Industrie- und Handelskammer zu Köln

Bewertung von Standort und Ladenlokal im Einzelhandel

Inhalt

Standort
Ladenlokal
Weiterführende Informationen
Checkliste Standortwahl
Checkliste Ladenlokal

Die meisten Gründerinnen und Gründer entscheiden sich nach überwiegend subjektiven Kriterien für ihren Unternehmensstandort. Dabei ist die Entscheidung für oder gegen einen Standort maßgeblich für den Erfolg als Einzelhändler und berührt alle wichtigen Faktoren eines Unternehmenskonzeptes: Kunden, Lieferanten, Konkurrenz, Arbeitskräfte, Kosten, Verkehrsanbindungen, Infrastruktur, usw. Trotz Fachkompetenz des Inhabers, seiner Kapitalausstattung, der Raffinesse seines Verkaufskonzeptes, ausgeklügelter Betriebsabläufe und ausgefeilter Werbung - mit der Wahl des Standortes steht und fällt das Unternehmenskonzept. Das bedeutet: Es gilt einen Standort zu finden, der das Konzept und die Zielsetzung des Unternehmens am besten unterstützt. Auf keinen Fall sollte man deshalb einen Miet- oder Pachtvertrag unter Zeitdruck unterschreiben. Emotionale oder traditionelle Bindungen, Improvisation und Fingerspitzengefühl können keinesfalls eine Standortplanung und Standortanalyse nach betriebwirtschaftlichen Gesichtspunkten ersetzen.

Welcher Standort der Richtige ist, hängt natürlich von den Besonderheiten des Unternehmens ab. Jeder Existenzgründer sollte daher eine eigene Standortanalyse durchführen. Dazu können zunächst allgemeine Daten und Fakten aus Fachzeitschriften, von statistischen Bundes- und Landesämtern, den Industrie- und Handelskammer sowie den Bundes- und Fachverbänden des Einzelhandels herangezogen werden. Diese Informationen sollten um eigene Nachforschungen vor Ort ergänzt werden. Gespräche mit potenziellen Kunden, Lieferanten, künftigen Wettbewerbern, lokalen Werbegemeinschaften, Fachämtern der Stadt- und Gemeindeverwaltungen sowie der IHK vor Ort können wertvolle Beiträge leisten.

Zu jedem Standort gehören das Umfeld und der eigentliche Betriebsort. Bevor eine endgültige Standortentscheidung getroffen wird, sollten eine Vielzahl von Einzelfragen geklärt werden. Zunächst ist zu klären, welche grundsätzlichen Anforderungen Sie an den Standort stellen. In einem zweiten Schritt geht es darum, das Umfeld näher zu analysieren (Makroebene). Anschließend müssen Sie klären, welche Bedingungen das Ladenlokal hinsichtlich Lage, Leistungen und Konditionen erfüllen sollte (Mikroebene). Im vierten Schritt gilt es herauszufinden, ob der Standort und das Ladenlokal die Anforderungen erfüllen. Bedenken Sie auch, dass Sie die Entwicklungen an Ihrem gewählten Standort dauerhaft beobachten sollten, um auf etwaige Veränderungen (eventuell auch mit einem Standortwechsel) reagieren zu können. Auch bei größeren Investitionen sollten Sie sich die Standortfrage immer wieder stellen. Die wichtigsten Punkte der Bewertung von Standort und Ladenlokal sind in diesem Merkblatt zusammengestellt.

Standort

Zurück

In der Regel sollten mehrere Standorte zur Auswahl stehen. Sie müssen nach objektiven Kriterien miteinander verglichen werden, um zu einer optimalen Entscheidung zu kommen. Hilfestellung bieten die folgenden Hinweise sowie eine Checkliste zur Standortwahl.

Bevölkerung

Wie setzt sich die Bevölkerungsstruktur zusammen?

- Wer wohnt im Stadtteil?
- Haben Sie genügend Kunden am Standort?
- Wie viele Gehminuten entfernt gibt es wie viele potenzielle Kunden (Haushalte)?

(Nur etwa zehn Prozent der Kunden nehmen in der Regel Fußwege von über zehn Gehminuten hinaus in Kauf. Die kritische Zeitschwelle für Pkw-Fahrer liegt nach den Ergebnissen einer Reihe von Studien bei etwa 30 Minuten Fahrzeit).

Verkehrssituation

Ihr Ladenlokal muss für Kunden, Mitarbeiter und Lieferanten gut erreichbar sein.

- Welche Anfahrtswege müssen Ihre Kunden, Mitarbeiter und Lieferanten in Kauf nehmen?
- Wie hoch ist die Verkehrsdichte?
- Gibt es in der Nähe Haltestellen öffentlicher Verkehrsmittel?
- Sind Zufahrtsmöglichkeiten für Pkw, Lkw und Anlieferung vorhanden? Sind diese ausreichend (Breite, Höhe, Wendeflächen, etc.)?
- Gibt es genügend Parkflächen sowohl für Mitarbeiter als auch für Kunden? Stehen diese kostenlos zur Verfügung? Bleiben die vorhandenen Parkplätze langfristig erhalten? Können diese Flächen ggf. erweitert werden? (Wäre dies nicht so, würde das Unternehmen künftig nur bedingt wachsen können).

Zusammensetzung und Attraktivität der Umgebung

- Hat der Standort ein attraktives Image (Sauberkeit, Sicherheit, Gestaltung)? Ist die Lebensqualität gut? Gibt es angenehme Wohnmöglichkeiten? Wie hoch sind die Wohnraummieten?
- Gibt es im Umfeld Kindergärten und Schulen, Freizeit- und Erholungsangebote?
- Wie ist die Branchenzusammensetzung? Gibt es Magnetbetriebe (zum Beispiel große Warenhäuser mit hoher Kundenfrequenz)? Gibt es attraktive Gastronomiebetriebe?
- Sind Zusatzangebote wie etwa Kinderbetreuung oder Gepäckaufbewahrung etc. vorhanden?
- Welche zugkräftigen sonstigen Einrichtungen sind vorhanden (Einkaufszentrum, Bahnhof, Bus-, Straßenbahnhaltestelle, Post, Rathaus, Bank, Behörde mit Publikumsverkehr, Vergnügungsstätten)?

Standortaktivitäten

- Welche Aktivitäten gibt es am Standort? Finden regelmäßige Veranstaltungen, wie Straßen- und Stadtteilfeste, saisonale Verkaufsveranstaltungen, Wochen- und Festtagsmärkte, etc. statt?
- Verfügt der Standort über eine aktive und funktionierende Interessen- und Werbegemeinschaft der Gewerbetreibenden?

Konkurrenzsituation
Ein unmittelbarer Wettbewerb besteht zunächst für alle im Einzugsgebiet ansässigen Unternehmen, die gleiche oder ähnliche Waren und Dienstleistungen anbieten und der eigenen oder einer verwandten Branche angehören. Analysieren Sie Ihre Mitbewerber und bewerten Sie sie.

- Welche Stärken und Schwächen hat die Werbung, Ladengestaltung, Schaufenster der Wettbewerber?
- In welchem Zustand befinden sich die Ladenlokale, Zufahrten, Parkplätze?
- Wie erfolgt die Warenpräsentation im Verkaufsraum und wie groß ist das Platzangebot?
- Wie gestalten sich Sortimentstiefe, Sortimentsbreite, Qualität und Preisniveau?
- Welcher Service, welche besondere Dienstleistung wird angeboten (Beratung, Bedienung, Freundlichkeit, Personal)?
- Wie hoch ist das Kundenaufkommen? Wie setzt sich die Kundenstruktur zusammen (Laufkundschaft, Stammkundschaft, Altersgruppen, Einkommensgruppen)?

Zukünftige Entwicklung
Wer einen geeignet erscheinenden Standort gefunden hat, muss als nächstes prüfen, ob in absehbarer Zukunft mit Standortveränderungen zu rechnen ist. Dies wäre beispielsweise durch Änderung der Verkehrsführung, Schließung von Einkaufsmagneten, Einstellung oder Neubau öffentlicher Verkehrslinien oder bei der Planung von neuen zentralen Einkaufslagen möglich. Auskünfte erteilen die entsprechenden Fachämter der Stadt Köln, der Einzelhandels- und Dienstleistungsverband Köln e. V. und die IHK Köln.

Ladenlokal
zurück
Sie haben ein Ladenlokal gefunden, dass Ihren Vorstellungen entspricht; dann nehmen Sie es noch einmal unter die Lupe und vergleichen Sie es mit anderen Ladenlokalen, die auch für Sie in Frage kommen. Bei der Prüfung des Ladenlokals vor Ort hilft Ihnen eine Checkliste im Anhang dieses Merkblattes.

Vorgeschichte des Ladenlokals
- Wie oft ist das Ladenlokal in den letzten fünf Jahren vermietet worden?
- Welche Branchen waren in dem Geschäft vertreten?
- Aus welchen Gründen wurden die Geschäfte aufgegeben?
- Wie lange steht das Ladenlokal bereits leer?

Lage
- Befindet sich das Ladenlokal im Geschäftszentrum des Stadtteils? Wie weit sind Sie davon entfernt? Wie viele Magnetbetriebe sind in der Nähe? Passt Ihr Sortiment dazu? Gibt es eine Fußgängerzone, Passage oder ein Einkaufszentrum?
- Wie hoch ist die Passantenfrequenz vor dem Ladenlokal?
- Besteht am Standort eine Anhäufung von mehreren Einzelhandelsbetrieben gleicher oder unterschiedlicher Branchen?
- Wie verhält sich deren Sortiment zu Ihrem eigenen? Konkurriert dieses Angebot, ist es neutral oder ergänzt es sich sogar?
- Ist die Ladenzeile durch Gaststätten, Banken, Verwaltungsgebäude unterbrochen?
- Können Lieferanten jederzeit ungehindert anliefern?
- Haben Sie genügend Parkplätze für Pkw und Abstellmöglichkeiten für Fahrräder vor der Tür?

Außenfront

- In welchem baulichen Zustand befindet sich das Geschäftsgebäude?
- Welchen Eindruck macht die Fassade des Gebäudes im Vergleich zu benachbarten Gebäuden?
- Ist genügend Schaufensterfläche vorhanden?
- Ist Ihr Geschäft von außen gut einsehbar? Gibt es einen wirksamen Sonnenschutz? Ist eine Außenbeleuchtung vorhanden? Sind Umgebung und benachbarte Geschäfte sauber? Haben Sie die Möglichkeit, gut sichtbar Werbung anzubringen?

Eingangsbereich

- Ist die Eingangssituation attraktiv? Können Kunden Ihr Ladenlokal ungehindert betreten?
- Liegt der Eingang günstig zum Passantenstrom?

Schaufenster

- Wie viele Meter Schaufensterfläche hat Ihr Geschäft? Sind die Schaufenster von außen gut einzusehen? Haben Sie eine ausreichende Dekorationsfläche?
- Ist das Schaufenster gut ausgeleuchtet?

Verkaufsraum und Nebenräume

- Entspricht der Verkaufsraum hinsichtlich Größe und Übersichtlichkeit den Anforderungen?
- Macht der Verkaufsraum einen freundlichen, einladenden Eindruck?
- Sind ausreichende Stellflächen vorhanden?
- Sind Bodenbelag, Wände und Decke in einem guten Zustand?
- Ist Ihr Ladenlokal behindertengerecht (Rollstuhlfahrer)? Verteilt sich die Verkaufsfläche auf mehrere Etagen?
- Sind Nebenräume für Büro oder Sozialräume vorhanden und ist deren Größe ausreichend?
- Sind Lagerräume oder ein Keller vorhanden und sind diese groß genug? Haben Sie und ihre Lieferanten schnellen und ungehinderten Zutritt?
- Sind Toiletten für Personal und Kunden in ausreichender Zahl vorhanden? Sind alle Räume gut belüftet? Welche Umbauten/Renovierungen müssen Sie einplanen? Wie hoch sind die Kosten dafür?
- Bestehen Ausbau und Erweiterungsmöglichkeiten?

Sicherheit und Technik

- Welche Alarmsicherungen gibt es (Alarmanlage, Ausgangskontrolle, Sicherheitsglas)?
- Ist der technische Zustand (Stromversorgung, Heizung, Lüftung, Klimaanlage) in Ordnung?

Kosten

- Ist der Miet- oder Kaufpreis ortsüblich und angemessen?
- Wie hoch sind die Nebenkosten?
- Ist eine Kautionszahlung erforderlich?

Miet-/Kaufvertrag
Hinweise zu den wichtigsten Punkten, die beim Abschluss eines gewerblichen Mietvertrages zu beachten sind, gibt das IHK-Merkblatt "Gewerbliches Mietrecht".

Weiterführende Informationen
zurück
Neben einer Untersuchung dieser allgemeinen, qualitativen Faktoren sind bei einer Standortentscheidung aber vor allem quantitative Daten zu berücksichtigen. Von besonderer Bedeutung ist die Frage, wie hoch in etwa der voraussichtlich erzielbare Umsatz an dem vorgesehenen Standort sein wird. Zu klären ist die Frage, ob der Umsatz ausreichend ist, um sämtliche Kosten (vor allem Personal, Miete und Zinsen) zu erwirtschaften, die für die Gründung erforderlichen Darlehen zu tilgen und darüber hinaus dem Unternehmer eine angemessene Lebenshaltung zu ermöglichen. Eine Hochrechnung des Umsatzes auf der Grundlage der Raum-Leistungskennziffern einzelner Branchen des Einzelhandels ist zunehmend schwieriger geworden. Innerhalb der gleichen Branche finden sich oftmals sehr starke Abweichungen hinsichtlich des Absatzes pro Quadratmeter Verkaufsraum. Hier spielt die Qualität der Geschäftslage eine entscheidende Rolle. Insbesondere Messungen der Passantenfrequenz und deren Vergleich mit anderen Standorten sind wertvolle Informationen für die Schätzung realistischer Raumleistungen. In den meisten Fällen müssen solche Prognosen untermauert werden durch die Berechnung des Markvolumens für diejenigen Gütergruppen, die das Sortiment des zu gründenden Betriebes bestimmen sollen. Kaufkraft- und Umsatzkennziffern zur Berechnung des Marktvolumens hält die IHK Köln vor. Nähere Informationen zur Berechnung des Marktpotenzials erhalten Sie in unserem Merkblatt Gründung im Einzelhandel. Vor der Standortentscheidung kann auch die Konsultation eines Beratungsunternehmens sinnvoll sein, das über die relevanten Standortdaten verfügt. Einen Überblick erhalten Sie im IHK Merkblatt Planungs- und Forschungsinstitute für den Handel.

Die IHK Köln bietet weitere umfangreiche Informationsquellen an, die Ihnen bei der Standortwahl helfen. Neben allgemeinen Strukturdaten zum IHK-Bezirk hält die IHK branchenspezifische Daten und Kennziffern vor und vermittelt Kontakte zu den relevanten Fachverbänden des Einzelhandels. Grundlegende Informationen zur Existenzgründung und wichtige Tipps für die Konzepterstellung und Aufstellung von Finanzierungsplänen erhalten Sie beim Team Unternehmensförderung und Existengründungsberatung.

Checkliste Standortwahl
zurück
Das Umfeld des eigentlichen Betriebsortes umfasst die Geschäftsstraße, den Stadtteil, den Stadtbezirk, die Stadt sowie die Region und richtet sich nach der Größe des Einzugsgebietes Ihres Unternehmens. Um Standorte zu vergleichen empfiehlt sich folgende Methode: Unterschiedliche Einflussfaktoren werden anhand einer Skala von eins bis zehn mit aufsteigender Priorität bewertet. Diese Gewichtungszahlen werden dann multipliziert mit dem Bewertungsfaktor aufsteigend von eins bis fünf für den Standort/das Umfeld. Hohe Zahlen bedeuten gute Standortfaktoren.

Standort	**Gewichtung** **1 bis 10 Punkte**	**Bewertung** **1 bis 5 Punkte**	**Punkte** **Gewichtung x Bewertung**
Verkehrssituation			
Ihr Ladenlokal muss gut erreichbar sein: Zu Fuß, mit dem Auto und mit öffentlichen Verkehrsmitteln			
Befinden sich Haltestellen (Busse, Bahnen) in der Nähe?			
Kann Ihr Ladenlokal gut mit dem Pkw/Lkw erreicht werden?			
Wie ist die Parksituation im Quartier (z. B. kostenloses Parken, nur Anwohnerparken, Lieferanten)?			
Ist z. B. eine Veränderung der Straßenführung geplant? Ist ein Einkaufszentrum geplant?			
Image, Bevölkerung und Standortaktivitäten			
Welches Image hat der Stadtbezirk/ das Stadtviertel/ das Geschäftsquartier (Kultur, Sport, Freizeit, Soziales, Politik etc.?)			
Wer wohnt im Quartier? Nähere Informationen zur Bevölkerungsstruktur bietet das Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik des Landes NRW, die Stadt Köln, Amt für Stadtentwicklung und Statistik			
"Wer nicht wirbt, der stirbt!" - Wie aktiv ist "Ihr" Wunsch-Quartier?			
Verfügt Ihr ausgewähltes Quartier über eine aktive und funktionierende Interessen- und Werbegemeinschaft?			
Finden regelmäßige Veranstaltungen (Straßen-, Stadtteilfeste, saisonale Verkaufsveranstaltungen, Festtagsmärkte, usw.) statt?			

Standort	**Gewichtung** **1 bis 10 Punkte**	**Bewertung** **1 bis 5 Punkte**	**Punkte** **Gewichtung x Bewertung**
Konkurrenzsituation			
Image (Werbung, Ladengestaltung, Schaufenster)			
Ladenlokal (Zustand, Parkplätze, Erreichbarkeit			
Verkaufsraum (Warenpräsentation, Platzangebot, Zustand)			
Sortiment (Sortimentsbreite, Sortimentstiefe, Qualität, Preisniveau)			
Service (Beratung, Bedienung, Freundlichkeit, Personal)			
Kundschaft (Kundenfrequenz, Kundenstruktur)			
Zukunft			
Sind städtebauliche Veränderungen an Ihrem Standort oder in der Nähe geplant? (Näheres dazu erfahren Sie bei Ihrem Bezirksamt)			

Checkliste Ladenlokal

zurück

Bei der engeren Wahl eines geeigneten Ladenlokals sollten Sie prüfen, ob ein konkretes Objekt Ihre Anforderungen erfüllt oder nicht. Um mehrere Objekte zu vergleichen, empfiehlt sich folgende Methode: Unterschiedliche Einflussfaktoren werden anhand einer Skala von eins bis zehn mit aufsteigender Priorität bewertet. Diese Gewichtungszahlen werden dann multipliziert mit dem Bewertungsfaktor aufsteigend von eins bis fünf für das Objekt. Höhere Zahlen bedeuten gute Standortfaktoren.

Ladenlokal	**Gewichtung** **1 bis 10 Punkte**	**Bewertung** **1 bis 5 Punkte**	**Punkte** **Gewichtung x Bewertung**
Lage			
Wie weit sind Sie vom Zentrum des Quartiers entfernt?			
Wie weit ist es zum nächsten öffentlichen Parkplatz? zur nächsten ÖPNV-Haltestelle?			
Wie viele andere attraktive Geschäfte (Magnetbetriebe) sind in der Nähe?			
Passt Ihr Sortiment dazu?			
Findet ein regelmäßiger Wochenmarkt statt?			
Gibt es eine Fußgängerzone, Passage oder ein Einkaufszentrum?			
Können Lieferanten ungehindert und zu jeder Zeit anliefern?			
Parken			
Haben Sie ausreichend viele Parkplätze vor Ihrer Tür?			

Ladenlokal	**Gewichtung** **1 bis 10 Punkte**	**Bewertung** **1 bis 5 Punkte**	**Punkte** **Gewichtung x Bewertung**
Außengestaltung			
Verfügt das Ladenlokal über eine ansprechende Fassade?			
Haben Sie die Möglichkeit, gut sichtbar Werbung (Schriftzug) anzubringen?			
Gibt es einen wirksamen Sonnenschutz (z. B. Außenmarkise)?			
Sind Umgebung und benachbarte Geschäfte sauber?			
Ist eine Außenbeleuchtung vorhanden?			
Ist Ihr Geschäft von außen gut einsehbar?			
Eingangsbereich			
Ist die Eingangssituation attraktiv?			
Können Kunden Ihr Ladenlokal ungehindert betreten?			
Ist der Eingangsbereich von Passanten gut einsehbar?			
Liegt der Eingang günstig zum Passantenstrom?			

Ladenlokal	**Gewichtung** **1 bis 10 Punkte**	**Bewertung** **1 bis 5 Punkte**	**Punkte** **Gewichtung x Bewertung**
Schaufenster			
Wie viele Meter Schaufensterfläche hat Ihr Geschäft?			
Sind die Schaufenster von außen gut einzusehen?			
Haben Sie eine ausreichende Dekorationsfläche?			
Ist das Schaufenster gut ausgeleuchtet?			
Verkaufsraum			
Ist der Verkaufsraum groß genug?			
Ist er günstig geschnitten (quadratisch, Schlauch)?			
Macht er einen freundlichen, einladenden Eindruck			
Bietet der Verkaufsraum ausreichende Stellflächen?			
Sind Bodenbelag, Wände und Decke in gutem Zustand?			
Ist die Beleuchtung in Ordnung?			
Ist Ihr Ladenlokal behindertengerecht (Rollstuhlfahrer)?			

Ladenlokal	**Gewichtung** **1 bis 10 Punkte**	**Bewertung** **1 bis 5 Punkte**	**Punkte** **Gewichtung x Bewertung**
Nebenräume			
Sind Nebenräume (Büro, Sozialräume) vorhanden?			
Sind sie ausreichend groß?			
Lagerräume			
Sind Lagerräume/Keller vorhanden?			
Haben Sie und Ihre Lieferanten schnellen und ungehinderten Zutritt?			
Toiletten			
Für Kunden und Personal in genügender Zahl vorhanden?			
Nasszellen/Spülräume			
Sind sie vorhanden und ausreichend groß?			
Belüftung			
Sind alle Räume gut belüftet?			
Qualität der Immobilie			
Wie ist die Bausubstanz?			
Müssen Sie renovieren?			
Wie hoch sind dafür die voraussichtlichen Kosten?			

Ladenlokal	**Gewichtung** **1 bis 10 Punkte**	**Bewertung** **1 bis 5 Punkte**	**Punkte** **Gewichtung x Bewertung**
Sicherheit			
Welche Alarmeinrichtungen gibt es (Alarmanlage, Ausgangskontrolle, Sicherheitsglas)?			
Technik			
Ist der technische Zustand (Stromversorgung, Heizung, Lüftung, Klimaanlage) in Ordnung?			
Zukunft			
Bestehen Ausbau- und Erweiterungsmöglichkeiten?			
Kosten			
Was müssen Sie bezahlen?			
Ist diese Geschäftsraummiete dort üblich?			
Wie hoch sind die Nebenkosten?			
Ist eine Kautionszahlung erforderlich?			

Hinweis: Dieses Merkblatt soll - als Service Ihrer IHK Köln - nur erste Hinweise geben und erhebt keinen Anspruch aus Vollständigkeit. Obwohl es mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, kann eine Haftung für die inhaltliche Richtigkeit nicht übernommen werden.

Stand: Mai 2012

Ihr Ansprechpartner
Michael Zygojannis
Tel. 0221 1640-506
Fax 0221 1640-509
E-Mail: Michael.Zygojannis@koeln.ihk.de

Industrie- und Handelskammer zu Köln
Unter Sachsenhausen 10-26
50667 Köln
www.ihk-koeln.de

Bitte bewerten Sie das von Ihnen genutzte IHK-Merkblatt - hier geht´s zum kurzen Online-Fragebogen.

Vielen Dank für Ihr Feedback!