

# Geschäftsplan für eine Kaffeebar

## Kurzes Investitionsmemorandum

Ein Café ist das beliebteste Format für das Restaurantgeschäft in Deutschland. Obwohl der Markt für Cafés gesättigt ist, besteht immer noch die Möglichkeit, ein Café zu eröffnen, das seine Verbraucher findet. Wenn Sie ein interessantes Konzept haben, einen günstigen Standort oder sicher sind, dass Sie den köstlichsten Kaffee in der Gegend brauen können, dann starten Sie mutig Ihr Geschäft. Beachten Sie auch, dass die Marginalität eines Cafés durchschnittlich 30% beträgt. In diesem Businessplan für die Eröffnung eines Cafés werden wir die wichtigsten Aspekte von der Standortwahl bis zur Menüentwicklung und der Gestaltung eines Marketingplans betrachten. Hier finden Sie alle Informationen, die Sie benötigen, um ein Café zu eröffnen, einschließlich finanzieller Planung, Marktanalyse und Managementstrategien, damit Ihr Café für Sie ein profitables Unternehmen und für Ihre Gäste ein gemütlicher, warmer Ort wird.

Das Geschäftsprojekt beinhaltet die Eröffnung eines Cafés mit folgendem Konzept:

Eine Fläche von 90 Quadratmetern mit Küche und einem Essbereich für 14 Sitzplätze.  
Das Menü besteht aus Kaffee und Getränken, beliebten Gerichten, Desserts und Gebäck; es gibt Angebote für Kinder. Das Menü wird saisonal angepasst.  
Zielgruppe: Mütter mit Kindern, Studenten, Personen aus nahegelegenen Büros.  
Keine Lizenz zum Verkauf von Alkohol.  
Zusätzliche Dienstleistungen: Durchführung von Workshops, Essenslieferung.  
Durchschnittliche Rechnung: 12 €.

### Geplante Leistungskennzahlen des Projekts:

| Kennzahl                                     | Wert   |
|--|--------|
| Diskontsatz, %                               | 15%    |
| Diskontierter Payback-Zeitraum - DPB, Monate | 17     |
| Netto-Barwert - NPV, €                       | 25 000 |
| Profitabilitätsindex - PI                    | 1,41   |
| Interne Zinsfuß - IRR, %                     | 41%    |
| Umsatzrentabilität, %                        | 22%    |

**Investitionen für den Start, €:**

|   |                      |
|---|----------------------|
| <i>Registrierung einer GmbH</i>                         | <i>400</i>           |
| <i>Raumgestaltungsprojekt</i>                           | <i>800</i>           |
| <i>Reparatur</i>  | <i>15 000</i>        |
| <i>Schild</i>   | <i>500</i>           |
| <i>Entwicklung von Menüs und technologischen Karten</i> | <i>900</i>           |
| <i>Arbeitskleidung</i>                                  | <i>200</i>           |
| <i>Marketing vor dem Start</i>                          | <i>1000</i>          |
| <i>Laboruntersuchungen</i>                              | <i>200</i>           |
| <i>CRM-System (Jahrestarif)</i>                         | <i>500</i>           |
| <i>Raummiete</i>  | <i>1 000</i>         |
| <i>Lohnreserve</i>                                      | <i>3 200</i>         |
| <i>Ausrüstungskauf</i>                                  | <i>25 000</i>        |
| <i>Produktreserve</i>                                   | <i>2 000</i>         |
| <i>Betriebskosten</i>                                   | <i>1 500</i>         |
| <b><i>Insgesamt</i></b>                                 | <b><i>52 200</i></b> |

\*Die Preise sind ungefähre Angaben.

**Beschreibung des Unternehmens, Produkts oder der Dienstleistung**

Die etablierte Kaffeekultur und der Konsum von Kaffeegetränken in Deutschland haben dazu geführt, dass sich ein Format von Einrichtungen wie Cafés auf dem Markt etablieren konnte. Dabei ist ihr Format vielfältig: von Mini-Formaten wie Coffee-to-go-Ständen und Foodtrucks bis hin zu vollwertigen Cafés mit eigener Küche, deren Besonderheit oft in eigenen Gerichten, Süßigkeiten und Gebäck liegt.

Die Konzeption beeinflusst die Fläche, den Durchgangsverkehr und somit auch den Umsatz. Die Lage des Cafés bestimmt, welche Zielgruppe Sie anziehen und welchen Anteil an Stammkunden Sie haben.

Bei einer Lage an zentralen Straßen der Stadt wird das Publikum breiter sein: Angestellte nahegelegener Büros, Bewohner nahegelegener Wohnkomplexe, Studenten, Touristen usw. Allerdings wird der Anteil an Stammkunden hier geringer sein.

Die Auswahl im Menü und die zusätzlichen Dienstleistungen können ebenfalls je nach Standort und den Vorlieben der Zielgruppe erheblich variieren.

Die Geschäftsmodellkonzeption ist untrennbar mit dem einzigartigen Verkaufsangebot (Unique Selling Proposition, USP) verbunden.

Um ein USP zu entwickeln, ist es notwendig zu analysieren, welche Konkurrenz in der Stadt existiert, und die ungedeckten Bedürfnisse ihrer Bevölkerung zu bewerten.

Beispiele für USPs könnten sein:

Frühstück ab 6:00 Uhr;  
Einzigartige Sirups und Toppings;  
Kaffee mit Fotodruck auf dem Schaum, Zeichnung auf dem Becher;  
Festpreise für Getränke;  
Lieferung von Frühstück oder Geschenksets mit Blumen bis an die Tür;  
Torten und Gebäck nach eigenen Rezepten.

Im Rahmen dieses Businessplans wird ein Vollformat-Café mit Sitzplätzen und einer Küche betrachtet. Die Fläche wird von der geplanten Anzahl der Sitzplätze abhängen.

Zum Beispiel benötigt ein Café mit 14 Sitzplätzen eine Fläche von etwa 90 Quadratmetern.

| <i>Räume</i>   | <i>Cafés Fläche,<br/>qm</i> |
|--|-----------------------------|
| <i>1. Küchenbereich</i>                              | <i>30</i>                   |
| <i>2. Lager für Produkte und Halbfabrikate</i>       | <i>6</i>                    |
| <i>3. Saal mit Vitrine und Kasse (für 14 Plätze)</i> | <i>28</i>                   |
| <i>4. Aufenthaltsraum für Mitarbeiter</i>            | <i>7</i>                    |
| <i>5. Büro</i>                                       | <i>9</i>                    |

|                              |           |
|------------------------------|-----------|
| 6. Wirtschaftsraum           | 5         |
| 7. Toilette für das Personal | 3         |
| 8. Toilette für Besucher     | 3         |
| <b>Gesamt</b>                | <b>91</b> |

Das Menü umfasst folgende Abschnitte:

- Kaffee und hausgemachte Getränke
- Desserts/Gebäck
- Warme/kalte Speisen

Bei der Unternehmensregistrierung muss entschieden werden, ob Sitzplätze vorhanden sein werden oder ob alle Produkte nur zum Mitnehmen verkauft werden.

Das Gastronomiegeschäft unterliegt strengen Gesetzen und Vorschriften, die hauptsächlich mit den Hygienestandards verbunden sind.

Es gibt auch eine Liste von Maßnahmen und Dokumenten, ohne die es nicht möglich sein wird, eine Genehmigung für die Eröffnung des Cafés zu erhalten:

- Erhalt eines Brandschutzzertifikats von der örtlichen Feuerwehr;
- Übermittlung einer Benachrichtigung an die Rospotrebnadzor über den Beginn der Tätigkeit über "Gosuslugi" oder das MFC;
- Erlaubnis zur Installation von Werbetafeln;

Das Café-Geschäftsmodell basiert auf Geschäftsprozessen, die entwickelt wurden, um hohe Standards bei Produkten und Service aufrechtzuerhalten.

Um den Produktionsprozess einzuhalten, müssen technologische Karten für jede Art von Getränken und Gerichten entwickelt werden. Die Servicequalität hängt von den festgelegten Arbeitsanweisungen, dem Anreizsystem und dem Kontrollsystem ab.

Die Mittel, die am Anfang für einen Technologen und einen Spezialisten für die Beschreibung von Geschäftsprozessen ausgegeben werden, ermöglichen es, viele Risiken in Zukunft zu vermeiden und das Budget zu sparen.

## Marktbeschreibung

Bestimmte Trends im Konsum von Kaffee können in verschiedenen Städten und Regionen beobachtet werden, aber Kaffee bleibt stabil einer der beliebtesten Getränke.

Es ist erwähnenswert, dass das Ausgabenniveau für Kaffee in Regionen mit dem höchsten Durchschnittsgehalt höher ist.

Im Laufe der Zeit können einige Geschäftsformate verschwinden, und neue Konzepte kommen an ihre Stelle. Das Cafégeschäft gehört zu einer Art von Aktivität, die immer gefragt sein wird, da Kaffee ein besonderes Getränk ist, das seit Tausenden von Jahren angebaut und konsumiert wird.

Die Nachfrage nach dem Produkt kann aufgrund von Veränderungen in den Vorlieben oder der wirtschaftlichen Situation leicht variieren, aber der Bedarf wird langfristig auf einem angemessenen Niveau bleiben. Der Endproduktmarkt ist aufgrund der Produktspezifik geschützt.

Das Publikum eines Cafés ist ziemlich breit - Besucher können Menschen jeden Alters und Geschlechts sein, aber die Zusammensetzung hängt weitgehend von dem ursprünglich gewählten Konzept und der Lage ab.

Die Kundenstruktur des Cafés hängt auch von der Preispolitik ab. Auf dem russischen Markt gibt es drei Segmente.

Die Preisspanne hängt von der Qualität der verwendeten Kaffeebohnen und den Rohstoffen für die Snacks ab. Jedoch kann ein höherer Preis nicht nur durch die Produktqualität, sondern auch durch die Marke (zum Beispiel, wenn sie auf der Persönlichkeit einer bekannten Person basiert), die Lage und das teure Interieur bedingt sein.

Kaffeehäuser des Premiumsegments werden hauptsächlich von Menschen mit hohem Einkommen und einem Alter von über 30 Jahren besucht.

Die Zielgruppe des unteren und mittleren Segments ist gleich:

- Aktive junge Leute im Alter von 18 bis 30 Jahren (sie besuchen Kaffeehäuser zu jeder Tageszeit: morgens, zum Mittagessen und abends, um sich mit Freunden zu treffen);
- Büroangestellte im Alter von 22 bis 35 Jahren, die hauptsächlich zum Mittagessen ins Café gehen;
- Geschäftsleute, die Kaffeehäuser als Treffpunkt für Geschäftstreffen nutzen;
- Hausfrauen, Frauen im Mutterschaftsurlaub oder Remote-Arbeiterinnen, die sich mit Freundinnen treffen, Zeit mit ihren Kindern verbringen oder Geschäftstreffen abhalten.

Je vielfältiger das Publikum ist, desto vielfältiger sind die Bedürfnisse der Besucher, und desto schwieriger ist es, sie zu befriedigen, da die Konkurrenz durch jede Art von Café und Restaurant entstehen kann.

Um sich von den Mitbewerbern abzuheben, sollten Sie ihre Stärken und Schwächen identifizieren. Betonnen Sie in Ihrem Menü und Serviceangebot die Dinge, wegen denen die Menschen gerade zu Ihnen kommen möchten, und mit denen Sie einen Teil des Marktes gewinnen können.

Welche Wettbewerbsvorteile kann das Café bieten?

- Anpassung des Menüs an die Jahreszeiten (zum Beispiel, im Sommer Snacks mit saisonalem Gemüse und Obst anbieten, das Sortiment an kalten Getränken erweitern);
- Einprägsames Interieur, von dem man gerne Fotos macht und in sozialen Netzwerken teilt;
- Aufmerksames Personal, das ständig seine Qualifikationen verbessert;
- Ein Treueprogramm für Gäste: Bereitstellung angenehmer Boni und Geschenke für Stammkunden;
- Veranstaltung sozialer Events (zum Beispiel kreative Workshops oder Vorträge am Morgen bei einer Tasse Kaffee).

## Vertrieb und Marketing

Der Treiber für das Wachstum des Cafés wird der ausgearbeitete Marketingplan sein. Setzen Sie konkrete und erreichbare Ziele, die nach dem Start der Werbung und des Treueprogramms bewertet werden können.

Zum Beispiel:

Ziel Nr. 1: In den ersten 3 Betriebsmonaten einen Umsatz von mindestens 10 000 € erzielen;

Ziel Nr. 2: Innerhalb von 6 Monaten mindestens 400 Kunden dem Treueprogramm anschließen;

Ziel Nr. 3: Bewertungen mit einer Gesamtbewertung von mindestens 4,8 erhalten.

Die Grundlage des Marketingpakets basiert auf dem gewählten Konzept und dem Verständnis Ihrer Zielgruppe. Die Entwicklung eines Brandbooks ermöglicht es Kunden, Sie unter Tausenden anderer Einrichtungen anhand von Markenfarben und -elementen zu erkennen:

- Website und soziale Netzwerke;
- Das Interieur des Cafés;
- Menü;
- Kaffeetassen, Essensboxen, Taschen;
- Werbebroschüren und Banner.

Indem Sie Ihr Publikum und sein Verhalten kennen, können Sie den effektivsten Weg der Promotion auswählen (Werbekanäle + die Botschaft Ihrer Angebote).

Um dies zu tun, müssen Sie herausfinden, aus welchen Quellen Ihre Zielgruppe neue Informationen erhält. Es könnte mehrere Quellen geben:

- Soziale Medien;
- Massenmedien;
- Ratschläge von Freunden oder Kollegen;
- Kontextbezogene Werbung;
- Werbung auf Bannern in der Nähe des Hauses oder der Arbeit, über Flyer.

Das Verständnis der Interessen und "Schmerzpunkte" Ihres Publikums wird dazu beitragen, eine einzigartige Botschaft zu formulieren. Bei Studenten, Büroangestellten und Familien mit Kindern können diese sehr vielfältig sein:

| <i>Interessen und "Schmerzen" der Zielgruppe</i>  | <i>Angebote der Kaffeestube</i>  |
|---|--|
| <i>Einen Ort zum Arbeiten finden</i>              | <i>Kostenloses Wi-Fi<br/>Tische mit Steckdosen</i>                           |
| <i>Geld sparen</i>                                | <i>Rabatt auf das zweite Menüelement<br/><br/>Bonuspunkte</i>                |
| <i>Schnell zu Mittag essen</i>                    | <i>Mittagsangebote</i>   |
| <i>Ein schönes Foto für soziale Medien machen</i> | <i>Eigenes Interieur<br/>Ästhetische Präsentation von Kaffee und Speisen</i> |
| <i>Zeit mit Kindern verbringen</i>                | <i>Kinderspielecke<br/>Kindergerichte</i>                                    |

Um die ersten Kunden anzulocken und den Kontakt zum Publikum herzustellen, helfen spezielle Aktionen und Angebote.

Aber wie viele von ihnen werden wiederkommen wollen? Das Treueprogramm spielt in diesem Fall eine entscheidende Rolle.

In Cafés sind Treuekarten weit verbreitet, die dem Gast Rabatte, Punkte oder jedes sechste Getränk als Geschenk ermöglichen. Dank solcher angenehmen Boni können Gäste zu Stammkunden werden und anfangen, Sie anstelle Ihrer Konkurrenten zu wählen.

Um eine Datenbank über Ihre Kunden, Umsatzstatistiken und Bestellmengen zu haben, wird die Kasse in das ERP- und/oder CRM-System integriert.

Die Struktur des Umsatzes und der Verkäufe hängt von den Positionen im Menü und den zusätzlichen Dienstleistungen ab, die das Café anbietet.

Die klassische Menüstruktur würde folgende Positionen umfassen:

Heißgetränke

Kaltgetränke

Desserts

Gebäck

Warme Snacks

Kalte Snacks

Als zusätzliche Dienstleistungen:

Lieferung

Anfertigung von Desserts auf Bestellung

Vermietung von Flächen für Veranstaltungen

In der Gastronomie gibt es saisonale Schwankungen. Zum Beispiel sind heiße Getränke im Winter beliebter, während im Sommer kühlende Getränke bevorzugt werden. Im Januar ist die Auslastung der Sitzplätze aufgrund von Feiertagen höher, während im Sommer offene Terrassen bevorzugt werden.

Indem man die Besonderheiten des Geschäftsmodells versteht, kann man Trends voraussehen und Marketingaktivitäten für Zeiten des saisonalen Aufschwungs und Abschwungs frühzeitig planen.

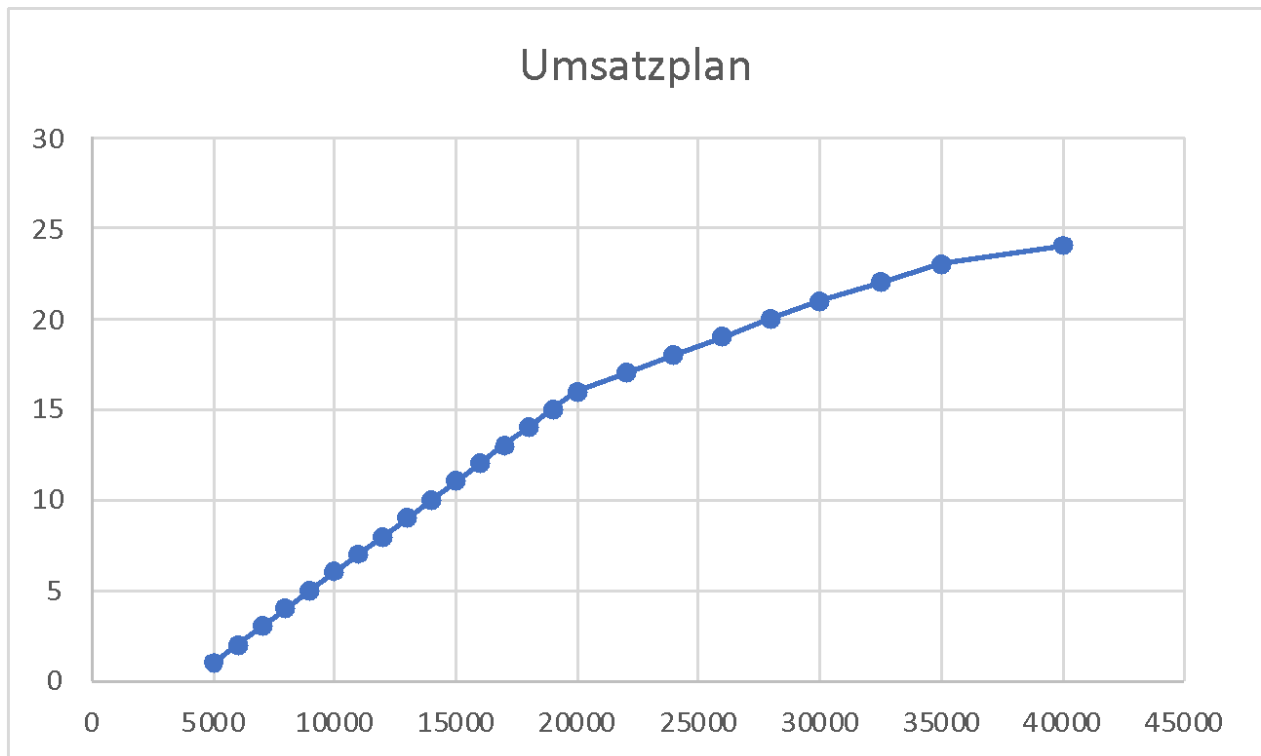
Eine Marketingstrategie, die helfen kann, saisonale Abschwünge auszugleichen, umfasst:

- Saisonale Änderungen im Menü;
- Öffnung einer Sommerterrasse;
- Durchführung von Veranstaltungen (Kunstabende, Workshops).

Bei der Berechnung des prognostizierten Umsatzes zu Beginn sollte berücksichtigt werden, dass die Auslastung möglicherweise nicht sofort hundertprozentig ist. Planen Sie im Voraus das Tempo, um die geplanten Leistungskennzahlen zu erreichen, um den Umsatz und die geplanten Ausgaben zu prognostizieren.

Unter Berücksichtigung der saisonalen Verkaufsschwankungen und des Erreichens der geplanten Leistungskennzahlen für das Café innerhalb eines Jahres wird der Zeitplan mit dem erwarteten Umsatz wie folgt aussehen:





### Produktionsplan

Die Produktionskapazität wird anhand der maximalen Anzahl der Sitzplätze berechnet. Dabei darf jedoch nicht die Bedienung der Gäste beeinträchtigt werden, die Essen kaufen und mitnehmen, sowie derjenigen, die eine Lieferung bestellt und erwartet haben, falls dieser Service verfügbar ist.

Die Gästebetreuungszeit ist ein wichtiger Maßstab für jede Gastronomie.

Um Bestellungen rechtzeitig fertigstellen zu können, sind folgende Punkte berücksichtigt:

- Liste der Küchengeräte mit Leistungsbeschreibung und benötigter Anzahl;
- Liste der Mitarbeiter und ihre Anzahl;
- Einkaufsplan für Kaffee und Lebensmittel;
- Produktionsabschreibungsnorm.

### Ausrüstung für das Café

Für den Betrieb eines Cafés mit 14 Sitzplätzen und der Möglichkeit zur Bestellung zum Mitnehmen wird Küchenausrüstung benötigt:

| Küchenausrüstung | Anzahl | Preis pro Stück | Gesamt |
|------------------|--------|-----------------|--------|
| Arbeitstisch     | 4      | 249             | 998    |
| Regal            | 3      | 379             | 1 137  |
| Kühlschrank      | 1      | 2 258           | 2 258  |

|  |               |                  |               |
|--|---------------|------------------|---------------|
| Gefrierschrank   | 1             | 1 286            | 1 286         |
| Herd   | 2             | 1 966            | 3 931         |
| Spülbecken   | 2             | 322              | 644           |
| Geschirrspülmaschine   | 1             | 1 805            | 1 805         |
| Abzugshaube  | 2             | 3 158            | 6 316         |
| Backschrank  | 1             | 4 389            | 4 389         |
| Topf   | 15            | 32               | 479           |
| Pfanne   | 5             | 32               | 162           |
|  |               | 15,0208510       |               |
| Gastronormbehälter   | 20            | 5                | 300           |
| Geschirr (Set)   | 30            | 42               | 1 253         |
| Backblech  | 10            | 30               | 301           |
| Utensilien (Schneidebretter, Schöpfkellen, Teigroller, Schaufeln, Messer usw.) | 15            | 53               | 789           |
| Waage  | 2             | 131              | 263           |
| Mixer  | 1             | 1 453            | 1 453         |
| Schneidemaschine   | 1             | 283              | 283           |
| Saftpresse   | 1             | 574              | 574           |
|  |               | 3,11753512       |               |
| Backformen   | 20            | 3                | 62            |
| Überwachungssystem   | 1             | 344              | 344           |
|  |               | <b>Preis pro</b> |               |
| <b>Rohstoff- und Fertigwarenlager</b>  | <b>Anzahl</b> | <b>Stück</b>     | <b>Gesamt</b> |
| Regal  | 2             | 379              | 758           |
| Kühlschrank  | 1             | 2 258            | 2 258         |

Die Auswahl und der Kauf von Ausrüstung sind wichtige Schritte bei der Eröffnung eines Cafés. In diesem Stadium sind sowohl die technischen Eigenschaften der erworbenen Ausrüstung als auch deren Menge wichtig.

Die Qualität der Ausrüstung hat direkten Einfluss auf die Qualität des Kaffees, was einer der Schlüsselfaktoren für den Erfolg des Cafés ist. Zuverlässige Ausrüstung gewährleistet einen reibungslosen Betrieb und hilft, unerwünschte Ausfallzeiten zu vermeiden. Sie beschleunigt den Kundenservice, steigert die Gesamtproduktivität des Personals und trägt dazu bei, einen positiven Eindruck von der Einrichtung zu schaffen. Qualitativ hochwertige Ausrüstung ist eine langfristige Investition.

Die korrekte Berechnung der Anzahl jeder Einheit an Ausrüstung bei der Eröffnung eines Cafés ist ebenfalls von großer Bedeutung. Dies gewährleistet ein Gleichgewicht zwischen Angebot und Nachfrage, verhindert eine Überlastung der Ausrüstung und fördert eine effiziente Arbeitsweise des Personals. Eine angemessene Menge an Ausrüstung hilft auch, die Nutzung von Raum und Ressourcen zu optimieren, unnötige Ausgaben für den Kauf oder die Miete zu vermeiden und die Betriebskosten zu senken, was für die finanzielle Effizienz Ihres Cafés entscheidend ist.

## Einkäufe für das Café

Der Bestand an Produkten hängt von den Lagerbedingungen ab.

Wenn Produkte mit langer Haltbarkeit zu günstigeren Großhandelspreisen gekauft werden können, ist es besser, dies zu tun. Verderbliche Produkte sollten bei Bedarf bestellt werden.

Finden Sie Lieferanten in Ihrer Stadt oder Ihrer näheren Umgebung, legen Sie die Anforderungen an die Rohstoffe fest und schließen Sie mit ihnen einen Liefervertrag ab, um nicht auf dieses Thema zurückkommen zu müssen.

Für die Vorratshaltung wird ein Gefrierschrank oder ein Kühlschrank benötigt, und ihr Volumen wird von der Beliebtheit der einzelnen Gerichte im Menü abhängen.

Bitte beachten Sie, dass für die Gastronomie eine Reihe von Vorschriften zur Einhaltung der Lebensmittelsicherheit gelten. Die Rospotrebnadzor führt regelmäßig Kontrollen durch, um Verstöße festzustellen.

Die häufigsten Verstöße sind:

- Verfallene Rohstoffe;
- Verletzung der Kennzeichnungsvorschriften für Vorräte und Produktionsgeschirr;
- Nicht funktionierende Belüftung;
- Fehlen von Dokumenten für die Rohstoffe, aus denen die Gerichte zubereitet werden;
- Mitarbeiter ohne Gesundheitszeugnisse.

Darüber hinaus führt das Café mehrere Protokolle, für die jeweils ein bestimmter Mitarbeiter verantwortlich ist: ein Reinigungsprotokoll, ein Protokoll zur Überwachung der Kühlschranktemperaturen, ein Arbeitsschutzprotokoll usw.

Um die Normen der Lebensmittelsicherheit einzuhalten, werden Verträge mit Organisationen abgeschlossen, die die Cafés betreuen:

- Entsorgung von ausgemusterten Produkten;
- Abfallentsorgung;
- Desinfektion der Innenräume;
- Durchführung von medizinischen Untersuchungen für Mitarbeiter;
- Wäschedienste, falls im Café keine eigenen vorgesehen sind;
- Untersuchungen von Wasser und Luft.

Die Zusammenarbeit mit zuverlässigen Vertragspartnern ermöglicht es, Probleme zu vermeiden und sich nicht von Managementaufgaben und dem Hauptproduktionsprozess ablenken zu lassen.

## Finanzplan

Die Einnahmen und Ausgaben müssen vor dem Start prognostiziert werden.

Für ihre Berechnung wurden in einem Finanzmodell für ein Café mit 14 Sitzplätzen folgende Bedingungen zugrunde gelegt:

Das Café befindet sich in einem Mietobjekt im mittleren Preissegment.  
Die durchschnittliche gleichzeitige Auslastung des Saals beträgt 8 Personen pro Stunde.  
Öffnungszeiten: 12 Stunden täglich. Bei der geplanten Auslastung wird das Café täglich 96 Personen aufnehmen.  
Der durchschnittliche Umsatz pro Gast beträgt 490 Euro.  
Es gibt saisonale Schwankungen: In der kalten Jahreszeit besteht eine erhöhte Nachfrage (unter Berücksichtigung von Feiertagen und Wochenenden).  
Die durchschnittliche Marge beträgt 300 %.

Im Finanzplan des Cafés werden folgende Abschnitte abgebildet:

### **1. Anfängliche Investitionen**

Hier werden die Investitionen vor dem Start berücksichtigt: von den Kosten für die Registrierung eines Einzelunternehmens oder einer GmbH bis hin zu Rücklagen für unvorhergesehene Ausgaben.

Der größte Anteil der Investitionen entfällt auf Investitionen in den Kauf von Ausrüstung (51 %), an zweiter Stelle steht die Renovierung des Raums.

### **2. Monatliche feste und variable Kosten**

Der größte Teil der monatlichen Ausgabenstruktur wird durch die Personalkosten und den Einkauf von Produkten bestimmt.

Neben diesen Punkten müssen Miete, Nebenkosten, Dienstleistungen von Auftragnehmern (Abfallentsorgung), Dienstleistungen von Marketern und Designern, falls solche Spezialisten nicht im Personalbestand vorhanden sind, sowie andere begleitende Ausgaben bezahlt werden.

### **3. Unvorhergesehene Ausgaben**

Dieser Ausgabenposten dient als eine Art Sicherheitspolster. In der Regel werden für unerwartete Ausgaben 10 bis 20 % der Investitionssumme eingeplant: für die Reparatur der Kaffeemaschine, die Bezahlung von Strafen, die Bezahlung von Rohstoffen (bei Preiserhöhungen).

### **4. Prognostizierter Umsatz und Gewinn**

Planen Sie den Gewinn und berechnen Sie, wie viele Besucher bedient werden müssen, um dieses Niveau zu erreichen.

Am Ende des Berichtszeitraums können Sie die tatsächlichen Kennzahlen mit den geplanten vergleichen und analysieren, inwieweit sie erreicht wurden.

Zum Beispiel haben Sie möglicherweise den Plan für die Anzahl der Kunden nicht erreicht, konnten jedoch den geplanten Umsatz erzielen. Dies bedeutet, dass Ihr durchschnittlicher Warenkorb höher ist als geplant. Somit wird das Ziel für den nächsten Berichtszeitraum sein, einen größeren Kundenstrom anzuziehen und gleichzeitig die Qualität des Services und der fertigen Produkte zu erhalten.

## **5. Amortisationszeit der Kaffeebar**

Die Geschwindigkeit, mit der sich die Kaffeebar amortisiert, hängt von der Investitionsrate, der Anzahl der Besucher, dem durchschnittlichen Warenkorb und den Aufschlägen auf die Menüpositionen ab.

Identifizieren Sie die profitabelsten Positionen in Ihrem Sortiment und entwickeln Sie verschiedene Angebote dafür (zum Beispiel "Dessert des Tages"). Auf diese Weise lenken Sie die Aufmerksamkeit der Gäste auf bestimmte Positionen im Menü.

## Risikofaktoren

### **1. Anstieg der Mietkosten**

Aus verschiedenen Gründen kann der Vermieter die Mietbedingungen ändern oder umziehen lassen. Eine solche Situation kann vermieden werden, indem im Voraus festgelegte Bedingungen für eine feste Mietrate und eine Mindestdauer des Vertrags von mindestens N (zum Beispiel 1-2 Jahre) Jahren vereinbart werden. Bei Vertragsverletzungen durch die gegnerische Partei können Sie die Entscheidung vor Gericht anfechten.

### **2. Falsche Standortwahl**

Die Gründe können vielfältig sein: geringe Fußgängerfrequenz oder eine nicht passende Zielgruppe (nach Alter/Vorlieben). Zum Beispiel ein Kindercafé in einem Bürogebäude.

### **3. Veränderung der Trends im Gastronomiemarkt**

Die Nachfrage nach Lebensmitteln korreliert mit der Veröffentlichung wissenschaftlicher Artikel über Nutzen oder Schaden. Dies ist beispielsweise am Angebot von Alternativmilch in Cafés oder an einigen Restaurants zu erkennen, die fleischlose Gerichte in ihr Menü aufgenommen haben.

### **4. Schwankende Rohstoffpreise**

Einige Produktionen verwenden ausländische Zutaten in ihren Rezepten. Bei Wechselkursschwankungen können die Preise für einige Waren steigen. Berücksichtigen Sie dies bei der Auswahl von Lieferanten und haben Sie im Voraus alternative Lieferanten im Auge.

### **5. Unzureichende Qualität der gelieferten Produkte**

Die Überwachung jeder neuen Charge kann eine große Aufgabe sein, da Sie nicht immer den Herstellungsprozess von Halbfertigprodukten oder gefrorenen Produkten kontrollieren. Wählen Sie Lieferanten basierend auf Bewertungen aus und überprüfen Sie die Qualität der Produkte, da der Café-Manager für die Qualität der Speisen verantwortlich ist.

## **6. Unzureichende Rentabilität**

Selbst detaillierte Berechnungen und Prognosen können nicht immer die tatsächliche Rentabilität am Ende des Berichtszeitraums vorhersagen. Eine Verringerung im Vergleich zum Plan kann durch die oben beschriebenen zufälligen Faktoren verursacht werden.

## **7. Durchschnittlicher Warenkorb unter Marktwerten**

Dies kann damit zusammenhängen, wie aktuell das Menü ist und wie angenehm es für Kunden ist, sich in Ihrem Café aufzuhalten. Ein Teil der Verantwortung liegt jedoch auch bei den Mitarbeitern, die die Gäste beraten. Ihre Aufgabe ist es, den Kunden dazu zu bringen, ein Getränk oder ein Gericht zu probieren.

Wenn es nicht möglich ist, den durchschnittlichen Warenkorb zu erhöhen, weil das Café von Personen besucht wird, die nicht bereit sind, mehr Geld für Essen und Getränke auszugeben, können Sie den Umsatz durch Lieferungen oder Veranstaltungen im Café steigern.

## **8. Negative Bewertungen, die das Rating senken**

Je mehr Besucher das Lokal hat, desto schwieriger ist es, die Bedürfnisse jedes Einzelnen zu erfüllen. Bei unzufriedenen Kunden müssen Situationen analysiert und an Fehlern gearbeitet werden. Sie können dem Kunden ein Geschenk machen, um einen negativen Eindruck zu mildern.

## **9. Unprofessionalität der Mitarbeiter**

Ein Teil der Konflikte mit Kunden und Unzulänglichkeiten bei Speisen und Getränken hängt vom Maß an Verantwortung und Professionalität der Mitarbeiter ab. Dieser Punkt wird immer eine Lotterie sein, da der menschliche Faktor nicht ausgeschlossen werden kann. Wählen Sie verantwortungsbewusste Mitarbeiter aus, auch wenn Sie Mitarbeiter ohne Erfahrung einstellen.

## **10. Ausfall teurer Ausrüstung**

Unerwartete Ausgaben können die Pläne für den Start einer umfangreichen Werbekampagne oder den Kauf von Rohstoffen ändern. Ein Reservefonds für unvorhergesehene Ausgaben hilft Ihnen, den Betrieb in solchen Situationen nicht einzustellen.

## **11. Vorhandensein direkter und indirekter Konkurrenten in der Nähe**

Konkurrenten können sich sowohl vor als auch nach Ihrer Eröffnung befinden. Bauen Sie eine Basis von Stammkunden auf, die nicht nur wegen der Einsparungen, sondern auch wegen des Geschmacks und der Atmosphäre zurückkehren.

## **12. Änderungen im Steuersystem**

Solche gesetzlichen Maßnahmen können zu einer Erhöhung des Anteils an Steuern und Gebühren oder zu einer Preiserhöhung für Produkte führen. Zum Beispiel führt eine Erhöhung der Mehrwertsteuersätze zu steigenden Preisen bei Auftragnehmern und Lieferanten, was zu höheren Preisen für Endproduzenten führt.

## **13. Einführung vorübergehender gesetzlicher Beschränkungen**

Einschränkungen können mit der epidemiologischen Situation verbunden sein und den gewohnten Betriebsmodus des Cafés einschränken. Das Vorhandensein mehrerer Einnahmequellen und die Bereitschaft zur Änderung des Betriebskonzepts helfen dabei, den Betrieb des Cafés aufrechtzuerhalten.