Strategien für die ZUKUNFT

Teil 1

„Wer strategisch seinen Erfolg plant, hat auch eine gute Chance, damit reich zu werden", behauptet Pierre Nierhaus. Wie das funktioniert, erklärt er gemeinsam mit seinem Co-Autor Jean-Georges Ploner im Buch „Reich in der Gastronomie – Strategien für die Zukunft" anhand von 15 Erfolgsfaktoren.

Bei dem Buch handelt es sich um das erste Fachbuch in der Gastronomie, welches das Ziel jedes Unternehmers auf den Punkt bringt: langfristigen Erfolg durch Profitabilität. „Dem Geld darf man nicht nachlaufen, man muss ihm entgegenkommen." Dieser Ausspruch stammt von keinem Geringeren als dem Tankerkönig Aristoteles Onassis. Nach unserer Erfahrung hat der Begriff „reich" für jeden Menschen aber eine andere Bedeutung. Egal, wie der Einzelne Reichtum für sich definiert: Wer heute in der Gastronomie tätig ist oder es in Zukunft sein möchte – die wirtschaftlichen Voraussetzungen sollten immer stimmen. Das Buch soll Gastronomen Anregungen geben und dabei helfen, einen entscheidenden Schritt in die Zukunft zu machen. Dabei ist es das Ziel der Autoren, den Leser vor vermeidbaren Fehlern zu bewahren. Denn: Fehler, die ganz am Anfang eines Projektes gemacht werden, besitzen die größte Hebelwirkung und können das Vorhaben beenden, bevor überhaupt damit begonnen wurde.

Die 15 Punkte, die für diesen Beitrag zusammengestellt wurden, sind die grundlegenden Erfolgsfaktoren. Ihre Zusammenhänge, verbunden mit Anweisungen zur Umsetzung, werden im Buch ausführlich erklärt.

1. ERFOLGSFAKTOR: Glaubwürdigkeit

Ihre Vision ist die Seele des Konzeptes. Deshalb sollten Sie Ihr Konzept auch selbst planen, um authentisch zu sein. Je mehr und detaillierter Sie sich mit allen Einzelheiten befassen, desto enthusiastischer werden Sie, desto einfacher haben Sie es bei der Umsetzung und desto erfolgreicher wird Ihr Objekt. Mit Enthusiasmus und Glaubwürdigkeit können Sie Ihre Mitarbeiter begeistern und die Gäste überzeugen. Tun Sie nur Dinge, an deren Erfolg Sie glauben. Wenn Sie nicht an Ihr Konzept und Ihr Unternehmen glauben, werden es die Mitarbeiter auch nicht tun – und die Gäste schon gar nicht. Gäste enttarnen Halbherzigkeiten schnell und intuitiv.

Wenn Sie ein neues Konzept entwerfen, befassen Sie sich solange mit dem Thema, bis Sie wirklich alles wissen. Wenn Sie etwa ein asiatisches Restaurant eröffnen möchten, reisen Sie nach Asien, beschäftigen Sie sich mit der Geschichte des jeweiligen Landes und seinen geistigen Wurzeln, studieren Lebensweisheiten und bringen Bücher, Rezepte und Fotos mit. Wieder zu Hause angekommen, befassen Sie sich mit den einzelnen Details.

Natürlich gilt dieses Prinzip ebenso für die Planung eines gutbürgerlichen Restaurants in

Fotos: Nierhaus

seinem Umfeld – in Abwandlung auch für Bars, Lounges, Cafés usw.

2. ERFOLGSFAKTOR: *Enthusiasmus*

Wenn Sie keine Begeisterung für Ihre Arbeit und Ihr Konzept aufbringen, sind Sie von vornherein zum Scheitern verurteilt. Die meisten Leute in unserer Branche sind irgendwie auch ein bisschen verrückt – voller Engagement für ihren Beruf, begeisternd im Umgang mit Mitarbeitern und engagiert und gastfreundlich mit ihren Gästen. Das alles zu teilweise sehr „ungewöhnlichen" Zeiten und häufig für eigentlich zu wenig Geld. Trotzdem will keiner die Branche wechseln. Enthusiasmus ist die treibende Kraft für den Erfolg in der Gastronomie.

3. ERFOLGSFAKTOR: *Wirtschaftlichkeit*

Oft frage ich Beratungskunden, Mitarbeiter oder Kollegen, was der Hauptgrund für ihre Tätigkeit in der Gastronomie ist. Die Antworten sind so verschieden wie die Menschen selbst: Ich liebe gute Küche, ich brauche den Umgang mit Menschen, ich liebe die Atmosphäre. Das hört sich alles schön und gut an, ist aber im Prinzip Unsinn. Der eigentliche Grund hinter allem: Wir verdienen mit der Gastronomie unser Geld. Deshalb müssen wir für Wirtschaftlichkeit sorgen.

Nur ein wirtschaftlich gesunder Betrieb ernährt Mitarbeiter und Inhaber, ermöglicht Investitionen und Expansion. Alles, was dieser Wirtschaftlichkeit im Weg steht, muss weg. Sinnlose Abläufe, unwirtschaftlich kalkulierte Angebote oder laxe Mitarbeiter gehören nicht in die Betriebe. Oberstes Ziel all Ihres Tuns ist also der gesunde Betrieb mit hohem Profit.

4. ERFOLGSFAKTOR: *Den Bedarf treffen*

Nur wenn es einen eindeutig definierten Bedarf für Ihr Angebot und Ihre Dienstleistung gibt, haben Sie überhaupt eine Chance. Der Markt gehorcht ganz klaren Gesetzen. Realisieren Sie nur Konzepte, mit denen Sie die Bedürfnisse einer ausreichend großen, an ihrem Standort anzutreffenden Zielgruppe erfüllen. Mit allen anderen Vorstellungen machen Sie sich nur das Leben schwer: Sie gefährden die Verwirklichung Ihres Traums – und „verbrennen" Geld.

Natürlich gibt es Ausnahmen. Sie können funktionieren – aber zu welchem Preis? Meist ist der Werbeaufwand erheblich höher als eigentlich angemessen. Sie müssen immer wieder Überzeugungsarbeit leisten und Ihre Gäste durch die dauernde Präsenz des Wirtes locken oder einen überhöhten Personalaufwand betreiben. Informieren Sie sich genau, welche Angebote gerade nachgefragt werden – und welche nicht. Sehen Sie sich die Konkurrenz an, und berücksichtigen Sie aktuelle und zukünftige Trends. Prüfen Sie, ob Sie für Ihr Angebot das richtige Einzugsgebiet und die richtige Lage haben.

5. ERFOLGSFAKTOR: *Der zukunftsträchtige Trend*

Das Wort „Trend" ist fast schon zum Modewort verkommen. Dabei ist seine Bedeutung ganz unmodisch und einfach: Ein Trend ist eine Richtung von A nach B mit der Möglichkeit (über B hinaus) Prognosen für C (also die Zukunft) zu treffen. Wenn Sie Dinge tun, die sich gegen den Trend wenden, werden Sie im Normalfall keinen Erfolg haben. Für das Setzen neuer Trends gilt: Sie können als einzelner Unternehmer keinen Trend machen. Vielmehr gilt es, die großen Trends der Freizeitkultur zu analysieren und rechtzeitig auf den Zug aufzuspringen. Wenn Sie Ihr Objekt planen, sollten Sie auf einen relativ neuen, zukunftsträchtigen Trend setzen, der wahrscheinlich einige Jahre aktuell sein wird und nicht auf einen kurzfristig angelegten Hype. Schließlich haben Sie einen langfristigen Mietvertrag, wollen auf Dauer Geld verdienen und vielleicht sogar Ihr Konzept multiplizieren.

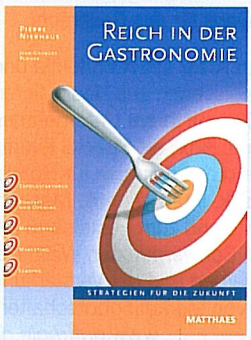
Haben Sie Lust auf mehr? In der nächsten Folge stellt der Autor die Erfolgsfaktoren Lage, guter Service, die richtigen Mitarbeiter, klare Führung und das richtige Managementkonzept vor. Allen, die tiefer einsteigen möchten, sei das Buch empfohlen. **Pierre Nierhaus**

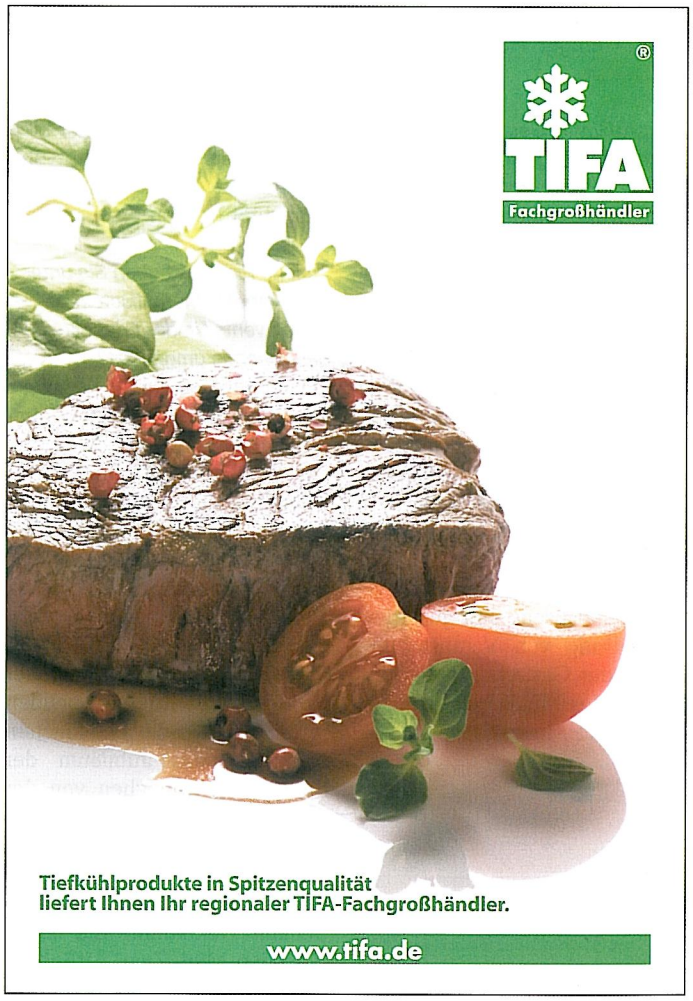
ZUM AUTOR

In seiner Laufbahn hat der gebürtige Düsseldorfer 15 Betriebe allein und mit Partnern geführt. Mit seinem 1982 gegründeten Consultingbüro entwickelte und setzte er über 100 Gastronomiekonzepte in allen Segmenten um. Die Kompetenz als Betreiber und Berater erhält elementare Inspiration aus seiner Passion für Innovation, die er bei seinen Recherchereisen in die Trend-Schlüsselstädte der Welt sichtet und auswertet. Seine Themenschwerpunkte bei Vorträgen sind Innovation und Zukunftsstrategien im Kontext internationaler Gastronomie sowie die Vereinbarkeit von Profit und Werten. Diese vielfältigen Erfahrungen fließen im Buch „Reich in der Gastronomie – Strategien für die Zukunft" zusammen. *www.nierhaus.com*

BUCHTIPP

P. Nierhaus/ J.-G. Ploner
Reich in der Gastronomie



Die Autoren erläutern alle wichtigen Faktoren für einen dauerhaften Erfolg in der Gastronomie: vom individuellen Konzept über erfolgreiches (Selbst-)Management, Mitarbeiterführung, Service und Marketing bis zur Umsetzung einer ganzheitlichen Strategie. Sie zeigen Wege auf, Konzepte und Strategien für eine langfristig gesicherte Zukunft zu entwickeln. Anhand von 15 Erfolgsfaktoren vedeutlichen sie, worauf Erfolg in der Gastronomie basiert. Das Buch richtet sich an Existenzgründer ebenso wie an Etablierte und Investoren. Stuttgart: Matthaes Verlag, 271 Seiten, 29 €.
Bestellung: www.nierhaus.com

Fotos: Nierhaus