



## La Papa – Fallstudie

Joanne Buck & Gareth Gaynor

### Der Betrieb in Zahlen

Gegründet: 2023

Zahl der Betriebe: 1

Mitarbeitende: 17

Energie in % der Kosten: 16 Tsd. € (5 %)

Digitale Kanäle: Facebook und Instagram.

### Der Betrieb im Überblick

La Papa ist ein Küchen- und Kaffeehaus, das 2023 einen neuen Standort in Letterkenny eröffnet hat. Ursprünglich in Buncrana gegründet, serviert der Betrieb Gerichte mit irischen, südamerikanischen, karibischen und mexikanischen Einflüssen. Zur Karte gehören La-Papa-Klassiker und neue handwerkliche Gerichte, Sandwiches, Suppen, Bio- und Fairtrade-Kaffee sowie hausgemachte Kuchen und Gebäck.

### Wie werden Lebensmittelabfälle erfasst und reduziert?

La Papa erfasst Lebensmittelabfälle noch nicht systematisch, bewegt sich aber in diese Richtung. Der Betrieb schafft über Letterkenny Skip Hire eine Biotonne an; danach sollen die Abfälle erfasst werden. Die Inhaber erklären zudem, dass im Haus keine großen Mengen an Speiseresten anfallen. Bleibt bei Gästen etwas auf dem Teller, stellt das Team Mitnahmeboxen bereit und ermutigt sie, die Speisen mitzunehmen.

### Wie fördert Digitales Wachstum und Werbung?

La Papa nutzt Facebook als wichtigsten Kanal für Marketing und Gästekontakt. Das Team postet laufend, tauscht sich über private Nachrichten direkt mit Gästen aus, erhält Bewertungen und veranstaltet Gewinnspiele, die sich für die Bewerbung des Lokals als wirksam erweisen. Neben Facebook und Instagram wirbt der Betrieb auch über Highland Radio.

### Welche Daten leiten Entscheidungen?

La Papa nutzt das **RST Epos POS**-Kassensystem für das Gastgewerbe. Es liefert Finanzdaten in Echtzeit, die der Betrieb mindestens täglich auswertet. Genannt werden vor allem Umsatz, Margen und Kosten.

## Wie wichtig ist regionaler Einkauf?

La Papa kauft ein, wo immer möglich, regional. Die gesamte Frischware bezieht das Restaurant von Ballyholey Farm, einem Erzeuger aus der Region.

## Wie prägt Social Media die Kundenbeziehungen?

La Papa nutzt Instagram, Facebook, TikTok und Google, um öffentlich wie persönlich in Kontakt zu bleiben. Öffentliche Beiträge tragen die allgemeine Kommunikation, während Google-Bewertungen und private Nachrichten den direkten Austausch ermöglichen. Die Inhaber verfolgen zudem Google Analytics.

## Welche Tools erfassen Energie und Abfall?

La Papa setzt im Gebäude bereits LED-Beleuchtung, Bewegungsmelder und Zeitschaltungen für die Heizung ein. Zudem arbeitete der Betrieb mit dem Local Enterprise Office (LEO) zusammen, das ein kostenloses Green Audit im Wert von 1.800 € bereitstellte. Eine externe Fachkraft prüfte Räume und Abläufe und empfahl effizientere Geräte und Maßnahmen zur Senkung des Energieverbrauchs. Inzwischen hat La Papa beim LEO 10.000 € Energieeffizienz-Zuschuss beantragt.

## Beschreiben Sie Ihren Führungsstil. Welche Prinzipien leiten Sie täglich?

Die Inhaber lehnen das Klischee vom herrischen Restaurantchef ab. Sie beschreiben klare Zuständigkeiten mit einem Küchenchef, eine gute Atmosphäre und das Bemühen, allen Gehör zu verschaffen. Joanne verantwortet Lohn, Dienstpläne und Personal, Gareth Lieferanten und Tagesgeschäft.

## Ein Beispiel für Führung in schwierigen Zeiten

Die Inhaber beschreiben die Corona-Zeit als große Lernkurve. Ihr erster Betrieb in Buncrana scheiterte; sie haben jedoch analysiert, was schiefgelaufen war, und dafür gesorgt, dass sich diese Fehler nicht wiederholen. Die heute etablierten Abläufe erlaubten es La Papa, wirksam und wirtschaftlich zu arbeiten.

## Sehen Sie für Ihren Betrieb künftig weitere Initiativen im Bereich ESG?

Die Inhaber sagen, der Begriff ESG sei ihnen nicht geläufig gewesen, ökologische, soziale und Governance-Themen seien im Betrieb aber längst präsent. Sie weisen zudem darauf hin, dass neue Vorschriften – auch im Bereich Nachhaltigkeit – ein Dauerthema sind, das sie im Blick behalten müssen.

## Was hemmt Ihren Betrieb dabei, im Bereich ESG voranzukommen?

La Papa verweist auf die Grenzen kleiner Betriebe. Die Inhaber erklären, sie hätten weder ein großes Budget noch eigene Personal- oder Rechtsabteilungen wie größere Unternehmen. Als Beispiel nennen sie Rückfragen von Mitarbeitenden zur DSGVO – etwa zur Zulässigkeit und Angemessenheit von Videoaufnahmen im Gastraum sowie von Bild- und Tonaufnahmen an der Kasse. Passende Regelungen und Abläufe zu entwickeln, sei für KMU zeitaufwendig und teuer.

„Wo möglich, kaufen wir regional.  
Unsere Frischware kommt von  
Ballyholey Farm, einem Erzeuger  
der Region.“

