

U wie Umsatz: Voll gleich toll? Das Gründer-ABC

Eines vorab – auch wenn es noch so banal ist: Umsatz ist nicht gleich Gewinn. Die meisten Gründer, die ihren Laden schnell wieder schließen mussten, machten genau diesen Fehler.

Wer nie professionell beraten wurde, weiß oft nicht, dass zunächst einmal rund ein Fünftel der Einnahmen als Vorsteuer (Mehrwertsteuer 19%) ans Finanzamt gehen. Das ist lediglich ein Durchlaufposten – dieser Teil deines Umsatzes gehörte dir nie. Weitere rund 60% gehen für die Bezahlung deines Personals und den Waren, die du einsetzt, drauf.

Ein recht großer Posten ist meist auch die Miete, die je nach Attraktivität der Lage aber trotzdem nicht mehr als 10 bis maximal 15% der Einnahmen betragen sollte. Und was bleibt dann am Ende nach weiteren Abzügen für Energie, Versicherung etc. für dich übrig? Bei den meisten sind es – wenn überhaupt – nur rund 5 bis 10% des Umsatzes.

Anders ausgedrückt: Im Grunde arbeitest du lediglich 1,5 bis 3 Tage im Monat für dein eigenes Einkommen. Bei den restlichen rund 28 Tagen gehen deine Einnahmen quasi an alle anderen – nur nicht an dich. Wie gut, dass alle Monate, vom Februar abgesehen, mehr als 28 Tage haben ☹

Entscheidend ist für dich also nicht der Umsatz, sondern der Gewinn, den du machst.

Vereinfacht ausgedrückt ist der Gewinn dein Umsatz abzüglich sämtlicher Kosten. Es gibt demnach zwei Wege, deinen Gewinn zu steigern: Entweder du verringerst die Kosten oder du erhöhst deine Umsätze. Oder noch besser: beides!

Wenn die Kosten so hoch sind, dass sie bei gegebenem Umsatz keinen Gewinn ermöglichen, ist es daher gut möglich, dass dein Laden immer voll war und du trotzdem damit nie Geld verdient hast. Ein prominentes Beispiel hierfür ist aktuell [Tim Mälzer's](#) „Hausmann's“ in der Düsseldorfer Altstadt. Hier hat er nach eigenen Aussagen [an keinem Tag Geld verdient](#), da er und sein Team die Kostenstruktur nicht so aufstellen konnten, dass ein profitabler Betrieb möglich gewesen wäre. So hat Mälzer nach knapp vier Jahren die Notbremse gezogen und sein Restaurant geschlossen.

Um den Gewinn schnell zu steigern, gibt es meist nur die Möglichkeit, die Kosten zu senken. Hier bieten sich natürlich die beiden größten Kostenblöcke Wareneinsatz und Personalkosten an. Wenn du am Wareneinsatz sparen willst, solltest du darauf achten, dass die Qualität deiner Speisen und Getränke nicht darunter leidet. Ansonsten wäre dies ein Schuss, der nach hinten losgeht und die Umsätze nachfolgend negativ beeinflussen wird.

Dann vielleicht an den Personalkosten sparen?

Klar, ungelernte Mitarbeiter sind günstiger, aber auch das wirkt sich meist kritisch auf die Qualität deiner Küche und deines Services aus. Oder du arbeitest einfach noch mehr als bisher. Sicher nicht erstrebenswert, aber oft die letzte Lösung des Personalkostenproblems. Ansonsten bleiben nur noch Energie- und Versicherungskosten ... ja, hier solltest du einen günstigen Anbieter suchen und finden können, aber es macht halt nur einen kleinen Teil deiner Kosten aus.

Wenden wir uns dem Gegenspieler der Kosten zu, nämlich den Umsätzen. Kurzfristig lassen sie sich nur erhöhen, indem du deine Preise erhöhst. Auch das kann selbstverständlich kontraproduktiv sein. Aber nach meiner Erfahrung verkaufen sich Gastro-Gründer oft unter Wert. Sprich: Ihre Preise sind zu günstig. Die Preise um 5 bis 10% anzuheben, wird in der Regel keine Schwierigkeit darstellen. Denn: Wer sich lediglich über den (zu günstigen) Preis verkauft, bringt sich automatisch in die Gewinn- oder besser Verlustproblematik.

Ansonsten lassen sich deine Umsätze meistens nicht unmittelbar steigern. Um mehr Gäste in dein Restaurant oder Café zu bekommen, bedarf es einer vernünftig angelegten Kommunikationsstrategie – und die wiederum erhöht deine Werbe- bzw. Marketingkosten. Am sinnvollsten ist es daher, den Durchschnittsbonus zu erhöhen: mit den vorhandenen Gästen mehr Umsatz machen. Manchmal reicht es schon, dass der Service zusätzlich ein Dessert oder Kaffee anbietet. Gute Servicekräfte sind auch gute Verkäufer (und mehr zum Thema [Upselling gibt es hier.](#))

Womit wir wieder beim Personal und dessen Kosten wären. Gutes Personal finanziert sich nämlich quasi selbst. Bei diesem Beispiel wird deutlich, dass alles „irgendwie“ zusammenspielt und es auf keinen Fall ausreicht, nur auf die Umsätze zu schauen.

Nächstes Mal: V wie Verkaufen – starten statt warten

*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.*