

# Private Dinner Co-Founder – Strategie & Brain-storming

## Strategische Frage

Wie kann eine Remote-Co-Founder-Partnerschaft für ein Private-Fine-Dining-Konzept optimal strukturiert werden, wenn einer der Partner (wir) Business-Strategie, IT und Food-Industry-Erfahrung mitbringt, aber ausschließlich remote arbeitet?

---

### 1. Situationsanalyse

#### Aktueller Stand des Gründers

- Kulinarisches Fundament steht (er kann kochen / hat das Produkt)
- Nachfrage ist vorhanden (erste Kunden/Events existieren vermutlich)
- Fehlt: Skalierung, Struktur, Prozesse, digitale Infrastruktur, Markenaufbau
- Sucht jemanden, der “mitdenkt” – nicht nur ausführt

#### Unser Profil

- **Stärke 1:** Unternehmerische Erfahrung (eigene Firmen aufgebaut und skaliert)
- **Stärke 2:** Food-Industry-Erfahrung (Branchenverständnis, Kalkulation, Lieferanten)
- **Stärke 3:** IT-Kompetenz (Website, CRM, Booking, Automatisierung – alles in-house)
- **Stärke 4:** Strategischer Fokus (nicht operativ gebunden, kann sich voll einbringen)
- **Einschränkung:** Nur remote – kein physischer Einsatz vor Ort bei Events

#### Marktdynamik Private Dining

- Wachsender Trend: Exklusivität, personalisierte Erlebnisse, Instagram-tauglich
  - Zielgruppe: HNWI (High Net Worth Individuals), Firmenkunden, besondere Anlässe
  - Wettbewerb: Wenige professionell skalierte Anbieter in DACH
  - Skalierungshebel: Prozesse, Marke, digitale Präsenz, Netzwerk
-

## 2. Rollenverteilung (Vorschlag)

Was WIR übernehmen (Remote)

### A. Business & Strategie

- **Pricing-Modell:** Menü-Kalkulation, Staffelpreise, Upselling-Strategie (Weinbegleitung, Sommelier, Deko-Pakete)
- **Business Plan:** Finanzplanung, Break-Even, Wachstumsziele
- **Partnerschaften:** Kooperationen mit Event-Locations, Hotels, Hochzeitsplanern, Luxury Concierge Services
- **Vertriebsstrategie:** Funnel-Design (Awareness → Anfrage → Buchung → Upsell → Empfehlung)

### B. Operatives Setup (Digital)

- **Buchungssystem:** Online-Anfrage → Angebot → Bestätigung → Nachbereitung (z.B. Cal.com oder Custom)
- **CRM:** Kundendatenbank, Follow-ups, Wiederholungsbuchungen, Empfehlungsprogramm
- **Kalkulation & Angebote:** Automatisierte Angebotserstellung basierend auf Menüwahl, Gästeanzahl, Extras
- **Prozessdokumentation:** SOPs für jeden Schritt (Anfrage bis Nachbereitung)

### C. Brand & Digital

- **Positionierung:** Premium, exklusiv, persönlich – klare Abgrenzung von Catering
- **Website:** Conversion-optimiert, Storytelling, Bildsprache, SEO
- **Content-Strategie:** Instagram, Behind-the-Scenes, Menü-Stories, Testimonials
- **Copy & Messaging:** Einheitliche Tonalität über alle Kanäle

Was der GRÜNDER übernimmt (Vor Ort)

- Kulinarische Konzeption und Umsetzung
  - Einkauf und Qualitätskontrolle
  - Event-Durchführung vor Ort
  - Persönlicher Kundenkontakt beim Event
  - Team-Koordination (Service, Sommeliers) vor Ort
- 

## 3. Zusammenarbeitsmodell

Struktur

## PRIVATE DINNER BRAND

GRÜNDER (Vor Ort)      CO-FOUNDER (Remote)

- |  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Küche &amp; Menü</li><li>• Einkauf</li><li>• Event-Execution</li><li>• Kundenkontakt (physisch)</li><li>• Team vor Ort</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Strategie &amp; Business</li><li>• IT &amp; Digitale Infrastr.</li><li>• Brand &amp; Marketing</li><li>• Prozesse &amp; Automatisier.</li><li>• Kalkulation &amp; Angebote</li><li>• CRM &amp; Kundenbindung</li></ul> |
|--|--|

### Kommunikation

- **Wöchentlicher Sync-Call** (30-60 Min): Status, Entscheidungen, Prioritäten
- **Asynchron:** Shared Workspace (Notion/ClickUp), Messenger für Schnelles
- **Monatliches Review:** KPIs, Finanzen, Strategie-Anpassung

### Equity-for-Work Modell – Vorschlag

- **Phase 1 (Monat 1-3):** Freelancer-Basis, Stundenabrechnung oder Pauschal
  - Ziel: Proof of Concept der Zusammenarbeit
  - Liefertgegenstände: Website, CRM, Buchungsprozess, Pricing, erste Marketingmaßnahmen
- **Phase 2 (Monat 4-6):** Reduzierte Vergütung + Equity-Anteil (z.B. 10-20%)
  - Ziel: Skalierung, erste messbare Ergebnisse
  - KPIs: Buchungsanzahl, Umsatz, Wiederbuchungsrate
- **Phase 3 (ab Monat 7):** Volle Co-Founder-Beteiligung
  - Vesting-Modell: 4 Jahre, 1 Jahr Cliff
  - Equity basierend auf nachweisbarer Contribution

### Wichtig: Absicherung

- **Letter of Intent** zu Beginn (Rollen, Erwartungen, Equity-Rahmen)
  - **Contribution Tracking:** Stunden + Deliverables dokumentieren
  - **Exit-Klausel:** Was passiert, wenn einer aussteigt?
  - **IP-Regelung:** Wem gehört was (Website, Marke, Prozesse)?
-

## 4. Quick Wins (erste 30 Tage)

1. **Website live** – One-Pager mit Storytelling, Bildergalerie, Anfrage-Formular
  2. **Buchungsprozess definiert** – Von Anfrage bis Nachbereitung
  3. **Pricing-Modell** – 3 Pakete (Intimate 2-4 Pers., Classic 6-8 Pers., Grand 10-12 Pers.)
  4. **Instagram-Strategie** – Content-Plan für 4 Wochen
  5. **CRM aufgesetzt** – Kundendaten, Pipeline, Follow-up-Automatisierung
  6. **Google Business Profile** – Lokale Sichtbarkeit
- 

## 5. Skalierungsstrategie (6-12 Monate)

### Revenue Streams

- **Core:** Private Dinner Events (Hauptumsatz)
- **Upselling:** Weinbegleitung, Sommelier, Tischdeko, Fotograf
- **Recurring:** Dinner-Abonnement (z.B. 4x/Jahr für Stammkunden)
- **B2B:** Firmenevents, Team-Dinner, Incentive-Programme
- **Digital:** Online-Kochkurse, Rezept-Boxen (langfristig)

### Wachstumshebel

- **Empfehlungsprogramm:** Bestehende Kunden werben neue (Rabatt/Bonus)
- **Partnerschaften:** Hotels, Wedding Planner, Luxury Concierge, Eventlocations
- **PR & Presse:** Food-Blogger, Lifestyle-Magazine, lokale Medien
- **SEO/SEA:** “Private Koch buchen [Stadt]”, “Fine Dining zu Hause”

### Technologie-Stack (Vorschlag)

- **Website:** Next.js + Headless CMS (Contentful/Strapi) – schnell, SEO-optimiert
  - **Buchung:** Custom Booking Flow oder Cal.com Integration
  - **CRM:** HubSpot Free oder Pipedrive
  - **Kalkulation:** Custom Tool oder Google Sheets mit Automatisierung
  - **Marketing:** Mailchimp/Brevo für Newsletter, Later/Buffer für Social Media
  - **Projektmanagement:** Notion oder ClickUp
- 

## 6. Risiken & Mitigation

Risiko	Wahrscheinlichkeit	Impact	Mitigation
Remote-Zusammenarbeit funktioniert nicht	Mittel	Hoch	Klare Rollen, wöchentliche Syncs, 3-Monats-Testphase
Equity-Verteilung wird Streitpunkt	Mittel	Hoch	Frühzeitig schriftlich fixieren, Vesting, Contribution Tracking
Skalierung scheitert an Koch-Kapazität	Hoch	Hoch	Frühzeitig Sous-Chefs / Freelance-Köche einbinden
Saisonalität (Sommer schwächer?)	Mittel	Mittel	B2B-Segment ausbauen, Outdoor-Dining im Sommer
Rechtliche Hürden (Hygiene, Genehmigungen)	Niedrig	Hoch	Frühzeitig IHK/Gesundheitsamt klären

## 7. Erfolgskennzahlen (KPIs)

- **Buchungen/Monat:** Ziel 4-8 Events nach 6 Monaten
- **Durchschnittlicher Umsatz/Event:** Tracking ab Tag 1
- **Wiederbuchungsrate:** Ziel >30% nach 12 Monaten
- **Website-Conversion:** Anfragen / Besucher > 5%
- **Kundenzufriedenheit:** NPS > 70
- **Social Media:** Follower-Wachstum, Engagement Rate

## Empfehlung

Die Kombination ist strategisch stark: Der Gründer liefert das Produkt und die physische Präsenz, wir liefern die Business-Infrastruktur und Skalierungskompetenz. Der Schlüssel zum Erfolg liegt in:

1. **Klare Rollenabgrenzung** von Anfang an
2. **3-Monats-Testphase** bevor Equity-Themen verbindlich werden
3. **Messbare Deliverables** auf beiden Seiten

#### **4. Wöchentliche Kommunikation** trotz Remote-Setup

Das ist kein klassisches Freelancer-Projekt, sondern eine echte unternehmerische Partnerschaft. Genau das macht es interessant.