



E-BOOK · EIN HAPPYCHEF-LEITFADEN

# Der ultimative Leitfaden für Digital & Daten

---

Das Ziel von Restaurant-Technik waren nie Bildschirme — es ist, dem Gastraum seinen Gastgeber zurückzugeben. Hier ist der Stack, der seine Miete verdient.

**Thibault Van de Sompele** Gründer von HappyChef  
entwickelt mit und für Gastronomen



## E-BOOK

# Inhaltsverzeichnis

•	KURZ GEFASST	3
	Das Wichtigste in Kürze	
<b>01</b>	EINGANGSTÜR	5
	Eine Website mit einem Job: aus Appetit eine Buchung machen	
<b>02</b>	DAS ASSET	9
	Gästedaten: das Asset, das sich in Ihrer Reservierungsliste versteckt	
<b>03</b>	AUTOPILOT	13
	Automatisieren Sie die repetitiven 80% — reservieren Sie Menschen für Gastfreundschaft	
<b>04</b>	DER ASSISTENT	17
	KI: der Gastgeber, der antwortet, wenn Sie nicht können	
<b>05</b>	KANÄLE	21
	Bestellkanäle: digital dort, wo es dem Konzept dient	
<b>06</b>	DAS COCKPIT	25
	Das Fünf-Zahlen-Dashboard, das das Haus führt	
•	E-BOOK	30
	Wie hart arbeitet Ihre Technik wirklich?	

# Der ultimative Leitfaden für Digital & Daten

**R**echnen Sie die Stunden einmal zusammen: Reservierungen, von der Mailbox abgetippt. Dasselbe „Haben Sie Freitag noch einen Tisch?“, zwanzigmal beantwortet. Öffnungszeiten, an vier verschiedenen Stellen aktualisiert. Bei den meisten unabhängigen Restaurants sind das zehn Stunden pro Woche oder mehr — eine komplette Schicht, geleistet vom teuersten Mitarbeiter im Haus: Ihnen. Das Frustrierende daran? Jede einzelne dieser Aufgaben wurde vor Jahren gelöst.

Dieser Leitfaden baut den Stack, der sie löst — ohne Gadget-Anbetung und ohne die Wärme zu verlieren, die Ihren Gastraum füllt. Eine Website, die Appetit in unter einer Minute in eine Buchung verwandelt. Gästedaten, die wie ein Gedächtnis arbeiten statt wie ein Risiko. Automatisierung für alles Repetitive, KI nur dort, wo sie wirklich hilft, Bestellkanäle, die eine Fine-Dining-Marke nicht verramschen, und die fünf Zahlen, die Ihnen sagen, dass die ganze Maschine läuft. Eine Regel zieht sich durch alles: Jedes Werkzeug zahlt Miete oder fliegt raus. Den Anfang macht die eine Seite, die jeder Gast prüft, bevor er Ihnen vertraut.



**Thibault Van de Sompele** Gründer von HappyChef  
entwickelt mit und für Gastronomen

## KURZ GEFASST

# Das Wichtigste in Kürze

- 
- 01 Ihre Website hat einen Job — die Buchung** ein Button im sofort sichtbaren Bereich, die Karte als Text (kein PDF) und drei Sekunden Ladezeit auf dem Handy.

---

  - 02 Gästedaten sind Ihr stillstes Asset** bei der Buchung gesammelt, DSGVO-sauber, und in Wiedererkennung und Reaktivierung verwandelt.

---

  - 03 Automatisieren Sie die repetitiven 80%** Bestätigungen, Erinnerungen, Wartelisten, Bewertungsbitten — und reservieren Sie Menschen für Gastfreundschaft.

---

  - 04 KI beantwortet, was Sie nicht braucht** Ein Telefon- und Postfach-Assistent, der mitten im Service Tische bucht, schlägt die Mailbox jeden Abend.

---

  - 05 Führen Sie das Haus mit 5 Zahlen** Auslastung, No-Show-Quote, RevPASH, Stammgast-Anteil und Prime Cost — ein Dashboard, wöchentlich geprüft.

## 1

## EINGANGSTÜR

## Eine Website mit einem Job: aus Appetit eine Buchung machen

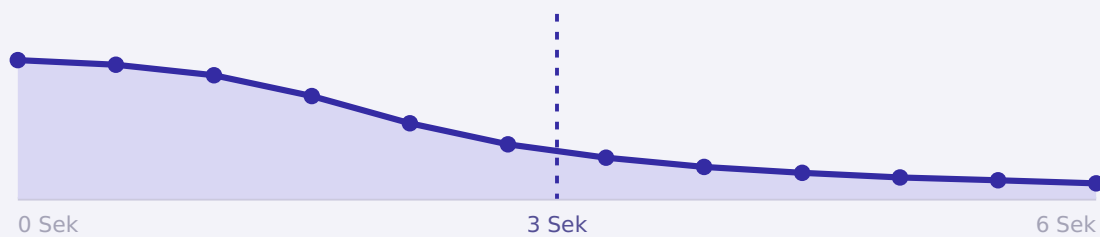
### KERNERKENNTNIS

Eine Restaurant-Website konvertiert, wenn sie vier Fragen in Sekunden beantwortet — wie ist das Essen, kann ich jetzt buchen, wo sind Sie, was kostet es — mit einem Buchungs-Button im sofort sichtbaren Bereich, der Karte als crawlbarem Text, echter Fotografie und unter drei Sekunden Ladezeit auf dem Handy. Alles andere ist Dekoration.

## EINGANGSTÜR

## FIG. 01

### Eine langsame Seite verliert die Buchung



**< 3  
sec**

Jede zusätzliche Sekunde Ladezeit führt stillschweigend zu Buchungsverlusten – streben Sie weniger als drei Sekunden an

Ihre Website hat einen Moment zu leben: Jemand, vermutlich am Handy, vermutlich mit Heute-Abend-Gedanken, entscheidet, ob aus dem Appetit eine Buchung wird. Die meisten Restaurant-Websites verlieren diesen Moment an ein Autoplay-Video, eine PDF-Karte zum Aufzoomen und eine „Kontakt“-Seite dort, wo ein Buchungs-Button stehen sollte.

## Die Anatomie der Konversion

- **Buchen, sofort sichtbar, auf jeder Seite.** Der Besucher, der den Button suchen muss, ist ein Besucher, den Ihr Nachbar konvertiert. Verknüpfen Sie ihn direkt mit Ihrem **Reservierungssystem** — nie mit einem Kontaktformular, das eine Antwort „binnen 48 Stunden“ verspricht.
- **Karte als Text, nicht als PDF.** Text-Karten laden sofort, funktionieren auf dem Handy, sind in Minuten aktualisiert — und über sie lernt Google, dass Sie Steinbutt servieren. So findet „Steinbutt Restaurant in der Nähe“ zu Ihnen.
- **Fotografie, die die Wahrheit schön erzählt:** sechs exzellente Fotos (Raum zur goldenen Stunde, drei Signature-Teller, Gesichter, die Tür) schlagen sechzig mittelmäßige — das Handwerk steht im **Marketing-Leitfaden**.
- **Tempo und Grundlagen:** unter drei Sekunden mobile Ladezeit, Öffnungszeiten und Adresse im Footer jeder Seite, keine Musik, keine Splash-Screens. Die komplette Checkliste steht in **eine Restaurant-Website gestalten**.

Wenn das selbst zu pflegen nach einem Zweitjob klingt — es ist einer; genau deshalb existiert eine **betreute Restaurant-Website**, verbunden mit Ihren Buchungs- und Kartendaten, als Produkt.

### 🕒 TUN SIE DAS HEUTE ABEND

Öffnen Sie Ihre Website auf dem Handy, über Mobilfunk, und stoppen Sie drei Dinge: Sekunden bis zum Laden, Fingertipps bis zur bestätigten Buchung, und ob die heutige Karte ohne Zoomen lesbar ist. Jedes Scheitern sind leckende Buchungen — und jedes ist diese Woche behebbar.

### MEHR ERFAHREN

#### **Eine professionelle Website ist die digitale Visitenkarte Ihres Restaurants.**

Potenzielle Gäste beurteilen Ihren Betrieb oft anhand Ihrer Website, noch bevor sie einen Fuß über die Schwelle setzen. In diesem ausführlichen Leitfaden teilen wir alles, was Sie über die Gestaltung einer wirkungsvollen **Gastronomie-Website** wissen müssen, die Besucher in Reservierungen verwandelt.

In einer Zeit, in der Gäste zuerst online suchen, bevor sie irgendwo essen gehen, ist Ihre Website kein optionales Extra mehr. Sie ist ein wesentlicher Bestandteil Ihrer Geschäftsführung, der sich direkt auf Ihren Umsatz und Ihr Image auswirkt. Eine gut gestaltete Website kann den Unterschied zwischen einem vollen Betrieb und leeren Tischen ausmachen.

## Warum ist eine gute Website so wichtig?

Die Zahlen lügen nicht und zeigen die Bedeutung einer starken Online-Präsenz:

- **70-80 %** der Gäste schauen sich zuerst Ihre Website an, bevor sie reservieren
- Ein Besucher bildet sich innerhalb von **0,05 Sekunden** einen ersten Eindruck Ihrer Website
- **38 %** verlassen eine Website, wenn das Design unattraktiv oder veraltet ist
- Mobile Nutzer verlassen eine Seite, wenn sie länger als **3 Sekunden** lädt
- **57 %** der Verbraucher empfehlen kein Unternehmen mit einer schlecht gestalteten mobilen Website weiter

Eine schlechte Website bedeutet buchstäblich verlorene Kunden. Jeder Besucher, der abspringt, weil Ihre Seite zu langsam ist oder nicht professionell aussieht, ist ein potenzieller Gast, der zur Konkurrenz geht. Eine gute Website hingegen bietet zahlreiche Vorteile:

- Schafft sofort Vertrauen und strahlt Professionalität aus
- Gewinnt neue Gäste über Google-Suchergebnisse
- Macht das **Online**-Reservieren mühelos und senkt die Hemmschwelle
- Beantwortet Fragen, bevor Gäste anrufen müssen, was Zeit spart
- Hebt Sie in einem umkämpften Markt von der Konkurrenz ab
- Arbeitet rund um die Uhr als Ihr digitaler Gastgeber, der niemals schläft

## Die 8 wesentlichen Elemente einer Gastronomie-Website

### 1. Prominenter Reservierungsbutton

Die wichtigste Aktion auf Ihrer Website ist das Reservieren. Darum dreht sich alles. Sorgen Sie dafür, dass dieser Vorgang so einfach und selbstverständlich wie möglich ist:

- Platzieren Sie einen auffälligen Button in der Navigation, der beim Scrollen stets sichtbar bleibt
- Verwenden Sie eine Kontrastfarbe, die sofort die Aufmerksamkeit auf sich zieht
- Formulieren Sie den Text handlungsorientiert: „Jetzt reservieren“, „Tisch buchen“ oder „Sofort reservieren“
- Verlinken Sie direkt zu Ihrem **Online-Reservierungssystem** ohne unnötige Zwischenschritte
- Wiederholen Sie den Button auf jeder Seite und am Ende des Inhalts
- Fügen Sie auch einen Reservierungsbutton in die mobile Navigation ein

Jeder zusätzliche Klick zwischen Besucher und Reservierung kostet Sie Conversions. Studien zeigen, dass jeder zusätzliche Schritt im Buchungsprozess zu bis zu 20 % weniger Conversions führen kann. Machen Sie es so einfach wie möglich.

**Profi-Tipp:** Testen Sie Ihren Reservierungsprozess regelmäßig selbst. Bitten Sie auch Freunde oder Familienmitglieder, ihn auszuprobieren, und holen Sie Feedback dazu ein, wo sie hängen geblieben sind oder gezögert haben.

## HÄUFIGE FRAGEN

### **Was sind die absoluten Must-haves auf einer Restaurant-Website?**

Speisekarte mit Preisen, ein Online-Reservierungsbutton, Öffnungszeiten, Adresse mit Anfahrt, Kontaktdaten und Fotos vom Interieur und den Gerichten. Alles, was ein Gast braucht, um sich zu entscheiden und zu buchen.

### **Wie Sorge ich dafür, dass meine Restaurant-Website bei Google gut rankt?**

Verwenden Sie Ihren Namen, Standort und Küchenstil konsistent auf der gesamten Website. Fügen Sie strukturierte Daten hinzu (LocalBusiness-Schema), sorgen Sie für schnelle Ladezeiten und sammeln Sie regelmäßig frische Google-Bewertungen.

### **Wie schnell sollte meine Restaurant-Website laden?**

Unter 3 Sekunden. Google benachteiligt langsame Seiten in den Suchergebnissen. Verwenden Sie optimierte Bilder (WebP-Format), schnelles Hosting und vermeiden Sie schwere Plugins, die die Ladezeit erhöhen.

# 2

## DAS ASSET

# Gästedaten: das Asset, das sich in Ihrer Reservierungsliste versteckt

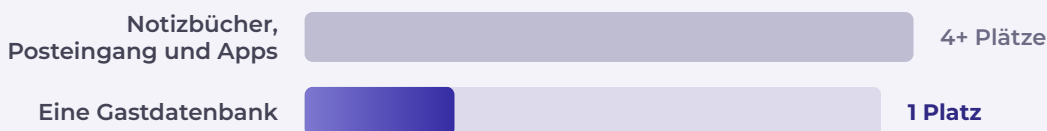
### — KERNERKENNTNIS

Jede Buchung erfasst bereits Name, Kontakt, Personenzahl, Daten und Vorlieben. In Gästeprofile strukturiert — mit DSGVO-sauberer Einwilligung, klarem Zweck und Löschregeln — werden diese Daten zu Wiedererkennung, Reaktivierung und besseren Prognosen. Verstreut über Notizbücher und Postfächer sind sie stattdessen ein Risiko.

## DAS ASSET

FIG. 02

### Ein Gastrekord schlägt verstreute Werkzeuge



**1** Ziehen Sie Buchungen, Notizen und Kontakte in ein datenschutzfreundliches Profil pro Gast

Große Plattformen geben Vermögen aus, um zu lernen, was Sie jeden Abend gratis lernen: wer isst, mit wie vielen, was trinkend, was feiernd. Der Unterschied: Sie strukturieren es. Die meisten Restaurants lassen dasselbe Gold verstreut über ein Reservierungsbuch, einen WhatsApp-Verlauf und das Gedächtnis des Maitre liegen — unbrauchbar, und eine Datenschutzprüfung von einem Problem entfernt.

## Von Daten zum Vorteil

- **Wiedererkennung: Gästeprofile** legen Vorlieben und Historie bei der nächsten Buchung auf — der Loyalitätsmotor des **Gästeerlebnis-Leitfadens**.

- **Reaktivierung:** „Gäste, seit 90 Tagen nicht gesehen“ wird eine monatliche Liste plus eine persönliche Notiz — konsistent die Nachricht mit dem höchsten ROI, die ein Restaurant versendet.
- **Prognosen:** Buchungskurven sagen Gedecke voraus, Gedecke sagen Vorbereitung und Dienstpläne voraus — Kapitel 3 des **Personal-Leitfadens** läuft darauf.

## DSGVO als Handwerk, nicht als Angst

Die europäischen Regeln, für Restaurants kartiert in **Gästedaten & DSGVO**, reduzieren sich auf vier Gewohnheiten: **Sammeln** Sie nur, was dem Gast dient (ein Geburtstag hilft; eine Ausweisnummer nicht), **fragen** Sie die Einwilligung sauber bei der Buchung ab (vorangekreuzte Kästchen sind illegal; ein klares Marketing-Opt-in ist in Ordnung), **schützen** Sie den Zugriff (ein System mit Logins, keine exportierte Tabelle auf drei Laptops) und **erfüllen** Sie Löschanfragen binnen eines Monats. Richtig gemacht ist Datenschutz Gastfreundschaft: „Wir erinnern Ihre Allergien, und nur das, was Sie sich wünschen würden“ ist ein Vertrauenssatz, keine Compliance-Last.

### 🕒 TUN SIE DAS HEUTE ABEND

Zählen Sie, wo in Ihrem Haus gerade Gästedaten wohnen — Buch, Postfach, Handy, Gedächtnis, Tabelle. Jeder Ort jenseits von „ein System“ ist verlorener Wert und DSGVO-Risiko zugleich. Wählen Sie das System, das das eine Zuhause wird, und setzen Sie ein Umzugsdatum.

### DAS GEHEIMNIS DES KÜCHENCHEFS

#### Die 90-Tage-Liste, die jede Anzeige schlägt

Führen Sie monatlich eine Abfrage aus: Gäste mit 2+ Besuchen, deren letzter Besuch 90+ Tage zurückliegt. Das sind Menschen, die Sie zweimal gewählt haben und abgedriftet sind — nicht Menschen, die Sie abgelehnt haben. Eine persönliche Zwei-Zeilen-Notiz („die neue Saisonkarte ist da, und beim Reh mussten wir an Ihren Tisch denken“) reaktiviert einen bemerkenswerten Anteil, zu Kosten von null. Werbepattformen verlangen Vermögen für Zielgruppen, die ein Zehntel so warm sind; Ihre Reservierungshistorie baut sie gratis, für immer.

### MEHR ERFAHREN

**Das wertvollste Gut eines Restaurants ist nicht die Küchenausstattung oder die Einrichtung. Es ist die Datenbank treuer Gäste.** Dennoch sammeln die meisten deutschen Restaurants kaum Kundendaten — und wenn doch, nutzen sie diese kaum.

Gäste, die eine emotionale Bindung zu einem Restaurant empfinden, geben pro Besuch 30% mehr aus (Deloitte-Studie). Personalisierte E-Mails werden 14% häufiger geöffnet (MailChimp-Daten). Ein Restaurant mit 1.000 loyalen Gästen = 1.000 E-Mail-Adressen, die jeweils €20-50 an jährlich wiederkehrendem Umsatz darstellen.

Die Herausforderung besteht darin, Daten DSGVO-konform zu sammeln — und das ist deutlich einfacher, als die meisten Restaurantbetreiber denken. In diesem Artikel entschlüsseln wir die rechtliche Grundlage und zeigen, wie Sie Kundendaten in wiederkehrende Gäste verwandeln.

## Warum Kundendaten das am meisten unterschätzte Gut der Gastronomie sind

Stellen Sie sich vor: Sie verkaufen Ihr Restaurant. Was nimmt der Käufer mit? Ihre Küche, Ihren Standort, Ihre Lieferantenverträge — aber auch Ihren Kundenstamm. Käufer von Restaurants zahlen extra für eine große, aktive Gästedatenbank.

Warum investieren die meisten Gastronomen dann nicht in dieses Gut? Drei Gründe:

1. **DSGVO-Angst:** "Wir dürfen doch keine Daten speichern?" — eine falsche Annahme
2. **Kein System:** Ohne ein Reservierungssystem mit CRM-Funktionalität ist das Erfassen von Daten schwierig
3. **Keine Zeit:** Die Nutzung von Daten erscheint komplex und zeitaufwendig

Die Realität: Mit dem richtigen System (wie HappyChef) und der richtigen rechtlichen Grundlage ist das Sammeln und Nutzen von Kundendaten für Gastronomen sowohl legal als auch relativ einfach. Das Ergebnis? Eine stetig wachsende Goldgrube wiederkehrender Gäste.

## Welche Daten wirklich wertvoll sind (und welche nicht)

Nicht alle Kundendaten sind gleich. Was für Restaurants wirklich wertvoll ist:

### Tier 1 — Essenziell:

- Name und Vorname
- E-Mail-Adresse
- Besuchsfrequenz (wie oft, wann)
- Durchschnittliche Gruppengröße

### Tier 2 — Wertvoll:

- Geburtstag (nicht das Alter)
- Diätbeschränkungen und Allergien
- Bevorzugte Tische
- Besondere Anlässe (Jubiläen, Geburtstage von Kindern)

### Tier 3 — Gold:

- Weinvorlieben
- Bestellhistorie und durchschnittliche Ausgaben

- Notizen zu Besuchen (besondere Wünsche, Komplimente, Beschwerden)
- Soziale Anlässe (feste "Geschäftsessen-Gruppe", feste "Geburtstagsgruppe")

Das Prinzip der Datensparsamkeit: Sammeln Sie nur, was Sie auch tatsächlich nutzen. Eine riesige Datenbank mit schlechter Datenqualität ist wertlos — eine kleine, reichhaltige Datenbank ist Gold wert. Nutzen Sie **HappyChef Gästeprofile**, um dies strukturiert zu erfassen.

## DSGVO in der Gastronomie: Was ist erlaubt und was ist Pflicht?

Die DSGVO ist für Restaurants weniger einschränkend, als die meisten denken. Der Schlüssel liegt in der **Rechtsgrundlage**, die Sie für die Datenverarbeitung verwenden:

**Operative Nutzung (Erfüllung des Vertrags):** vollständig legal ohne Einwilligung

- Name für die Reservierung speichern ✓
- E-Mail zur Bestätigung senden ✓
- Allergien für die Lebensmittelsicherheit erfassen ✓
- Erinnerung an die Reservierung senden ✓

**Marketingnutzung:** erfordert ausdrückliche Einwilligung ODER ein berechtigtes Interesse

- Newsletter senden → Einwilligung erforderlich ✗ (ohne Zustimmung)
- Follow-up-E-Mail nach dem Besuch → berechtigtes Interesse ✓ (mit Opt-out)
- Geburtstags-E-Mail → berechtigtes Interesse ✓ (mit Opt-out)
- Daten an Dritte verkaufen → NIEMALS erlaubt ✗

### HÄUFIGE FRAGEN

#### Welche Kundendaten darf ich als Gastronom speichern?

Sie dürfen Namen, Kontaktdaten, Reservierungshistorie, Ernährungsvorlieben und Allergien speichern, sofern Sie die Gäste darüber informieren. Verarbeiten Sie nie mehr Daten als für den angegebenen Zweck notwendig.

#### Brauche ich eine Datenschutzerklärung auf meiner Restaurant-Website?

Ja, das ist nach der DSGVO gesetzlich vorgeschrieben. Die Datenschutzerklärung muss erklären, welche Daten Sie erheben, warum, wie lange Sie sie speichern und wie Gäste ihre Rechte ausüben können.

#### Darf ich Kundendaten für Marketing-E-Mails nutzen?

Nur, wenn der Gast ausdrücklich eingewilligt hat. Fügen Sie jeder Marketing-E-Mail eine einfache Abmeldemöglichkeit bei.

## 3

## AUTOPILOT

## Automatisieren Sie die repetitiven 80% – reservieren Sie Menschen für Gastfreundschaft

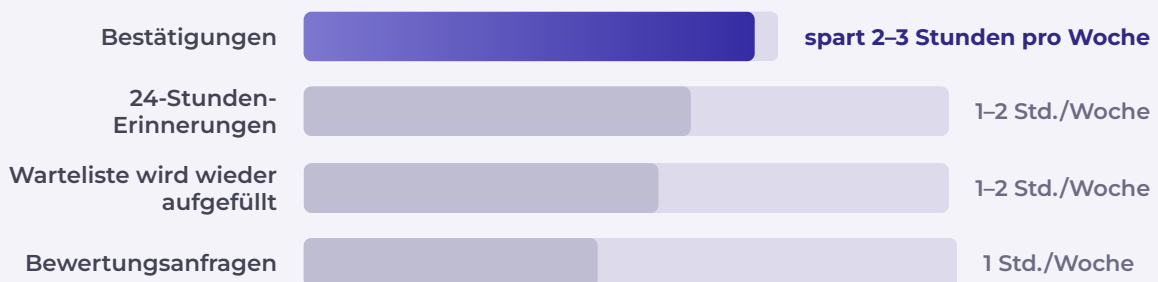
### KERNERKENNTNIS

Bestätigungen, Erinnerungen, Wartelisten-Auffüllung, Bewertungsbitten, No-Show-Nachfassen: regelbasiert und repetitiv verschlingen sie manuell 10+ Personalstunden pro Woche. Sie zu automatisieren ist der ROI-stärkste Zug der Restaurant-Technik — und macht den Service besser, weil Nachrichten nie vergessen und nie beschäftigt sind.

## AUTOPILOT

## FIG. 03

### Automatisieren Sie die sich wiederholenden 80 %



**10+ hrs**

Regelbasierte Nachrichten sparen mehr als 10 Personalstunden pro Woche – etwa 80 % der Arbeitslast

Listen Sie alles auf, was Ihr Team gestern getan hat und was eine Regel beschreiben könnte: „wenn eine Buchung eingeht, Bestätigung senden“, „24 Std. vorher Erinnerung senden“, „wenn ein Tisch frei wird, die Warteliste anschreiben“, „am Tag nach dem Besuch um die Bewertung bitten“. Nichts davon braucht Urteilskraft, Wärme oder die Erinnerung an die Karte der letzten Saison. Alles davon muss jedes einzelne Mal passieren — genau

das, was Menschen unter Druck nicht garantieren können und wofür **Automatisierung** existiert.

## Die Automatisierungs-Landkarte

WAS IN EINEM GUT AUFGESETZTEN HAUS VON SELBST LÄUFT

Ablauf	Auslöser → Aktion	Wochenstunden zurück
Bestätigungen	Buchung → sofortige <b>WhatsApp-/E-Mail-Bestätigung</b>	2–3
Erinnerungen	24 Std. vorher → Ein-Tipp-Bestätigen/ Stornieren	1–2 (plus die No-Shows, die sie verhindert)
Warteliste	Stornierung → nächster Treffer wird angeschrieben	1–2, mitten im Service
Bewertungsbitte	Tag danach → eine warme Nachricht mit Link	1
Reaktivierung	90 Tage still → persönlich wirkende Notiz	1, plus der Umsatz
Anlässe	Jahrestag naht → Einladung	—, pure Freude

## Die eine Tonregel

Automatisiert darf sich nie automatisiert anfühlen. Schreiben Sie jede Vorlage so, wie Ihr bester Maitre spricht — mit Namen, in der Stimme Ihres Hauses, ein Zweck pro Nachricht. Gäste verübeln Ihnen keine Automatisierung; sie verübeln Ihnen Kälte. (Und sie sehen nie den Unterschied zwischen einer warmen Vorlage und einem warmen Tipper — außer dass die Vorlage nie um 1 Uhr nachts mit Tippfehler abschickt.)

### 🕒 TUN SIE DAS HEUTE ABEND

Zählen Sie die repetitiven Nachrichten von gestern — gesendete Bestätigungen, getippte Erinnerungen, Wartelisten-Anrufe. Multiplizieren Sie mit 360 Tagen. Das sind die jährlichen Stundenkosten des Nicht-Automatisierens — und Ihr Business Case ist hiermit geschrieben.

### MEHR ERFAHREN

**In einer Branche, in der die Margen knapp sind und Personalmangel an der Tagesordnung ist, ist Restaurant-Automatisierung kein Luxus mehr, sondern eine Notwendigkeit.**

Smarte Technologie kann repetitive Aufgaben übernehmen, menschliche Fehler reduzieren und Ihr Team für das freisetzen, was wirklich zählt: authentische Gastfreundschaft und das Schaffen unvergesslicher Momente. In diesem ausführlichen Artikel erkunden wir alle Möglichkeiten der Automatisierung in der Gastronomie und wie Sie damit loslegen.

## Was genau ist Restaurant-Automatisierung?

Restaurant-Automatisierung umfasst alle technologischen Lösungen, die manuelle Prozesse in Ihrem Betrieb optimieren oder vollständig übernehmen. Das reicht von einem **Online-Reservierungssystem**, das automatisch Bestätigungen versendet, über automatisierte Lagerverwaltung, die selbst Bestellungen generiert, bis hin zu Robotik in der Küche für repetitive Aufgaben.

Das Ziel der Automatisierung ist nicht, Menschen zu ersetzen, sondern sie zu unterstützen. Technologie übernimmt langweilige, repetitive und fehleranfällige Aufgaben, damit sich Ihr Team auf Aufgaben konzentrieren kann, die menschliche Kreativität, Empathie und Urteilsvermögen erfordern, nämlich die Interaktion mit Gästen.

## Die wichtigsten Bereiche für Automatisierung in Restaurants

Automatisierung lässt sich auf nahezu jeden Bereich Ihres Restaurantbetriebs anwenden. Hier sind die wichtigsten Bereiche mit der größten Wirkung:

### 1. Reservierungen und Gästeverwaltung

Ein modernes **Reservierungssystem** kann weit mehr als nur Buchungen entgegennehmen. Es bildet das Herzstück Ihres Gästebeziehungsmanagements:

- **Automatische Bestätigungen:** Sobald eine Reservierung eingeht, erhält der Gast automatisch eine Bestätigung per E-Mail oder **WhatsApp**.
- **Erinnerungen:** 24 Stunden vor der Reservierung wird automatisch eine Erinnerung verschickt, was **No-Shows** deutlich reduziert.
- **Wartelistenverwaltung:** Bei voller Auslastung werden Gäste automatisch auf eine **Warteliste** gesetzt und informiert, sobald ein Platz frei wird.
- **Gästeprofile:** Das System erstellt automatisch **Gästeprofile** mit Vorlieben, Allergenen und Besuchshistorie für personalisierten Service.
- **Tischoptimierung:** Smarte Algorithmen weisen Tische optimal zu, für maximale Auslastung und Gästezufriedenheit.

Ein gutes Reservierungssystem spart Stunden an Telefonarbeit pro Woche und reduziert Doppelbuchungen und administrative Fehler auf nahezu null.

### 2. Bestellen und Bezahlen: Schnelligkeit und Komfort

Der Bestell- und Bezahlprozess bietet enorme Möglichkeiten für Automatisierung:

- **QR-Menüs:** Gäste scannen einen Code und sehen das Menü auf ihrem eigenen Smartphone. Immer aktuell, keine gedruckten Speisekarten mehr nötig.
- **Digitales Bestellen:** Gäste können über ihr Smartphone oder Tablets am Tisch direkt bestellen, was Wartezeiten eliminiert.

- **Kontaktloses Bezahlen:** Karte, mobiles Bezahlen und QR-Zahlungen sind schneller und sicherer als Bargeld.
- **Split-Zahlungen:** Systeme können die Rechnung automatisch pro Person oder pro Position aufteilen.
- **Automatisches Trinkgeld:** Gäste können bei digitalen Zahlungen unkompliziert ein Trinkgeld hinzufügen.

Erfahren Sie mehr über die Möglichkeiten des **digitalen Bestellens und der QR-Menüs** in unserem ausführlichen Artikel.

### 3. Küchenkommunikation: von Chaos zu Kontrolle

Die Küche ist oft der hektischste und chaotischste Teil eines Restaurants. Automatisierung schafft Ordnung:

- **Kitchen Display Systems (KDS):** Digitale Bildschirme ersetzen Papierbons. Bestellungen erscheinen sofort und gut lesbar mit Prioritätskennzeichnung und Timing.
- **Automatisches Routing:** Bestellungen werden automatisch an die richtige Station weitergeleitet. Vorspeisen an den kalten Posten, Hauptgerichte an den warmen.
- **Timing-Alerts:** Das System warnt, wenn Gerichte zu lange dauern oder wenn Tische auf ihren nächsten Gang warten.
- **Produktionsübersichten:** Eine Echtzeit-Übersicht über das, was zubereitet werden muss, hilft bei Mise en Place und Lagerverwaltung.

KDS-Systeme reduzieren Küchenfehler um bis zu 90 % und verbessern die Durchlaufzeit deutlich, was sich direkt auf das **Gästerlebnis** auswirkt.

#### HÄUFIGE FRAGEN

##### **Was ist der beste erste Schritt bei der Restaurant-Automatisierung?**

Beginnen Sie mit Ihrem Reservierungs- und Bestätigungsprozess. Automatische Reservierungserinnerungen per WhatsApp oder SMS senken No-Shows um durchschnittlich 30–50 % und bringen einen sofortigen Mehrwert.

##### **Verringert Automatisierung den persönlichen Charakter meines Restaurants?**

Nicht, wenn Sie sie richtig einsetzen. Automatisierung übernimmt die Routinearbeit, damit Ihr Team mehr Zeit für das Wesentliche hat: Gäste empfangen, Empfehlungen geben und ein unvergessliches Erlebnis schaffen.

##### **Wie nehme ich mein Personal beim Übergang zu mehr Automatisierung mit?**

Kommunizieren Sie frühzeitig, warum Sie automatisieren und was das für die Mitarbeiter bedeutet. Beziehen Sie sie bei der Auswahl der Tools ein, schulen Sie ausreichend und betonen Sie, dass Automatisierung die Arbeit angenehmer macht, nicht überflüssig.

# 4

## DER ASSISTENT

# KI: der Gastgeber, der antwortet, wenn Sie nicht können

### — KERNERKENNTNIS

Restaurant-KI verdient ihren Platz dort, wo unbeantwortete Nachfrage stirbt: ein Telefon-Assistent, der während des Service und nach Ladenschluss Tische bucht, ein Postfach-Assistent, der Antworten auf Routinefragen entwirft, und Kampagnen-Entwürfe fürs Marketing. Sie erledigt die 80% Routine und übergibt die 20% Menschliches an Menschen.

## DER ASSISTENT

FIG. 04

### Beantworten Sie die Anrufe, die Sie verpassen



**50%** Ein KI-Host erfasst etwa die Hälfte der Anrufe, die während des Dienstes unbeantwortet bleiben

Zählen Sie die Anrufe, die Ihr Restaurant in einer Woche verpasst: Stoßzeiten mitten im Service, Sonntagvormittage, 22:40 Uhr nach einer Date-Night-Entscheidung. Jedes unbeantwortete Klingeln ist meist eine Buchung, die zu passieren versucht — und die Mailbox ist der Ort, an dem Buchungsversuche sterben. Hier, nicht in Science-Fiction, zahlt sich **KI in der Gastronomie** aus: Es ging nie darum, Ihren Maitre zu ersetzen; es geht darum, in den Stunden zu existieren, in denen Ihr Maitre nicht existiert.

## Wo KI heute ihre Miete verdient

- **Das Telefon:** Ein **KI-Rezeptionist** beantwortet jeden Anruf, prüft die Live-Verfügbarkeit, bucht den Tisch, beantwortet „Haben Sie vegetarische Optionen?“ — und übergibt alles Ungewöhnliche mit Zusammenfassung an einen Menschen. Restaurants, die einen einschalten, entdecken, wie viele Buchungen das Besetzzeichen gefressen hat.
- **Das Postfach:** Ein **KI-Postfach** entwirft Antworten auf die zwanzig täglichen Routine-E-Mails — Allergien, Gruppenanfragen, Parken — in Ihrem Ton, zur Freigabe mit einem Klick.
- **Der Marketing-Schreibtisch: KI-Marketing** entwirft den monatlichen Newsletter und Kampagnentexte aus Ihren Kartenwechseln; Sie redigieren die Wärme hinein — in Minuten statt Abenden.

## Die Grenze, die es Gastfreundschaft sein lässt

Ein Prinzip entscheidet jeden KI-Einsatz: **KI bearbeitet Anfragen; Menschen pflegen Beziehungen.** Die Sonderwünsche des Jahrestags-Tisches, die Beschwerde, der Stammgast, der zum Plaudern anruft — immer zu Menschen geleitet. Gäste verzeihen einer Maschine, eine Maschine zu sein; sie verzeihen einem Restaurant nie, sich abgefertigt zu fühlen. So gezogen bedeutet die Linie: KI gibt Ihrem Service mehr menschliche Minuten, nicht weniger.

### 🕒 TUN SIE DAS HEUTE ABEND

Prüfen Sie die Zahl der verpassten Anrufe dieser Woche in Ihrer Telefonanlage (oder zählen Sie morgen ehrlich die unbeantworteten Klingeltöne). Multiplizieren Sie mit Ihrem durchschnittlichen Bon und 50% Buchungsabsicht. Das ist der Monatsumsatz, der in Ihrem Besetzzeichen sitzt.

### MEHR ERFAHREN

## Künstliche Intelligenz (AI) ist keine Science-Fiction mehr.

Von intelligenten Reservierungssystemen bis hin zu personalisierten Menüempfehlungen: AI verändert die Gastronomie in rasantem Tempo. Was einst großen Ketten mit tiefen Taschen vorbehalten war, ist heute für jedes Restaurant zugänglich, das bereit ist, den Schritt zu wagen. In diesem ausführlichen Artikel erfahren Sie, wie Sie als Restaurantbetreiber von dieser technologischen Revolution profitieren und wie Sie AI konkret einsetzen, um intelligenter, effizienter und profitabler zu arbeiten.

## Was ist AI und warum ist sie für Restaurants relevant?

AI ist eine Technologie, die Computer in die Lage versetzt, aus Daten zu lernen und Entscheidungen zu treffen, ohne für jede Situation explizit programmiert zu sein. Das System erkennt Muster, zieht Schlüsse und verbessert sich selbst, je mehr Daten es

verarbeitet. Für **Restaurants** bedeutet dies Systeme, die Muster im Gästeverhalten erkennen, Vorhersagen über Andrang und Bestellungen treffen und Prozesse automatisieren, die zuvor manuell erledigt werden mussten.

Die Vorteile sind konkret und messbar:

- **Zeitersparnis:** Routineaufgaben wie Reservierungsbestätigungen, Erinnerungen und grundlegender Kundenservice werden automatisiert. Das spart Stunden pro Woche.
- **Bessere Entscheidungen:** Datenbasierte Erkenntnisse ersetzen das Bauchgefühl. Sie treffen Entscheidungen auf Basis von Fakten, nicht von Annahmen.
- **Personalisierter Service:** Jeder Gast erhält ein Erlebnis, das auf seine Vorlieben, seine Historie und seine Wünsche abgestimmt ist.
- **Kostsenkung:** Effizienteres Arbeiten mit weniger Verschwendung, besserer Personalplanung und optimalem Einkauf.
- **Wettbewerbsvorteil:** Restaurants, die AI nutzen, heben sich vom Rest ab.

## 7 Wege, wie AI Ihr Restaurant verändert

Lassen Sie uns die sieben wichtigsten Anwendungen von AI in der Gastronomie erkunden, mit praktischen Beispielen, wie Sie sie umsetzen können.

### 1. Intelligente Reservierungssysteme

Moderne **Reservierungssysteme** nutzen AI, um weit über einfache Buchungen hinauszugehen. Das System lernt aus jeder Reservierung, jedem Besuch und jedem No-Show und wird immer besser darin, Ihre Kapazität zu optimieren.

Konkret sagt AI Folgendes voraus und optimiert es:

- **Verweildauer:** Wie lange Gäste im Durchschnitt sitzen bleiben, je nach Tageszeit, Art der Reservierung (romantisches Dinner vs. Geschäftsessen) und Tischgröße. So können Sie genauer planen.
- **Tischbeliebtheit:** Welche Tische am beliebtesten sind und warum. Der Fenstertisch, den jeder möchte, erhält automatisch einen Aufschlag.
- **No-Show-Vorhersage:** Wann **No-Shows** am häufigsten auftreten und welche Reservierungen das höchste Risiko bergen. Das System kann automatisch zusätzliche Bestätigungen an risikoreiche Buchungen senden.
- **Optimale Überbuchung:** Wie viel Überbuchung pro Tag auf Basis historischer Daten vertretbar ist, ohne das Risiko enttäuschter Gäste.
- **Wartelistenverwaltung:** Intelligente **Wartelisten**, die automatisch Gäste kontaktieren, sobald ein Platz frei wird.

Das Ergebnis? Mehr Gäste pro Abend ohne Chaos, weniger leere Tische und ein reibungsloserer Ablauf für Ihr Team.

## 2. Vorausschauende Analysen

**Restaurant-Analytics** gehen mit AI über einfache Berichte darüber hinaus, was gestern passiert ist. Vorausschauende Modelle blicken nach vorne und helfen Ihnen, proaktiv zu handeln:

- **Umsatz vorhersagen:** Auf Basis von Wetter (Regen bedeutet mehr Lieferungen, Sonne bedeutet volle Terrasse), lokalen Veranstaltungen (Konzert in der Nähe, Fußballspiel), Saison und historischen Daten. Sie wissen Wochen im Voraus, was Sie erwartet.
- **Andrang einschätzen:** Für eine optimale **Personalplanung**. Nie mehr zu wenig oder zu viel Personal eingeplant.
- **Lagerbestand optimieren:** Das System sagt voraus, wie viel von jeder Zutat Sie benötigen, wodurch Sie weniger Lebensmittelverschwendung und bessere **Wareneinsatzkosten** haben.
- **Trends erkennen:** Frühzeitig auf veränderte Vorlieben reagieren. Wenn vegetarische Gerichte bei Ihren Gästen immer beliebter werden, wissen Sie das, bevor es zum Problem wird.
- **Stoßzeiten identifizieren:** Wann genau wird es voll? Nicht "gegen 19:00 Uhr", sondern "zwischen 19:15 und 19:45 Uhr an Freitagen".

### HÄUFIGE FRAGEN

#### Ist KI für kleine Restaurants bezahlbar?

Ja. Viele KI-Tools sind modular aufgebaut und beginnen bei nur 30–50 € pro Monat. Sie wählen ausschließlich die Funktionen, die Sie brauchen – etwa intelligente Reservierungen oder automatische Erinnerungen – und zahlen nur für das, was Sie nutzen.

#### Ersetzt KI mein Personal?

Nein. KI übernimmt Routineaufgaben, damit sich Ihr Team auf Gastfreundschaft und den persönlichen Kontakt konzentrieren kann. Sie stärkt Ihre Mitarbeiter, statt sie zu ersetzen.

#### Wie schnell sehe ich nach der Einführung von KI Ergebnisse?

Die ersten Ergebnisse sind oft schon nach wenigen Wochen sichtbar: weniger No-Shows dank automatischer Erinnerungen, bessere Auslastung durch intelligente Tischoptimierung und Zeitersparnis bei der Verwaltung.

## 5

## KANÄLE

## Bestellkanäle: digital dort, wo es dem Konzept dient

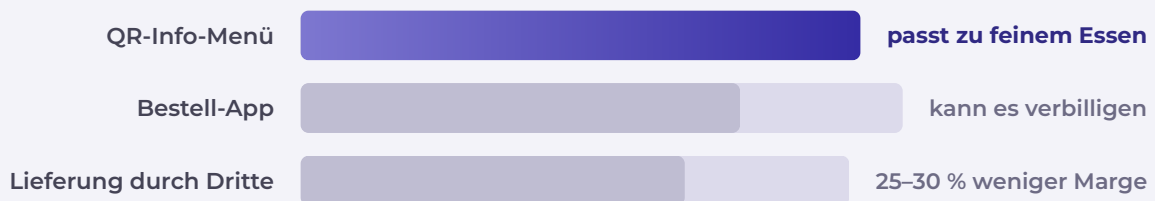
### — KERNERKENNTNIS

Im Fine Dining muss Bestelltechnik einen Test bestehen: Vertieft oder verbilligt sie das Erlebnis? QR-Karten funktionieren als lebende Information (Weinkarten, Allergene, Übersetzungen), nicht als Kellner-Ersatz; direkter Online-Verkauf passt zu strukturierten Produkten wie Tasting-Boxen und Gutscheinen; Lieferplattformen verdienen harte Margenrechnung vor jedem Ja.

## KANÄLE

## FIG. 05

### Wählen Sie Kanäle, die zum Konzept passen



**25–30%**

QR-Menüs informieren; Die falsche Bestelltechnologie kann Ihre Marge um 25–30 % senken

Debatten über Gastro-Technik werden schnell religiös — „QR-Codes haben den Service getötet!“ — dabei ist die Frage operativ: Welcher Kanal dient dem Versprechen Ihres Konzepts? Ein Drei-Sterne-Degustationsraum und ein Bistro antworten unterschiedlich, und beide können recht haben. Das Entscheidungsraster wohnt in **digitales Bestellen & QR** und **Online-Bestellen**; hier ist die Fine-Dining-Lesart.

## Der Kanal-Test, angewendet

- **QR als lebendes Dokument, nicht als Kellner:** Im Fine Dining bleibt das Bestellen menschlich — aber eine QR-Weinkarte mit Verkostungsnotizen in vier Sprachen, Live-Allergenfiltern und der Geschichte hinter dem heutigen Menü fügt Theater hinzu. Information digitalisiert sich wunderbar; Gastfreundschaft nicht.
- **Direkter Online-Verkauf für strukturierte Produkte: Gutscheine,** die Tasting-Box des Küchenchefs für zu Hause, Wein aus Ihrem Keller, vorausbezahlte Event-Plätze — Produkte mit fester Grammatik verkaufen sich online perfekt, finanzieren den **Cashflow** und tragen null Servicerisiko.
- **Lieferplattformen — erst rechnen:** 25–30% Provision auf ein Konzept, das auf Anrichten und Raum gebaut ist, ist meist Margen-Theater. Falls Außer-Haus überhaupt passt, schlägt ein fokussiertes Produkt im eigenen Kanal (Sonntagsbraten-Boxen, die Bistro-Linie) zur vollen Marge das Vermieten Ihrer Marke an eine App. Ihre **eigene App** hält Stammgäste einen Fingertipp entfernt — ohne die Provision.

Welche Kanäle Sie auch wählen: Sie müssen ein System speisen — dieselben Gästeprofile, dieselbe Verfügbarkeit, dieselben Zahlen (Kapitel 6). Kanal-Wildwuchs mit getrennten Daten ist die Art, wie Häuser am Ende von ihren Werkzeugen geführt werden.

### 🕒 TUN SIE DAS HEUTE ABEND

Wenden Sie den Test auf jeden digitalen Kanal an, den Sie betreiben: vertiefen oder verbilligen? Je eine Spalte. Alles in der Spalte „verbilligen“ wird entweder so umgebaut, dass es dem Konzept dient — oder verabschiedet, bevor es leise erodiert, wofür Gäste Sie bezahlen.

### MEHR ERFAHREN

## Die Pandemie hat die Verbreitung von QR-Menüs und digitalem Bestellen um Jahre beschleunigt.

Während sich die Welt normalisiert, zeigt sich, dass viele dieser Innovationen nicht nur Bestand haben, sondern auch echten Mehrwert für Gastronomen wie Gäste bieten. Doch passen sie zu Ihrem konkreten Restaurant und Konzept? In diesem ausführlichen Artikel besprechen wir alle Möglichkeiten, die konkreten Vorteile, die zu vermeidenden Fallstricke und wie Sie die richtige Wahl für Ihre Situation treffen.

## Was genau ist digitales Bestellen?

Digitales Bestellen ist ein Sammelbegriff für verschiedene technologische Lösungen, die den traditionellen Bestellprozess in Restaurants modernisieren. Je nach Konzept und Zielgruppe stehen unterschiedliche Optionen zur Verfügung:

- **QR-Menü (digitale Speisekarte):** Gäste scannen einen QR-Code am Tisch und sehen die gesamte Speisekarte auf ihrem eigenen Smartphone. Sie können in Ruhe wählen und das Servicepersonal rufen, sobald sie bestellbereit sind.
- **QR-Bestellung (Scan and Order):** Gäste scannen, sehen die Speisekarte und können direkt über ihr Smartphone bestellen und bezahlen. Die Bestellung geht automatisch in der Küche ein.
- **Tablet-Tische:** An jedem Tisch sind dauerhaft Tablets montiert, über die Gäste selbst bestellen können. Beliebt in Asien und zunehmend auch in Europa.
- **Bestellkioske:** Freistehende Bestellterminals, an denen Gäste ihre Bestellung eingeben, beliebt bei Fast-Casual- und Fast-Food-Restaurants.
- **Restaurant-App:** Eigene App zum Bestellen, Bezahlen und für **Treueprogramme**. Besonders interessant für Ketten oder Restaurants mit vielen Stammgästen.
- **Hybride Systeme:** Kombinationen der oben genannten Varianten, bei denen Gäste wählen können, wie sie bestellen möchten.

## Die konkreten Vorteile von QR-Menüs und digitalem Bestellen

Die Vorteile des digitalen Bestellens sind messbar und erheblich. Hier sind die wichtigsten:

### 1. Geringere Personalkosten ohne Qualitätsverlust

Digitales Bestellen reduziert den Zeitaufwand für sich wiederholende Aufgaben wie Speisekarten bringen, Bestellungen aufnehmen, Änderungen einarbeiten und Rechnungen abwickeln drastisch. Ihr **Personal** kann sich dadurch auf das konzentrieren, was wirklich zählt: Gastfreundschaft, Problemlösung und das Schaffen unvergesslicher Momente.

Das bedeutet nicht, dass Sie weniger Personal brauchen, sondern dass Ihr Personal effektiver arbeiten kann. Statt für die Aufnahme von Bestellungen hin und her zu laufen, kann es den Gästen, die es brauchen, mehr Aufmerksamkeit widmen.

### 2. Messbar höherer Umsatz pro Tisch

Studien zeigen durchgängig, dass digitales Bestellen die durchschnittlichen Ausgaben pro Gast um 12-22 % erhöht. Für dieses Phänomen gibt es mehrere Gründe:

- Gäste sehen die gesamte Speisekarte mit **ansprechenden Fotos**, was sie stärker zum Bestellen verleitet.
- Sie nehmen sich mehr Zeit für die Wahl, ohne den Druck eines wartenden Kellners.
- Upselling-Vorschläge werden konsequent bei jedem Gericht angezeigt.
- Nachbestellen ist niedrigschwelliger, weil Gäste nicht auf das Personal warten müssen.
- Die Hemmschwelle, noch ein Getränk oder ein Dessert zu bestellen, ist geringer.

### 3. Deutlich weniger Bestellfehler

Missverständnisse zwischen Gast und Servicepersonal gehören der Vergangenheit an: Der Gast tippt selbst genau ein, was er möchte. Allergene, Ernährungswünsche und besondere Vorlieben werden direkt und korrekt erfasst. Das reduziert Fehler, beschleunigt die Küche und vermeidet enttäuschte Gäste und verschwendete Speisen.

Für Gäste mit Allergien oder Unverträglichkeiten ist digitales Bestellen besonders wertvoll, weil sie in Ruhe alle Zutaten prüfen können, ohne sich unbehaglich zu fühlen.

#### HÄUFIGE FRAGEN

##### **Erhöht digitales Bestellen per QR-Code den durchschnittlichen Umsatz pro Tisch?**

Ja, um durchschnittlich 15–30 %. Gäste sehen sich die Karte in Ruhe an, betrachten Fotos und Empfehlungen und bestellen häufiger ein zusätzliches Getränk oder Dessert als bei der mündlichen Bestellung.

##### **Was, wenn Gäste kein Smartphone haben oder keine QR-Codes scannen können?**

Bieten Sie immer eine Alternative an: eine Papierkarte oder ein Tablet am Tisch. Der QR-Code ist eine Ergänzung, kein Ersatz. So wird kein Gast ausgeschlossen.

##### **Kann ich meine QR-Karte schnell aktualisieren, wenn etwas ausverkauft ist?**

Ja, und das ist einer der größten Vorteile. Sie aktualisieren die digitale Karte in Echtzeit, sodass Gäste nie ein Gericht bestellen, das nicht verfügbar ist.

# 6

## DAS COCKPIT

# Das Fünf-Zahlen-Dashboard, das das Haus führt

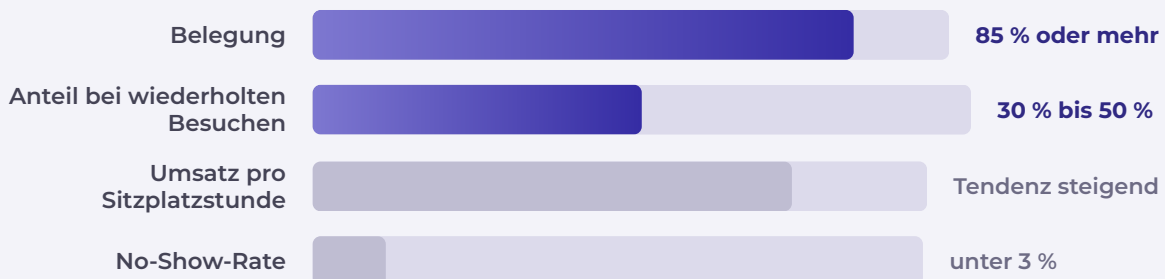
### — KERNERKENNTNIS

Alle Restaurantdaten reduzieren sich auf fünf Wochenzahlen: Auslastung pro Service, No-Show-Quote, RevPASH, Stammgast-Anteil und Prime Cost. Ein Dashboard, fünfzehn Montagsminuten, jede Zahl im Besitz eines Systems aus diesen Leitfäden — das ist datengetrieben, ohne in Dashboards zu ertrinken.

## DAS COCKPIT

FIG. 06

### Das wöchentliche Dashboard mit fünf Zahlen



**5** Fünf Nummern, fünfzehn Minuten jeden Montag – das ganze Haus auf einem Bildschirm

Das Versprechen von „Restaurant-Analytics“ kommt meist als vierzig Diagramme an, die nach Woche zwei niemand mehr öffnet. Die Häuser, die wirklich auf Daten laufen, machen das Gegenteil: brutal wenige Zahlen, ohne Ausnahme angeschaut, jede mit einer Aktion verdrahtet. **Restaurant-Analytics** richtig gemacht ist ein Cockpit, kein Museum.

## DAS MONTAGS-COCKPIT — FÜNF ZAHLEN, FÜNF EIGENTÜMER

Zahl	Gesund	Sie ist das Zeugnis von ...
Auslastung pro Service	85%+ Wochenende / 60%+ unter der Woche	<b>Reservierungen</b> & Nachfragesteuerung
No-Show- + Spätstorno-Quote	< 3%	Bestätigungskette & Anzahlungen
RevPASH	Steigender Trend	Taktung, Preise, Tischwechsel ( <b>Finanz-Leitfaden</b> )
Stammgast-Anteil	30%+, wachsend Richtung 50%	<b>Erlebnis &amp; Bindungs-Marketing</b>
Prime Cost	≤ 60–65%	Karte & <b>Personalsysteme</b>

Sehen Sie, was passiert ist: Die fünf Zahlen sind die fünf anderen Leitfäden. Das Dashboard ist kein weiteres Projekt — es ist das Nervensystem, das alles verbindet, was Sie gebaut haben, automatisiert durch Ihre **Analysen**, damit die fünfzehn Montagsminuten Lesen sind, nicht Sammeln.

## Daten mit Gewissen

Zwei abschließende Disziplinen. Erstens: **Handeln Sie auf eine Zahl pro Woche** — das Dashboard existiert, um Projekte zu starten, nicht um bewundert zu werden. Zweitens: Lassen Sie dieselben Daten mehr als der Marge dienen — Portionsprognosen, die Abfall reduzieren, und Energie-Erkenntnisse aus ruhigeren Services füttern auch das **Nachhaltigkeits**-Konto — das seltene Projekt, bei dem Planet und GuV sich einig sind.

### ● TUN SIE DAS HEUTE ABEND

Zeichnen Sie die Fünf-Zahlen-Tabelle auf Papier und tragen Sie ein, was Sie heute wissen. Jede leere Zelle ist ein System aus einem dieser Leitfäden, das darauf wartet, eingeschaltet zu werden — und jetzt wissen Sie genau, welchen Leitfaden Sie als Nächstes öffnen.

## DAS GEHEIMNIS DES KÜCHENCHEFS

### Die Kennzahl, die den nächsten Monat vorhersagt, bevor er passiert

Fügen Sie eine sechste Zahl hinzu, wenn Sie bereit sind: **Booking Pace** — die Gedecke, die für jede der nächsten vier Wochen bereits im Buch stehen, verglichen mit demselben Punkt im letzten Zyklus. Es ist die einzige Restaurant-Kennzahl, die nach vorn schaut: Pace 20% im Minus drei Wochen vorher heißt, die ruhige Doppelwoche ist vermeidbar (eine Kampagne, ein Wartelisten-Anstoß, ein Event) statt nur überlebbar. Hotels laufen seit Jahrzehnten auf Pace; Restaurants mit Reservierungsdaten haben sie ungenutzt herumliegen.

## MEHR ERFAHREN

### Viele Restaurantbetreiber treffen Entscheidungen aus dem Bauch heraus.

Langjährige Erfahrung und eine gut ausgeprägte Intuition sind wertvoll, und das funktioniert bis zu einem gewissen Grad. Doch im heutigen umkämpften Gastronomiemarkt machen **Daten und Analytics** den Unterschied zwischen Restaurants, die überleben, und Restaurants, die herausragen. Mit den richtigen Daten erkennen Sie Muster, die Ihnen sonst entgehen würden, und treffen Entscheidungen, die nachweislich funktionieren. In diesem ausführlichen Leitfaden erfahren Sie, welche Zahlen Sie verfolgen sollten, wie Sie Daten sammeln und vor allem, wie Sie diese Daten in konkrete Verbesserungen für Ihr Restaurant übersetzen.

### Warum Daten für Ihr Restaurant wichtig sind

Datengestützt zu wirtschaften bedeutet nicht, dass Sie Ihre Intuition ersetzen, sondern dass Sie sie mit harten Fakten unterstützen und validieren. Die Vorteile eines datengestützten Ansatzes sind erheblich und messbar:

- **Objektive Einblicke:** Sie sehen, was in Ihrem Restaurant wirklich funktioniert, nicht, was Sie zu funktionieren glauben. Das verhindert blinde Flecken, die entstehen, wenn man zu nah am eigenen Betrieb ist.
- **Vorhersehbarkeit:** Antizipieren Sie präzise stark frequentierte und ruhige Phasen, sodass Sie besser planen und vorbereiten können.
- **Kosteneinsparung:** Identifizieren Sie Verschwendung und Ineffizienzen, die Ihnen sonst nicht auffallen würden. Jedes Prozent Einsparung beim Wareneinsatz fließt direkt in Ihre Gewinnmarge.
- **Besseres Gästelerlebnis:** Personalisieren Sie Ihren Service auf Basis des tatsächlichen Verhaltens und der Vorlieben Ihrer Gäste.
- **Wettbewerbsvorteil:** Treffen Sie schneller und klüger Entscheidungen als Konkurrenten, die noch nach Gefühl agieren.
- **Fundierte Investitionen:** Rechtfertigen Sie große Ausgaben mit Zahlen statt mit Bauchgefühl.

Ein häufig gehörter Einwand lautet, dass Daten den menschlichen Faktor aus der Gastronomie nehmen. Doch das Gegenteil ist der Fall: Indem Sie operative Abläufe mit Daten optimieren, gewinnt Ihr Team mehr Zeit und Energie für das, was wirklich zählt - persönliche Aufmerksamkeit für den Gast.

## Die wichtigsten KPIs für Restaurants

KPIs (Key Performance Indicators) sind die Zahlen, die den Unterschied machen. Es ist verlockend, alles zu messen, aber Fokus ist entscheidend. Teilen Sie Ihre KPIs in diese vier Kategorien ein und wählen Sie pro Kategorie die 2-3 wichtigsten für Ihre Situation:

### Finanzielle KPIs: die Gesundheit Ihres Betriebs

Diese Zahlen bestimmen letztlich, ob Ihr Restaurant rentabel ist und bleibt:

- **Umsatz pro Tisch/Sitzplatz:** Wie viel verdienen Sie pro Sitzplatz und Service? Das ist entscheidend für die Kapazitätsplanung und zeigt, ob Sie Ihren Raum optimal nutzen. Ein niedriger Umsatz pro Sitzplatz kann auf eine ineffiziente Tischbelegung oder zu niedrige Preise hindeuten.
- **Durchschnittliche Ausgabe pro Gast (Average Guest Check):** Diese Zahl zu erhöhen, wirkt sich direkt auf Ihre Rentabilität aus. Analysieren Sie, welche Kombinationen Gäste bestellen, und schulen Sie Ihr Personal in gezieltem Upselling.
- **Wareneinsatzquote (Food Cost):** Wie viel Ihres Umsatzes fließt in Zutaten? Ideal sind 28-35 %, je nach Konzept. Ein Fine-Dining-Restaurant kann höhere Wareneinsatzkosten haben als ein Bistro. Mehr dazu, wie Sie [den Wareneinsatz kontrollieren](#).
- **Personalkostenquote (Labor Cost):** Personalkosten als Prozentsatz des Umsatzes. Ideal sind 25-35 % für ein Full-Service-Restaurant, niedriger für Quick-Service-Konzepte.
- **Prime Cost:** Wareneinsatz plus Personalkosten zusammen sollten unter 65 % bleiben. Das ist der wichtigste Indikator für die operative Effizienz.
- **Break-even-Punkt:** Wie viel Umsatz benötigen Sie, um die Null zu erreichen? Kennen Sie diese Zahl auswendig und wissen Sie, wie viele Gedecke Sie täglich mindestens brauchen.
- **Bruttogewinnmarge:** Ihr Bruttogewinn als Prozentsatz des Umsatzes. Das zeigt die Gesundheit Ihrer Preisgestaltung.
- **Cashflow:** Gewinn auf dem Papier garantiert nicht, dass Sie Ihre Rechnungen bezahlen können. Lesen Sie unseren Leitfaden zum [Verwalten des Restaurant-Cashflows](#), um Liquiditätsprobleme zu vermeiden.

## HÄUFIGE FRAGEN

### **Welche Daten sind als Gastronom am wichtigsten zu erfassen?**

Auslastung pro Zeitfenster, Durchschnittsbönde pro Gast, Tischumschlagsgeschwindigkeit, beliebteste Gerichte und No-Show-Quote. Diese fünf KPIs liefern Ihnen die größten Erkenntnisse bei geringstem Aufwand.

### **Wie nutze ich Daten zur Verbesserung meiner Personalplanung?**

Analysieren Sie Ihre Auslastungshistorie pro Tag und Zeitfenster und vergleichen Sie sie mit dem Personaleinsatz. So planen Sie mehr Personal zu Stoßzeiten und vermeiden Überkapazitäten in ruhigen Phasen.

### **Kann ich mit Analytics vorhersagen, wann es voll wird?**

Ja. Mit genügend historischen Daten erkennen Sie Muster pro Tag, Woche, Saison und rund um externe Faktoren wie Events oder schlechtes Wetter. Moderne Reservierungssysteme tun dies automatisch.

## E-BOOK

## Wie hart arbeitet Ihre Technik wirklich?

- Unsere Website bucht einen Tisch in unter drei Fingertipps, Karte als Text

---

- Alle Gästedaten wohnen in einem DSGVO-sauberen System

---

- Bestätigungen und Erinnerungen versenden sich von selbst

---

- Eine Warteliste füllt Stornierungen automatisch auf

---

- Anrufe außerhalb der Öffnungszeiten werden trotzdem zu Buchungen

---

- Routine-E-Mails bekommen KI-entworfene, menschlich freigegebene Antworten

---

BEREIT LOSZULEGEN

# Ein System statt sieben Werkzeuge?

HappyChef ist der Knotenpunkt, den dieser Leitfaden beschreibt — Reservierungen, Gästeprofile, Automatisierungen, KI-Rezeptionist und das Fünf-Zahlen-Dashboard, in einer stillen Maschine.

[Demo buchen](#)

Kostenlos, 30 Minuten, völlig unverbindlich

HappyChef