

## Standortanalyse

### Grundlagen

Eine fundierte Standortanalyse bringt oft erst sehr viel später Früchte – dann aber um so mehr! Mit dieser Checkliste gelingt Ihnen eine gründliche Standortanalyse!

### Checkliste

1. Definition der wichtigsten Standortkriterien
  - Marketingrelevante
  - Logistische, verkehrstechnische
  - Infrastrukturelle
    - Rahmenbedingungen: Politisch-rechtliche, soziale etc.
    - Konditionen
    - Persönliche Präferenzen
2. Suche nach Standortalternativen
  - Standortalternativen, welche die wichtigsten Kriterien erfüllen
3. Detail-Informationsbeschaffung
  - Betreffend alle unter Punkt 1. aufgeführten Standortkriterien
4. Auswertung und Entscheid
  - Mittels Nutzwertanalyse
    - Gewichtung der Standortkriterien nach den entsprechenden Prioritäten
    - Auflistung und Bewertung der einzelnen Standortalternativen nach den oben aufgeführten Standortkriterien
    - Entscheid für die beste Standortalternative, bzw. ob noch weitere Standortalternativen gesucht werden sollten
5. Standortkriterien
  - 5.1 Marketingrelevante Standortkriterien
    - Einzugsgebiet der Ortschaft nach potentiellen Kunden/Einwohnern

- Unmittelbares, z.B. bis 10 km
- Erweitertes, z.B. bis 20 km
- Kunden-/Bevölkerungsentwicklung
- Konkurrenzsituation der Ortschaft
  - Anzahl Konkurrenten generell
  - Anzahl Konkurrenten im Verhältnis zu den potentiellen Kunden
  - Konkurrenznähe
  - Konkurrenzstärke
  - Konkurrenzauslastung
- Kundennähe innerhalb der Ortschaft
  - Lage der Räumlichkeiten innerhalb der Ortschaft
  - Anziehungsmagnete in der unmittelbaren Nähe
  - Durchgangslage für Anziehungsmagnete
  - Kundenfrequenz zu Fuss oder per Auto
  - Erreichbarkeit zu Fuss, mit dem PW, mit den öffentlichen Verkehrsmitteln
  - Parkplatzmöglichkeiten (auch infrastrukturelles oder verkehrstechnisches Kriterium)
- Bedeutung der Ortschaft als Einkaufsort, als Freizeit- und Vergnügungsort, als Ausbildungsort, als Bezirks- oder Kantonshauptort etc.
- Image der Ortschaft
- Image der unmittelbaren Umgebung
- Aussen- und Innenwirkung des Gebäudes
- Schaufensterlage, Schaufenstergrösse
- Möglichkeiten, den Vorplatz als Aktions- oder Verkaufsfläche zu nutzen
- Eingangsbereich: ebenerdig, grosszügig, einladend
- Kooperationsmöglichkeiten mit Firmen, welche dieselbe Zielgruppe bearbeiten

## 5.2 Logistische, verkehrstechnische Standortkriterien

- Verkehrssituation Strasse
  - Autobahnanschlüsse
  - Strassenverbindungen
- Nähe Flughafen, Schiffshafen

- Nähe Lieferanten, Kunden
- Lagermöglichkeiten

### 5.3 Infrastrukturelle Standortkriterien

- Zustand der Immobilien
  - Repräsentative Wirkung
- Stockwerk-Lage: Erdgeschoss oder 10. Stock (Ladengeschäft-Dienstleistungsanbieter)?
- Personen- und/oder Warenlift
- Ausbaumöglichkeiten
- Rampe
- Elektrische und sanitäre Installationen, Telefonanschlüsse, WC-Anlagen, Gasanschluss
- Heizung, Lüftung, Klima
- Beleuchtung aussen und innen
- Sicherheitsvorrichtungen
- Flächeneinteilung: Verkaufsfläche, Personalraum, Büroraum, Lagerraum, Warenannahme
- Bauliche Auflagen
- Zustand von Decken, Böden und Wänden

### 5.4 Rahmenbedingungen

- Gesetzliche: Ladenöffnungszeiten, Zufahrtsverbote, Anstellungsbedingungen, bauliche Vorschriften etc.
  - Zukünftige Entwicklungen betreffend Gesetzen
- Steuerliche Situation
- Preisniveau generell: Dienstleistungen, Mietzinsniveau etc.
- Lohnniveau

### 5.5 Konditionen

- Mietzins
  - Preis pro qm/Jahr
- Nebenkosten
- Vertragsbedingungen
  - Vertragsdauer
  - Kündigungsmöglichkeiten

- Infrastrukturelle Anpassungen

#### 5.6 Persönliche Präferenzen (Vorlieben)

- Persönliche Vorlieben betreffend Ortschaft, Lage, Gebäude etc.
  - Persönliche Beziehungen zu potentiellen Kunden
- Eindruck des Liegenschaftsvermieters