

Checkliste: Umsatzpotenziale im eigenen Betrieb erkennen

Wo im bestehenden Betrieb bereits ungenutzter Umsatz liegt

Mehr Umsatz beginnt nicht zwangsläufig mit mehr Gästen. Häufig liegen die größten Potenziale bereits im bestehenden Betrieb - in Zahlen, Abläufen, Angeboten, Empfehlungen und in der Bindung vorhandener Gäste.

Zahlen und Transparenz

Punkt	Trifft zu	Teilweis e	Trifft nicht zu
Ich kenne den aktuellen Durchschnittsbö pro Gast.	☐	☐	☐
Ich werte Umsätze nach Tageszeiten, Wochentagen und Angebotsgruppen aus.	☐	☐	☐
Ich weiß, welche Produkte besonders häufig verkauft werden.	☐	☐	☐
Ich kenne die Deckungsbeiträge meiner wichtigsten Speisen und Getränke.	☐	☐	☐
Ich erkenne schwache Zeitfenster und ungenutzte Kapazitäten.	☐	☐	☐
Ich vergleiche Soll- und Ist-Umsätze regelmäßig.	☐	☐	☐
Ich kann Umsatzrückgänge von Frequenzproblemen unterscheiden.	☐	☐	☐

Angebot und Preis

Punkt	Trifft zu	Teilweis e	Trifft nicht zu
Unsere Speisekarte lenkt den Blick auf wirtschaftlich interessante Angebote.	☐	☐	☐
Preise sind nachvollziehbar und zur Positionierung des Betriebes passend.	☐	☐	☐
Zusatzangebote ergänzen das Kerngeschäft sinnvoll.	☐	☐	☐
Wir prüfen regelmäßig, welche Angebote kaum nachgefragt werden.	☐	☐	☐
Wir nutzen saisonale und zeitlich begrenzte Angebote gezielt.	☐	☐	☐
Portionsgrößen, Qualität und Verkaufspreise stehen in einem wirtschaftlichen Verhältnis.	☐	☐	☐
Unsere Gäste verstehen schnell, wofür unser Betrieb steht.	☐	☐	☐

Service und Verkauf

Punkt	Trifft zu	Teilweis e	Trifft nicht zu
Mitarbeitende sprechen aktiv und passend Empfehlungen aus.	☐	☐	☐
Zusatzverkauf ist Teil des Serviceablaufs und kein Zufall.	☐	☐	☐
Das Team kennt Tagesangebote, Margenbringer und passende Kombinationen.	☐	☐	☐
Gäste werden aufmerksam betreut, ohne sich bedrängt zu fühlen.	☐	☐	☐
Verkaufschancen werden im täglichen Briefing angesprochen.	☐	☐	☐
Führungskräfte geben konkretes Feedback zum Verkaufsverhalten.	☐	☐	☐
Gute Verkaufsbeispiele werden im Team sichtbar gemacht.	☐	☐	☐

Gästebindung und Wiederkehr

Punkt	Trifft zu	Teilweis e	Trifft nicht zu
Wir fragen aktiv nach der Zufriedenheit unserer Gäste.	☐	☐	☐
Beschwerden werden genutzt, um Gäste zurückzugewinnen.	☐	☐	☐
Stammgäste erleben Verlässlichkeit und persönliche Aufmerksamkeit.	☐	☐	☐
Wir schaffen konkrete Gründe für einen erneuten Besuch.	☐	☐	☐
Empfehlungen und positive Bewertungen werden aktiv gefördert.	☐	☐	☐
Wir messen, welche Maßnahmen tatsächlich Wiederkehr erzeugen.	☐	☐	☐

Wo liegt aktuell mein größtes ungenutztes Umsatzpotenzial?

Welche drei Maßnahmen prüfe oder starte ich zuerst?

Name:

Datum:

Nächste Schritte:
