

Der Businessplan – so läuft das Geschäft

14.06.2013, 17:34 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Culinarius Beteiligungs und Management GmbH*

Unter einem Businessplan versteht man ein schriftliches Dokument, das eine bestimmte Geschäftsidee sowie die Maßnahmen zur deren Verwirklichung beschreibt. Businesspläne können aus verschiedensten Gründen verfasst werden. Sehr sinnvoll sind sie bei der Neugründung eines Gastronomiebetriebes, aber auch bei Umstrukturierungen, Sanierungsvorhaben oder neuen Kooperationen ist es immer hilfreich, ein Konzept in den Händen zu halten. Gerade in einer Branche wie der Gastronomie, die von besonders starker Konkurrenz geprägt ist, ist es extrem bedeutend, eine gut durchdachte Strategie festzulegen und zu verfolgen. Denn neben dem richtigen Standort ist eine erfolgsversprechende Strategie maßgeblich für das Bestehen des Unternehmens.

Die Vorteile eines solchen Geschäftsplans liegen auf der Hand: er gibt einen fundierten Gesamtüberblick über den Betrieb und fügt alle Einzelteile zu einem sinnvollen Ganzen zusammen. Der Gastronom wird so gezwungen, sich grundlegende Gedanken über den Unternehmenszweck, die Risiken und die Entwicklungsmöglichkeiten des Lokals in einem bestimmten Zeitraum zu machen, was in der Regel deutlich erfolgsversprechender ist, als einfach auf gut Glück loszulegen und zu hoffen, dass sich alles zum Guten wendet. Das wirkt sich logischerweise positiv auf die Erfolgsaussichten des Projekts aus. Natürlich kann ein Businessplan dann später auch zur Kontrolle dienen, ob die Ziele auch wirklich erreicht wurden. Mittels vergleichender Analysen lassen sich Abweichungen feststellen und entsprechende Korrekturmaßnahmen in die Wege leiten.

Zusätzlich ist ein klar strukturierter und verständlicher Businessplan immer hilfreich, wenn es um die Suche nach Investoren geht. Diese werden sich nämlich den Gastronomiebetrieb sehr genau ansehen, bevor sie sich entschließen, Geldmittel zur Verfügung zu stellen. Ist die Geschäftsstrategie schlüssig und gut dokumentiert, ist es zweifelsohne leichter, überzeugend zu wirken und Interessenten zu finden.

Der optimale Umfang eines Businessplans ist schwer zu definieren. Wichtig ist, dass alle wesentlichen Informationen angeführt sind. Es können also im einen Fall 5 Seiten ausreichen, im anderen 50 nicht genug sein. Denn eine allgemeingültige Aussage, welche Kapitel ein Geschäftsplan enthalten sollte, gibt es nicht. Wichtig ist es, alle für das Unternehmen wesentlichen Punkte zu erfassen und gut strukturiert darzustellen. Hierzu gehört natürlich als unabdingbare Voraussetzung zuerst einmal die dem Betrieb zu Grunde liegende Geschäftsidee. Im Businessplan wird das Leitbild des Unternehmens niedergeschrieben sowie die Strategie festgelegt. Es handelt sich also um eine detaillierte Dokumentation des Geschäftsmodells. Die Positionierung sagt nicht nur etwas über die allgemeine Leitidee aus, sie definiert auch genau das Segment, in dem das Lokal sich bewegt, das heißt, welche Produkte angeboten werden, welche Zielgruppe angesprochen wird und so weiter. Vor allem der Kundennutzen sollte dargelegt werden. Schließlich kann kein Gastronomiebetrieb ohne Gäste bestehen. Die Ausstattung und das Design von der Wandfarbe über die Beleuchtung bis hin zu dem Mobiliar sollte genauso in den Businessplan aufgenommen werden, wie die Unternehmensform und der Standort des Betriebes. Hierzu gehören natürlich nicht nur die Adresse und die Beschreibung der Umgebung, ebenso sollten die besonderen Herausforderungen und Chancen angeführt werden, die dieser Platz mit sich bringt. In diesem Zusammenhang erfolgt in der Regel auch eine Analyse der Konkurrenz. Denn in einer Branche mit so starkem Wettbewerb wie der Gastronomie hängt natürlich extrem viel von der Differenzierung von den Mitbewerbern ab.

Unabdinglich in einem vollständigen Businessplan ist auch die Finanzplanung. Hierbei geht es darum, die geplanten Kosten der Betriebsführung – etwa den Wareneinsatz und die Personalkosten – niederzuschreiben und den voraussichtlichen Umsätzen gegenüberzustellen. Zwar ist es immer schwierig, Größen wie diese im Vorfeld festzulegen (denn bekanntlich kommt es ja immer anders, als man denkt), ein grober Richtwert als Basis für weitere Kalkulationen ist aber in jedem Fall sinnvoll und wichtig. So kann zumindest ungefähr vorausgesagt werden, inwiefern die Kosten gedeckt werden können und welche Gewinnchancen bestehen. Schlussendlich ist eine realistische Bewertung des Risikos sicher eine gute Idee.

Auch Marketingaktivitäten sollten nicht fehlen. Schließlich muss das Lokal ja bekannt gemacht werden, damit Gäste kommen. Deshalb ist es sinnvoll, sich schon im Vorfeld genau zu überlegen, wo wie geworben werden soll. Und natürlich fließen bei diesem Punkt auch noch einmal Überlegungen über das Design des Lokals mit ein, das ja selbst als wichtiges Marketinginstrument fungiert.

Im Idealfall stellt sich auch der Besitzer selbst kurz vor und erläutert seine bisherigen Erfahrungen in der Gastronomie. Dies ist vor allem dann von Bedeutung, wenn der Businessplan potentiellen Geldgebern vorgelegt werden soll.

Wie umfassend der Businessplan dann tatsächlich wird, bleibt dem Einzelnen überlassen. Auf jeden Fall sollte man sich aber bewusst sein, dass eine solide Dokumentation der Strategie mit allen Maßnahmen zweifelsohne ein wichtiger Schritt in Richtung Erfolg ist.

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: 726919 • Views: 1096 (Stand: 04.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/726919/Der-Businessplan-so-laeuft-das-Geschaeft.html>