

## Grenzen Bewegen

# Gastronomie ist kein Pauschalkonzept

Der Burgerladen im Szeneviertel floriert, während drei Straßen weiter bei der Konkurrenz die Tische leer bleiben. Bernd Luxenburger, Experte für Existenzgründung im Gastgewerbe, erklärt in 5 Fakten, wie entscheidend Standort und Öffnungszeiten für den Erfolg eines Gastbetriebes sind und dass vegetarischer Genuss keine Frage des Alters ist.

Gastronomie ist ein schnelllebiges Business. Konzepte wechseln, Interessen verlagern sich. Wo welches Gastro-Konzept funktioniert, ist keine Frage des Zufalls. Viele Faktoren sind entscheidend – zum Beispiel der Standort.

## Ein 5-Punkte-Check zum Standort

### 1

#### Die Anforderungen des Standorts gut kennen

Jeder Standort hat Charakteristika, die eine bestimmte Gastronomie fordern. So ist an hoch frequentierten Standorten mit vielen Geschäften eine schnelle und unkomplizierte Gastronomie gefragt. Konzepte wie Fast Food, Casual Dining, Bistro oder All-In-One sind an solchen Standorten erfolgsversprechend. Ein „Nachbarschaftsstandort“, also ein Platz im Kiez, braucht Kommunikations- und Zielgruppenkonzepte. Konservative Konzepte hingegen passen nicht in ein pulsierendes Zentrum.

In einer Altstadt oder in einem In-Viertel hat Erfolg, wer diesen Standort mit einem anderen Konzept auffrischt oder die Angebotspalette ergänzt. Und wer allein auf weiter Flur überleben möchte, braucht entweder ein außergewöhnliches Gastronomiekonzept oder eine smarte Infrastruktur-Idee.

### 2

#### Wissen, was die Gäste wollen

Auch die Mentalität der Menschen vor Ort bestimmt das Konzept am Standort. Menschen, die in der Stadt leben, gehen öfter aus. Erfolgreich punkten kann man hier mit wechselnden Gerichten oder „Special Offers“. Menschen auf dem Land hingegen wertschätzen eher Beständigkeit mit „kleinen Impulsen“. Eine gute Standardkarte ist hier wesentlich. Land- und Stadtmenschen „ticken“ gastronomisch einfach anders. Soll heißen, das Konzept einer In-Location im Düsseldorfer Hafen kann in einer Mittelstadt in der Eifel scheitern – und umgekehrt.

### 3

#### Die Zielgruppe erreichen

Zielgruppenanalyse nach Alter, Geschlecht, Familienstand, Beruf und Einkommen ist kein Messwert mehr, der die Tische besetzt. Ein Erfolgsgarant: Die Beschäftigung mit Lebensstilen, Interessen und Meinungen der Wunschgäste. Technisch affine Gäste haben keine Altersgrenzen und auch Bio und Nachhaltigkeit sowie Gesundheit und Ernährung sind Themen, die alle Generationen interessieren. Vegetarische Konzepte werden nicht nur von jüngeren Gästen angenommen und besondere ethnische Konzepte rufen bei dem einen Erinnerungen an Reisen, bei dem anderen Neugierde hervor.

### 4

#### Öffnungszeiten – da sein, wenn die Gäste da sind

Steal with Pride – und zwar die Analysen des nahen Einzelhandels, denn der schaut sich sehr genau an, welche Öffnungszeiten für den Standort ideal sind. Kein Ruhetag oder sogar 2? Ist das Publikum vor allem tagsüber aktiv, zum Beispiel in einem Innenstadtbereich mit vielen Bürogebäuden? Oder kommen die Gäste eher am Abend? Sind die Wochenenden von besonderem Interesse, oder herrscht Flaute, weil die Büros leer sind? Die richtigen Öffnungszeiten sind Dreh- und Angelpunkt für das betriebswirtschaftliche Konzept, denn sie beeinflussen vor allem die Personalorganisation und -kosten – die große Herausforderung der Branche.

### 5

#### Sich den Standort leisten können

Selbst gut frequentierte Betriebe können an den monatlichen Fixkosten für Miete oder Pacht scheitern. Die werden vertraglich abgeschlossen und umsatzorientiert ermittelt. Auch das macht den Standort zum elementaren Kriterium.



#### Über ... Bernd Luxenburger

**Bernd Luxenburger** ist Geschäftsführer der DEHOGA Beratung GBS Gastgewerbe Beratungs Gesellschaft mit Sitz in Neuss. Sie erstellt Machbarkeitsstudien, hilft bei Existenzgründungen, analysiert bestehende Betriebe und entwickelt zeitgerechte Konzepte oder saniert sie. Sie vermittelt auch Kauf- und Pachtobjekte. Als Autor ist Luxenburger u.a. für die periodisch wiederkehrenden Betriebsvergleiche für das Gastgewerbe in NRW tätig. **DEHOGA** (Deutscher Hotel- und Gaststättenverband) ist der Arbeitgeber- und Wirtschaftsverband. In NRW sind rund 11.000 Unternehmer aus Hotellerie und Gastronomie im DEHOGA organisiert.