



Dein eigenes Restaurant eröffnen

Tipps für einen erfolgreichen Start

Ein praxisbezogener Leitfaden für Gastronom:innen

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	03
So erstellst du einen Businessplan	04
• Was ist ein Businessplan?	
• Fundamentale Bausteine des Businessplans	
Das richtige Restaurantkonzept	07
• Markt- und Wettbewerbsanalyse	
• Betriebsarten in der Gastronomie	
Finanzplanung & Finanzierung	09
• Betriebskosten in der Gastronomie	
• Arten der Finanzierung	
• Finanzierungsberatung - lohnenswert?	
Wichtige Konzessionen & Genehmigungen	11
• Gaststättenkonzession	
• Hygienevorschriften und Jugendschutz	
Preiskalkulation der Speisen & Getränke	13
• Welche Faktoren beeinflussen die Preiskalkulation?	
• Preiskalkulations-Methoden	
Effiziente Personalplanung	15
• Personalsuche	
• Gesetzliche Vorgaben	
Restaurantausstattung und digitale Einrichtung	16
• Grundausrüstung	
• Innen- und Außendekoration	
• Restaurant-Management-Software	
Zielgruppenspezifisches Marketing	19
• Speisekarte (digital und gedruckt)	
• Website & Onlineshop	
• Google My Business	
• Social Media	
Die erfolgreiche Restauranteröffnung	21
Fazit	23
Über SIDES	24

Einleitung

Ein neues Restaurant zu gründen, ist für viele eine reizvolle Perspektive. Allerdings ist für eine erfolgreiche Existenzgründung in der Gastronomie eine Menge zu beachten. Um einen Gastronomiebetrieb erstmals zum Laufen zu bringen, sind viele Zwischenschritte notwendig. Dabei muss man sich auf jeden Fall bewusst sein, dass das Gastronomiegewerbe, kein einfaches Terrain ist. Ein Business in dieser Branche zu gründen erfordert Geduld, Konzentration, Führungspersönlichkeit und nicht zuletzt ein gewisses Maß an gesundem Humor und Durchhaltevermögen. Je nach Standort, Konzept und Größe kann der Aufbau eines Gastronomiebetrieb zwischen ein paar Monaten bis zu einem Jahr oder mehr dauern.

Als Neu-Gastronom:in benötigst du zuerst einmal ein gut durchdachtes Konzept, das Gäste anlockt und einen idealen Standort. Darüber hinaus gibt es vor der Betriebseröffnung eine ganze Reihe bürokratischer Hürden zu überwinden: Gastronom:innen benötigen eine Gaststättenerlaubnis, einen Gewerbeschein vom Gewerbeamt, Genehmigungen, Versicherungen.

Auch die Finanzierung als Teil des übergeordneten Businessplans erfordert eine gute Planung. Bevor du schließlich die Eröffnung deines Gastronomiebetriebs feiern kannst, solltest du dir zudem Gedanken zu deiner Speisekarte, der Ausstattung, dem richtigen Personal und einem zielgruppenspezifischen Marketingkonzept machen.

Mit unserem Leitfaden führen wir dich durch alle notwendigen Schritte und zeigen dir, worauf du achten solltest, damit dir für eine erfolgreiche Restaurantöffnung nichts im Weg steht.



Erstellung Businessplan

Wer einen Gastronomiebetrieb eröffnen will, benötigt einen Businessplan. Dieser enthält alle wichtigen Informationen von der Geschäftsidee über die Finanzierung und den Personalplan bis hin zum Marketing. Je nachdem, ob ein solcher Plan zur Präsentation nach außen gebraucht wird, z.B. zur Kapitalbeschaffung oder um Fördermittel zu beantragen, oder nur für interne Zwecke (z.B. zur Kommunikation und Abstimmung mit Partner:innen und Mitarbeiter:innen), muss der Plan mehr oder weniger ins Detail gehen und Strukturen erläutern.

Was ist ein Businessplan?

Einerseits ist er für Existenzgründer in der Gastronomie eine Gelegenheit, die Chancen und Risiken des eigenen Betriebs abzuwägen, sich schon vorab umfassende Informationen einzuholen und alle wichtigen Schritte auf dem Weg zur Betriebsgründung zu analysieren. Andererseits ist es auch notwendig, einen Businessplan für die eigene Gastronomie zu erstellen, um sich beim Gründen Unterstützung an Bord zu holen: Das können aktive Partner, Investoren oder Kreditgeber sein, sie alle müssen von einer Geschäftsidee überzeugt werden. Einen gut durchdachten Businessplan zu erstellen ist die Basis, um allen Beteiligten genau aufzuzeigen, worauf sie sich einlassen und wie gut ein Gründer seine Ideen mit der Realität abgeglichen hat. Damit können Kreditgeber, wie Banken und Investoren einschätzen, ob ein Konzept überhaupt rentabel sein wird und sich die Finanzierung lohnt.

Auch nach der Eröffnung eines Gastronomiebetriebs bleibt der Businessplan ein unverzichtbares Kontrollinstrument. Anhand des Businessplans lässt sich immer wieder prüfen, ob die Schritte auf dem Weg zum Erfolg tatsächlich eingehalten und wichtige Meilensteine erreicht wurden. Darüber hinaus bleibt er für alle Beteiligten die Grundlage für Verhandlungen und Abmachungen.

Fundamentale Bausteine des Businessplans

Wie umfangreich ein Businessplan in der Gastronomie sein muss und welche Teilpläne und Kapitel beim Erstellen unbedingt dazu gehören, hängt von verschiedenen Faktoren ab. Ein Businessplan zur Gastronomiegründung braucht mehr und andere Erläuterungen als der Plan für ein schon laufendes Restaurant, das saniert werden soll. Geht es nur um die Optimierung interner Abläufe, müssen andere Schwerpunkte gesetzt werden als bei Verhandlungen mit potenziellen Investoren. In jedem Gastronomie-Businessplan sollten sich jedoch gewisse Inhalte immer widerspiegeln:

Inhalte des Businessplans

- ✓ Geschäftsidee & Konzept
- ✓ Zielgruppe & Leistungsangebot
- ✓ Standortanalyse
- ✓ Preisgestaltung & Marketingkonzept
- ✓ Rechtsform
- ✓ Finanzplan
- ✓ Anlagen

Geschäftsidee & Konzept

Die Zusammenfassung des Gastronomiekonzeptes ist das Aushängeschild des Businessplans deiner geplanten Gastronomie. Nicht selten kommt es vor, dass ein Kapitalgeber auf diesen Teil den meisten Wert legt. Du solltest knapp und präzise beschreiben, was du überhaupt planst und warum deine Idee eine Chance hat. Dieser Teil wird Executive Summary genannt. Deine **Alleinstellungsmerkmale** sollten hier im Vordergrund stehen:

- Was sind deine Ziele?
- Was ist dein konkretes Vorhaben?
- Wer ist deine Zielgruppe?
- Gibt es Produkte oder Gerichte, die kein anderer im Umkreis verkauft?
- Ist deine Raumgestaltung so einzigartig und besonders, dass du deine Gäste zum Bleiben verführst?



Zielgruppe und Leistungsangebot

Im Businessplan solltest du auf die Zielgruppe und das konkrete Leistungsangebot eingehen. Bei deiner Zielgruppe solltest du dir überlegen, wen du ansprechen möchtest. So erwarten Student:innen beispielsweise günstige Preise, wobei Geschäftsleute hingegen einen gewissen Service wünschen und weniger preissensibel sind.

Besonders wichtig für deinen Businessplan ist zudem, welche Art von Essen du anbieten möchtest. Dabei solltest du dich konkret festlegen und keine zu große Auswahl anbieten. Du kannst im Businessplan aber auch auf Zusatzangebote (z. B. Catering) eingehen, die du deinen Gästen bieten möchtest.

Standortanalyse

In der Gastronomie ist die Standortwahl ähnlich wichtig wie im Einzelhandel, daher sollte im Businessplan ausführlich darauf eingegangen werden. Viele Betriebe leben nämlich von der Laufkundschaft, daher gilt es bei der Standortanalyse zu prüfen, in welchen Mengen potenzielle Kund:innen am ausgewählten Standort regelmäßig vorbeigehen. So sind Standorte mit vielen Gastronomiebetrieben in der näheren Umgebung für Laufkundschaft besonders interessant, allerdings ist hier natürlich auch der Wettbewerbsdruck stärker.

Preisgestaltung und Marketingkonzept

Bei der Preisgestaltung musst du genau überlegen, wer deine Zielgruppe und deren Zahlungsbereitschaft ist. Arbeitet im Restaurant ein Sternekoch, können andere Preise verlangt werden, als wenn der Azubi für die Qualität des Essens verantwortlich ist. Der Standort des Betriebs, die Art der Räumlichkeiten und der gebotene Services sind weitere Faktoren, die sich auf die Preisgestaltung auswirken. Außerdem ist es wichtig, dass festgelegt wird, wie neue Kund:innen gewonnen werden sollen. Dementsprechend sollte ein zielführendes Marketingkonzept für die entsprechende Zielgruppe erstellt werden.

Rechtsform

Die angestrebte oder bereits vorhandene Rechtsform des Gastronomiebetriebs sollte benannt werden. Zudem muss begründet werden, warum diese Rechtsform gewählt wurde und welche Vorteile diese mit sich bringt. Aktuell gibt es in Deutschland die Wahl zwischen neun Rechtsformen:

Finanzplan

Ein sehr wichtiger Bestandteil des Businessplans ist ein detailliert und professionell ausgearbeiteter Finanzplan für den Gastronomiebetrieb. Allfällige Investoren und Banken werden diesen Teil des Businessplans sehr genau anschauen.

Dabei solltest du insbesondere auf folgende Bestandteile und Zahlen im Detail eingehen und diese entsprechend ausarbeiten:

- Kapitalbedarf für Investitionen & Betriebsmittel
- Rentabilitätsplanung für mind. drei Geschäftsjahre
- Die geplante Gewinn- & Verlustrechnung für mindestens drei Geschäftsjahre
- Eine Liquiditätsplanung für mindestens drei Geschäftsjahre
- Ein Tilgungsplan mit der Laufzeit des gewünschten Darlehens

Anlagen

Letztendlich solltest du in deinem Businessplan relevante Dokumente wie Zeugnisse oder Urkunden hinzufügen, die alle relevanten Informationen beinhalten und als Nachweise dienen. Grundsätzlich ist es ratsam, die Erstellung eines Businessplans von einer öffentlichen Institution (z. B. die Gründerwerkstatt) oder einem Betriebsberater begleiten zu lassen, da etwaige Fehleinschätzungen weitreichende Folgen nach sich ziehen können. Hat man aber eine solide Planung in dem Businessplan erstellt, dann steht einer erfolgreichen Finanzierung und einem baldigen Start in die Selbstständigkeit nichts mehr im Wege.

Rechtsformen in Deutschland

- ✓ Einzelunternehmen
- ✓ Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR)
- ✓ Partnergesellschaft (PartG)
- ✓ Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)
- ✓ Unternehmergesellschaft (haftungsbeschränkt)
- ✓ Gesellschaft mit beschränkter Haftung & Compagnie
- ✓ Kommanditgesellschaft (GmbH & Co. KG)
- ✓ Offenen Handelsgesellschaft (OHG)
- ✓ Kommanditgesellschaft (KG)
- ✓ Aktiengesellschaft (AG)

Restaurantkonzept

Der erste Schritt in Richtung Restaurantgründung ist zu entscheiden, welche Art von Restaurant es sein wird. Ziehst du beispielsweise ein gehobenes Restaurant in Betracht oder doch eher ein Fast Food Konzept? Hast du eine spezielle Art der Küche in Planung, wie Italienisch, Französisch oder Vietnamesisch? Oder möchtest du einen simplen Burgerimbiss anbieten? Das Konzept legt nicht nur das Speiseangebot fest, sondern auch die Größe, Lage, das Design und vieles mehr. Bevor du also einen Schritt weitergehst, solltest du zuerst festlegen, welche Art von Restaurant du eröffnen möchtest. Auch die Art des Restaurants solltest du gut durchdenken. Hier gibt es verschiedene Möglichkeiten: Filiale, Franchise, Partnerschaft oder komplett eigenständig. Mithilfe einer strukturierten Marktanalyse, zu der auch eine Wettbewerbsanalyse gehört, kannst du all diese Fragen für die erfolgreiche Erstellung und Festlegung deines Restaurantkonzepts sowie deines Betriebsnamens klären.

Markt- und Wettbewerbsanalyse

Bevor du dich für ein Restaurantkonzept entscheidest, solltest du eine Marktanalyse durchführen. Neben der Verhandlungsmacht der Kunden und Lieferanten solltest du auch Gefahren durch Ersatzprodukte und Markteintrittsbarrieren in deine Analyse mit einbeziehen. Der wichtigste Bereich der Marktanalyse ist die Analyse der Konkurrenz. Hier geht es darum, Wettbewerber zu identifizieren und jeweilige Stärken und Schwächen zu definieren. Die Konkurrenzanalyse bildet dabei die Grundlage für weitere Themen des Businessplans, wie z. B. die Strategie oder das Marketing. Darüber hinaus ist die Wettbewerbs- und Konkurrenzanalyse eines der Kapitel im Businessplan, das sich insbesondere Investoren und Kapitalgeber genauer anschauen werden - denn geht es um die Frage, welche Chancen und Risiken sich aufgrund der Wettbewerbssituation ergeben.

Marktanalyse:

Wie gestaltet sich der Markt?

Bei der Marktanalyse identifizierst und analysierst du alle relevanten Faktoren, die auf deinen Zielmarkt einen Einfluss haben könnten. Folgende Faktoren solltest du dabei berücksichtigen bzw. untersuchen:

1. Der Staat kann einen wesentlichen Einfluss auf den Wettbewerb ausüben, indem er z. B. die Preise reguliert und/oder Zulassungen vergibt. Bestandteil deiner Wettbewerbsanalyse sollte dementsprechend auch die Prüfung genehmigungspflichtiger Vorhaben sein.
2. Zeige die Verhandlungsposition der Lieferanten in deinem Markt auf. Beleuchte auch, welche Schwierigkeiten sich für deinen Gastronomiebetrieb aufgrund einer starken Verhandlungsposition

der Lieferanten ergeben könnten und wie du darauf reagieren würdest (dieser Faktor kann auch für die Konkurrenzanalyse relevant sein).

3. Die Kund:innen können einen großen Einfluss auf die Preisbildung haben. Deine Wettbewerbsanalyse sollte dementsprechend die Verhandlungsmacht deiner Zielkund:innen aufzeigen. Die Verhandlungsmacht der Kund:innen ist ggf. auch für deine Konkurrenzanalyse wichtig, insbesondere wenn eine starke Kundenbindung besteht.

4. Letztendlich solltest du auch Markteintrittsbarrieren berücksichtigen, da du so aufzeigen kannst, welche Hindernisse du beim Markteintritt überwinden musst.

Wettbewerbsanalyse: Wer ist deine Konkurrenz?

Bei der Konkurrenzanalyse sammelst du zuerst Informationen zu deiner Konkurrenz, die du dann aufbereiten und auswerten solltest. Grundsätzlich geht es bei der Konkurrenzanalyse darum, die Konkurrenz besser kennenzulernen und einschätzen zu können. Eine gute Konkurrenzanalyse gibt dabei nicht nur Auskunft über Anzahl und Marktanteile von Wettbewerber:innen, sondern zeigt auch die Stärken und Schwächen auf. Für eine erfolgreiche Konkurrenzanalyse empfehlen wir folgende Fragen zu untersuchen:

- **Wer ist deine Konkurrenz und wo ist diese aktiv?**
- **Welche Marktanteile haben die größten, direkten Konkurrent:innen?**
- **Was sind Stärken und Schwächen der Konkurrent:innen?**

→ Die wichtigsten Erkenntnisse gehören in den Businessplan. Achte dabei darauf, dass deine Konkurrenzanalyse sowohl quantitative sowie auch qualitative Aussagen zum Wettbewerb enthält.

Betriebsarten in der Gastronomie

Bei der Erstanmeldung eines Gastronomiebetriebs wird die Betriebsart festgelegt, in der das Gastgewerbe ausgeübt werden soll. Für angehende Gastronom:innen ist die Wahl des richtigen Betriebes oft eine Herausforderung, denn nicht nur die Arbeit im Gastgewerbe selbst ist vielschichtig, auch die Betriebe sind es. Jeder Betrieb unterscheidet sich sowohl in der Größe als auch im Angebot für den Gast.

In Deutschland wird in der Gastronomie aktuell zwischen 10 Betriebsarten unterschieden: Bar & Vergnügungsort, Café, Caterer, Diskothek und Tanzlokal, Eisdielen, Imbisshalle, Kantine, Restaurant, Schankwirtschaft, Trinkhalle

Weitere mögliche Kriterien für eine Gastronomie-Gruppierung:

Haupt- oder Nebenbetrieb: Handelt es sich um einen Betrieb, in dem es hauptsächlich um das Gastgewerbe geht oder werden hier wie in einer Betriebskantine gastronomische Leistungen nur "nebenbei" erbracht?

Unternehmenskonzept: Einzelbetrieb, Franchising, Kooperation, Verbund, Kette

Größe: Klein-, Mittel- oder Großbetrieb

Art des Service: Vollservice oder Selbstbedienung

Gütekategorie: Sternerestaurant, Dorfgasthof oder Imbisshalle

Standort: Stadthotel, Landhotel, Kurhotel

Zielgruppe: Familienhotel, Ferienhotel, Businesshotel

Öffnungszeiten: Ganzjahresbetrieb, Saisonbetrieb, Eventbetrieb

Thema: Familie, mediterran, Wellness



Finanzplanung & Finanzierung

Wer sich in der Gastronomie selbstständig machen möchte, muss sich auch mit unangenehmen Themen wie Zahlen und Kalkulation auseinandersetzen. Fehlkalkulationen gehören nämlich zu den häufigsten Gründen, warum ein neu gegründeter Gastronomiebetrieb scheitert. Nur, wer den Kapitalbedarf und die Betriebskosten sorgfältig plant, hat stets die Kosten im Blick und merkt schnell, wenn etwas teurer ist, als erwartet und kann eventuell rechtzeitig gegensteuern. In diesem Kapitel geben wir dir eine grobe Übersicht darüber, wie sich die Betriebskosten zusammensetzen und wie du deinen Kapitalbedarf planen kannst.

Betriebskosten in der Gastronomie

Die Ausgaben und Kosten bei einer Gründung eines Restaurants sind vor allem am Anfang sehr hoch. Je nach Größe muss man für die Ausstattung eines Restaurants mit einem Betrag ab 100.000 Euro rechnen. Du benötigst u. a. eine komplette Küchenausstattung, einen voll möblierten Gastraum sowie Geschirr und Deko. Zudem musst du deine Mitarbeiter:innen, die Miete, Lieferant:innen und weitere fixe und variable Kosten bezahlen. Dabei ist zu beachten, dass zu Beginn einer Gründung die Einnahmen geringer sind als die Ausgaben.



Arten der Finanzierung

Bei der Gründung einer Gastronomie schaffen es die wenigsten Neugastronom:innen ohne Fremdkapital. Um eine Fremdfinanzierung für ein Restaurant zu erhalten, benötigt man jedoch auch ein entsprechendes Eigenkapital. In der Regel benötigt man für eine Fremdkapitalbeschaffung mindestens 20-30% an Eigenkapital in der Gastronomie. Fremdkapital, das in den ersten drei Jahren der Gründung herangezogen wird, nennt sich Existenzgründungsdarlehen. Für die Finanzierung bzw. Kapitalbeschaffung bieten sich in der Gastronomie u. a. folgende Möglichkeiten an:

Bankkredit: Der klassische Weg für Gründungsfinanzierung ist der über die Bank. Ein Darlehen bei einer Bank ist eine recht sichere Angelegenheit. Ein detailliert ausgearbeiteter Businessplan sowie plausible finanzielle Kalkulationen gehören zu den Grundvoraussetzungen hierfür. Geprüft werden die Unterlagen von einem erfahrenen Sachverständigen und einem bankinternen System, um die finanzielle Lage zu beurteilen und einen Kredit zu gewähren.

Mit den oben genannten Grundeinstellungen hast du Google My Business eingerichtet. Es gibt jedoch noch weitere Funktionen. Eine Möglichkeit ist beispielsweise, Mitteilungen anzulegen, um deine Gäste über Neuigkeiten zu informieren.

Fördermittel: Neben klassischen Darlehen gibt es verschiedene Förderprogramme. Personen, die durch eine Existenzgründung der Arbeitslosigkeit entgehen können, werden finanziell gefördert. Auch hierfür ist ein vollständiger Businessplan notwendig. Dazu gehören ein tragfähiges Unternehmenskonzept, der Nachweis fachlicher und persönlicher Qualifikationen, eine umfassende Planung sowie die Investitionen, Kosten, Rentabilität und Liquidität. Eine beliebte Option bei der Finanzierung für ein Restaurant sind die Förderkredite der KfW (Kreditanstalt für Wiederaufbau), denn es wird u.a. bis zu 125.000 Euro für ein Gründungsvorhaben gefördert. Auch die Bundesländer und die Agentur für Arbeit bieten Fördermittel für die Existenzgründung in der Gastronomie an.

Crowdfunding und Privatkredite: Die einfachste Lösung der Finanzierung in der Gastronomie ist mit Sicherheit der Privatkredit. Es gibt weder bürokratische Hürden, noch wird ein ausgeklügelter Businessplan benötigt. Die Familie, Freunde und Bekannte können hier als Geldgeber fungieren. Eine weitere Möglichkeit für einen privaten Kredit ist das Crowdfunding. Dieses genießt vor allem wegen der Corona-Krise eine immer größer werdende Aufmerksamkeit in der Gastronomie. Dieses bietet eine Möglichkeit, die eigene Liquidität in Krisenzeiten zu sichern. Auch für die Gründung bieten Crowdfunding-Plattformen jedoch lukrative Möglichkeiten, um liquide Mittel zu erhalten.

Leasing & Ratenzahlungen: Eine Möglichkeit, um die Ausgaben am Anfang gering zu halten, bieten Leasing und Ratenzahlungen. Dadurch wird weniger Fremdkapital benötigt und du kannst gleichzeitig einen grösseren Anteil deines Startkapitals z. B. in dein Marketing investieren. Insbesondere die Küchen- sowie Raumausstattung sind sehr kostenintensiv. Bei Ratenzahlungen musst du in der Regel einen Anteil x anzahlen und der restliche Betrag wird zu y monatlichen Zahlungen abbezahlt.

Finanzierungsberatung - lohnenswert?

Die Finanzierung einer Gastronomie kann schnell sehr unübersichtlich werden, deswegen ist es in manchen Fällen ratsam, einen Experten hinzuzuziehen. Eine (Gründungs-) Beratung hilft dir nicht nur bei der Erstellung eines Finanzplans und der Finanzierung, sondern auch bei der Ausarbeitung eines Businessplans. Je nach Bundesland wird so eine Beratung unterschiedlich gefördert. In der Regel wird jedoch eine Gründungsberatung mit bis zu 80% bezuschusst. Eine Liste verschiedener Beratungsagenturen findest du u. a. bei der IHK.



Konzessionen und Genehmigungen

Wenn du einen Gastronomiebetrieb gründen möchtest, solltest du dir bewusst sein, dass es eine Reihe von rechtlichen Formalitäten gibt, die du sammeln musst. Obwohl es in der Regel ein langwieriger und anstrengender Prozess ist, ist er für die Ausübung jeglicher unternehmerischer Tätigkeiten unabdingbar. Die Einhaltung aller Genehmigungen und Konzessionen für die Eröffnung eines Restaurants ist der erste Schritt zum Erfolg deines Betriebs. Wir zeigen dir, welche behördlichen Vorgaben und Vorschriften du einhalten musst.

Gaststättenkonzession

Die zentrale Genehmigung für den Betrieb einer Gaststätte ist die Gaststättenkonzession. Diese erhältst du nur, wenn du deine persönliche Zuverlässigkeit und die fachliche Eignung nachweisen kannst. Überdies muss das Objekt selbst bestimmte Voraussetzungen erfüllen. **Die Gaststättenkonzession brauchst du immer dann, wenn du ein Restaurant oder eine Gaststätte mit Alkoholausschank planst.**

Den Antrag für die Konzession stellst du beim Gewerbeamt, wenn du dein Gewerbe anmeldest. Zuständig ist das Gewerbeamt, das für den Unternehmensstandort verantwortlich ist. Wenn du keinen Ausschank von Alkohol planst, ist eine Gaststättenkonzession nicht notwendig und der aufwendige Prozess für die Beantragung entfällt. Du kannst nach der Gewerbebeanmeldung sofort den Restaurantbetrieb aufnehmen.

Nachweis der persönlichen Zuverlässigkeit

Die Gaststättenkonzession dürfen die Mitarbeiter:innen des Gewerbeamtes lediglich unter bestimmten Voraussetzungen erteilen. Du musst deine persönliche Zuverlässigkeit nachweisen. Dazu benötigst du:

- Auskunft aus dem Gewerbezentralregister
- Polizeiliches Führungszeugnis
- Unbedenklichkeitsbescheinigung von Finanzamt und Gewerbebesteuerbehörde

Du wirst als persönlich zuverlässig eingestuft, wenn es in deinem Führungszeugnis keine Eintragungen von Straftaten gibt und wenn es mit einem früheren Gewerbe keine Gesetzeskonflikte gab. Zudem musst du nachweisen, dass du keine Steuerschulden hast.



Der Nachweis der fachlichen Eignung

Für die Gaststättenkonzession musst du auch deine fachliche Eignung belegen. Dazu bietet die IHK entsprechende Seminare an, die über die lebensmittelrechtlichen Vorgaben aufklären. **Außerdem musst du an einer Erstbelehrung des zuständigen Gesundheitsamtes teilnehmen.** Dabei werden ausschließlich Themen wie Lebensmittelbereich, Hygienevorschriften und Gesundheitsschutz behandelt. Die fachliche Eignung in Bezug auf das Zubereiten von Speisen ist hier nicht von Interesse. Du musst jedoch keine Ausbildung zum Koch oder Restaurantfachkraft absolviert haben, um ein Restaurant zu eröffnen, d.h. solch eine Qualifikation musst du den Behörden nicht vorlegen.

Ortsbezogene Vorgaben überprüfen

Wenn du die persönliche Zuverlässigkeit und deine fachliche Eignung belegt hast, sind noch die ortsbezogenen Voraussetzungen zu erfüllen. **Hierbei beurteilen die Behörden die gewählten Räumlichkeiten auf ihre Eignung.** Als Erstes benötigst du den Miet-, Pacht- oder Kaufvertrag. Darüber hinaus musst du nachweisen, dass das Objekt die Konditionen für ein Gastgewerbe erfüllt. Dazu gehört beispielsweise, dass Sanitäranlagen für Gäste (entscheidend ist Grösse des Gastraums und Getränke-Angebot) und das Personal vorhanden sind. Darüber hinaus musst du prüfen, ob bauliche Veränderungen notwendig sind.

Wenn die Räume, die du für dein Restaurant nutzen willst, zuvor anders genutzt wurden, musst du das zuständige Bauamt darüber informieren. Dies gilt auch, wenn du vorhast, bauliche Veränderungen vorzunehmen. **Das Bauamt gibt dir detaillierte Informationen, ob und welche Anträge du stellen musst und welche Unterlagen du benötigst.** Wenn du innerhalb deiner Betriebsstätte Neuerungen ausführst, solltest du am besten immer zuerst beim Bauamt nachfragen. Solltest du hier notwendige Genehmigungen versäumen, schließt die Behörde schlimmstenfalls den Betrieb. Deshalb solltest du bei der Überprüfung der ortsbezogenen Vorschriften sehr sorgfältig sein.

Hygienevorschriften und Jugendschutz

Obwohl die Gaststättenkonzession die wichtigste Genehmigung ist, gibt es bei einer Existenzgründung im Bereich Gastronomie noch weitere Auflagen zu beachten. Hier gelten strenge Hygienevorschriften, die es vom ersten Tag an gilt einzuhalten. Ansprechpartner für Gastronom:innen ist hierbei der Fachverband DE-HOGA. Der Verband hält auf seiner Internetpräsenz viele wichtige Informationen rund um die juristischen Vorgaben bereit. Dort forderst du auch einen Leitfaden zum Download an, um dein Restaurant von Anfang an im Hinblick auf Hygienevorschriften fachgerecht zu führen.

Außerdem ist es wichtig, die Jugendschutzvorschriften und Vorgaben zum Rauchverbot in öffentlichen Gebäuden einzuhalten. Das Jugendschutzgesetz dient dem Schutz von jungen Leuten und ist deshalb eine maßgebliche Vorgabe für alle Gastronom:innen. Das Rauchverbot in öffentlichen Gebäuden gibt es zwar erst seit einigen Jahren, trotzdem gilt es auch für Restaurantbetriebe. Eine weitere Vorschrift regelt das Auszeichnen von Preisen sowie die Gebühren für Musik, Fernsehen oder Video, falls du in deinem Restaurantbetrieb Entsprechendes vorsiehst.

Preiskalkulation für Speisen & Getränke

Hast du dein Restaurant gegründet und dir die Gaststättenkonzession eingeholt? Spätestens dann solltest du dir die Zeit nehmen und dir über die Preisgestaltung Gedanken machen. Die richtige Kalkulation entscheidet häufig über den Erfolg im Gastgewerbe. Deshalb ist es für dich unerlässlich, dich von Anfang an mit dem Thema auseinanderzusetzen. Das Ziel ist es, deine Kosten zu decken und eine ausreichende Gewinnmarge zu erzielen. Wer seine Verkaufspreise falsch kalkuliert, macht seinem Betrieb schnell den Garaus. Eine saubere Kalkulation in der Gastronomie ist das daher das A und O.

Welche Faktoren beeinflussen die Preiskalkulation?

Warenpreis und Warenkosten: Hier handelt es sich um die Ausgaben für verwendete Lebensmittel beim Einkauf, Liefer- und Transportkosten sowie Kosten durch Lagerung, Haltbarkeit, Qualitätskontrollen etc.

Gemeinkosten: Das sind alle fixen und variablen Kosten, die während des Betriebes entstehen. Dazu zählen u.a. Wasser, Strom, Gas, Wartung und Instandhaltung, Lagerung, Reinigung, Pacht- bzw. Mietgebühren, Versicherungen und Marketingausgaben.

Personalkosten: Hier werden u.a. Löhne, Lohnnebenkosten, Urlaubsgeld und Sozialversicherungsabgaben für Service, Küchenkräfte, Buchhaltung, Reinigung sowie Geschäftsführung gelistet.

Gewinnmarge: Der Gewinn ist für das unternehmerische Wachstum sehr wichtig, da sie Investitionen wie den Kauf von Maschinen und Geräten oder die Eröffnung einer weiteren Filiale sichert.

Steuern: Die Steuerabgabe an den Staat darf auf keinen Fall vergessen werden. Weisen, dass du keine Steuerschulden hast.



Preiskalkulations-Methoden

Die genaue Gastronomie-Preiskalkulation

Die genaue Preiskalkulation liefert sehr exakte Ergebnisse, ist aber auch anfällig für Fehler, weil du zahlreiche Faktoren berücksichtigen musst. Hier sollte also genau gerechnet und geprüft werden, ob wirklich alles stimmt. Zu berücksichtigen sind Warenpreis (= Einkaufspreis), Gemeinkosten, Personalkosten, Gewinnmarge, Mehrwert-/ Umsatzsteuer. **Die Faustformel hierfür ist:**

Grundpreis = Einkaufspreis + 40% für Warenpflege + 30% Gemeinkosten und Eigenkosten + 20% bis 40% kalkulierter Profit

Nettoverkaufspreis = Grundpreis + 17% bis 20% Personalkosten

Bruttoverkaufspreis = Nettoverkaufspreis + Mehrwertsteuer

Die einfache Aufschlagskalkulation:

Die Aufschlagskalkulation ist die einfachste und schnellste Variante, jedoch auch sehr ungenau. Vor allem kleine Betriebe verwenden diese schnelle Faustregel. Hier wird von den Branchendurchschnittskosten ausgegangen, die im Unternehmen anfallen. Die Faustformel hierfür ist:

Verkaufspreis = Materialkosten x 3

Mischkalkulation mit Aufschlagsfaktor (Wareneinsatzquote)

Die Mischkalkulation mit Aufschlagsfaktor wird in der Gastronomie häufig verwendet, damit Umsätze ausgeglichen werden. Mithilfe dieser Preiskalkulation lassen sich geringere Gewinne bei einigen Produkten durch höhere Profite bei anderen Speisen und Getränken ausgleichen. Der gesamte Warenpreis aller Speisen und Getränke sollte grundsätzlich rund 30% vom Gesamtumsatz ausmachen: Je niedriger die Wareneinsatzquote ist, desto gewinnträglicher verkaufst du. Die Faustformel hierfür ist:

Wareneinsatzquote = Wareneinsatz in Euro (Einkauf) / Nettoumsatz in Euro (Verkauf) x 100





Mit der **Personalmanagement-Software von SIDES** digitalisierst du deine gesamten Personalprozesse und kannst deine Personalplanung effizienter gestalten.

[Mehr Informationen](#)

Personalplanung

Viele Gründer:innen sind das erste Mal in der Position, das Personal selbst einzustellen und zu führen. Nicht nur für Neugastronom:innen, sondern auch für Branchenkenner:innen kann dies eine Herausforderung sein, denn es gibt Einiges zu beachten. Mit der Auswahl des geeigneten Personals allein ist es nämlich nicht getan. Als Chef trägst du die Verantwortung für dein Team. Besonders Neugastronom:innen ohne bisherige Erfahrungen in einer Führungsposition müssen sich zuallererst gründlich mit Themen rund um die Personalsuche auseinandersetzen

In der Gastronomie ist ein regelmäßiger Personalwechsel nicht unüblich. Dies kann u. a. saisonal bedingt sein, so werden in den Sommermonaten u. a. oft zusätzliche Servicekräfte für die Außengastronomie benötigt. Ebenso kann zeitweise zusätzliches Küchenpersonal benötigt werden. Wichtig ist es, deinen Personalbedarf stets im Blick zu behalten, um Personalengpässe zu vermeiden.

Personalsuche

Bei der Personalsuche ist es zielführend, attraktive Arbeitsbedingungen und Anreize zu schaffen (z. B. kostenlose Getränke oder eine gratis Verpflegung), die dir dabei helfen, schnell das notwendige Personal zu finden und darüber hinaus deine Mitarbeiter:innen auch langfristig an deinen Betrieb zu binden. Für die Anwerbung gestaltest du am besten eine ansprechende und strukturierte Stellenausschreibung, wobei du dabei dein Restaurant kurz vorstellen solltest. Hebe auch hervor, weshalb die Interessent:innen bei dir arbeiten sollten. Danach geht es daran, die richtigen Personen zu erreichen. Das Internet bietet eine gute Möglichkeit, möglichst viele potenzielle Mitarbeiter:innen anzusprechen. Insbesondere jüngere Menschen nutzen das Internet für die Jobsuche.

Veröffentliche die Stellenausschreibungen prominent auf deiner Webseite sowie allen deinen Social Media Kanälen. Darüber hinaus hast du auch die Möglichkeit, auf dein persönliches Netzwerk zurückzugreifen. Erzähle deinen Freunden, Bekannten oder Mitarbeitenden (wenn bereits vorhanden), dass du nach geeignetem Personal für dein Restaurant suchst. Sobald die ersten Bewerbungen eingehen und du Bewerbungsgespräche mit potenziellen Kandidat:innen führst, ist es wichtig, auch im Gespräch zu überzeugen. Sorge für eine angenehme, entspannte Stimmung, sodass deine Bewerber:innen sich wohlfühlen. Um die Personalauswahl noch effizienter zu gestalten, kannst du auch auf Personaldienstleister und Personal-leasing zurückgreifen. Einige Anbieter, z. B. Buhl, haben sich speziell auf die Personalvermittlung für Gastronomie und Hotellerie spezialisiert.

Gesetzliche Vorgaben

Es gibt auch bei der Personalplanung gesetzliche Regelungen, die eingehalten werden müssen. Dazu gehören u. a. Mitarbeitergesetze wie dem Arbeitszeitgesetz und dem Infektionsschutzgesetz, die eine wichtige Rolle einnehmen. Alle Mitarbeitenden, die mit der Zubereitung von Lebensmitteln zu tun haben, benötigen eine Hygiene-Erstbelehrung. Diese Belehrung ist zwei Jahre gültig. Danach bist du verpflichtet, darauf zu achten, dass dein Personal regelmäßig an Folgebelehrungen teilnimmt. Diese kannst du sogar selbst durchführen. Wichtig ist hierbei, immer zu dokumentieren, wer wann an einer Hygieneschulung teilgenommen hat, denn diese Unterlagen müssen bei einer Kontrolle vorgezeigt werden können.

Restaurantausstattung & digitale Einrichtung

Bei jeder Neugründung muss man sich sich früher oder später über die Ausstattung und das Mobiliar Gedanken machen. Einzig und allein, wenn ein bereits bestehendes Restaurant übernommen wird, kann dieser Schritt unter Umständen entfallen. In einem Restaurant sollte neben der Qualität der Speisen und Getränke auch die Atmosphäre stimmen. So wird aus einem einfachen Essen gehen ein richtiges Erlebnis, welches immer wiederholt werden möchte.

Die Einrichtung eines neu gegründeten Restaurants sollte also genau durchdacht sein. Das Gleiche gilt für die Küchenausstattung. Welche Ausstattung du für dein Restaurant benötigst, hängt natürlich vom Stil deiner Küche und der Art des Services ab: Ein Gourmet-Restaurant wird nicht die gleichen Anforderungen haben wie ein Burgerimbiss. Dennoch gibt es Gemeinsamkeiten in der Ausstattung, die für verschiedene Arten von Restaurants erforderlich ist.

Grundausrüstung

Im Folgenden findest du eine Liste mit wichtigen Gegenständen zur Ausstattung deines Restaurants, unabhängig davon, welche Art von Lokal du führst:

- ☑ Backofen
- ☑ Herd und Dunstabzugshaube
- ☑ Maschine zum Mischen und Vermengen
- ☑ Allesschneider
- ☑ Arbeitsplatten und Schneidebretter
- ☑ Gefrier- und Kühlschränke
- ☑ Sicherheitseinrichtungen
- ☑ Regale und Ablageflächen
- ☑ Küchenutensilien und Kochgeschirr
- ☑ Geschirr, Besteck und Tischzubehör
- ☑ Lagerbehälter
- ☑ Spülbecken



Innen- und Außendekoration

Grundlegend sollte bei der Erstausrüstung und Einrichtung der Räumlichkeiten auf Qualität, Funktionalität und Design geachtet werden.

Welche Faktoren beeinflussen die Preiskalkulation?

Qualität: Bei der Innenausstattung zu sparen, ist keine gute Idee. Insbesondere in der Gastronomie werden Möbel intensiv und je nach Gast nicht besonders sanft benutzt. Qualitativ minderwertige Möbel sehen nicht nur optisch unschön aus, sondern sind immer ein Risikofaktor hinsichtlich ihrer Haltbarkeit und Stabilität. Daher lohnt es sich, zu Beginn etwas mehr Geld auszugeben.

Funktionalität: Beim Kauf sollte unbedingt auf die Funktionalität der einzelnen Möbelstücke geachtet werden. Stabilität und Standsicherheit sind ein Muss, ebenso wie Strapazierfähigkeit. Gastronomiemöbel müssen viel aushalten und sollten deswegen nicht aus empfindlichen Materialien bestehen. Ebenso sollten sie gute Pflegeeigenschaften besitzen. Für den Outdoor-Bereich gedachtes Mobiliar muss unbedingt wetterfest, UV-beständig und bei Bedarf einfach abzubauen und zu verstauen sein. Sinnvoll ist es deshalb, stapelbare und leichte Möbel zu kaufen.

Design: Neben Qualität und Funktionalität spielt auch das Design bei der Wahl des Mobiliars eine Rolle. So hochwertig und funktionell das Mobiliar sein mag – passt das Design nicht zum Konzept, fällt das den Gästen auf. Deshalb solltest du bei der Gestaltung des Gastraumes das Design der Möbel unbedingt berücksichtigen.



Restaurant-Management-Software

Heutzutage zählt eine Restaurant-Management-Software zur Grundausstattung für Gastronomiebetriebe. SIDES bietet eine All-in-One Gastronomie Software, welche neben einem digitalen Kassensystem eine Vielzahl an weiteren Produkten anbietet mit denen du deine Restaurantprozesse digitalisieren und vereinfachen kannst.

 **Kassensystem inklusive TSE:** Die Integration der TSE in digitale Kassensysteme ist seit dem 31. März 2021 Pflicht. Vorteil dabei: die TSE Kasse stellt sicher, dass keine Manipulation möglich ist. Darüber hinaus kannst du flexibel von überall auf deine Daten zugreifen. Cloudbasierte Kassensysteme sind zudem mit geringen Kosten verbunden und besonders gut für mobile Geräte (z.B. iPads) geeignet.

Webshop & App:

Ermögliche Kund:innen die online Bestellung über deinen Webshop und eine zugehörige Bestell-App. Ein eigener Restaurant Webshop ermöglicht dir die provisionsfreie Bestellannahme für deinen Lieferdienst.

Personalverwaltung:

Ein digitales Personalmanagementtool vereinfacht die Personalplanung und Lohnabrechnung. So kannst du mithilfe eines online Schichtplaners deinen Personaleinsatz optimieren und wertvolle Ressourcen sparen.

Warenwirtschaftssystem:

Mithilfe einer Warenwirtschaftssoftware kannst du digital Wareneingänge verbuchen, Lagerbestände einsehen und auch Inventuren machen. So hast du deine Waren und eventuelle Engpässe stets im Blick. Besonders hilfreich sind Inventurvorgaben mit denen du eine genaue Wareneinsatzplanung durchführen kannst.

Filialverwaltung:

Wenn du einen Betrieb mit mehreren Filialen gründest, eignet sich eine Filialmanagement-Software. Mithilfe einer der Franchise-Software hast du alle Filialen stets im Blick und kannst diese zentral steuern und verwalten. So kannst du jederzeit alle relevanten Daten für die jeweilige Filiale und Franchisepartner einsehen und detaillierte Auswertungen, wie beispielsweise zu Umsätzen analysieren.

Fahrer-App:

Fahrer-Apps unterstützen sowohl dich als Restaurantbesitzer:in als auch deine Fahrer:innen bei der Optimierung deines Lieferdienstes. So werden Liefertouren automatisch zusammengefasst und sind alle Informationen zu Bestellungen direkt auf dem Handy abrufbar.



Marketing

Wenn du ein Restaurant eröffnen willst, gehört auch eine clevere Marketingstrategie dazu. Überlege dir genau, wie du dich positionieren willst. Verleihe deiner Gründung ein klares, scharfes Profil, das dich wiedererkennbar macht. Achte darauf, dass dein Konzept aus der Speisekarte hervorgeht und dieses sich auch in deinem Internetauftritt und dem Namen widerspiegelt. Ideal ist ein Name, der die Identität deines Restaurants transportiert und sich sofort einprägt. Wir geben dir hier einen kurzen Leitfaden zu wichtigen Marketing-Maßnahmen, die du vor und nach deiner Restauranteröffnung umsetzen kannst.

Speisekarte (digital und gedruckt)

Eine Speisekarte ist nicht nur eine Preisliste der angebotenen Speisen und Getränke, sondern auch ein bedeutendes Marketinginstrument. Bei der Erstellung einer Speisekarte solltest du also nicht nur auf Funktionalität, sondern auch auf das Design achten. Beim Aufbau der Karte solltest du dich für eine klare Linie entscheiden. Beispielsweise kannst du nach Zubereitungsart unterscheiden, also die Karte nach kalten/warmen Vorspeisen, Hauptgängen und Desserts gliedern.

Du solltest auch eine digitale Speisekarte anbieten, da sich gerade jüngere, internet-affine Gäste gerne vorab online über das Speisenangebot informieren. Mit dem SIDES Webshop kannst du eine digitale Speisekarte integrieren und wenn du dein Angebot richtig vermarktest, kann dies zu einer starken Verkaufsplattform werden.

Website & Onlineshop

Als Gastronomiebetrieb empfiehlt es sich, eine Webseite zu haben, da sich, wie bereits erwähnt, etwa 90 % aller Gäste vorab online informieren. Mit einer Restaurant Webseite kannst du Gäste über geänderte Öffnungszeiten, Betriebsferien oder Aktionen informieren. Auch ist die Webseite der geeignete Ort, um potenzielle Gäste abzuholen und ihnen das Essen in deinem Restaurant schmackhaft zu machen. Darüber hinaus bietet dir ein Webshop-System mit Bestell-App die Möglichkeit, profitable Bestellungen online entgegen zu nehmen. In deinem eigenen Webshop kannst du zudem Banner mit Gutscheinkampagnen platzieren, um die Verkäufe anzukurbeln und deinen eigenen Kundenstamm aufzubauen.



Google My Business Eintrag

Mit einem Google My Business Account kannst du dein Restaurant auf Google und Google Maps sichtbar machen, um noch mehr potenzielle Gäste anzuwerben. Du solltest alle Informationen wie z. B. Öffnungszeiten, Kontaktdaten oder die Website aktuell halten und die kostenlose Plattform nutzen, um dich optimal im Web zu präsentieren. Lade beispielsweise atmosphärische Bilder deines Gastronomiebetriebs hoch, um Lust auf einen Besuch zu machen. Stelle eine Speisekarte online, damit sich potenzielle Gäste vorab über das Essen und die Preise informieren können. Nutze auch die Beitragsfunktion, um beispielsweise die Mittagskarte oder Aktionen prominent zu bewerben. Du kannst darüber hinaus auch Google Food Ordering integrieren, sodass Kund:innen direkt über Google online in deinem Restaurant bestellen können.

Social Media Präsenz

Werbung über Social Media ist groß im Trend. Insbesondere Plattformen wie Instagram und Facebook eignen sich für Social Media Marketing. Sie erlauben eine schnelle und unkomplizierte Online-Kommunikation mit deinen potenziellen Gästen und setzen deinen Betrieb für wenig bis kein Geld in Szene. Die beiden größten Vorteile dieser Marketing-Strategie liegen auf der Hand: eine größere Bekanntheit und mehr potenzielle neue Gäste. Social Media Marketing birgt durch ansprechend präsentiertes Essen die Möglichkeit, Neu- und Bestandskund:innen auf deine kreative Menüauswahl aufmerksam zu machen. Zudem kannst du eine Online-Speisekarte auch auf Facebook oder Instagram präsentieren: Lege zum Beispiel ein Fotoalbum mit der aktuellen Speisekarte auf Facebook an oder fotografiere die aktuellen Tagesangebote für Instagram.

In unserem eBook Online-Marketing für die Gastronomie erhältst du weitere Tipps zur optimalen Vermarktung deines Betriebs.

[Mehr Informationen](#)



Restauranteröffnung

Die Eröffnung deines Restaurants ist der Moment, in dem du all deine harte Arbeit mit anderen teilen und endlich Gäste empfangen kannst. Für die große Eröffnung kannst du eine einzigartige, kreative oder sogar prunkvolle Feier veranstalten, so wie es dir am besten zusagt. Hauptsache, sie bleibt deinen ersten Gästen in Erinnerung, sodass sie gerne wieder bei dir speisen und dein Restaurant weiterempfehlen. Es ist zwar wichtig, die Veranstaltung zu planen und zu entscheiden, wie du deine Gäste begrüßen willst, aber ein entscheidender Schritt ist es, Gäste zu gewinnen.

Wir haben hier ein paar Tipps für die Planung einer großen Restauranteröffnung:

- Veranstalte eine Menüverkostung, damit die Gäste all das probieren können, was dein Menü zu bieten hat.
- Kooperiere mit einem lokalen Unternehmen, um die Eröffnungsveranstaltung auszurichten
- Veranstalte eine Motto-Restauranteröffnung
- Veranstalte gemeinsam mit Influencern ein Event
- Organisiere in Zusammenarbeit mit einer Wohltätigkeitsorganisation eine Veranstaltung für einen guten Zweck



Deine Restauranteröffnung ankündigen

Hierzu ist eine effektive Marketingstrategie wichtig, denn du musst deinen potenziellen Gästen mitteilen, dass du dein Restaurant nun bald offiziell eröffnen wirst. Werbemaßnahmen zur Restauranteröffnung sind wichtig und können sogar in den Investitionskosten für dein Restaurant enthalten sein, da du je nach Größe deines eigenen Netzwerks bezahlte Anzeigen oder Aktionen schalten möchtest.

Für eine effektive Kommunikation und Werbung kannst du im Rahmen deiner Restauranteröffnung z. B. eine 360°-Marketingkampagne durchführen. Dafür bereitest du Botschaften vor und nutzt diese für die Verbreitung auf all deine verfügbaren und relevanten online und offline Kanälen. Darüber hinaus kannst du Aktionen, Werbegeschenke oder Gewinnspiele anbieten, um die Aufmerksamkeit der Gäste auf deine Eröffnung zu lenken und das Interesse der potenziellen Gäste zu steigern.

Eine weitere Möglichkeit, die Türen deines Restaurants zum ersten Mal zu öffnen, ist ein Soft Opening. Einige Gastronom:innen veranstalten sowohl ein Soft Opening als auch eine große Eröffnung, während andere nur eines davon oder keines davon machen. Ein Soft Opening ist eine inoffizielle Restauranteröffnung, die es dir ermöglicht, dein gastronomisches Angebot an den Gästen zu testen, Feedback einzuholen und Anpassungen vor der eigentlichen Restauranteröffnung vorzunehmen. Es ist üblich, dass Gastronom:innen ihre Einladungen bei dem Soft Opening hauptsächlich an Freunde, Familienmitglieder und andere Mitglieder ihres persönlichen Netzwerks richten und nicht an Gäste aus der Öffentlichkeit. Das Soft Opening ist weniger stressig und auch eine Chance für Gastronom:innen, die Eröffnung ihres Restaurants mit Menschen zu feiern, die ihnen wichtig sind.



Fazit

Ein Restaurant zu eröffnen ist keine leichte Aufgabe und mit sehr viel Arbeit verbunden. Eine umsichtige Vorbereitung ist entscheidend für den späteren Erfolg. Bevor Räumlichkeiten gepachtet und Gelder investiert werden, kann eine ausführliche fachkompetente Beratung sinnvoll sein. Achte auf alle erforderlichen Genehmigungen und Konzessionen, die du für dein Restaurant benötigst. Damit dein eigenes Restaurant langfristig gewinnbringend arbeitet, müssen die Preise sorgfältig kalkuliert und ein tragfähiger Business- und Finanzplan aufgestellt werden, der auch Kreditgeber überzeugt.

Wichtig ist auch, dass du als Neugastronom:in neben einem klaren Konzept, einen guten Standort, ein gut geschultes Personal und eine optimal angepasste Speisekarte hast. Nicht zu guter Letzt ist ein zielgruppenspezifisches Marketingkonzept von zentraler Bedeutung: Überlege dir, über welche Kanäle du dein Zielpublikum und deine Laufkundschaft ansprechen möchtest. Um viel Aufmerksamkeit für den großen Tag der Restauranteröffnung zu erregen, kannst du eine 360°-Marketingkampagne auf die Beine stellen und die Botschaft auf allen dir verfügbaren, relevanten Kanälen verbreiten. Darüber hinaus helfen Aktionen, Werbegeschenke oder Gewinnspiele, um die Aufmerksamkeit der Gäste auf deine Eröffnung zu lenken und das Interesse der potenziellen Gäste zu steigern. Dann steht einer erfolgreichen Restauranteröffnung nichts mehr im Weg.



Über SIDES

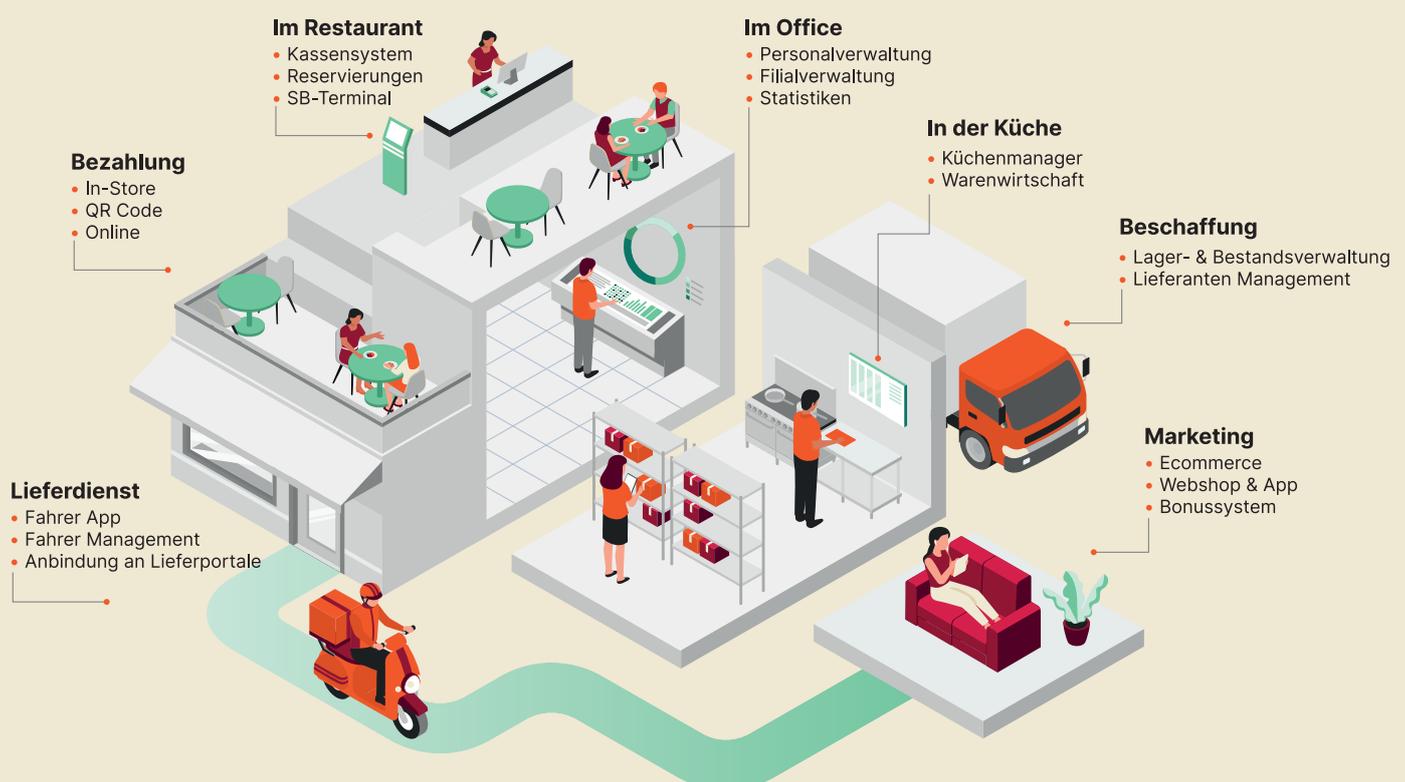
SIDES ist einer der führenden Anbieter für **Gastronomie- und E-Commerce-Software in Europa**. 2014 mit einem Fokus auf das Liefergeschäft gegründet, ist unsere Software heute vollumfänglich und deckt alle Restaurantbereiche ab.

Wir unterstützen Gastronom:innen dabei vorausschauend, selbstbestimmt und profitabel ihr Geschäft zu optimieren. Dabei liegt ein Fokus auf der Automatisierung von bestehenden Prozessen. Unsere Kunden setzen Ressourcen wie Manpower, Zeit, Energie dank unserer Lösungen sinnstiftend ein: **dort, wo sie wirklich gebraucht werden.**

SIDES ist modular aufgebaut und passt sich daher einfach an die Bedürfnisse von Restaurants, Lieferdiensten, Franchise-Unternehmen oder Ghost Kitchens an. Das Herzstück unserer Software bildet dabei das Kassensystem. Die zertifizierte Kasse mit Cloud-TSE ist flexibel mit den anderen **SIDES** Modulen, wie beispielsweise dem Webshop, der Warenwirtschaft, der Fahrer-App oder dem Küchenmanager kombinierbar.

Deine Vorteile:

- ✓ 100% sicher & finanzamtconform
- ✓ Bis zu 40% mehr Umsatz
- ✓ Ein System für alles
- ✓ Einfache Bedienung
- ✓ Flexible Kombination von Modulen
- ✓ Ausführliche Auswertung von Statistiken
- ✓ Zuverlässiger Support





Wilhelm-Kabus-Straße 70/Haus 34.3

10829 Berlin

Telefonnummer: 030 – 20849969 – 300

E-Mail: marketing@get-sides.de

Website: www.get-sides.de