

Die Gäste kommen nicht von alleine

Die jüngste Mehrwertsteuererhöhung hat die existenzielle Krise vieler Gastronomiebetriebe vor allem im ländlichen Raum weiter verschärft. Damit die Gäste nicht ganz ausbleiben, kommt es mehr denn je auf die richtige Strategie an.

Gastbeitrag Sven Kornberger

Die Mehrwertsteuererhöhung traf die Gastronomie in einer Phase, in der sie ohnehin schon stark unter der Inflation litt. Durch die Steueranpassung mussten auch die Preise für Speisen und Getränke angehoben werden, was wiederum die ohnehin geschwächte Konsumbereitschaft der Gäste weiter dämpfte. Der Effekt auf das Ausgehverhalten der Gäste ist dauerhaft spürbar: Viele verzichten auf Restaurantbesuche oder reduzieren ihre Häufigkeit.

*„Eine Rückkehr zu einem reduzierten Mehrwertsteuersatz könnte kleinen Familienbetrieben **das Überleben sichern** und die wirtschaftliche Stabilität der Branche insgesamt stärken.“*



Foto: Kornberger

Für kleine Betriebe sinnvoll

Besonders betroffen sind Gastronomiebetriebe in ländlichen Regionen oder abseits der Ballungszentren, die traditionell auf jeden Gast angewiesen sind. Hier ist die wirtschaftliche Situation bereits seit Jahren angespannt. Eine Rücknahme der Steuererhöhung wäre aus branchenspezifischer Sicht von entscheidender Bedeutung, um kleine und unabhängige Betriebe zu unterstützen. Viele dieser Gastronomien werden mit großem Engagement geführt und sichern Arbeitsplätze in der Region. Stark gefährdet sind Individualgastronomien mit wenigen Sitzplätzen, die in ländlichen

SVEN KORNBERGER

Sven Kornberger ist Managing Partner und Berater bei der Ascensus GmbH, einer im Januar 2024 gegründeten Beratungsgesellschaft für Gastronomie und Hotellerie mit Sitz in Düsseldorf. Nach seiner Ausbildung zum Fachmann für Systemgastronomie sammelte er umfangreiche Erfahrungen als Staatlich geprüfter Betriebsleiter für Hotellerie und Gastronomie. Nebenberuflich erweiterte er sein Fachwissen durch ein Studium zum Master of Business Administration.
www.ascensus-beratung.de

Regionen angesiedelt sind. Denn diese Betriebe sind oft stark von einheimischen Gästen abhängig und profitieren kaum von der touristischen Nachfrage. Die fehlende touristische Attraktivität und die geringe Flexibilität, auf schwankende Gästezahlen reagieren zu können, machen diese besonders anfällig für wirtschaftliche Schwankungen. Kleine Familienbetriebe und Lokale ohne strategische Standortvorteile haben es hier besonders schwer, ihre Existenz zu sichern. Eine Rückkehr zu einem reduzierten Mehrwertsteuersatz könnte diesen Betrieben das Überleben sichern und die wirtschaftliche Stabilität der Branche insgesamt stärken.

Neben der Mehrwertsteuer stellen gestiegene Personal-, Energie- und Lebensmittelkosten die Branche vor immense Herausforderungen. Viele Gastronomen stoßen dadurch an ihre Belastungsgrenzen. Deshalb ist die Zahl der Insolvenzen in den letzten Jahren signifikant gestiegen. Obwohl die Branche in der Vergangenheit, insbesondere während der Corona-Pandemie, ihre Anpassungsfähigkeit unter Beweis gestellt hat, ist die Situation angesichts der Vielzahl negativer Einflussfaktoren kritisch.

Die aktuellen Aussichten lassen keine Entspannung erwarten – im Gegenteil. Weitere Unsicherheiten durch politische Entscheidungen, Fachkräftemangel, steigende Energiekosten und die Lebensmittelinflation verstärken den Druck. Die Wahrscheinlichkeit einer Insolvenzwelle nimmt damit weiter zu.

Kostenfresser identifizieren

Um dem Kostendruck zu begegnen, sind gezielte Maßnahmen erforderlich. Die folgenden drei Strategien haben sich als besonders wirksam erwiesen:

1. **Kostenbewusstsein:** Für eine effektive Kostensenkung ist es unerlässlich, sich der eigenen Kostenstruktur bewusst zu sein. Unternehmer müssen verstehen, wo genau ihre Kosten liegen und regelmäßig überprüfen, ob es Einsparpotenziale gibt. Im Fokus stehen dabei die Wareneinsatzquote und die Personaleinsatzquote, die häufig die größten Kostenblöcke darstellen. Ein gut durchdachtes Abfallmanagement und eine konsequente Renner-Penner-Analyse helfen beim frühzeitigen Identifizieren und Optimieren von Kostenfressern und ineffizienten Bereichen.
2. **Standardisierung:** Hier bietet die Systemgastronomie wertvolle Anregungen. Durch verschlankte Abläufe, digitale Lösungen und standardisierte Rezepturen lassen sich Prozesse effizienter gestalten und damit Kosten senken. Ein Vergleich der Lebensmittelpreise und eine Optimierung der Lieferketten können zusätzlich helfen, den Wareneinsatz zu reduzieren.
3. **Einzigartigkeit des Angebots herausstellen:** Neben der Kostenseite darf die Gästegewinnung nicht vernachlässigt werden. Unternehmer müssen herausstellen, was ihr Angebot besonders und einzigartig macht, um Gäste für einen Restaurantbesuch zu gewinnen. Ein gezieltes Marketing, das die Besonderheiten der eigenen Gastronomie hervorhebt, ist essenziell. Viele Betriebe vernachlässigen diesen Aspekt und gehen davon aus, dass die Gäste von alleine kommen – das ist ein Fehler im heutigen Wettbewerbsumfeld.

Eine Maßnahme, die übrigens oft überschätzt wird, ist der Einsatz von Convenience-Produkten. Diese Produkte können die Effizienz steigern, wenn sie den Aufwand in der Küche reduzieren und personelle Kapazitäten schonen. Allerdings führt der Einsatz von Convenience-Produkten nur dann zu echten Einsparungen, wenn der

„Viele Betriebe vernachlässigen den Aspekt des gezielten Marketings und gehen fälschlicherweise davon aus, dass Gäste von alleine kommen.“

Personalbedarf dadurch tatsächlich reduziert wird. Ist dies nicht der Fall, bleibt der Effekt auf die Gesamtkosten gering.

Speisekarte optimieren

Viele Gastronomen haben falsche Erwartungen und erkennen nicht, dass über den Einsatz von Convenience-Produkten hinaus eine umfassende Prozessoptimierung notwendig ist. Die Verkürzung der Öffnungszeiten oder die Anpassung der Speisekarte können sinnvolle Maßnahmen zur Kostensenkung sein, deren Umsetzbarkeit jedoch stark vom Standort abhängt. Betriebe in städtischen Lagen sind tendenziell flexibler und können ihr Angebot leichter an die Nachfrage anpassen. In ländlichen Regionen hingegen kann eine Reduzierung der Öffnungszeiten oder des Speisenangebots die Gäste eher abschrecken.

Eine Möglichkeit, die Speisekarte zu optimieren, ist das Baukastenprinzip. Hierbei wird eine kleinere Auswahl an Basiszutaten genutzt, um verschiedene Gerichte zu kreieren. Auf diese Weise kann die Lagerhaltung reduziert und gleichzeitig Abwechslung auf der Speisekarte geboten werden. Diese Strategie kann helfen, Kosten zu senken, ohne die Zufriedenheit der Gäste zu gefährden.