2.3 Der richtige Standort

Die Praxis zeigt, dass bei den meisten Existenzgründungen keine systematische Standortwahl durchgeführt wird. Der Zufall bestimmt mehr oder weniger, wo sich das neue Unternehmen niederlässt. Oft beginnt die erste unternehmerische Tätigkeit im Haus des Existenzgründers. Zufällig frei stehende Räume werden gemietet, eine Geschäftsübernahme führt zur Übernahme des Standorts.

Der Unternehmensstandort hat einen wesentlichen Einfluss auf den Umsatz des Unternehmens, weil er die Erreichbarkeit für die Kunden und damit die Anzahl der Kunden bestimmt. Auch gute Mitarbeiter müssen das Unternehmen erreichen können. Gleichzeitig hat der Standort einen erheblichen Einfluss auf die Kosten der Miete und auf die Transportkosten. Damit sollte klar sein, dass Sie die Standortwahl nicht dem Zufall überlassen dürfen. Sie müssen anhand von individuellen Parametern feststellen, welche Kriterien der optimale Standort Ihres Unternehmen erfüllen muss. Welche Kriterien das sind, hängt von der Art des Unternehmens ab.

2.3.1 Überlegungen für den Einzelhandel

Wird der Einzelhandel in Form eines Versandhandels betrieben, spielen die gleichen Parameter wie bei Fertigungsunternehmen eine Rolle. Wird jedoch ein Ladengeschäft eröffnet, muss ganz besonders auf seine Lage geachtet werden.

- Kunden müssen das Ladenlokal finden. Je mehr potenzielle Kunden an dem Geschäft vorbeigehen, desto eher besteht die Chance, dass genügend Kunden das Geschäft betreten. Laufkundschaft ist in den meisten Einzelhandelsbranchen eine wichtige Größe, schließlich kann auch ein zufälliger Kunde zu einem Stammkunden werden.
- Der Einzelhandel unterscheidet zwischen 1-a-Lagen (gut besuchte Fußgängerzone), 1-b-Lagen (Nebenstraßen der Fußgängerzone) und Randlagen (außerhalb der Einkaufszone). Für ein Textilgeschäft z. B. ist eine 1-a-Lage notwendig, um die benötigte Kundenfrequenz zu erhalten. Ein-

zelhändler, die viele Stammkunden haben, können auch in 1-b-Lagen erfolgreich sein. Randlagen eigenen sich für Geschäfte, die aufgrund ihres Angebotes direkt und bewusst von Kunden aufgesucht werden.

- Die verfügbare Verkaufsfläche muss mit den Anforderungen des geplanten Geschäftes übereinstimmen. Zu große Flächen verursachen überflüssige Kosten (für Miete, Ausstattung und Ware). Zu kleine Flächen verschenken Umsatzpotenzial.

BEISPIEL

Karin Weg möchte ein Geschenkartikelgeschäft eröffnen. Sie muss einen Umsatz von ca. 200.000 € pro Jahr erwirtschaften, um erfolgreich zu sein. Das weist ihr Businessplan aus. Dieser Umsatz ist mit der Zielgruppe und im regionalen Bereich durchaus erzielbar.
Frau Weg weiß, dass durchschnittlich 2.000 € Umsatz pro Quadratmeter Verkaufsfläche in ihrer Branche erwirtschaftet werden. Deshalb muss sie ein Ladenlokal suchen, das ca. 100 qm Verkaufsfläche hat. Bleibt sie weit darunter, kann sie den Umsatz von 200.000 € pro Jahr nicht erzielen. Ist das Geschäft größer, muss sie mehr Kosten in Kauf nehmen, ohne dass ihr Umsatz wesentlich steigt.
Letztlich hat sich die Existenzgründerin für ein Ladenlokal mit einer Größe von 85 qm Verkaufsfläche entschieden. Das dürfte noch den notwendigen Umsatz erbringen und stand in der gesuchten 1-a-Lage zur Verfügung.

- Neben der eigentlichen Verkaufsfläche werden im Einzelhandel auch Nebenflächen für Sozialräume und Lager benötigt.
- Über Schaufenster kann den Kunden das Angebot im Einzelhandel nahegebracht werden. Darum sollten die in Frage kommenden Immobilien entsprechend ausgestattet sein.
- Eine gute Erreichbarkeit (auch mit dem Pkw) muss gegeben sein. Deshalb ist die Zahl der kostenlosen oder preisgünstigen Parkplätze in Reichweite des Geschäftes ein Entscheidungskriterium.
- Nicht zuletzt muss die Qualität der Räume stimmen: Gute Bausubstanz und zeitgemäße Technik sollten vorhanden sein.

Checkliste Geschäftsauswahl im Einzelhandel	
Bitte ergänzen Sie individuelle Anforderungen, die sich aus der Branche oder aus Ihren persönlichen Einstellungen ergeben.	
Sorgt die Lage für genügend Kunden?	☐
Passt die Nachbarschaft zum Vorhaben?	☐
Passt das Design des Hauses zum Geschäftsinhalt?	☐
Ist die Verkaufsfläche passend?	☐
Ist genügend Lagerraum vorhanden?	☐
Sind genügend Sozialräume vorhanden?	☐
Gibt es genügend Schaufenster?	☐
Gibt es genügend Parkplätze in erreichbarer Nähe?	☐
Ist die Bausubstanz in Ordnung?	☐
Ist der Fußboden in Ordnung?	☐
Ist die Decke in Ordnung?	☐
Sind die Wände in Ordnung?	☐
Ist der Eingang in Ordnung?	☐
Ist der Zustand der Heizung in Ordnung?	☐
Ist der Zustand der Wasserversorgung in Ordnung?	☐
Reicht die Stromversorgung für den Bedarf aus?	☐
Wie hoch ist die Miete pro qm Verkaufsfläche?	☐
Wie hoch ist die Miete insgesamt?	☐
Welche Nebenkosten müssen eingerechnet werden? (Nachweis)	☐
Wann steht das Geschäft zur Verfügung?	☐
…	☐
…	☐

2.3.2 Erreichbarkeit für Dienstleister

Ist für den Einzelhändler bei der Standortwahl die Lage des Geschäfts entscheidend, muss der Dienstleister vor allem auf die Erreichbarkeit seiner Geschäftsräume achten.

In der Regel hat der Dienstleister (egal, ob er in einem Heilberuf oder als Rechtsanwalt, Architekt oder Unternehmensberater arbeitet) keine Laufkundschaft. Die Kunden, die sein Geschäft aufsuchen, kommen ganz gezielt und sind deshalb auch dazu bereit, das Stadtzentrum zu verlassen. Parkplätze müssen auf jeden Fall vorhanden sein. In der Nähe der Praxen von Ärzten, Heilpraktikern und Physiotherapeuten sollte es Haltestellen des öffentlichen Nahverkehrs geben. Der Trend zu autofreien Innenstädten hat nicht ohne Grund zu Protesten von Einzelhändlern und Dienstleistern geführt. Erreichbarkeit ist für solche Unternehmen absolut lebensnotwendig.

Unternehmens- und Gründungsberater haben kaum Kundenbesuche. In der Regel sind sie diejenigen, die zu ihren Kunden fahren. Deshalb ist für sie eine verkehrsgünstige Lage (Autobahn, Bahnhof, Flughafen) von Vorteil. Sie können sich z. B. auch in einem Gewerbe- oder einem Wohngebiet niederlassen. Für Dienstleister ist die Ausstattung der Geschäftsräume wichtig. Ärzte, Heilpraktiker, Physiotherapeuten und Vertreter anderer Heilberufe stellen besonders hohe Ansprüche an ihre Geschäftsräume (Zahl und Größe der Räume, Versorgung mit Klimatechnik, sanitäre Ausstattung).

Immer wichtiger wird auch die digitale Infrastruktur. Wie schnell ist das Internet? Wie ist der Empfang des Mobiltelefons? Die digitale Verkabelung von Geschäftsräumen für Dienstleister gehört heute zum Standard.

TIPP

Je besser die digitale Infrastruktur der Unternehmensräume bereits ist, desto geringer sind Ihre Investitionen in diesem Bereich. Das gilt grundsätzlich auch für den allgemeinen Zustand der Räume. Entstehen Ihnen hohe Renovierungs- und Umbaukosten, sollten Sie diese Kosten in die Mietverhandlungen miteinbringen.

2.3.3 Preiswert für Handwerker

Auch Handwerker haben — verglichen mit Einzelhändlern — wenig Publikumsverkehr. Ihre Kunden sind dazu bereit, Geschäftsräume auch außerhalb der Fußgängerzone und des Stadtkerns aufzusuchen. Nur im Falle von Ausstellungsräumen (z. B. von Tischlern oder Fliesenlegern) haben Handwerker ähnliche Bedürfnisse wie Einzelhändler.

Was Handwerker auf jeden Fall brauchen, sind Lagerflächen und Unterstellplätze für kleine Lkws und Transporter. Dergleichen findet sich häufig preiswert in Gewerbegebieten. Da Handwerker zu ihren Kunden fahren, sollten sie den Standort ihres Unternehmens verkehrsgünstig im Hinblick auf ihr Einzugsgebiet wählen. Geschäftsräume im Zentrum des Einzugsgebietes sind optimal.

TIPP

Wenn Sie neben preiswerten Lagerflächen auch Ausstellungsräume benötigen, sollten Sie darüber nachdenken, beides räumlich voneinander zu trennen. Sie können z. B. Ihre Ausstellungsräume und Ihre Verwaltung in der Nähe Ihrer Kunden ansiedeln, während Sie Ihre Lagerräume und Ihren Fuhrpark in einem preiswerten Gewerbegebiet unterbringen.

2.3.4 Kriterien für Produktionsbetriebe und Großhändler

Werden viele Waren bewegt, beeinflusst die Lage des Unternehmens die Transportkosten. Unternehmen, die deutschlandweit tätig sind, können die Kosten für den Transport der eingekauften Rohstoffe, Materialien und Waren und die Kosten für die verkauften Produkte optimieren, indem sie einen möglichst zentralen Standort wählen. Die räumliche Nähe zu Großkunden kann die laufenden Kosten senken. Leider sind Existenzgründer (aus verständlichen Gründen) nicht immer flexibel, wenn sie den Wohnort für ihr neues Unternehmen wechseln sollen. Deshalb lässt sich die Forderung nach der optimalen Lage im Tätigkeitsgebiet nicht immer umsetzen. Auf jeden Fall sollten Sie für eine vernünftige Verkehrsanbindung (Autobahn, Bahnhof, Flughafen) sor-

gen. Ist ein Unternehmen auf bestimmte Rohstoffe angewiesen, lässt sich die Beschaffung vereinfachen, wenn der Rohstoff vor Ort verfügbar ist. Das gilt in Deutschland vor allem für landwirtschaftliche Erzeugnisse mit geringem Wert und hohen Transportkosten. Dergleichen sollte bei der Standortwahl berücksichtigt werden.

BEISPIEL

Eine Anlage zur Erzeugung von Energie mithilfe von Biogas benötigt Rohstoffe in Form von Getreide und anderen landwirtschaftlichen Produkten. Es ist also nicht gerade sinnvoll, eine solche Anlage mitten in einer Großstadt zu errichten. In einem landwirtschaftlich genutzten Gebiet ist eine solche Anlage viel besser aufgehoben.

Unternehmen, die den besonderen „Rohstoff" Mensch benötigen, sollten ihren Standort möglichst so wählen, dass die von ihnen benötigten Fähigkeiten in der näheren Umgebung eingekauft werden können. Wer also z. B. ein Unternehmen gründen will, das sich mit Produkten auf der Grundlage von Nanotechnologien befasst, sollte sich möglichst in einer Universitätsstadt niederlassen, in der entsprechende Ingenieure ausgebildet werden.

Nachbarn und Umwelt haben Rechte. Darum muss der Standort von Produktionsunternehmen so gewählt werden, dass die dort geplanten Aktivitäten problemlos durchgeführt werden können. Das betrifft in erster Linie die Lärmbelästigung und die Emissionen in Form von Gerüchen, Abgasen, Abwässern usw. Selbst der Lkw-Verkehr kann zu Konflikten führen. Beziehen Sie die mittel- und langfristige Planung in Ihre Überlegungen mit ein. Lässt sich das Auftragsvolumen in der Gründungszeit z. B. noch tagsüber abwickeln, kann es Sie zu einem späteren Zeitpunkt dazu zwingen, Nachtarbeit einzuführen. Werden dadurch die Menschen in einer benachbarten Siedlung unrechtmäßig gestört, hindert das die weitere Entwicklung Ihres Unternehmens. Beispielfälle hierfür gibt es zuhauf.

Der Kampf der Staaten, Bundesländer und Kommunen um Unternehmen, die Steuern zahlen und Arbeitsplätze schaffen, ist heftig. Preiswerte Industrie- und Gewerbeflächen sind fast überall zu bekommen, zusätzliche Fördermittel

können unter bestimmten Bedingungen eingestrichen werden. Jede größere Stadt hat eine eigene Stelle (Wirtschaftsförderung), die sich mit der Neuansiedlung von Unternehmen beschäftigt. Das sollten auch Existenzgründer nutzen.

2.3.5 Die Auswahl

Es ist nicht einfach, passende Miet- und Kaufangebote für Geschäftsräume zu finden. Die Immobilienanzeigen in den Tageszeitungen zu durchstöbern, ist aufwändig und nur selten erfolgreich. Gewerbeimmobilien werden auch über spezielle Börsen der Industrie- und Handelskammern vermittelt. Den größten Erfolg verspricht die Zusammenarbeit mit einem professionellen Makler, der auf Gewerbeimmobilien spezialisiert ist.

TIPP

Ein Makler verursacht erhebliche Kosten. Diese Kosten sind dann gerechtfertigt, wenn er Ihnen dabei hilft, das für Sie optimale Objekt zu finden. Er spart ihnen Zeit und verfügt über Angebote, die nicht frei zugänglich sind. Da der Standort und die Räume für den Erfolg Ihres Unternehmens entscheidend sind, sollten Sie die Hilfe eines Maklers in Erwägung ziehen.

Für die Standwortwahl ausschlaggebend sind u. a. die folgenden Faktoren:

- Die Fläche, die nicht zu klein, aber auch nicht zu groß sein darf.
- Die Lage, die den oben genannten Kriterien bezüglich der Unternehmensart entsprechen muss.
- Die Ausstattung, die — je nach Bedarf — die digitale Infrastruktur, die Tragfähigkeit des Bodens, die Qualität der Lichtanlage und vieles andere mehr umfassen muss.

- Die Kosten, die sich aus den Mietkosten, den Nebenkosten und den Vermittlungskosten zusammensetzen. Bei einem Kauf kommen zum Kaufpreis und zur Maklercourtage noch erhebliche Nebenkosten wie die Grunderwerbssteuer, die Notarkosten usw. hinzu.
- Der Renovierungsbedarf, der auf das junge Unternehmen zukommt. Das sind Kosten, die bereits vor der Aufnahme der unternehmerischen Tätigkeit entstehen.

ARBEITSHILFE ONLINE

Für Kaufverträge von Immobilien gilt die Pflicht der notariellen Beurkundung. Auch Mietverträge müssen auf jeden Fall schriftlich abgeschlossen werden. Auf dem Portal zum Buch „Arbeitshilfen online“ finden Sie ein Muster für einen Gewerbemietvertrag.

Checkliste Mietvertrag

Ein gewerblicher Mietvertrag sollte auf jeden Fall die folgenden Punkte festhalten:

- Die Laufzeit des Vertrages und eine Option zur Verlängerung durch den Mieter (z. B. 5 Jahre mit einer Option auf weitere 5 Jahre). ☐
- Die Kündigungsfrist, die zur Beendigung des Vertrages zum Laufzeitende bzw. in den Zeiten nach Ablauf der zunächst vereinbarten Laufzeit gültig ist. ☐
- Die Höhe der Miete und eventuell eine Mietpreisklausel, in der die Anpassung nach bestimmten Regeln festgeschrieben wird. ☐
- Die Art der zu erwartenden Mietnebenkosten und deren ungefähre Höhe. ☐
- Die Beschreibung des Mietobjektes (Größe, Art der Räume, Ausstattung usw.). ☐

! **ACHTUNG**

Jeder Standort muss ein K.-o.-Kriterium erfüllen: Er muss zulässig sein. Städte und Gemeinden können in Bebauungsplänen zulässiges Gewerbe und erlaubte Handelsbetriebe festlegen. Damit nehmen sie Einfluss auf die städtische Entwicklung. Daher muss jeder Miet- oder Kaufvertrag für eine Existenzgründung untersucht werden, ob das geplante unternehmerische Tun dort auch erlaubt ist.