

## Angebot und Auswahl im Imbissbereich

---

### **Konzentrieren Sie sich auf das Wesentliche und machen Sie diese Sachen gut**

Brauchen wir Pommesbuden mit einem TexMex Angebot? Einen Pizzaservice der Edelfisch auf dem Flyer stehen hat? Einen China Imbiss mit Schnitzeln auf der Karte? Eine Dönerbude mit Leberkäs in der Auslage? Die Angebotsbreite in manchen Betrieben ist so riesig, dass Gäste sich oft fragen: wie schaffen die das alles?

Personaleinsatz und Lagerkosten erhöhen sich durch das große Angebot. Lebensmittel verderben eher und ob wirklich mehr Gäste kommen, wagen wir hier mal zu bezweifeln.

### **Ein Beispiel aus der Praxis:**

Die beiden erfolgreichsten Imbissbuden in einer deutschen Großstadt bieten nur Currywurst, Brötchen, Pommes und Majonäse an. Diese wenigen Produkte aber in sehr guter Qualität. Der eine grillt die Bratwurst auf Holzkohle, der andere bietet frische, selbstgemachte Pommes und einer Currysauce in unterschiedlichen Schärfegraden. Dazu kommt eine 1A Lage in der Innenstadt. Die hohen Pachtpreise werden durch geringen Platzbedarf aufgefangen. Durch das geringe Angebot sind die Mitarbeiter auch bei größtem Andrang nicht wirklich im Stress.

Das funktioniert natürlich nicht in jedem Imbiss, aber überdenken Sie einmal Ihr komplettes Angebot. Eine Statistik oder Auswertung zeigt Ihnen die Verkaufsschlager und die wenig verkauften Artikel. Kalkulationen zeigen Ihnen, ob und was an Geld übrig bleibt. Bedenken Sie auch den Personaleinsatz bei der Vorbereitung und Zubereitung des Gerichtes. Wie sieht es mit Lagerhaltung aus? Blockiert ein kaum verkauftes Gericht Ihren knappen Kühlhausplatz? Werden Produkte zur Herstellung eines Gerichtes benutzt, die ständig vergammeln?

Oft hört man: Dann kommen die und die Gäste nicht mehr. Dann muss die Auswahl und Qualität der anderen Angebote so überzeugend sein, dass diese Gäste ein anderes Gericht wählen und neue Gäste hinzukommen.

### **Qualität- Frische- Zubereitung- Angebot- Ambiente- Lage- Freundlichkeit..... Preis**

Glauben Sie wirklich, dass langfristig der Großteil Ihrer Gäste wegen des Preises zu Ihnen kommt? Das soll nicht heißen, dass ab morgen alles 20% teurer werden soll, aber die oben genannten 7 Merkmale sollten immer im Vordergrund stehen. Überzeugen Sie durch ein durchdachtes Angebot, durch durchgehend sehr gute Qualität, durch ein immer freundliches Auftreten und durch ein sauberes und angenehmes Ambiente.

### **Keine Macht dem Preiskampf- keine Chance für Pressfleisch und Analogkäse**

Tipp: Produkt und Angebotskenntnis sind hier die Schlagwörter. Informieren Sie sich im Internet (z.B. unter [gastro-link24.com](http://gastro-link24.com)) über Firmen. Lassen Sie sich ganz unverbindlich Kataloge zuschicken und vergleichen Sie wieder einmal Angebot und Preise. Es tut sich viel auf dem Gastromarkt. Bleiben Sie weiterhin am Ball und überraschen Sie sich und Ihre Gäste.