

# 16. Handelskolloquium

12. Mai 2004

## „STANDORT(E)KOSTEN“

- **Niedrige Standortkosten, hohe Marktabdeckung**  
– träumen Sie ruhig weiter!
- **Mit unüberlegter Expansion zum Kostenkollaps**
- **Kosten und Nutzen der Standorte im Visier**  
– die Filialnetzoptimierung

**Mag. Hannes Lindner**  
**STANDORT + MARKT**

# Standort(e)kosten- (inter)national!

ATRIS REAL-Standardshopmieten in Europa (2003/2004)			jährliche Nettomieten in Euro/m <sup>2</sup>		
Stadt	Straße	K/L Konsum-/Luxuslage	Shopgröße 1 (120 m <sup>2</sup> )	Shopgröße 2 (250 m <sup>2</sup> )	Shopgröße 3 (500 m <sup>2</sup> )
Paris	Avenue des Champs-Élysées (gerade Hausnr.)	L / K	6.500	4.800	4.100
London	Oxford Street	K	5.500	4.100	3.255
Madrid	Calle de Preciados	K	3.335	2.668	2.335
München	Neuhauser Straße / Kaufingerstraße	K	3.000	2.760	2.160
Dublin	Grafton Street	K	2.890	1.735	1.200
Birmingham	New Street	K	2.550	1.775	1.405
Glasgow	Buchanan Street	K	2.420	1.800	1.430
Cardiff	Queen Street	K	1.995	1.390	1.100
Lissabon	Rua Garrett	L / K	1.200	960	720
Brüssel	Boulevard de Waterloo	L	1.000	720	540

Für die Bewertung der ATIS REAL-Standardshops wurden folgende Eigenschaften unterstellt:

- Bester Standort innerhalb der jeweiligen Lage
- Eingeschossiges Ladenlokal
- Ebenerdiger Zugang
- Schaufensterfront in Abhängigkeit von der Gesamtgröße 6m (Größe 1), 8 m (Größe 2), 12 m (Größe 3)

Lagekategorie	Standorte (Beispiel)	Mietpreis netto kalt	
		€/m <sup>2</sup> /Mon.	
		von	bis
Top-Lagen City	Kämtner Straße, Graben, Kohlmarkt	100	230
Top-Einkaufsstraßen	Mariahilfer Straße	60	110
Top-Einkaufszentren	SCS, DZ	25	75
Gute Einkaufsstraßen	Rotenturmstraße, Landstraßer HS, Favoritenstraße, Meidlinger HS	20	50
Gute Einkaufszentren	Lugner City, Zentrum Simmering, SCN, Galleria	15	25
Gute Lagen	Thaliastraße, Währinger Straße	12	20
B-Lagen City	Seilergasse, Nagelgasse	20	65
Nahversorger-Straßen	Reinprechtsdorfer Str., Praterstr., Wiedner HS	5	10

- 1A-Standorte: knappes Gut
- Preis: Angebot und Nachfrage
- (inter)nationaler Expansionsdrang bestimmt Preis

# Qualitative Standorte kosten!

## Unterschiedliche Betriebstypen, unterschiedliche Standortanforderungen!

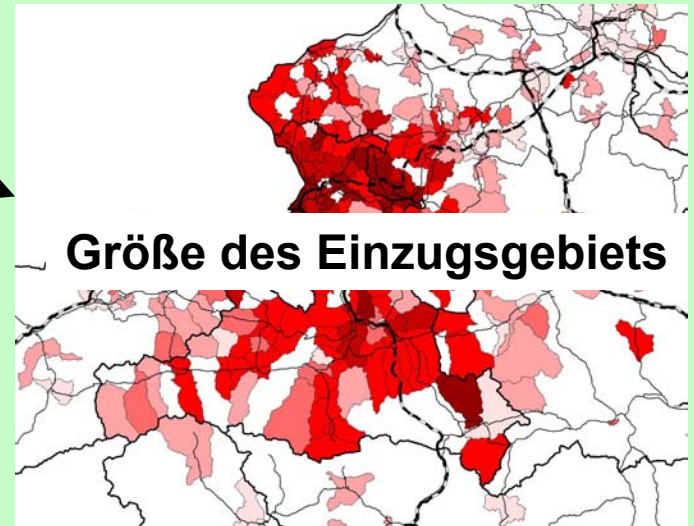
- Eigenständige BT (technische Standortqualität)
- Frequenzabhängige BT (technische Qualität + zugkräftiges Umfeld)

Eigenständigkeit des Betriebstyps

Technische Standortqualität

Agglomerationseffekte

(Wettbewerb, Topographie)



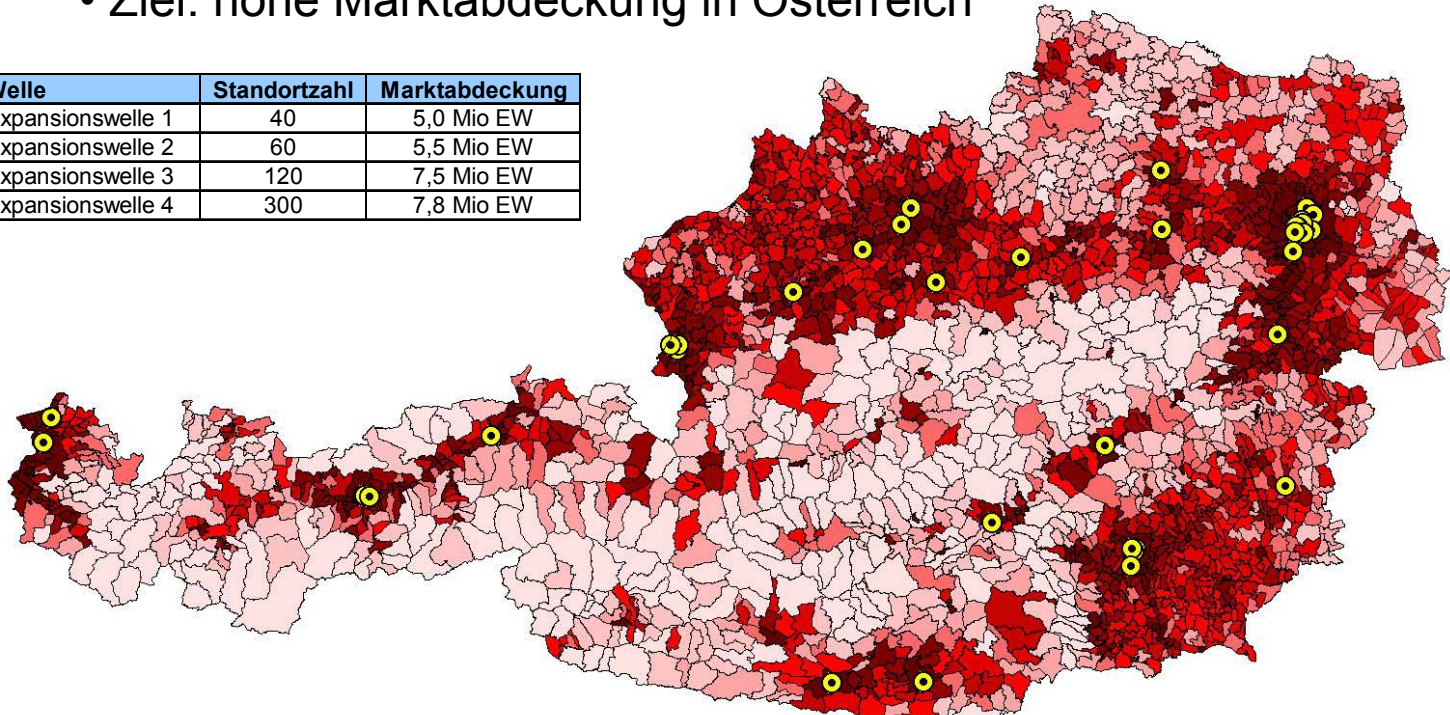
### Vielversprechende Standorte:

- Einzugsgebiet > natürliche Reichweite des Betriebstyps
- angemessener Preis; Überprüfung?

# Niedrige Standortkosten, hohe Marktabdeckung! ...träumen Sie ruhig weiter!

- Arbeitshypothese: frequenzabhängiger Betriebstyp, Auswahlgüter
- Ziel: hohe Marktabdeckung in Österreich

Welle	Standortzahl	Marktabdeckung
Expansionswelle 1	40	5,0 Mio EW
Expansionswelle 2	60	5,5 Mio EW
Expansionswelle 3	120	7,5 Mio EW
Expansionswelle 4	300	7,8 Mio EW



- Nur mit Topstandorten ist hohe Marktabdeckung erzielbar
- Topstandorte kosten!
- Zur weiteren Marktabdeckung: hohe Standortzahl notwendig

# Mit unüberlegter Expansion zum Kostenkollaps

## Veränderung der Performance je Expansionswelle:

- Relative Standortqualität sinkt
- Höhe des Marktabdeckungszuwachses fällt
- Durchschnittlicher Filialumsatz sinkt (Standortqualität, Kannibalisierung)
- Standortbezogene Kosten (Personal/Miete) sinken weniger stark

Welle	Standortzahl	Marktabdeckung	EW/ Standort	Umsatz/ Filiale	Standort- kosten/Fil.
Expansionswelle 1	40	5,0 Mio EW	125.000	100%	100%
Expansionswelle 2	60	5,5 Mio EW	90.000	90%	90%
Expansionswelle 3	120	7,5 Mio EW	60.000	75%	83%
Expansionswelle 4	300	7,8 Mio EW	26.000	60%	77%

Standortkosten: Miete, Personal

- Scheideweg: Rentabilität des Netzes – Marktanteilsgewinn um jeden Preis
- Kostenkollaps?
- Betriebstypspezifische Tragfähigkeitsgrenze ausloten

# **Kosten und Nutzen der Standorte im Visier – die Filialnetzoptimierung**

Schritt 1: Standort-Check (qualitativ, quantitativ)

Schritt 2: Performance-Check

- # Standortqualität – Umsatz – Standortkosten

- # Tragfähigkeitsgrenze ausloten

Schritt 3: Marktposition

- # Ermittlung der Marktposition nach Regionen

- # weiße und graue Fleckenanalyse (Kundenherkunft)

- # Kannibalisierungseffekte

Schritt 4: Interpretation des regionalen Marktanteils

Schritt 5: Optimierungsempfehlung (Tragfähigkeitsgrenze!)

- # Schließung, Umsiedlung, Vergrößerung

- # weiße Flecken, neue „Muß“-Standorte

- # neue Vertriebsbahnen?



MAKROSTANDORTFAKTOREN Werte eintragen	Gewichtungs- faktor	Wert	Punkte gewichtet
Zugkraft der Agglomeration	15	60	90
Einwohner im Einzugsgebiet (EZG)	10	147.000	59
Beschäftigte in der Standortgemeinde	1	16.000	3
Relation der unter 20-Jährigen zu den über 60-Jährigen im EZG	2	1,5	14
Bevölkerungsentwicklung 1991 - 2001 im EZG in %	3	3,6%	13
Akademikeranteil in % der Wohnbevölkerung im EZG	0	2,3%	0
Kaufkraftniveau im EZG	5	87	17
Verhältnis der Schüler- zur Einwohnerzahl in der Standortgemeinde	2	18%	18
Touristennachtungen je Einwohner in der Standortgemeinde	5	0,8	1
<b>Gesamterfüllungsgrad Makrostandortfaktoren (maximale Punktzahl 100)</b>	<b>43</b>		<b>50</b>

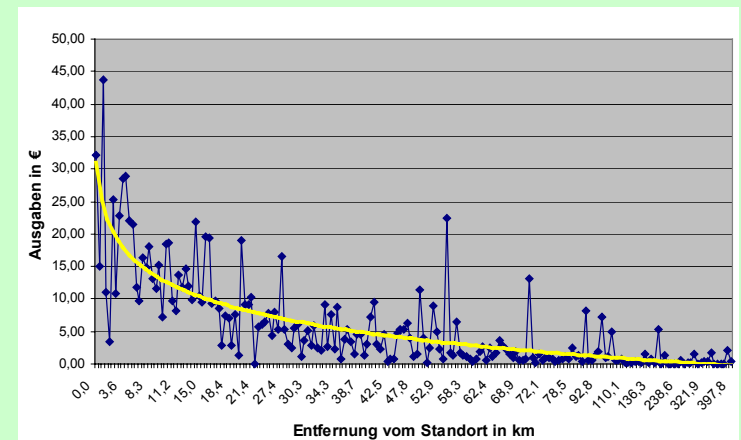
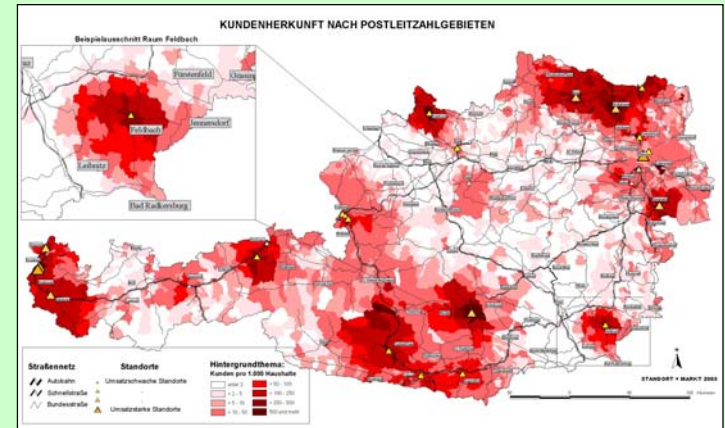
Lagebeurteilung (Gewichtung: 0 = irrelevant, 1 = unwichtig, bis 10 = von hoher Wichtigkeit)

MIKROSTANDORTFAKTOREN Erfüllungsgrade zwischen 0 und 100, negative Werte unzulässig	Gewichtungs- faktor	Eingabefeld Erfüllungsgrad	Punkte gewichtet
Lage innerhalb der Agglomeration	10	55	55
zugkräftige Standortnachbarn	7	60	42
gute Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln	6	60	36
gute kleinräumige Anfahrbarkeit mit dem Pkw	6	90	54
Verfügbarkeit von Parkplätzen	4	60	24
gute Einsehbarkeit für Passanten und/oder Vorbeifahrende	5	90	45
<b>Gesamterfüllungsgrad Mikrostandortfaktoren (maximale Punktzahl 100)</b>	<b>38</b>		<b>67</b>

KOMPETITIVE FAKTOREN Erfüllungsgrade zwischen 0 und 100, negative Werte unzulässig	Gewichtungs- faktor	Eingabefeld Erfüllungsgrad	Punkte gewichtet
Position zu höherrangigen Einkaufszentren in der Standortstadt	10	100	100
Konkurrenzichte in der Standortstadt	10	30	30
zu erwartende zukünftige Konkurrenzichte	5	50	25
<b>Zusammenfassende Beurteilung der kompetitiven Faktoren</b>	<b>25</b>		<b>62</b>

NUTZUNGSVIELFALT DER FLÄCHENSTRUKTUR Erfüllungsgrade zwischen 0 und 100, negative Werte unzulässig	Gewichtungs- faktor	Eingabefeld Erfüllungsgrad	Punkte gewichtet
Mietvertragsdauer	10	70	70
Anteil Verkaufsflächen im EG an Gesamtverkaufsfläche	10	100	100
Anzahl der Verkaufsebenen	5	100	50
Anteil der Nebenflächen	2	49%	1
<b>Zusammenfassende Beurteilung der Nutzungsvielfalt der Flächenstruktur</b>	<b>27</b>		<b>82</b>

ZUSAMMENFASSENDE BEWERTUNG	Gewichtungs- faktor	Ergebnis	Punkte gewichtet
Gesamterfüllungsgrad Makrostandortfaktoren	30	50	149
Gesamterfüllungsgrad Mikrostandortfaktoren	50	67	337
Zusammenfassende Beurteilung der kompetitiven Faktoren	10	62	62
Zusammenfassende Beurteilung der Nutzungsvielfalt der Flächenstruktur	10	82	82
<b>GESAMTERFÜLLUNGSGRAD</b>	<b>100</b>		<b>63</b>



**...lästig, mühsam, aber notwendig:**

- **Prüfen Sie die Tragfähigkeitserfordernisse ihres Betriebstyps!**
- **Orten Sie die Kannibalen!**
- **Entrümpeln Sie Ihr Netz von tauben Nüssen!**
- **Verabschieden Sie sich von Expansionszwängen!**
- **Lassen Sie sich von Projektentwicklern nicht hetzen!**
- **Beurteilen Sie kritisch weiße Flecken!**
- **Außer den Alpen keine weißen Flecken mehr in Österreich?**
- **GO EAST !**

**Viel Erfolg!**

**Mag. Hannes Lindner**  
**STANDORT + MARKT**