

# Ein schlechter Standort ist teuer

Einen schlechten Standort muss man sich erst einmal leisten können. „Schauen Sie mal, ich habe so einen günstigen, großen Laden gefunden“ – bei dem Satz im Erstgespräch am Telefon stellen sich bei mir schon die Haare hoch. Weil: Kaum ein Punkt wird bei der Geschäftseröffnung so wenig beachtet, wie die richtige Standortwahl. Oft ist es umgekehrt: Weil ein vermeintlich guter Standort angeboten oder gefunden wird, entsteht erst die Idee der Selbstständigkeit! Das ist häufig ein fataler Fehler. Die Standortwahl ist zum einen unglaublich wichtig und kann kaum oder nur mit großen Kosten revidiert werden.

Wenn Geschäfte billig zur Miete oder sogar zum Kauf angeboten werden, hat das sehr häufig – wie bei Blumen auch – einen simplen Grund: Es gibt kaum Interessenten. Und meistens liegt das daran, dass die Lage einfach nicht gut ist.

Während Filialisten Standorte mit guten Nachbarn, viel Frequenz und vielen weiteren individuellen Gesichtspunkten suchen, sucht die Branche nach Budget aus. „Ich kann mir halt nur 750 Euro Miete leisten.“ Und genauso oft kommt die Frage „Wie viel darf ich denn für 75 Quadratmeter bezahlen?“

Leider gibt es, wie so oft, keine einfachen Antworten. Aber der reine Eurowert ist kein Maßstab. Die „günstige“ Lage kann unbezahlbar werden, wenn dort kaum Kunden kommen. Es wird immer schwerer, genügend Kunden anzuziehen. Das liegt zum einen in der generell sinkenden Frequenz und zum anderen auch daran, dass es viele Artikel auch leichter erreichbar gibt. Es gibt nur einen Ausweg: eine genaue Budgetierung mit Umsatz, Kundenzahl und Kostenbelastung. Die bewusste Entscheidung zur Selbstständigkeit oder

Filialgründung sollte nicht anhand eines Standortes getroffen werden. Am besten ist es, verschiedene Standorte zu bewerten und zu vergleichen. Zum Beispiel mit den Betreibern rechts und links des Geschäfts oder mit mehrfachen Kundenzählungen im Vergleich mit anderen. Auch Gespräche mit anderen Inhabern in der Nähe können viel bringen: Wann ist etwas los? Würden Sie den Standort wieder wählen?

Prüfen Sie auch, ob die Stadt in nächster Zeit größere Sanierungsarbeiten durchführt. Eine Straßensperrung oder Innenstadtsanierung hat schon so manchen in den Ruin getrieben oder zumindest für schlaflose Nächte gesorgt. Selbstverständlich geht es auch um Parkplätze, wie sind die Flächen angeordnet, Stufen und die Möglichkeiten der Außenpräsentation. Die Standortwahl ist wie einen Baum pflanzen: Für gutes Wachstum muss alles stimmen. Wenn der Standort nicht stimmt, ist umpflanzen nötig – allerdings auch immer schwierig!

Wer Mut hat, sucht sich wirklich gute Standorte, eben neben Filialisten mit Tagesbedarf (Bäcker und Co.) oder hochwertigem Einzelhandel, nahe am Supermarkt oder sogar darin und in Centern. Gerade Neugründungen schaffen die lange Durststrecke bis zur Bekanntheit durch Mund-zu-Mund-Propaganda sonst oft nicht. Eine höhere Miete bezahlt oft den Kundenstrom mit und kann sich rechnen. Der Kunde im Beispiel hat den Standort nicht gewählt und ist immer noch auf der Suche. Jetzt allerdings mit klarem Anforderungsprofil an Lage und Geschäft.

*„Die Standortwahl ist wie einen Baum pflanzen: Für gutes Wachstum muss alles stimmen. Wenn der Standort nicht stimmt, ist umpflanzen nötig – allerdings auch immer schwierig!“*

Rupert Fey mit der Unternehmensberatung beyond-flora ist Vermarktungsexperte für den grünen Markt. Schwerpunkte sind Vermarktung, Organisation und Strategieentwicklung. Kunden und Projekte kommen aus Gartenbau, Handel und der Zulieferindustrie.

**Kontakt:** ✉ [info@beyond-flora.com](mailto:info@beyond-flora.com) 🌐 [www.beyond-flora.com](http://www.beyond-flora.com)



Foto: privat