

RECHNEN LOHNT SICH.

# Vor der Speisekarte steht die Kalkulation

Stellen Sie sich vor, Ihre Speisekarte ist grafisch sehr gelungen und trotzdem verkaufen Sie nur Gerichte, an denen Sie wirtschaftlich keinen rechten Spaß haben.

Vielleicht kann es daran liegen, dass die Karte ohne richtige Kalkulation gestaltet wurde. Die Realität im gastronomischen Alltag ist doch, dass sich bestimmte Produkte besser rechnen als andere. Aufschluss darüber gibt die Kalkulation. Wer sie scheut, verschenkt in aller Regel Umsatz und bares Geld. Im Idealfall fließt das Ergebnis der Kalkulation in die Gestaltung des wichtigsten Verkaufsmediums, der Speisekarte, ein. Denn: Auch, wo welches Produkt in der Karte steht, hat Einfluss auf das Betriebsergebnis.

## Der Deckungsbeitrag bestimmt die Gestaltung:

Ein Kartendesign, das echte Umsatzsteigerungen bewirkt, sollte das Ziel sein. Die deckungsbeitragsfreundlichen Gerichte zu verkaufen ist wichtig. Darüber entscheidet die Positionierung in der Karte.

Das Rechnen mit dem Deckungsbeitrag ist dafür eine wichtige Voraussetzung.

## Das Rezept entscheidet.

Vor dem Deckungsbeitrag steht die Rezeptur. Durch sie wird genau ermittelt, welche Zutatenmengen zu einem Gericht verwendet werden. In Verbindung

mit dem Einkaufspreis wird daraus der Warenwert ermittelt. Der Einkaufspreis der Hauptbestandteile (Fleisch/Fisch) ist meist bekannt. Die Kosten für Beilagen, Soßen und Garnituren können vereinfacht in pauschale Preisgruppen aufgeteilt werden: Gleiches gilt für Garnituren, Panierungen u. ä.

## Die Stars erkennen.

Neben dem Deckungsbeitrag (DB) spielt auch die Umschlagshäufigkeit/ der Verkaufsmix (VM) eine entscheidende Rolle. Aus dem Deckungsbeitrag und den Verkaufszahlen über einen repräsentativen Zeitraum werden die Entscheidungen zur Angebotsgestaltung getroffen:

## Die Gewinner und Renner

- **Gewinner** (DB/VM hoch) sind zu fördern und zu pflegen,
- **Schläfer** (DB hoch/VM niedrig) sind zu wecken und zu forcieren,
- **Renner** (DB niedrig/VM hoch) sollten nicht forciert und nicht empfohlen werden,
- **Verlierer** (DB niedrig/VM niedrig) gegebenenfalls aus dem Angebot nehmen.

## Platzierung entscheidet über den Erfolg.

Aufgrund des Leseverhaltens der Gäste lässt sich nun gezielt festlegen, wo die Gerichte innerhalb der Karte stehen müssen, um eine optimale Verkaufswirkung zu erzielen.

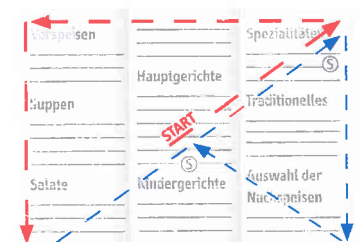
Je nach individueller Verkaufsstrategie platzieren Sie Renner, Schläfer oder Gewinner, entsprechend dem Leseverlauf.

Ein Renner wird dort „versteckt“, wo er nicht oder „später“ gelesen wird. Gewinner/Schläfer könnten an zentraler Stelle stehen.

Die Positionierung nach der Renner-Penner-Methode ist eine von bis zu 19 Maßnahmen, die sich in der Kartengestaltung auf den Erfolg auswirken.

Am Ende der Gestaltung überprüfen Sie Ihre Karte mit den Kennzahlen:

- Summe der Deckungsbeiträge.
- Umsatz pro Gast.
- Wareneinsatzquote.



3-teilige Karte (Quelle: AHGZ)

Praktische Hilfe zur Speisekartengestaltung und zu Kalkulationsprogrammen finden Sie unter

[www.erfolgswirt.de](http://www.erfolgswirt.de)

