

Absicherung durch Standortcheck

Die Bäckerei/Konditorei Mühlhäuser hat die von Stanpot und BÄKO-magazin verlorene Standortpotenzialanalyse gewonnen. Unter die Lupe genommen wurde eine neue Filiale in einem Baumarkt; das Vorgehen wird im Folgenden musterhaft vorgestellt.

„Wir wollen nicht der größte Bäcker im Altkreis Schwäbisch Gmünd sein, aber der Beste“ – so lautet das Motto von Günther Mühlhäuser. Seine Bäckerei/Konditorei mit Stammgeschäft am Heubacher Postplatz versteht sich als Unternehmen, das der Region sehr stark verbunden ist. Das gesamte rückstandskontrollierte Mehl bezieht sie z. B. von der Benz-Mühle aus Heidenheim. Um einen eigenen Beitrag zur Schaffung von Ausbildungsplätzen zu leisten, wurde die Anzahl der Ausbildungsverträge für 2008 um weitere 15 erhöht. Derzeit legen bei Mühlhäuser 26 Perso-

nen heute rund 200 Beschäftigte und 14 Filialen. Das firmeneigene Schulungszentrum sorgt für kontinuierliche Weiterbildung. Eine bekannte Spezialität ist das „VfB-Brot“, ein Mehrkornquarkbrot, das vor kurzem bei der jährlichen Brotprüfung wieder eine Goldmedaille erhielt.

So viel zu dem Bäckereiunternehmen, das sich anschickte, seine jüngste Filiale nach mehrwöchiger Umbauzeit im Hagebauzentrum in Böbingen zu eröffnen. Der erste Eindruck: Dank der Umbaumaßnahmen weist das Objekt eine ansprechende Gestaltung der gesamten Ladeneinrich-

nung auf. Im Ladenbackofen wird im 20-Minuten-Rhythmus gebacken. Ein breites Snackangebot, das vor den Augen des Kunden frisch zubereitet wird, ergänzt das Sortiment an Kuchen, Torten, Schnitten und Sahnerouladen.

VOM GROSSEN UND KLEINEN UMFELD

Als Günther Mühlhäuser von dem Gewinn einer Standortpotenzialanalyse erfuhr, entschied er sich spontan, den neuen Filialstandort im Hagebauzentrum begleitend nochmals gründlich überprüfen zu lassen – Stanpot-Geschäfts-

tersuchte Objekt sowie den daraus abgeleiteten Empfehlungen.

► Die Makrostandortanalyse untersucht allgemeine demographische Daten und kaufkraftrelevante Informationen – Umfeld und Wettbewerb im Großraum also.

► Die Mikrostandortanalyse beschäftigt sich mit der Lagequalität und dem Umsatzpotenzial des konkreten Standorts. Dafür kommen neben Passanten- und Kundenzählungen eine detaillierte Umfeldbeschreibung und eine lokale Wettbewerbssituationsanalyse zum Einsatz.

Das Fazit enthält eine Prognose der erwarteten Kundenzahl und des Tagesumsatzes sowie eine Gegenüberstellung der diagnostizierten Stärken und Schwächen. Abschließend werden Wege zur bestmöglichen Nutzung des Vor-Ort-Potenzials aufgezeigt.

DIE ERGEBNISSE DER ANALYSE

Makrostandortanalyse: Das Untersuchungsobjekt im Hagebauzentrum Böbingen liegt abseits der Hauptverbindungsstraße B29 in einer ländlich geprägten Wohn-gemeinde von geringer Zentralität. Das umgebende Gewerbegebiet weist keine Frequenzbringer auf, Anwohner sind in fußläufiger Entfernung nicht vorhanden; eine Nahversorgerfunktion ist also nicht gegeben. Daher ist das zu erwartende Potenzial der Filiale laut Stanpot direkt abhängig vom Kundenfluss des Baumarkts.

Die allgemeine Kaufkraft im PLZ-Bereich liegt nur minimal über dem Bundesmittel. Die Einkommenssituation der Bevölkerung in Böbingen ist dagegen sehr positiv. Rund 13 000 Familien mit Eigenheim im Betrachtungsraum

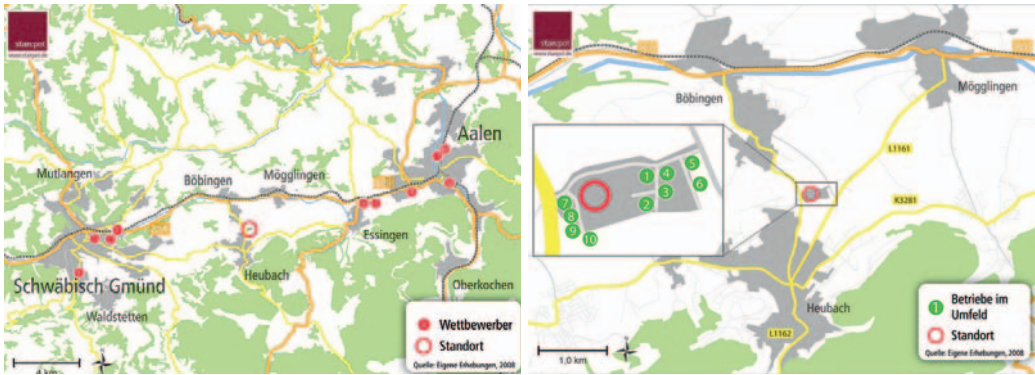


Die rundum neu gestaltete Mühlhäuser-Filiale im Hagebauzentrum Böbingen ist schon von außen gut zu erkennen. Ein großer Pluspunkt im Konzept ist das Sitzcafé für 20 bis 30 Personen (r.).

nen eine Ausbildung in Produktion, Verkauf oder Büro ab. Seit Bäckermeister Günther Mühlhäuser vor 20 Jahren das Geschäft übernahm, baute er den Service beständig aus und schuf gemeinsam mit seiner Frau Manuela, Bäckerin und Betriebswirtin des Handwerks, über 180 neue Arbeitsplätze. Insgesamt hat das Unternehmen (www.muehli.de)

tung auf, in der das Backwarenangebot bestens präsentiert werden kann. Der Verkaufsraum und das neue Café strahlen eine gemütliche Atmosphäre aus, die von Montag bis Samstag zum Entspannen nach dem Einkauf einlädt. Täglich wird ein warmes Tagesessen angeboten. Dieses kann man im Sitzcafé verzehren oder fürs Büro bzw. Zuhause mit-

nehmen. Im Ladenbackofen wird im 20-Minuten-Rhythmus gebacken. Ein breites Snackangebot, das vor den Augen des Kunden frisch zubereitet wird, ergänzt das Sortiment an Kuchen, Torten, Schnitten und Sahnerouladen. Das nun vorliegende umfangreiche Gutachten von Stanpot – nachfolgend stark verkürzt wiedergegeben – besteht im Wesentlichen aus einer Makrostandortanalyse für das PLZ-Gebiet 73560 (Gemeinde Böbingen) und einer Mikrostandortanalyse für das un-



Makro- und Mikrostandortanalyse ergänzen sich zu einer stimmigen Gesamtsicht auf das Potenzial eines Standorts.

versprechen eine stabile Nachfrage im Baumarktsektor. Zudem zeigen die Statistiken einen überdurchschnittlich hohen Anteil an Mehrpersonenhaushalten mit Kindern und ein weit überdurchschnittliches Haushaltsnettoeinkommen – gute Voraussetzungen für die Bäckereifiliale.

Mikrostandortanalyse: Deutliche Pluspunkte ergaben sich aus der architektonischen Qualität und der Objektbeurteilung. Der moderne Neubau ist innen hell und übersichtlich, die Bäckereifiliale auch von außen zu sehen. Eine gut einsehbare Thekenfront und eine Snacktheke an den Laufwegen der Passanten, Sitzmöglichkeiten innen und außen sowie eine gute Ausschilderung stehen auf der Habenseite.

Fünf Baumarkt-Wettbewerber im Umkreis von 10 km und zehn im Umkreis von 15 km sorgen für eine angespannte Wettbewerbssituation. Allerdings birgt die Kombination Baumarkt mit Fachhandel – einzigartig in der Region – zusätzliches Kundenpotenzial. Eine langfristige Steigerung der Kundenzahlen von 10–15% wird als realistisch eingeschätzt, doch das bislang verhältnismäßig geringe Passantenaufkommen

(650–750 pro Tag) und die daraus resultierende geringe Kundenzahl bewogen Stanpot, ein Status-Quo-Szenario (A) und ein Zuwachs-Szenario (B; 730–840 Passanten pro Tag) in die Analyse einzubeziehen. Die standorttypische hohe Abschöpfungsquote von ca. 20–25% ergibt in Kombination mit der Kundenprognose folgende Umsatzprognosen:

- ▶ Szenario A: 130–188 Kunden/Tag x (2,70–3,00 Euro/Tag) = 351–564 Euro/Tag;
- ▶ Szenario B: 146–210 Kunden/Tag x (2,70–3,00 Euro/Tag) = 394–630 Euro/Tag.

Ausgehend vom standorttypischen Erfahrungswert (2,40–2,70 Euro) lassen die örtlichen Besonderheiten eine Anhebung des Pro-Kopf-Umsatzes um 0,20–0,30 Euro realistisch erscheinen. Und absatzstarke Produkte wie Snacks, Getränke und Mittagstisch versprechen eine hohe Gewinnspanne. Dennoch: „Mit den hier berechneten voraussichtlichen Kundenzahlen und resultierenden Umsätzen ist ein wirtschaftlicher Betrieb der Filiale nicht klar ersichtlich. Daher raten wir zu einer genauen Überprüfung der Rahmenbedingungen (Miete, Personalkosten etc.) und

zu entsprechend vorausschauender Kalkulation, um ein negatives betriebswirtschaftliches Ergebnis abzuwenden“, zieht Stanpot-GF Thomas Rahm ein zur Vorsicht mahnendes Fazit.

Die Entwicklung der eigenen Kundenzahl hängt im vorliegenden Fall direkt mit der Anziehungskraft des Hagebaumarkts zusammen. Hier gibt es für den Filialbetreiber keine Möglichkeit zur Einflussnahme. Doch zeigt Stanpot Chancen zur Optimierung der eigenen Abschöpfungsquote auf:

- ▶ Die optische Präsentation muss dem hochwertigen modernen Umfeld angemessen sein (helle, einladende Fensterfront zum Parkplatz hin, hochwertige Möblierung innen/außen mit stilvollem Bistrotcharakter, moderne Werbeanlagen, Grünpflanzen).

▶ Eine einladende, übersichtliche und stets gut gefüllte Theke sollte selbstverständlich sein. Der unmittelbar an der Filiale vorbeiführende Passantenstrom muss durch entsprechende Lockangebote und Hinweisschilder „eingefangen“ werden.

- ▶ Während der Freiluftsaison sollte das Areal draußen unbedingt bestuhlt werden. Vier „Quoten-Stellplätze“ vor der Filiale kos-

ten zurzeit wertvollen Terrassenplatz. Durch eine Kooperation mit dem Hagebaumarkt wäre es u. U. möglich, diese Fläche als Cafébereich zu nutzen: der Hagebaumarkt könnte ein Showcafé mit seinen Gartenmöbeln ausstatten und die Kunden in einem echten Praxistest überzeugen.

- ▶ Der hohe Anteil an Handwerkern und Bauarbeitern kann frühmorgens, zur Brotzeit und Mittags durch entsprechende Angebote (Frühstücks- und Vesperpakete, Kaffee zum Mitnehmen, Mittagstisch etc.) abgeschöpft werden. Auch die Angestellten des Baumarkts sowie die Mitarbeiter umliegender Betriebe sind dafür dankbare Abnehmer.

- ▶ Auffällige, gut sichtbare Werbeanlagen (Fahnen, Beachflags) an der Straße und auf den Parkplätzen (Einkaufswagen) sollten die Besucher an leckere Backwaren und Snacks „erinnern“.

DAS FAZIT DES BÄCKEREIUNTERNEHMERS

„Die Standortanalyse ist sehr gut gemacht und sehr gut recherchiert. Sie deckt sich in den meisten Fällen mit unseren Werten. Darüber hinaus konnten wir weitere interessante Analysen gut gebrauchen“, kommentiert Günther Mühlhäuser das Ergebnis der Stanpot-Untersuchung vor Ort. „Wir wissen dass es sich bei diesem Standort um einen sehr risikoreichen Standort handelt“, fügt er hinzu. Dementsprechend habe man bereits Angebote und Aktionen für die neue Filiale eingeplant. Auch in Zukunft will Mühlhäuser auf Standortpotenzialanalysen jedenfalls nicht mehr verzichten. sts

Sportive Großereignisse nicht verpassen!

Für Ihre Kunden: **tolle Aktionen und Produkte.**
Für Sie: **Gewinnen Sie einen Super-Flachbildschirm.**
Mehr Infos unter www.meylip.de



Appetit auf Morgen!