

BETRIEBSFIT MIT GASTGEWERBE

Tipps und Infos zu Steuern, Finanzierung, Beratung, Entlohnung



BETRIEBSANALYSE – FÜNF SCHRITTE ZU EINEM ERFOLGSBETRIEB

„Betriebsblindheit“ entsteht trotz bester Vorsätze. Auf neue Verhaltensmuster der Gäste, marktgerechte Mitbewerberkonzepte sowie veränderte Standortbedingungen reagieren Betriebe zu spät oder gar nicht. Dies sollte Animation genug sein, eine Betriebsanalyse durchführen zu lassen.

Schritt 1: Überprüfung der Marktpositionierung

Hier wird die derzeitige Positionierung des Betriebes auf dem Markt analysiert sowie die zukünftige Entwicklung des Marktes eingeschätzt. Ein wesentliches Kriterium ist die Anwendung von auf den Betrieb und den Standort zu übertragenden Marktforschungsergebnissen.

Schritt 2: Stärken-/Schwächen- sowie Chancen-/Gefahrenprofil

Hier findet zunächst ein Inkognito-Besuch statt. Anschließend werden alle Marketinginstrumente des Gastronomiebetriebes wie äußeres Erscheinungsbild, Außenvermarktung, Interieur, Ambiente, Speisen- und Getränkeangebot sowie -präsentation, Preispolitik, Verkaufsförderung, Werbung etc. aus Sicht des Gastes nochmals speziell analysiert. Bei einem Hotel wird die Untersuchung um die entsprechenden Hotelbausteine vorgenommen beziehungsweise ergänzt. Auf dieser Basis wird aufgezeigt, wo die Chancen, aber auch die Gefahren des Betriebes liegen.

Schritt 3: Analyse des betriebswirtschaftlichen Zahlenmaterials

In diesem Schritt wird die Bilanz in ihren wesentlichen Informationen ausgewertet sowie die Gewinn- und Verlustrechnung analysiert. Neben dem Aufzeigen von Verbesserungen bei den betriebsbedingten, das heißt vom Unternehmer in hohem Maße zu beeinflussenden Kostenarten, dient diese Untersuchung auch zur Überprüfung der anlagebedingten Kosten, also der Kosten, die oftmals über Verträge entstehen sowie durch das Gebäude und dessen Investitionen. Ein weiterer Schwerpunkt ist die Liquiditätsanalyse, in der die Vielzahl unterschiedlichster Zahlungsströme aufgearbeitet wird.

Schritt 4: Konzeptioneller und ökonomischer Maßnahmenkatalog

Hier werden die anzuratenden Punkte zur Verbesserung des Marketingkonzeptes sowie die Verbesserungen zur Kosten- und Liquiditätssituation vorgestellt. Die mit der Erreichung der Ziele verbundenen Kosten beziehungsweise Investitionen werden aufgelistet.

Schritt 5: Voraussichtliche Umsatz-, Kosten-, Liquiditätsstruktur

Auf Grundlage des vorgeschlagenen Marketingkonzeptes sowie der Kostenmaßnahmen und Liquiditätsplanung wird eine voraussichtliche Umsatz- und Kosten- sowie Liquiditätsstruktur für den untersuchten Betrieb erarbeitet, die nun als Budget dienen sollte.

Interessiert an einer Betriebsanalyse? Rufen Sie uns an.

Eigentest zur Einschätzung der Dringlichkeit einer Betriebsanalyse

Eigene Einschätzung	kaum	mittel	gut
Kenntnisse über - Standort und -entwicklung - Konzeptnischen - Mitbewerber - Lebensstil-/Interessengruppen - allgemeine Marktforschung - spezielle Marktforschung			
Marketing umgesetzt über - Alleinstellungsmerkmal - Kernkompetenz - Stärken- und Schwächenprofil - Kommunikationskonzept - Mitarbeitermotivation			
Schreibtischarbeit durch - detaillierte Umsatzwerte - detaillierte Kostenwerte - Vergleichskennziffern - Neuerungen beim Personal - Kosteneinsparmöglichkeiten - Ertrags- u. Liquiditätssituation - Investitionspläne - Rating-Kenntnisse			

Tabelle: GBS



DEHOGA-Center | Hammer Landstr. 45 | 41460 Neuss
 Fon: 0 21 31 / 7518-310 | Fax: 0 21 31 / 7518-319
 E-Mail: info@gbsnrw.de | Internet: www.gbsnrw.de

Dipl.-Betriebswirt und Geschäftsführer Bernd Luxenburger