

# „Ein Businessplan lebt“

Serhat Aktas im Gespräch mit Bert Franke über Businesspläne, wer sich dafür interessiert – und ob sie irgendwann in der Schublade verschwinden.



**Lieber Serhat, bei dir war die Eröffnung des Weinlobbyisten in Berlin der Schritt in die Selbstständigkeit. Wie hast du dich vorbereitet und wie muss man sich deinen Businessplan vorstellen?**

Wie bei den meisten Menschen, die sich zum ersten Mal selbstständig machen, war auch ich etwas ängstlich und auch aufgeregt. Ich habe schon seit 2018 mit einem geschlossenen Auge nach einer geeigneten Location gesucht. Also eher semi-aktiv. Seit 2019 suchte ich deutlich gezielter. Den Businessplan habe ich dabei für die ersten drei Jahre erstellt – relativ durchgetaktet und präzise. Meine Location übernahm ich dann zum 1.2.2020 und wenige Wochen später kam auch schon der erste Lockdown. Da war dann eine deutliche Anpassung meines Businessplans gefragt.

**Wer wollte alles eure Businesspläne sehen – oder wem wolltet ihr sie**

**unbedingt zeigen, um Feedback zu bekommen?**

Meinen Businessplan habe ich zwei selbstständigen Gastrokollegen gezeigt bzw. auch teilweise mit ihnen zusammen erstellt. Danach habe ich ihn einem sehr klugen Menschen, der nicht aus der Gastroszene ist (Normalverbraucher), richtig vorgetragen und erklärt, weil ich doch auch die Meinung von jemandem haben wollte, der nicht vom Fach ist und der mit einer komplett anderen Sichtweise rangeht. Und zum Schluss einem externen Berater, der sich auf Existenzgründer spezialisiert hat, um dann auch einen endgültigen Expertenrat zu haben.

**Wie bist du mit Unsicherheiten umgegangen, die ja jeder Planung innewohnen – Auslastung, Umsatz pro Gast usw.? Hast du mit Szenarien gerechnet, nach dem Motto: so viel Umsatz muss mindestens reinkommen?**

Ja, ich bin das in meinem Businessplan sehr genau durchgegangen. Vielleicht auch zu genau, aber geschadet hat es nicht! Ich habe an den Wochenenden und Feiertagen mit mehr und in der Woche mit weniger Umsatz pro Kopf geplant. Ich habe mögliche geschlossene Veranstaltungen sowie eigene Veranstaltungen mit einberechnet. Ich habe einen externen Raum für 25 Personen und das habe ich natürlich berücksichtigt. Ich habe besondere Tage/Zeiten wie die Fußball-EM, Silvester oder Weihnachten berücksichtigt. Leider kam aber ja Corona dazwischen. Ich musste das alles abändern und runterfahren. Aber

glücklicherweise haben die wenigen Monate, die ich geöffnet hatte, sehr gut funktioniert und ich habe viermal mehr Essen verkauft, als ich eingeplant hatte.

**Welchen Raum hat das Thema Marketing im Businessplan eingenommen?**

Anfangs großen! Ich plante sehr viel. Werbung an den S- und U-Bahn-Stationen, Werbung in regionalen Zeitungen usw. Aber wegen Corona musste ich das auch verkürzen. Social-Media nutze ich logischerweise und die Verteilung der klassischen Flyer zeigt wirklich große Wirkung. Ansonsten haben glücklicherweise viele Journalisten- und Bloggerfreunde auch einiges geschrieben.

**Gibt es einen Tipp, den Du Berufskollegen an der Schwelle zur Selbstständigkeit mitgeben möchtest?**

Wie man sich vorstellen kann, habe auch ich einiges falsch gemacht. Leider! Aber das ist quasi nicht zu verhindern. Der Businessplan ist sehr wichtig und sollte ernst genommen werden. Das Thema Marketing und Werbung ebenfalls. Für die Behörden und Bürokratie in Deutschland sollte man viel Geduld aufbringen. Es funktioniert niemals wie es soll und es dauert ewig, bis etwas geklärt ist. Also für alle möglichen Genehmigungen sollte man viel Zeit einplanen. Ein paar Euros mehr auf der Kante zu haben, ist auch sehr zu empfehlen, damit man im Falle einer Pandemie mehr Spielraum hat. Ein Soft-Opening ist immer gut und eine wichtige Maßnahme, um Abläufe zu optimieren bzw. Fehler zu korrigieren.