

# Profit machen mit System

Clevere Gastronomen lernen von den Systemern und punkten mit Ihren Gastgeberqualitäten / Checklisten lohnen sich

**STUTTGART.** Während die Umsätze in der Systemgastronomie seit Jahren steigen, hat der individuelle Gastronom weiter damit zu kämpfen, sich am Markt zu behaupten. „Dabei könnten Systemer und Individualgastronomen sich gegenseitig etwas abgucken“, bestätigt Sandra Warden, Geschäftsführerin der Fachabteilung Systemgastronomie beim DEHOGA Bundesverband.

Fullservice-Restaurants hat die Krise in diesem Sommer besonders hart getroffen. Davon hat vor allem der Quickservice mit seinem günstigeren Preis-Leistungs-Verhältnis profitiert. Das bestätigt der DEHOGA-Konjunkturbericht (siehe AHGZ vom 5. Dezember). Viele erfolgreiche Individualgastronomen sind im Hintergrund bereits wie Systemer organisiert. „Dabei agieren sie wie Selbstständige und haben ein super strukturiertes Marketing“, weiß Gastro-Berater und AHGZ-Kolumnist Jean-Georges Ploner. Ein Qualitätsmanagementsystem, optimierte Arbeitsabläufe und die Arbeit mit Checklisten gehören ganz selbstverständlich dazu. „Einzelne Komponenten von Gerichten zu wiegen, ist keine Spinnerei, sondern Notwendigkeit“, betont Unternehmensberater



Inspiration ist alles: Der Blick über den Zaun bringt neue Ideen

Foto: Mauritius Images

Helmut Kammerer. Gingen 60 von 80 Knödeln mit je 20 Gramm mehr raus, sei dies bares Geld. McDonald's mache es vor: In das Schäufelchen für die Pommes passe exakt eine Portion.

Einkauf, Warenwirtschaft oder Personalschulungen können individuelle Gastronomen wie Systemer professionalisieren. Hier kann der klassische

Wirt am meisten profitieren, ist sich Nikos Gatzias sicher, der in Frankfurt unter anderem die Pizzeria Das Leben ist schön, Goldmans 25Hours-Restaurant und das Long Island City Lounge-Restaurant betreibt. „Der Gastronom muss lernen, nicht nur im, sondern auch am Betrieb zu arbeiten.“ Ein kurzes Brainstorming vor und nach jeder

Schicht sei Pflicht. „Hat man gute Verkäufer, bedeutet das 10 bis 15 Prozent mehr Umsatz pro Jahr.“ Zudem spielt der Gastgeber in der Individualgastronomie eine entscheidende Rolle. Präsenz ist wichtig – und machbar: „Ich schaue fast täglich in jedem Betrieb vorbei“, sagt Gatzias.

► Fortsetzung auf Seite 4

► Fortsetzung von Seite 1

## Profit machen mit System

„Systemisches Denken muss nicht bedeuten, ein System zu haben“, bestätigt Jean-Georges Ploner. „Man kann auch drei Betriebe führen, deren Konzepte völlig unterschiedlich sind.“ Kennzahlen, Checklisten, Outsourcing sind zentrale Aspekte, von denen auch der Einzelne profitieren kann. Denn so kann gezielt auf die Bedürfnisse und Wünsche der Gäste eingegangen werden. Die Frage ist: Muss ich Bohnen selber putzen oder bekomme ich sie geputzt? Systematisierung lohnt sich: Ein Online-Reservierungstool ist ebenso nachahmenswert wie der Zusammenschluss zu Einkaufsgenossenschaften. Die Optimierung fange beim Einkauf an, betont auch Helmut Kammerer: Woher beziehe ich meine Produkte? Wie hoch sind meine Lagerkosten? Lagerbestände bedeuten gebundenes Kapital. Gleiches gilt für die Speise-

karte: „Weniger ist mehr, keine aufwendigen Produkte“, rät der Unternehmensberater und Buchautor. „Von der Vorstellung, es immer allen recht machen zu wollen, sollten sich Individualgastronomen verabschieden.“

Vielmehr gilt es, sich auf die eigenen Kernkompetenzen zu konzentrieren und diese glaubhaft rüberzubringen, sagt Valerie Naumann vom Bundesverband der Systemgastronomie. Konzeptionelles Arbeiten ist die Voraussetzung, denn die Gäste wollen wissen, was sie erwartet. Das bestätigt auch Thomas Huber von den Schnitzelhuber Restaurants mit Sitz in Krefeld. Er hat sich mit dem Schnitzel auf ein Produkt mit hoher Grundnachfrage fokussiert, das seit dem Zweiten Weltkrieg nicht weiterentwickelt wurde, so Huber. Der ehemalige Marktforscher hat dafür eine neue Panade erfunden:

„Crunchy, spicy und kalorienarm“ lauten seine Alleinstellungsmerkmale. Kleine Betriebe könnten solche Neuerungen sogar schneller umsetzen. „Je kleiner du bist, desto flexibler bist du“, weiß Jean Ploner. Häufig halten Trends und Innovationen daher auch zunächst in der individuellen Gastronomie Einzug. Hat der Wirt dort eine Idee, geht er in die Küche und probiert sie aus. Beißen die Gäste an, landet die Neuerung auf der Karte. Bis zur Einführung der McCafés in Deutschland hingegen dauerte es drei Jahre.

„Individualgastronomen können Dinge probieren, die im System schwer multiplizierbar sind“, sagt Matthias Mehlen von McDonald's. Zudem sei die Umsetzung im System mit hohen Investitionen und langen Erprobungszeiten verbunden. Systemgastronomie contra Individualgastronomie? Dieter Stummel, Franchise-Direktor bei Vapiano, empfindet das weniger: Die Regeln seien gar nicht so anders. „Man muss die Erwartungen des Gastes übertreffen und eine emotionale Bindung herstellen“, so Stummel. Auch Valerie Naumann und Jean Ploner sehen weniger die Konkurrenz als die Koexistenz der beiden Branchensegmente. „Man kann nur eine Nische besetzen, die ein anderer frei gemacht hat oder sich hat nehmen lassen“, sagt Ploner. (Editorial Seite 8) Brit Glocke

### Besser wirtschaften mit System

- Kernkompetenzen fokussieren
- Speisekarten „entschlacken“: Weniger ist mehr
- Attraktivität verkauft: Saisonale Aktionen und Events
- Transparenz bieten: Essen ist Vertrauenssache
- Qualitätsmanagement betreiben
- Arbeitsabläufe festlegen und kontrollieren
- Mit Checklisten arbeiten
- Lagerkosten reduzieren
- Einkaufsgenossenschaften bilden
- Tägliche Lagebesprechung
- Mehr Mut für Neues entwickeln
- Das Ohr am Markt haben