

K wie Konzept: Rund ist gesund Das Gründer-ABC

Um die Auflösung von „Rund ist gesund“ gleich vorweg zu nehmen: Wenn das Gastro-Konzept tatsächlich bis ins kleinste Detail durchdacht – also „rund“ ist – wird das Unternehmen in den meisten Fälle auch wirtschaftlich gesund sein.

Konzepte, die nur halbherzig realisiert werden, haben im stark umkämpften Gastro-Markt kaum mehr eine Chance. Nicht umsonst betitelt einer der Shootingstars der Szene, das Berliner Restaurant „Nobelhart & Schmutzig“, sein Konzept als „brutal lokal“ und nicht nur „regional“.

Aber reicht es nicht auch, mal mit einer Achtzig-Prozent-Lösung zufrieden zu sein? Klares Jein! „Ja“, wenn dein Perfektionismus ansonsten dazu führen würde, dass du Gefahr läufst, nie aus der Konzeptphase herauszukommen und der Sprung ins kalte Wasser der Eröffnung deshalb immer weiter hinausgeschoben wird. Irgendwann muss halt Geld verdient werden. Andererseits ist ein „Nein“ ebenfalls die richtige Antwort, da ansonsten die Konkurrenz an dir vorbeiziehen könnte, die ein ähnliches Konzept noch viel stringenter – für die Gäste besser nachvollziehbar und stimmig – umsetzt.

Was gilt es also zu beachten? Was gehört alles zu einem runden Konzept?

Bei deinem Konzept solltest stets im Auge haben, welches kulinarische Angebot du anstrebst und auf welche Zielgruppe (wem wird mein Angebot gefallen?) du dich fokussieren willst.

In erster Linie werden die Speisen und Getränke, die du anbieten wirst, das Leitmotiv vorgeben. Die kulinarische Ausführung deines Konzepts wird das Herzstück sein. Sie verkörpert am deutlichsten die Identität deines Lokals. Deine Idee muss zumeist ein Alleinstellungsmerkmal enthalten, das dich von anderen Lokalitäten abhebt. Warum sollte auch jemand zu dir kommen, wenn du das gleiche wie deine Wettbewerber anbietest? Dabei kannst du nur verlieren, da die Zielgruppe für solche Speisen ja bereits vergeben sind.

Um es konkret zu machen: Wenn du die Anlaufstelle für gesundheits- und wellnessbewusste Gäste werden möchtest, macht es keinen Sinn, einen Schweinsbraten mit Pommes anzubieten, nur weil du keinen potentiellen Gast verlieren möchtest. Es ist wichtiger denn je, dass du deine Zielgruppe zuspitzt. Die breiten Zielgruppen werden schon von den großen Systemgastronomien bedient.

Übrigens, du kannst dein Speisekonzept ausprobieren: Konzepte wie [Laden Ein](#) in Köln oder [Cookup](#) in Hamburg bietet dir die Möglichkeit, dein kulinarisches Angebot auf Tauglichkeit zu prüfen, sowohl was die Abläufe in der Küche als auch den Erfolg bei deinen Gästen (deiner Zielgruppe!) betrifft. Dieser Reality Check zu deiner Idee kann dir helfen, spätere Fehler zu vermeiden und dein Konzept noch runder werden zu lassen. Auch Pop-ups oder Dinner-Events helfen dir dabei. Allerdings fehlt dir eine sehr wichtige Konzeptkomponente, nämlich dein Ambiente.

Womit wir beim nächsten Punkt wären: Wenn du dir sicher bist, was du anbieten wirst und wer deine Stammgäste werden sollen, gilt es, das passende Ambiente hierfür zu finden. Mit der entsprechenden Einrichtung und Dekoration wird es dir gelingen, dein Konzept bis an den Sitzplatz in deinem Restaurant oder Café zu transportieren.

Auf mein Beispiel bezogen bedeutet das: Meine Gäste, die gesunde Salate und Bowls erwarten, denken meist auch über ihr Essen hinaus nachhaltig. Logisch, dass in einer solchen Lokalität viel mit Naturmaterialien gearbeitet werden muss. Die Tische sollten nicht Hochglanz lackiert sein, sondern Naturholz zeigen; die Stühle dürfen nicht aus Kunststoff sein. Logisch? Klar, aber oft genug falsch gemacht! Zum passenden Ambiente empfehle ich dir den Buchstaben A meines Gastro-Gründer-ABCs: [A wie Ambiente: Wie sehe ich aus?](#).

Wenn dein Konzept steht, hast du übrigens schon einen Großteil deines Businessplans fertig. Denn dieser ist im Grunde nur dein mit Zahlen untermauertes Konzept. Näheres hierzu findest du unter [G wie Geschäftsplan: Fakten aus der Kristallkugel](#).

Nächstes Mal: L wie Lehrgänge – Um Leergänge zu vermeiden

*Das Gastro-Gründer-ABC auf nomyblog begleitet Sie vierzehntägig mit den wichtigsten Themen von A bis Z. Der Autor **Ralf Klümper** war bis 2017 selbst zehn Jahre Gastronom in Essen („Die Insel“). Seine Praxiserfahrung vermittelt er seitdem als [Gastronomie- und Gründerberater](#). Er schreibt für Gastro-Blogs und Fachpublikationen.*