

# G wie Geschäftsplan: Fakten aus der Kristallkugel Das Gründer-ABC

***Aller Anfang ist schwer. Und aller Anfang einer Gründung sollte der Geschäftsplan oder auch Businessplan sein. Er ist bei Gründern nicht gerade beliebt, doch wer den Businessplan nicht nur für potenzielle Geldgeber, sondern vor allem für sich selbst schreibt, der findet einen positiven Zugang zu diesem zu Unrecht verdamnten Kernstück einer Gründung.***

Denn durch den Geschäftsplan sind Sie gezwungen, Ihre Geschäftsidee von A wie Ambiente bis Z wie Zielgruppen zu durchdenken. Nichts, was für den Erfolg oder Misserfolg verantwortlich sein könnte, wird hier vergessen. Und es wird ein Aktionsplan entworfen, der die Umsetzung erleichtern wird.

Klar ist, dass die meisten, die einen Businessplan schreiben müssen oder wollen, sich zum ersten Mal damit beschäftigen. Also:

**Wie sollte man vorgehen? Ist es eine streng sachliche oder gar wissenschaftliche Abhandlung?**

Klares Nein! Im besten Fall sollte es die Story Ihres Lebens sein. Nämlich die Geschichte, die beschreibt: Wer (Gründer/in) macht was (Geschäftsidee) wo (welcher Markt, welche Mitbewerber) und vor allem wie (was tun Sie, um Gäste zu gewinnen und dann zu binden)?

Klar sollte jedoch sein, dass man seinen Geschäftsplan selber schreiben sollte. Seriöse Gastro-Berater werden zwar helfen, dass nichts vergessen wird und den Gründer hier und dort in die richtige, erfolgsversprechendere Richtung lenken, aber schreiben muss der Gründer unbedingt selbst. Er muss sich mit seinem Vorhaben, das sein Leben für (hoffentlich) eine lange Zeit bestimmen wird, eigenständig auseinandersetzen.

**Aber wie soll ich anfangen?**

Eine gute Struktur mit den wichtigsten Fragestellungen [findet sich hier](#). Dort erhalten Gründer quasi die Leitplanken, in denen sie auf ihre „Gastro-Tour“ gehen.

Für die meisten Gastro-Gründer ist das Kapitel „Markt & Wettbewerb“ das schwierigste. Hierfür kann ich [einen Link empfehlen](#), den auch die Banker zu ihrer Vorinformation nutzen: Hier können Gründer z.B. für Bars, Cafés, Bistros, Imbisse, Kneipen und Restaurants kostenlos Infos zu den Themen Markt und Branche, Kalkulationshilfen, Finanzierung, Recht und Kontaktadressen downloaden.

Bei allem, was man schreibt, gilt: immer ehrlich zu sich sein, nicht schönreden oder -rechnen. Dies gilt insbesondere für den Zahlenteil – genau der Teil, den die Geldgeber am meisten interessieren wird. Alle Zahlen müssen nachvollziehbar, logisch und möglichst realistisch erreichbar sein.

Bei den Kosten ist das meist noch einfach. Denn die stehen spätestens dann fest, wenn man ein Lokal gefunden hat, aber schwieriger ist es bei den Umsätzen. Das ist immer ein Blick in die Kristallkugel. Das wissen die Geldgeber zwar auch, aber es ist ihnen wichtig, dass man hierbei keine unerreichbaren Luftschlösser baut, sondern realistisch plant. Erfahrene Gastronomen können Gründern schonungslos aufzeigen, ob der Plan auch erreichbar ist. Nutzen Sie ihren Erfahrungsschatz. Und bedenken Sie immer bei den Zahlen: Den einfachsten Gewinn machen Sie, indem Kosten eingespart werden.

Das Wichtigste ist allerdings beim Businessplan: ergebnisoffen an seine Umsetzung gehen. Wenn am Ende dabei herauskommt, dass Sie besser nicht gründen sollten, dann ist das zwar traurig, aber vielleicht die beste Entscheidung Ihres Lebens. Wer Schiffbruch erleidet, trägt das finanzielle Risiko nahezu ausschließlich selbst.

### ***Nächstes Mal: H wie Homepage – oder reichen Facebook & Co.?***

*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.*