



Die ersten neun Monate

Tierjunge lernen die wichtigsten Verhaltensweisen schon von ganz klein auf, in kurzer Zeit und ein für alle Mal: Dieses äußerst kuriose Phänomen nennt man *Imprinting*. Man könnte sagen, dass etwas Ähnliches sich auch in einer frisch eröffneten Bar abspielt: Die erste Zeit des Geschäftsbetriebs ist die wichtigste Zeit für ihre Entwicklung und prägt ihre Persönlichkeit nachdrücklich.

Was Sie in den ersten neun Monaten Ihres Lokals zu erwarten haben.

Ganz egal, welche Art von Betrieb Sie eröffnen möchten – es gibt einige universelle Regeln, die man kennen sollte.

Der „**Beobachtungszeitraum**“, um den Erfolg einer Bar beurteilen zu können, beträgt mindestens **neun Monate**: In diesem Zeitraum sollten sich die Umsätze konsolidieren, und Sie sollten in der Lage sein, zum ersten Mal Bilanz zu ziehen.

Eines der unfehlbaren Gesetze in Bezug auf die „ersten neun Monate“ betrifft den Geschäftsverlauf, der häufig einer typischen Kurve folgt. **Erwarten Sie einen sehr ermutigenden Start und steigende Ergebnisse im gesamten ersten Monat.** Nach dieser Blütezeit könnten Sie den Eindruck gewinnen, dass das Glück Sie verlässt. Wahrscheinlich werden Sie erschrecken, aber: bloß keine Panik!

Es ist völlig normal, dass die Neugier der Gelegenheitsbesucher nach dem ersten Interesse zunächst einmal abflaut.

Geben Sie Ihrem potenziellen Publikum die Zeit, Sie zu entdecken, schätzen zu lernen und dann treue Stammkunden zu werden.

Wenn man nun ins Detail geht: Welche Aspekte sind besonders zu berücksichtigen, sobald man die ersten Schritte als Lokalinhaber macht?

Die Organisation Die Organisation der Bar festzulegen, ist eine schwierige und für die Zukunft des Lokals wichtige Aufgabe.

Die Servicequalität wird stark davon abhängen, wie Sie Schichten, Aufgaben, Wege und Verfahren planen. In diesem Moment vermitteln Sie Ihren Mitarbeitern das *Imprinting* und dürfen sich keine Fehler erlauben.

- **Wir raten Ihnen, in der Anfangszeit (mindestens einen Monat lang) feste Schichten einzuplanen:** Dadurch schaffen Sie eine Routine, eine Art „Basis“, zu der dann Ihre Änderungen und Verbesserungen hinzukommen können.
- Später empfehlen wir Ihnen eine **Personalrotation einzuführen:** So kann sichergestellt werden, dass die Kunden vor allem wegen der geschätzten und qualitativ hochwertigen Produkte wiederkommen ohne enttäuscht zu sein, wenn sie beispielsweise nicht den gewohnten Barista antreffen.

Die Kommunikation Das größte Risiko, das Sie zu Beginn Ihrer neuen Tätigkeit eingehen, ist, dass man Sie nicht versteht!

Um von den neuen Kunden verstanden zu werden, müssen Sie sich gut erklären: **Alles, was Sie tun, sollte stets im Einklang mit der Identität Ihrer Bar sein.** Vermeiden Sie es, ständig neue Angebote oder Initiativen zu präsentieren. Sie verwirren sonst die Kunden und bringen das Personal in eine schwierige Lage. Sollte sich der Erfolg nicht postwendend einstellen, werden Sie nur nicht ängstlich und laufen ihm nach, indem Sie mit Volldampf Neuerungen erfinden. Bleiben Sie Ihrer ursprünglichen Idee treu und lassen Sie sich ein wenig Zeit!

Eine gute Selbsteinschätzung, regelmäßig und seriös, ermöglicht es Ihnen, die Entwicklung Ihrer Bar täglich zu verifizieren.

Hier die wichtigsten Parameter, wie man das richtig macht:

- die Tageserlöse;
- die Anzahl der Kassenbons;
- die Zahl der Kunden, die täglich kommen;
- der durchschnittliche Betrag pro Kassenbon und Kunde;
- die Arbeitsorganisation;
- die Effizienz der Schichten;
- wie Sie sich von der Konkurrenz abheben.

