

Auszug aus dem Kompaktkurs Businessplan und Existenzgründung zum Thema „Standortentscheidung“ mit thematisch passendem Auszug aus dem Musterbusinessplan für die Gastronomie (Banken/Investoren)

**Download-Center
bei www.amaveo.de
Downloads mit System**

Auszug aus dem **Kompaktkurs** **Existenzgründung und Businessplan** **Die Wahl des Standortes**

Die Wahl des Standortes muss im Businessplan offen gelegt werden. Hierfür reicht es nicht aus, eine Adresse zu nennen. Sie müssen beschreiben, welche Kriterien den Ausschlag für Ihre Entscheidung gegeben haben. Dabei kommen viele Kriterien in Frage.

Sollte für Ihr Vorhaben der Standort von besonderer Bedeutung sein, sollten Sie vor der Auswahl einen Kriterienkatalog festlegen und eine Bewertung vornehmen, aus der hervorgeht, wie wichtig das jeweilige Kriterium für Ihre Existenzgründung ist. Aus dieser Bewertung geht dann hervor, ob sich ein Standort für Ihre Pläne eignet. Sie können mit Hilfe der Bewertung auch mehrere mögliche Standorte vergleichen.

Zur Auswahl und übersichtlichen Bewertung Ihrer individuellen Kriterien bietet sich ein so genanntes Scoringverfahren (auch: Nutzwertanalyse) an. Das Verfahren erlaubt die Gewichtung der Kriterien und eine **Bewertung qualitativer und quantitativer Merkmale**. Ihre individuellen Prioritäten werden bei diesem Verfahren offen gelegt und erlauben eine Bewertung auf Basis individueller Auswahlkriterien. Die Nutzwertanalyse ist insbesondere für solche Vorhaben geeignet, bei denen der Standort eine wichtige Rolle spielt. Das ist zwar nicht für alle Unternehmen der Fall; nichtsdestotrotz ist es beispielsweise auch bei einem Freiberufler kein Fehler, ein paar Kriterien für den Standort näher zu betrachten. Unter Umständen stellt sich heraus, dass Ihre bisherigen Überlegungen doch noch einmal überarbeitet werden sollten. Unterschätzen Sie den Standort nicht – auch nicht im Rahmen von Kleinstgründungen. Ob eine genauere Betrachtung des Standortes sinnvoll ist oder nicht, müssen Sie selbst entscheiden. Wenn Sie unsicher sind, holen Sie professionellen Rat ein und vermeiden Sie damit Fehlentscheidungen.

So funktioniert die Bewertung mit Hilfe der nachfolgenden Tabelle:

Gewichtung: In der Spalte Gewichtung werden Punkte verteilt, die Ihre Schwerpunkte zum Ausdruck bringen. Die Punktzahl soll die Bedeutung des Kriteriums im Verhältnis zu anderen Kriterien ausdrücken. 0 Punkte stehen dabei für ein Kriterium, das für Sie keine Rolle spielt. 3 Punkte stehen für ein Kriterium, das sehr wichtig für Sie ist. Wie wichtig welches Kriterium ist, hängt von Ihrer geplanten Existenzgründung ab. Sie können auch – beispielsweise durch farbige Markierungen – solche Kriterien festlegen, die unbedingt erfüllt werden müssen. Wird ein solches Kriterium dann nicht erfüllt, können Sie den jeweiligen Standort gleich verwerfen, ohne eine ausführliche Bewertung vorzunehmen. Damit können Sie Angebote sehr schnell darauf prüfen, ob ein Standort überhaupt in Frage kommt.

Bewertung: In der Spalte Bewertung werden pro Kriterium Punkte vergeben, und zwar von 0 bis 3 Punkte. Die Punkte repräsentieren die Erfüllung des Kriteriums; 0 steht für die Nichterfüllung des Kriteriums, 3 steht für die 100%ige Erfüllung des Kriteriums.

Ergebnis: In der Ergebnisspalte wird die Zahl aus den Spalten Gewichtung und Bewertung multipliziert. Das Ergebnis zeigt deutlich, wie ein Standort von Ihnen bewertet wird – welche Standorte in Frage kommen und welche nicht.

Summen: Addieren Sie die Ergebnisse der Teilbereiche (Punktzahl für die wirtschaftliche Bewertung, Punktzahl für die Lage, Punktzahl für die Räumlichkeiten). Damit können Sie gleich sehen, in welchen Teilbereichen ein Standort stark oder schwach zu bewerten ist. Addieren Sie auch die Gesamtpunktzahl für alle Kriterien – insbesondere dann, wenn Sie mehrere Standorte vergleichen wollen. Sie werden dann sehr schnell herausfinden, welcher Standort der beste für die Umsetzung Ihrer Pläne ist.

Kriterium	Gewichtung 0=unwichtig 1=wenig wichtig 2=wichtig 3=sehr wichtig	Bewertung 0=Kriterium nicht erfüllt 1=Kriterium kaum erfüllt 2=Kriterium erfüllt 3=Kriterium sehr gut erfüllt	Ergebnis
Wirtschaftliche Bewertung des Standortumfeldes (Infos unter http://www.destatis.de/onlineatlas/)			
Zielkunden mit Standort erreichbar (Daten gibt es bei statistischen Ämtern)?	3	3	3×3=9
Kaufkraft am Standort (z.B. in statistischen Jahrbüchern nachvollziehbar)?	3	3	9
Mitbewerber am Standort und in der Umgebung?	3	2	6
Welche „Vorgeschichte“ hat der Standort? Wie lange stand ein Standort leer und warum haben alte Mieter/Pächter aufgegeben? Gibt es Hinweise auf Probleme mit dem Vermieter?	3	3	9
Wie wird die zukünftige wirtschaftliche Entwicklung in der näheren Umgebung beurteilt (z.B. Bebauungsplanung, Planung bei öffentlichen Verkehrsbetrieben, etc.)?	2	3	6
...			n.a.
...			n.a..
Summe wirtschaftliche Bewertung			39
Lage des Gewerbe- oder Büroraumes			
Anbindung öffentliche Verkehrsmittel			
Parkplätze			
Passantendichte			
Nähe zu Einrichtungen mit hoher Frequenz in Sichtweite (Einkaufszentrum, Haltestellen, Banken, Supermärkte, Drogeriemärkte, Post, Behörde, anderes)?			
Verkehrswege (z.B. für Zu- oder Auslieferung)			
Infrastruktur z.B. Internet-Anbindung			
Energieversorgung			
Wer Mitarbeiter braucht: Sind Fachkräfte im Einzugsgebiet zu finden?			
Sind die Räumlichkeiten repräsentativ genug?			
...			
...			
Summe Lage des Gewerbe- oder Büroraumes			
Der Gewerbe- oder Büroraum selbst			
Genehmigung als Laden, Büro, Werkstatt, Lager, Gastronomie vorhanden (Auskünfte erteilen Rathäuser und Bauverwaltungen)?			

Kriterium	Gewichtung 0=unwichtig 1=wenig wichtig 2=wichtig 3=sehr wichtig	Bewertung 0=Kriterium nicht erfüllt 1=Kriterium kaum erfüllt 2=Kriterium erfüllt 3=Kriterium sehr gut erfüllt	Ergebnis
Sind baurechtliche Bestimmungen erfüllt – wenn nein, wie hoch sind die Kosten, um diese zu erfüllen?			
Erweiterungsmöglichkeiten am Standort?			
Für Gastronomen: Innen- und Außenbereich verfügbar?			
Schaufenster groß und gut sichtbar?			
Räume groß genug, sind genügend Räume vorhanden?			
Welche Umbaumaßnahmen sind notwendig und welche Kosten entstehen dafür?			
Sind Toiletten, Wasch- und Pausenräume vorhanden?			
Kommen eventuelle Auflagen z.B. Aus Gründen des Umweltschutzes in Frage?			
Mietpreis und Konditionen wie Mietfreiheit bei Renovierung etc.?			
Fallen Kauttionen/Provisionen an?			
Zugang barrierefrei möglich?			
Kann Außenwerbung angebracht werden?			
Darf ein Sonnenschutz angebracht werden?			
Sind Aufzüge vorhanden?			
Wie sind die Räumlichkeiten ausgestattet?			
...			
...			
Summe Gewerbe- oder Büroraum selbst			
SUMME GESAMT			

Ein weiteres Kriterium bei der Wahl des Standortes kann der so genannte **Hebesatz** sein. Der Hebesatz ist relevant für die Höhe der Gewerbesteuer und wird von den Gemeinden festgesetzt. Dementsprechend variiert dieser je nach Gemeinde – die Unterschiede können erheblich sein. Wenn Sie hierzu genaueres wissen möchten, sollten Sie im Abschnitt „Die Besteuerung des Unternehmens“ nachschlagen, was es damit auf sich hat.

Sollte es nicht sinnvoll sein, Räume anzumieten, so gehen Sie mindestens von einer „Büroecke“ in Ihrer Wohnung aus. Die **Miete für die genutzte Fläche in der eigenen Wohnung** setzen Sie in diesem Fall anteilig als Mietkosten für Ihre Selbstständigkeit an. Im Gegensatz zum Arbeitszimmer bei einer festangestellten Tätigkeit haben Sie hier alle Freiheiten. Mietkosten sind Betriebsausgaben und werden dementsprechend berücksichtigt. Dabei ist es gleichgültig, ob es sich um einen abgetrennten Arbeitsraum handelt oder nicht.

Sollten die Räumlichkeiten für Ihre Selbstständigkeit bereits gefunden sein, dann schreiben Sie im Businessplan die Adresse auf und beschreiben Sie, weshalb Sie sich für den Standort entschieden haben. Die Argumentation sollte sich auch hierbei an den oben von Ihnen genannten oder herausgefundenen Kriterien orientieren. Stellen Sie dar, welche Kriterien erfüllt werden und welche Vor- und Nachteile Ihnen der gewählte Standort bringt. **Falls am Standort Umbaumaßnahmen**

notwendig sind, beschreiben Sie auch diese. Auf jeden Fall müssen alle Kosten, die im Zusammenhang mit dem Standort entstehen im Businessplan bei der Standortbeschreibung genannt werden.

Von großer Bedeutung ist die **Darstellung der Kosten**, die im Zusammenhang mit Ihrem Standort entstehen. Im Abschnitt „Standort“ des Businessplanes sollten Sie kurz beschreiben, wie hoch die Miet- und/oder Umbaukosten für diesen Standort sind. Einrichtungen wie beispielsweise Büro- oder Lagermobiliar können Sie an dieser Stelle ebenfalls aufführen. Dies ist allerdings nur dann sinnvoll, wenn Sie einen Businessplan für die Bank erstellen und wenn für die Einrichtung größere Beträge ausgegeben werden sollen. Für einen Schreibtisch, Stuhl und Schrank sollten Sie sich hier nicht die Mühe einer näheren Beschreibung machen.

Ist der Standort bereits gefunden, so sollte ein Mietvertrag oder ein Vorvertrag in den Anhang des Businessplanes eingefügt werden. Auch für andere erhebliche Kostenpositionen wie beispielsweise größere Umbauten sollten Angebote in den Anhang eingefügt werden. Kleinigkeiten wie beispielsweise das Dekorationsmaterial für ein Ladengeschäft oder eine Gastronomie brauchen Sie nicht im Detail zu beschreiben; ein Angebot ist hierfür ebenfalls nicht notwendig. Ist Ihr Businessplan für eine Bank bestimmt, so sind Verträge oder Angebote im Anhang besonders wichtig.

Ich zeige nun ein Beispiel für die Beschreibung des Standortes in einem Businessplan. In diesem Beispiel arbeitet der Gründer/die Gründerin regional. Es sollte erwähnt werden, ob eine räumliche Eingrenzung der geplanten Leistungen durch den Standort entsteht oder nicht:

*Sitz und einziger Standort des Unternehmens ist in **Musterhausen** – die genaue Adresse lautet Beispielstrasse 11 in 99999 Musterhausen. Die Anmietung von gesonderten Räumen ist für die unternehmerische Tätigkeit nicht sinnvoll und notwendig. Produktive/Wertschöpfende Tätigkeiten werden beim Kunden ausgeführt; es ist nicht zu erwarten, dass Kunden in das Büro des Gründers kommen werden (keine Notwendigkeit von repräsentativen Büroräumen). Weiterhin wird der größte Teil der Werkzeuge im vorhandenen Fahrzeug deponiert, um dort einsatzbereit zu sein. Der Flächenbedarf zur Aufbewahrung ist also gering.*

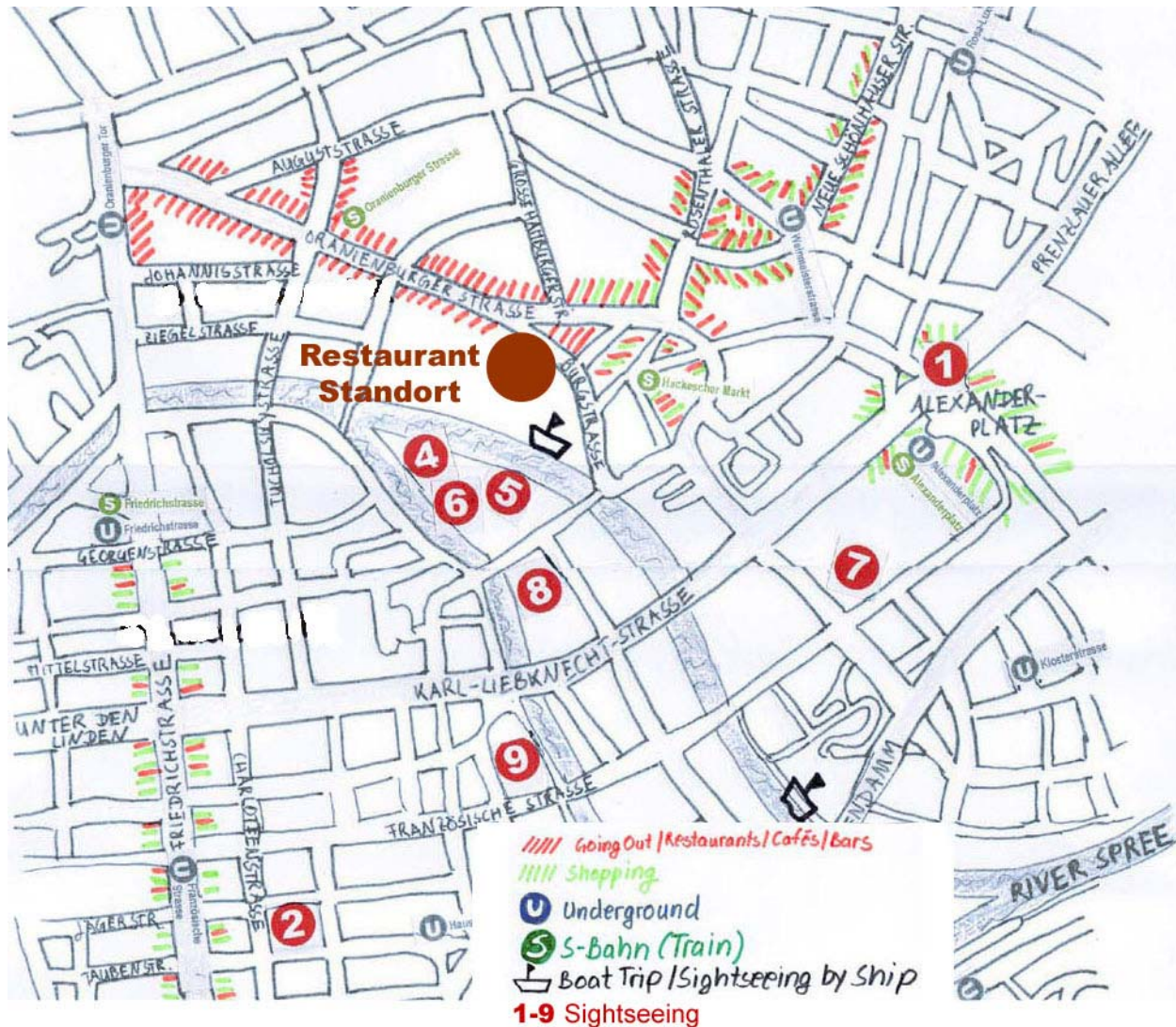
Flächen für die Einrichtung eines Büroarbeitsplatzes und für die Einrichtung von Lagerflächen für Werkzeuge sind im Abschnitt Finanzdaten mit anteiliger Miete geplant. Es ist mit einer Fläche von 15 qm und Kosten von 10 EUR pro Quadratmeter zu rechnen. Damit ergeben sich monatlich anteilige Mietkosten in Höhe von EUR 150 incl. Mietnebenkosten. Kosten für Umbauten, Renovierung, Provisionen, Kautionen oder ähnliches entstehen nicht.

*Bedingt durch den Standort ergibt sich eine **räumliche Eingrenzung der angebotenen Dienstleistung** auf das regionale Umfeld in einem Umkreis von maximal 30 km um den Wohnort. Das Gebiet um den Wohnort kann durch die günstigen Verkehrsanbindungen gut erreicht werden. Die Ausweitung auf andere Gebiete hätte einen sprunghaften Anstieg der Kosten (Fahrkosten) zur Folge; dies erscheint also wenig rentabel und ist nicht geplant.*

Wenn Sie Niederlassungen/Zweigstellen geplant haben, müssen Sie dies hier ebenfalls erwähnen. Auch die Kosten für Niederlassungen/Zweigstellen müssen aufgeführt werden.

Eine Übersicht über die Lage und die Umgebung eines Standortes können Sie bei GoogleMaps ermitteln. Gehen Sie hierfür zu Google Maps (<http://maps.google.de> für Deutschland) und geben Sie einen Standort ein und suchen Sie nach den gewünschten Branchen, die Sie sehen wollen. Zusätzliche Informationen über Wettbewerber können Sie auch bei GoogleEarth in Erfahrung bringen. Aber Vorsicht: **Es ist nicht zu empfehlen, die Luftbilder aus GoogleEarth oder die Karten aus GoogleMaps zu verwenden;** im Rahmen des Urheberrechtsschutzes könnte die Verwendung in einem Businessplan als gewerbliche Nutzung verstanden werden. Die gewerbliche „Selbstbedienung“ ist jedoch in den Bedingungen bei GoogleMaps und bei GoogleEarth

ausdrücklich ausgeschlossen. Aus diesem Grunde ist die Software nur geeignet, um eventuell weitere Restaurants, Ladengeschäfte oder etwas anderes zu lokalisieren. Ein Übertrag der Informationen in eine selbstgezeichnete Karte muss dann noch erfolgen. Das ist zwar mühsam, verschafft aber einem Leser, der das Umfeld nicht so genau kennt wie Sie, einen wunderbaren Überblick. Eine solche Karte braucht etwas Platz – Sie können diese Karte aus diesem Grunde auch im Anhang unterbringen, um den Text- und Informationsfluss im Businessplan nicht durch ein sehr großes Bild zu stören.



Im Businessplan haben Sie nicht sehr viel Platz, um in langen Texten alles rund um den Standort bis ins letzte Detail zu beschreiben. Deshalb ist es wichtig, dass Sie Prioritäten setzen und sich auf die Beschreibung der wichtigen Kriterien beschränken. „Nebenschauplätze“ wie beispielsweise die Anordnung von Regalen oder Tischen sind irrelevant und nicht geeignet, um einen Gesamteindruck zu vermitteln. Mit Hilfe der folgenden Fragen können Sie herausarbeiten, was für Ihren Businessplan wichtig ist und was Sie nicht näher beschreiben müssen – denken Sie dabei stets daran, dass Prioritäten gesetzt werden müssen, um die Standortbeschreibung nicht grösser als ein bis eineinhalb Seiten werden zu lassen.



Welche Kriterien sind bei der Wahl des Standortes für Sie wichtig und welche Voraussetzungen muss ein Standort unbedingt erfüllen? Sie können hierfür die vorherige Tabelle zur Standortbewertung zu Hilfe nehmen.

Wenn Sie schon einen Standort gewählt haben: Beschreiben Sie kurz das Umfeld (Wirtschaftliche Lage und räumliche Lage des Standortes). Setzen Sie dabei besondere Schwerpunkte bei den Kriterien, die Sie in der Frage vorher herausgearbeitet haben.

Wenn Sie schon einen Standort gewählt haben: Beschreiben Sie die Räumlichkeiten!

Wenn Sie schon einen Standort gewählt haben: Welche Kosten kommen im Zusammenhang mit dem Standort auf Sie zu? Hier ein paar Hinweise, welche Kosten eventuell entstehen können:

- Miete/Pacht
- Kationen
- Provisionen
- Umbaumaßnahmen
- Renovierungsarbeiten
- Kosten für Genehmigungen

Wenn Sie schon einen Standort gewählt haben:

- Fotografieren Sie den Standort von Außen; auf dem Bild sollten auch benachbarte Geschäfte zu sehen sein!
- Fotografieren Sie den Standort auch von Innen, um den Zustand der Räume zu dokumentieren!
- Lassen Sie sich einen groben Grundriss geben oder zeichnen Sie diesen selbst!
- Achten Sie bei Fotografien darauf, dass das Bild nicht zu klein ist! Bilder einer Handykamera sind meist nicht geeignet, um im Businessplan eine brauchbare Abbildung zu erstellen.
- Wenn Laufkundschaft für Sie relevant ist, können Sie zählen, wie viele Passanten schätzungsweise pro Stunde vorbeikommen und hochrechnen, wie viel pro Tag, pro Woche, pro Monat am geplanten Standort los ist.

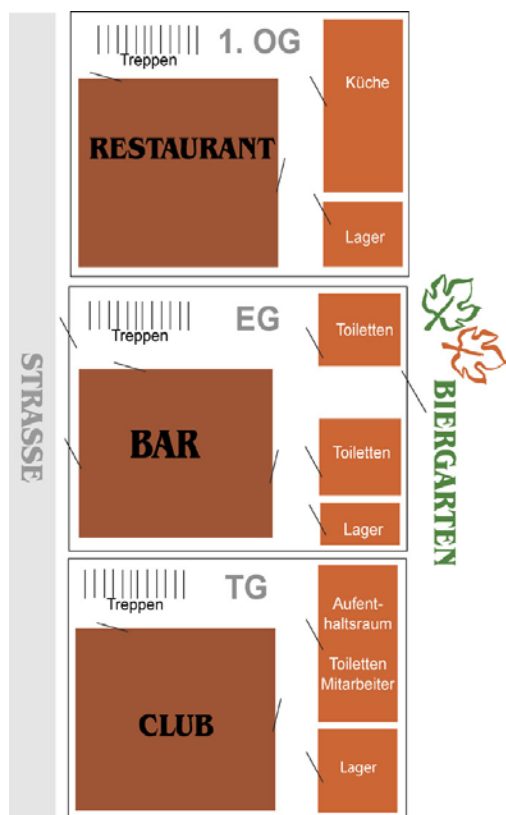
Standortbeschreibung aus dem **Musterbusinessplan** **Existenzgründung in der Gastronomie**

Der Standort des geplanten Unternehmens ist bereits gefunden, in der Beispielstrasse 1 in 00000 Musterhausen. Er liegt in einer zentralen Lage in Musterhausen. Das Gebäude wurde neu errichtet, schon in der Planungsphase wurde die Lokation für den Betrieb eines Restaurants, einer Bar und ähnlichem ausgelegt und vollständig vorbereitet. Sämtliche Genehmigungen für den Gastronomiebetrieb am Standort liegen vor; so dass keinerlei Probleme hiermit zu erwarten sind.

FOTOGRAFIE DES LADENS
AUSSEN MIT UMLIEGENDEN
GESCHÄFTEN oder
KARTENÜBERSICHT MIT
UMLIEGENDEN GESCHÄFTEN

Zur **Standortumgebung** lässt sich folgendes festhalten: In direkter Nachbarschaft (in Sichtweite) finden sich Einkaufszentrum mit Parkhaus, ein Kino, ein italienisches und ein griechisches Restaurant, eine Bowlingbahn, Imbiss, ein Bäcker mit Steh-Café, zwei Bus- und Straßenbahnhaltestellen, eine Bank und eine Post.

Die **Passantenfrequenz ist hoch** – besonders am Abend. Das ist vorteilhaft für das geplante Vorhaben, da sich interessierte Gäste ohnehin in der Gegend aufhalten. Die Region ist insgesamt wirtschaftlich stabil; auffällig viele Menschen sind den mittleren und oberen Einkommensgruppen zuzuordnen. Auch dies zeigt sich vorteilhaft für das geplante Vorhaben.



Die **Räumlichkeiten** selbst können wie folgt beschrieben werden: Die Fläche umfasst 390 qm über drei Stockwerke, und liegen gut sichtbar zur Strasse hin - mit großen Fenstern bis zum Boden, die im Sommer im EG und 1. OG geöffnet werden können und "Freiluft-Gefühl" erzeugen. Im EG können vor der Bar Außentische untergebracht werden. Die Räumlichkeiten umfassen neben Gasträumen auch Toiletten, eine Küche, und Lagerräume. Das Anbringen von Außenwerbung ist einfach möglich – die Türen stellen auch für Gehbehinderte keinerlei Problem dar; neben den Treppen befindet sich ein Aufzug - die Optik des Gebäudes ist gepflegt. Die Räume sind in gutem Zustand – ein farblich passender Anstrich ist nötig und es sind kleinere Installationsarbeiten notwendig. Laut Angebot (siehe Anhang) kalkuliere ich hierfür EUR 8.000 ein. Weitere ca. EUR 7.500 fallen für das Anbringen von Holzverkleidungen an Wänden an.

Der **Biergartenbereich** wurde bereits früher als Biergarten genutzt – Ausbesserungsarbeiten sind noch erforderlich. Hierfür fallen Kosten in Höhe von EUR 3.000 an (siehe Angebot im Anhang). Der Zugang zum Biergarten ist durch das Gebäude möglich oder durch ein Eingangstor neben dem Gebäude. Das Tor muss zu Kosten von etwa 2.500 EUR erneuert werden. **Damit ergeben sich insgesamt EUR 21.000 für die Fertigstellung der Räumlichkeiten.**

Der **Mietpreis** für die Gesamtfläche inklusive Nebenkosten wird mit EUR 6.900 angesetzt. **Kauttionen** fallen in Höhe von EUR 9.000 an; Provisionen fallen nicht an. Der Mietvertragsentwurf findet sich im Anhang. Die **Ausstattung der Gasträume** mit Möbeln soll passend zum Konzept aus Möbeln im Kolonialstil mit dunklen Hölzern bestehen; hierfür liegen verschiedene Angebote vor (siehe Anhang). Die Küche soll professionell ausgestattet werden; sämtliche Einrichtungsgegenstände für Gasträume, Lagerräume und Küche können der Finanzplanung entnommen werden.

An dieser Stelle können Sie auch noch ein Diagramm mit der wirtschaftlichen Situation zeigen oder ein solches Diagramm im Anhang unterbringen. Abbildungen finden Sie im Atlas zur Regionalstatistik bei den statistischen Ämtern (destatis): <http://www.destatis.de/onlineatlas/>. Achten Sie vor allem darauf, ob sich Ihre Zielkunden in der Nähe des Standortes befinden. Der Regionalatlas hält interessante Daten bereit (z.B. Kaufkraft in der Region).

Ein solches Diagramm ist aber auch gut im Anhang aufgehoben. Sie sollten etwas derartiges nur dann hier einfügen, wenn es nicht zuviel Platz (nicht mehr als 1/3 einer Seite) in Anspruch nimmt. Insgesamt sollte die Standortbeschreibung bei einer Existenzgründung, für die der Standort eine wichtige Rolle spielt, etwa 1 bis 1,5 Seiten umfassen.