

## STANDORTANALYSE: DIE 5 WICHTIGSTEN FAKTOREN FÜR DEN OPTIMALEN STANDORT ALS UNTERNEHMENSGRÜNDER

Es gibt Dinge, auf die über den vielen Fragen, die in Zusammenhang mit einer Unternehmensgründung anfallen, kommt das Thema Standortwahl gern zu kurz. Zu Unrecht. Häufig leistet der Ort, an dem sich die eigenen Betriebs- beziehungsweise Verkaufsräume befinden, einen wesentlichen Beitrag zum wirtschaftlichen Erfolg – oder ist verantwortlich für das Scheitern der Existenzgründung.

Machen Sie sich frühzeitig Gedanken, welche Rolle der Unternehmensstandort für Ihre Firma und Ihre beruflichen Ziele spielt, und wählen Sie ihn sorgfältig aus. Die wichtigsten Kriterien für die Standortanalyse haben wir hier zusammengetragen.

### Die Geschäftsidee ist entscheidend

Der Stellenwert des Unternehmensstandortes hängt entscheidend von Ihrer Geschäftsidee ab.

- Verkaufen Sie Produkte oder bieten Sie Dienstleistungen an?
- Findet Ihr Geschäft in erster Linie online statt oder vor Ort?
- Kommt Ihre Zielgruppe vor allem aus der näheren Umgebung?
- Wie wichtig und teuer ist die Einrichtung Ihrer Betriebsräume?
- Mit welchen Waren müssen Sie regelmäßig beliefert werden, damit Ihr Geschäft läuft?

Falls Sie einen reinen Onlineshop eröffnen möchten, ist es wenig ausschlaggebend, wie viele potenzielle Kunden in Ihrer näheren Umgebung wohnen. Auch die Konkurrenz am Firmenstandort spielt dann kaum eine Rolle.

Anders sieht es aus, falls es sich bei Ihrem Unternehmen um einen Gastronomiebetrieb, ein Einzelhandelsgeschäft oder einen Friseur handelt. In diesem Fall sind Sie auf Laufkundschaft angewiesen. Außerdem ist in diesen Branchen in der Regel nur schwer ein kurzfristiger Umzug möglich.

### Faktor 1 für die Standortsuche: die Nachfrage

Damit Ihre Gründung erfolgreich ist, brauchen Sie Kunden. Die kommen bei „Offline“-Geschäften in der Regel aus der näheren Umgebung, vor allem zu Beginn der eigenen Tätigkeit. Sehen Sie sich deshalb die Nachfrage nach Ihren Produkten beziehungsweise Leistungen an dem betreffenden

Ort genau an. Gibt es viele Menschen aus Ihrer Zielgruppe, die in der Nähe wohnen, einkaufen oder arbeiten? Wie ist es mit der Kaufkraft Ihrer potenziellen Kunden bestellt?

In Städten mit vielen Einwohnern ist die Nachfrage oft größer – aber auch die Konkurrenz. Und auch hier kommt es ganz auf das Viertel an. Eröffnen Sie in einer Gegend, in der vor allem einkommensschwache Familien wohnen, ein Geschäft für teure Designermöbel, sind Ihre Erfolgchancen gering. In Fußgängerzonen ist die Laufkundschaft in der Regel besonders groß, allerdings auch die Mietpreise.

## Faktor 2 für die Standortsuche: die Konkurrenz

Auch eine Gegend, in der viele Menschen aus Ihrer Zielgruppe wohnen, kann die falsche sein. Das gilt zum Beispiel dann, wenn die Konkurrenz zu groß ist. Befinden sich in der von Ihnen anvisierten Straße bereits zwei Betriebe, die Dasselbe oder Ähnliches anbieten wie Sie, haben Sie es vermutlich schwer, Fuß zu fassen. In diesem Fall müssen Sie gute Gründe dafür liefern, dass potenzielle Kunden ab heute bei Ihnen einkaufen und nicht dort, wo sie es seit Jahren tun. Sind Sie dagegen

der einzige Friseur in einem Dorf, genießen Sie trotz einer überschaubaren Zahl an Anwohnern eine gute Ausgangsposition – vorausgesetzt Sie machen Ihre Arbeit gut.

## Faktor 3 für die Standortsuche: die Räumlichkeiten

Eine gute Lage ist nicht alles. Sie benötigen außerdem geeignete Räumlichkeiten. Wichtige Faktoren bei der Beurteilung derselben sind:

- Die Größe: Je nach Art Ihres Betriebs benötigen Sie genug Platz, um Ihre Produkte zu verkaufen oder Ihre Dienstleistungen anzubringen. Denken Sie dabei langfristig. Gibt es Möglichkeiten, zu expandieren?
- Die Einrichtung beziehungsweise Ausstattung: Die einzelnen Räume sollten zu Ihrer Funktion passen. Als Einzelhändler benötigen Sie in der Regel ein großes Schaufenster, als Gastronom eine Küche. In beiden Fällen ist ein Lagerraum notwendig.
- Die Parkplätze: In einer Fußgängerzone spielt dieser Punkt keine Rolle. Doch wenn Sie etwas verkaufen, das sich nur schlecht tragen lässt, oder sich Ihr Unternehmen außerhalb des Zentrums befindet, benötigen Sie ausreichend Parkmöglichkeiten.
- Die Kosten: Passen Sie auf, dass Sie sich finanziell nicht übernehmen. Auch wenn Sie von einem Standort begeistert sind, sollten Sie diese Vorteile in Relation zu den Mietkosten und

laufenden Ausgaben setzen. Beachten Sie dabei, dass es immer etwas dauert, bis „das Geschäft anläuft“.

Berücksichtigen Sie bei der Standortwahl, ob Sie eine Erlaubnis benötigen, Ihr Unternehmen dort zu führen.

#### Faktor 4 für die Standortsuche: Partner, Lieferanten und Frequenzbringer

Achten Sie nicht nur auf Konkurrenten, sondern auch auf potenzielle Partner. Gibt es ähnliche Unternehmen in der Umgebung, mit denen Sie zusammenarbeiten oder einen Erfahrungsaustausch pflegen könnten? Auch sogenannte „Frequenzbringer“ sind nicht zu verachten. Darunter versteht man Unternehmen mit einem Angebot, das das Ihrige ergänzt. Sie erhöhen die Chance, dass Ihre Zielgruppe in der näheren Umgebung einkauft und gezielt nach Ihren Produkten oder Leistungen Ausschau hält

Schließlich spielt die Zulieferung für viele Betriebe eine wichtige Rolle. Gerade wenn Sie regelmäßig größere Warenlieferungen erwarten, sollten Sie berücksichtigen, wie weit Lieferanten fahren müssen. Auch benötigen Sie genug Platz und die Möglichkeit sowie Erlaubnis, das Gebäude direkt anzufahren.

#### Faktor 5 für die Standortsuche: das Image

Vielleicht kennen auch Sie Viertel in Ihrer Heimatstadt, in denen Sie sich ungern aufhalten – zum Beispiel, weil sich dort kaum Grün und nur unansehnliche Gebäude befinden oder weil die Kriminalität besonders hoch ist. In solchen Vierteln sind die Mieten oft günstig. Das nützt Ihnen allerdings wenig, wenn sich keine Kunden in die Umgebung verirren.

Recherchieren Sie deshalb bei der Standortsuche, welches Image die betreffende Gegend auszeichnet. Halten sich Menschen dort gern auf oder ist die Gegend wegen sozialer Schwierigkeiten verschrien? Wie sieht es mit Ihrer Zielgruppe aus?

#### Blicken Sie in die Zukunft

Orte verändern sich. Gerade in größeren Städten geschieht das häufig sehr schnell. Dann wird aus einem beliebten Ausgeviertel plötzlich ein Wohnort. Bauliche Veränderungen können dazu führen, dass das Einkaufen in einer bestimmten Gegend weniger attraktiv wird. Auf der anderen Seite kann eine neue U-Bahn-Haltestelle einen Standort deutlich aufwerten.

Beschäftigen Sie sich deshalb auch mit Prognosen für die Zukunft eines Standorts. Ein Ansprechpartner dafür die örtliche IHK. Überlegen Sie sich, ob es Sinn macht, am Anfang mit weniger Umsatz zu kalkulieren und auf eine positive Entwicklung einer Gegend zu setzen. Schließlich möchten Sie langfristig erfolgreich sein. Manchmal ist es dafür notwendig, zuerst auf etwas zu verzichten.

Geschäftsidee prüfen, Wettbewerb analysieren, Prognosen anstellen... das wächst Ihnen alles über den Kopf? [Entscheiden Sie sich für eine professionelle Begleitung durch ein Gründercoaching und kontaktieren Sie uns für ein unverbindliches Erstgespräch.](#)

In diesen 60 Minuten können wir bereits Antworten auf viele Ihrer Fragen geben und decken auf, wo noch Handlungsbedarf besteht, damit Ihre Gründung möglichst erfolgreich wird. Wir freuen uns auf Sie!