemeine Tätigkeitsfeld fest und gibt dem Betrieb eine generelle Richtung vor. Gastronomen müssen täglich wichtige Entscheidungen treffen, die ausschlaggebend für das weitere Bestehen des Lokals sind. Umso hilfreicher ist es, im Vorfeld eine Strategie zu definieren und eine klare Zielsetzung zu haben. Diese setzt beim Image an, das angestrebt wird, definiert die zu erreichende Zielgruppe, legt das Sortiment fest und und und. Auch auf die Analyse der Umwelt darf nicht vergessen werden, denn zur Konkurrenz sollte eine klare Abgrenzung erfolgen. Natürlich spiegelt die Geschäftsstrategie in erster Linie die zentralen Vorstellungen der Besitzer bzw. der Geschäftsleitung wider. Dieser hatte ja die eigentliche Idee zur Unternehmensgründung und strebt daher auch die Entwicklung in eine ganz bestimmte Richtung an. Er hat in der Regel ein Bild im Kopf, wie das Lokal aussehen und sich weiterentwickeln soll. Hier setzt die Strategie an, denn sie definiert Maßnahmen zur Zielerreichung.

Strategien werden aber nicht immer vorgegeben, sie entwickeln sich oft auch unbewusst aus dem täglichen Betrieb heraus. Das bedeutet, dass allein aufgrund des Fortbestehens des Unternehmens gewisse Handlungsanweisungen selbstverständlich und auch längerfristig planbar werden. Diese entstehen also evolutionär und wie von selbst im Zuge des alltäglichen Geschäfts, betreffen aber das unternehmerische Handeln in bedeutender Art und Weise. Strategische Planung ist also ein stetiger Prozess, denn auch die allgemeine Ausrichtung des Betriebes muss immer wieder an die neuesten Entwicklungen angepasst werden. Eine Gastronomieunternehmung ist keinesfalls ein starres Gebilde, das – einmal geplant – für immer nach denselben Mustern und Regeln in dieselbe Richtung ablaufen wird. So ist es extrem wichtig, sich des stetigen Wandels bewusst zu sein, dem das Unternehmen unterliegt.

Denn Gastronomiebetriebe sind ständig von neuen Herausforderungen betroffen. Gerade hier handelt es sich ja um eine sehr wechselhafte Branche, die immer in Bewegung ist. Neue Kunden werden gewonnen, im schlechtesten Fall gehen auch welche wieder verloren. Das allgemeine Umfeld ändert sich, neue Konkurrenten betreten den Markt etc. Umso wichtiger ist es also, kontinuierlich an der Geschäftsstrategie zu feilen und sie bei Bedarf auch entsprechend zu adaptieren.

Die Strategieberatung ist ein Spezialgebiet der Unternehmensberatung mit dem Ziel, Betriebe bei der Beantwortung strategischer Fragestellungen zu unterstützen. Neben Entscheidungen über die grundlegende Ausrichtung des Betriebes können so etwa auch langfristige Entscheidungen getroffen werden was die Gästegewinnung und die allgemeine Verbesserung des Unternehmensergebnisses betrifft. Nach einer sorgfältigen Analyse des jeweiligen Unternehmens kann so eine sinnvolle und zukunftsorientierte Strategie entwickelt werden. Oftmals ist dieser externe Blickwinkel auf das Unternehmen sehr hilfreich, da sich in der Geschäftsleitung durchaus eine gewisse Form von Betriebsblindheit

einschleichen kann.

Portrait

Wir sehen uns als idealen Partner für Gastronomen, die in einer speziellen Situation wie Unternehmensaufbau, Expansion, Sanierung, etc. Unterstützung benötigen. Hier kann die Culinarius Beteiligungs und Management GmbH aufgrund Ihrer Erfahrungen Lösungen anbieten. Als Managementgesellschaft übernehmen wir Aufträge von Gastronomen zur Entwicklung von Geschäftsstrategien, zum Unternehmensaufbau, der Gewinnung von Gästen, der Verbesserung des Unternehmensergebnisses, Personalplanung, Wareneinsatzoptimierung, Unternehmenssanierung und Erstellung von Finanzkonzepten unter Berücksichtigung des Charakters Ihres Gastronomiebetriebes. Wir arbeiten praxisorientiert und setzen gemeinsam mit Ihnen die vereinbarten Ziele um. Als Beteiligungsgesellschaft streben wir Minderheitsbeteiligungen an Gastronomieunternehmungen mit Umsätzen von mindestens € 500.000 an, sofern wir aufgrund unserer Beurteilung von einer nachhaltigen Wertentwicklung überzeugt sind.

News-ID: 724188 • Views: 262 (Stand: 14.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/724188/Entwicklung-von-Geschaeftsstrategien.html>