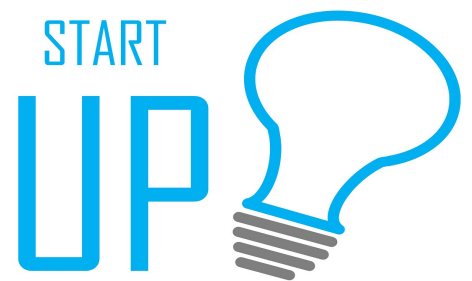


Auszug aus dem PDF-Ratgeber

„IHR GASTRO-ERFOLG für Einsteiger und Wirte“

von www.ErfolgsGastro.ch



<https://www.erfolgsgastro.com/>

© www.ErfolgsGastro.ch

2019 Vorabdruck / Auszug Buch "IHR Gastro-Erfolg für Einsteiger & Wirte"

Positionierung – Ihr Konzept

Viele Gastro-Einsteiger haben unklare Vorstellungen über die Arbeit in der Gastronomie oder wie ihr eigenes gastronomisches Profil aussehen würde. Trotzdem eröffnen viele Gastro-Anfänger eigene Betriebe und scheitern sehr oft. Wenn sie keinen guten Grund haben, warum Gäste zu ihnen kommen sollten, dann werden auch keine Gäste kommen und sie sollten kein Unternehmen im Gastro-Bereich eröffnen. Warum sollten auch Gäste zu ihnen kommen, wenn sie es selbst nicht wissen? Sie benötigen gerade in der Gastronomie ein Profil. Sie benötigen ein Konzept mit dem sie Gäste auf sich aufmerksam machen und binden können.

Wenn sie sich nicht ausreichend vorbereiten, dann werden sie auf gut Glück einen Geschäftsbetrieb eröffnen und sehr wahrscheinlich scheitern. Ohne ausreichende Vorbereitung sind ihre Erfolgschancen viel geringer. Wenn sie sich klar positionieren und sich mit Hilfe eines Profis vorbereiten, werden sie viel erfolgreicher sein. Nehmen sie Hilfe an und machen sie die häufigste Anfängerfehler nicht. Wir helfen mit diesem Buch Einsteigern aber auch Wirten, die bereits Gastrobetriebe eröffnet haben.

Die Positionierung alleine ist keine einfache Aufgabe. Allenfalls benötigen sie dazu Hilfe und wir empfehlen Ihnen einen persönlichen Coach mit dem sie die Was-Wie-Warum-Fragen klären und konkret ein Konzept erstellen.

(Was-Wie-Wann Fragen: Was wollen sie, wie, wann, wo, wie viel, wovon, wozu...)

Wenn sie beispielsweise gut backen können, dann können sie sich mit guter intensiver Vorbereitung eine Existenz aufbauen in einem kleinen Backkaffee in der Innenstadt und finden Gäste, die ihr frisches Angebot zu schätzen wissen. Mit sehr guter Vorbereitung gelingt es ihnen möglicherweise, einen mittleren Gastrobetrieb zu übernehmen. Diesen neu auszurichten und mit ihren speziellen Backwaren ein Profil zu erarbeiten mit dem sie als Beispiel in wenigen Jahren weitere Filialen eröffnen. So entsteht eine kleine Gastrokette. Das Risiko eines Totalverlustes ist aber sehr viel grösser. Viele Gastro-Einsteiger verbrennen 120'000 Franken und geben die Selbständigkeit dann auf.

Ein 120'000 Franken Verlust muss nicht sein! Lernen sie die häufigsten Fehler im Gastro-Bereich, beachten sie die Ratschläge dazu und nehmen sie für wenig Geld ein Coaching für ihren Betrieb in Anspruch und werden erfolgreich, weil sie die grössten Fehler kennen und nicht machen werden.

Positionierung - Was suchen Sie?

Bevor sie einen Gastrobetrieb suchen, müssen sie zwingend ein paar Fragen klären. Die Fragen an sich führen zu einem Konzept und verhindern, dass sie nicht die Grundfehler aller Anfänger machen und sich von Beginn weg verrennen. Sie müssen ihre Stärken kennen und ihr Konzept soweit festlegen, dass sie ein paar Eckwerte als Minimum definiert haben. Es ist möglich, ihr Konzept auf eine Liegenschaft anzupassen. Es ist hingegen nicht ratsam eine Liegenschaft für ein Gastro-Business zu suchen um dann

darin das zu machen, was der Vorpächter gemacht hat oder spontan eine Geschäftsidee zu entwickeln. Sehr viel ratsamer ist es, sich die Liegenschaft zu suchen, die zu ihrem Konzept passt. Wenn sie backen wollen, dann muss ihre künftige Gastro-Liegenschaft über eine ausreichende Küche- und Backplatz verfügen mit ausreichend Platz zum Vorbereiten, Backen oder Lagern. Ganz banal, prüfen sie ob es Platz hat für ihr Konzept und als Beispiel für ihren Bäcker-Backofen. Sie prüfen die Liegenschaft, ob ausreichend Stromanschlüsse vorhanden sind und sie ihr Projekt umsetzen können. Wenn sie feststellen, dass ein netter Restaurantbereich keine ausreichende Arbeitsfläche oder Küche hat, dann sollten sie weitersuchen. Nur eine ausreichend grosse Liegenschaft eignet sich als Hauptfiliale. Wir sagen nicht, dass sie eine riesige Industriefläche als Arbeitsraum benötigen. Sie benötigen aber ausreichend Fläche nach ihrem Konzept. Diese Bedürfnisse müssen sie vorher kennen. Vermeiden sie es, sich überstürzt für eine Geschäftsliegenschaft zu entscheiden ohne eine Positionierung erstellt zu haben zu ihrem Wunschbetrieb. Deshalb müssen sie ihr Konzept erarbeitet haben, bevor sie sich die erste Liegenschaft ansehen.

Folgende Fragen müssen sie für sich klären, bevor sie eine Liegenschaft suchen:

1. Was kann ich besonders gut im Gastro-Bereich?
(Bsp: Kochen allgemein, Kundenkontakt, Service, Geselligkeit, Mitarbeiterführung)
2. Was möchte ich für Gäste haben?
(Bsp: Frühaufsteher, Touristen, Mittagsessen, Abendessen, Bar-Gäste, Restaurant-Gäste, Take-away)
3. Weshalb möchte ich in die Gastronomie gehen?
4. Was möchte ich als Spezialität anbieten?
5. Wieso werden die Gäste zu mir kommen wollen?
6. An welchen Tagen und zu welcher Uhrzeit wollen Gäste zu mir kommen?
7. Wo möchte ich arbeiten und wohnen? Wo kann ich arbeiten und wohnen?
8. Wie ist meine familiäre Situation und wer würde mich unterstützen?
9. Was bin ich bereit zu investieren?
10. Wie bin ich vorbereitet? Weiss ich ausreichend über die Gastro-Branche?
11. Kann ich Angestellte führen? Wen müsste ich für was einstellen?
12. Was kann ich als Fachperson einbringen?

Positionierung – Ihre Stärken ausspielen:

Vorausgehende Fragen führen sie zu ihren Kernkompetenzen, die sie anbieten wollen. Mit Ausdauer, Übung und Freude stärken sie und ihre Mitarbeiter ihr Profil, ihre Kernkompetenzen und sie sollen aktiv ihre Positionierung pflegen. Ist ihr Angebot erfolgreich, sollten sie es weiter ausbauen. Prüfen und verbessern sie ihr Angebot so, dass der Kundennutzen ständig steigt und ihre Kernkompetenzen zunehmen. Sie werden langsam zum Spezialisten und gewinnen so neues Vertrauen in ihrem Bereich.

Konzentrieren sie ihre Kräfte. Legen sie den Fokus auf eine klar definierte Marktnische und unterliegen sie nie der Versuchung, alles anbieten zu wollen.



Merke: „Versuche es jedem recht machen zu wollen, gehen nie gut.“

Warum kennt jeder das Matterhorn?

Das Matterhorn bleibt ihnen in Erinnerung, weil das Profil des Berges einfach, konkret und einprägsam ist. Verschaffen auch sie sich ein Profil. Sie sollten sich möglichst einfach, konkret und einprägsam positionieren damit ihre Kunden sie zusehens als Fachmann in ihrer Nische wahrnehmen. Starten sie mit einem aussagekräftigem Angebot in einer Nische. Benennen sie ihr Angebot mit einem Spartenamen, z.B. Vegetarisch, Pizzeria oder Steak House. Passen Sie das Sparten-Angebot der Nachfrage an und wenn sie ihre Sparte erweitern wollen, ist das einfacher möglich, als wenn sie bereits von allem ein wenig machen.

Unser Schulungsrestaurant hat mehrere Sparten und ist ein normal arbeitender Gastrobetrieb für Gäste. Darüber hinaus bieten wir in unserem Schulungsrestaurant individuelle Kurse und Coachings für Einsteiger oder Wirte mit Problemen an. Dort können sie direkt miterleben, was wir in diesem Buch oder unseren Schulungen vermitteln. Der Lernerfolg ist sehr viel grösser und sie erleben die Probleme und Lösungen hautnah mit. Wie gesagt hat unser Schulungslokal selber diverse Sparten und wir zählen einige auf.

Sparten Schulungsrestaurant:

- steakeria.ch
- salateria.ch
- fitnessteller.ch

Denken Sie an die Kombinationen: Steak & Salat = Fitnessteller

Wir empfehlen ein Denken in Sparten, damit sie die Sparte auch so bewerben können. Sparten sollten sich in der Speisekarte, der Werbung, im Internet, bei ihrem Personal und selbst in der Kassensprogrammierung durchgehend erkennbar zeigen. Gerade die Saisonalität lässt ein Spartendenken besonders gut zu. So dass sie die Sparte „Wild“ im

Herbst ausgiebig bewerben können, sie dann aber wieder bis nächstes Jahr versorgen und sich einer anderen Sparte widmen können. Gehen wir von einer Hauptsparte „Regionalität“ als Beispiel aus, können sie „Wild“ darin besonders gut integrieren, aber auch „Bierschwein“, „Spargel“, „Hausgemachtes“ oder „Gemüsepfanne von lokalen Bauern“...

Arbeiten sie stetig daran und bauen sie ihre Kernkompetenz aus. Beharrlichkeit wird sich auszahlen.

Wenn sie mit ihrem Profil als Fachmann einer Nische wahrgenommen werden, sind sie auf dem richtigen Weg. Der Einstieg über Internetnamen ist dabei nicht der wichtigste Punkt. Sieben Schritte zur Positionierung

Zur Positionierung geben wir ihnen die wichtigsten sieben Punkte zum Selbststudium ab. Sie sollten sich die folgenden Punkte überlegen und schriftlich festhalten. „Wie wollen sie sich positionieren?“, ist die zentrale Frage? Ihre Schriftnotizen zur Positionierung bilden die Basis für sehr viele späteren Entscheide. Ohne die schriftliche Positionierung werden sie vermutlich Fehlentscheidungen treffen. Bei der Standortwahl, dem Personal und in vielen anderen Bereichen gibt die Positionierung die Antwort fast automatisch vor. Haben sie keine Positionierung, werden sie teils gegensätzliche Entscheide treffen und über ihre eigenen Füße stolpern als bildhafter Vergleich. Nur mit einer klaren Positionierung legen sie all ihre Kraft in eine Richtung und arbeiten zielgerichtet und fokussiert. Sie rennen einen Marathon dank ihrer klaren Positionierung im Vergleich zum Herumirren ohne Positionierung.

Sieben Punkte zum Selbststudium der Positionierung:

1. Strategie und Vision

Was wollen sie erreichen?

Was ist der Nutzen für die Kunden?

Welche Hilfe geben sie ihren Kunden?

Was sind die langfristigen Ziele ihres Betriebes, was ist der Kundennutzen?

2. Analyse der Situation

Analysieren sie den Markt und die Konkurrenz.

Machen sie eine Stärken/Schwächen-SWOT-Analyse.

Leiten sie Strategien aus dem Marktumfeld ab.

Fragen sie sich, was sie machen wollen und können?

3. Wunschkunden

Welches sind ihre Wunschkunden?

Welche Bedürfnissen haben ihre Kunden/Wunschkunden?

Welche Bedürfnisse können sie mit ihrer Kernkompetenz und Fähigkeiten lösen? Was sind die brennenden Problemstellungen oder Wünsche ihrer Wunschkunden?

4. Ihre Positionierung im Markt

Wie stellen sie ihr Angebot in den Markt?

Wie unterscheidet sich ihr Angebot am Markt von der Konkurrenz?

Was ist ihr Kundenmagnet?

Was ist ihr Alleinstellungsmerkmal?

Was ist ihre schriftliche Positionierung und was sagt sie aus?

5. Wettbewerbsstrategie

Zu welchem Preis verkaufen sie ihre Leistungen?

Wie stehen sie im Markt mit ihrem Preis?

Wen wollen sie ansprechen mit ihren Preisen?

Wen wollen sie nicht ansprechen?

6. Umsetzung

Wie setzen sie ihre Positionierung um?

Wie kommen sie zum Kunden?

Wie sprechen sie ihre Kunden an?

Was sind ihre Massnahmen um Kunden auf sich aufmerksam zu machen?

Wer ist für was verantwortlich?

Bis wann setzen sie was für Massnahmen um?

7. Ausdauer

Bleiben sie dran und suchen sie Rat von Aussen wenn sie merken, dass sie an einem Punkt nicht weiter kommen oder keine Fortschritte machen.

Wir empfehlen individuelle Coaching bei uns im Schulungsrestaurant mit den Themen, die sie interessieren und wo sie den Fokus legen wollen. Wir haben Schulungen ebenso am Buffet mit Arbeitsprozessen, wie auch im Büro über Lohnbuchhaltung oder Speisekartgestaltung.

In den folgenden Kapiteln beschreiben wir, wie sie sich positionieren und was dies im Detail für Ihre Absichten bedeutet mit sehr vielen Hilfen und Ratschlägen für Detailfragen wie die Speisekartenerstellung, die Kalkulation, Kosten & Einkauf aber auch Personal, Mietzinsfallen, Buchhaltung, Abläufe und Prozesse und wie sie es vermeiden 120'000 Fr. zu verlieren.

Coaching empfehlen wir für:

- Jeden Einsteiger im Gastro-Bereich
- Wirte mit wirtschaftlichen Problemen

Themencoaching kann sein:

- Positionierung und Konzepterstellung
- Miete und Liegenschaften
- Organisation mit Personal
- Betriebsabläufe und Vorbereitung
- Öffnungszeiten/Angebot/Speisekartengestaltung inkl. Kalkulation

aus dem PDF-Ratgeber

"IHR Gastro-Erfolg für Einsteiger & Wirte"

bestellbar für **39.90 Fr.** bei ErfolgsGastro.ch &

Kurse und weitere Hilfen finden sie unter:

ERFOLGSGASTRO.CH

<https://www.erfolgsgastro.ch/>

© www.ErfolgsGastro.ch

2019 Vorabdruck / Auszug Buch **"IHR Gastro-Erfolg für Einsteiger & Wirte"**