

Eine **Grundlagenstandortanalyse** umfasst einen Überblick über die vorhandenen Standortqualitäten, kleinräumige Marktausschöpfungen, die Potenzialbindung und die Marktposition gegenüber dem Wettbewerb. Dar- aus entwickeln wir ein Standort- und Filialnetzkonzept.

Wir messen die **Zufriedenheit Ihrer Kunden** mit den derzeitigen Angebotsstrukturen im Hinblick auf die Ausgewogenheit der Vertriebswege und der Qualität und Erreichbarkeit Ihrer Standorte. Hier geht es nicht um die Messung der Kundenzufriedenheit mit Ihren Verkaufs- und Beratungsleistungen, sondern ausschließlich um die vergleichende Bewertung der Vertriebswege und insbesondere um die der stationären Angebote.

Auf der Basis dieser Grundlagen untersucht ein **Standortmonitoring** in regelmäßigen Abständen (in der Regel ist ein Zeithorizont von fünf Jahren ange- messen) die Veränderungen folgender Faktoren:

Standortqualitäten

- Haben sich die Standortbedingungen der Filia- len durch Umfeldanpassungen, Stadtplanung, Geschäftsaufgaben oder -verlagerungen maß- geblich verändert?
- Verschieben sich aufgrund der Veränderung von Standortqualitäten die Standortpotenziale oder Einzugsbereiche?

Kundenverhalten

- Haben sich die Kundenstruktur und damit die An- forderungen der Kunden an die Filialen geändert?
- Führt die zunehmende Digitalisierung zu verändertem Kundenverhalten bei der Nutzung stationärer Angebote?

Das Resultat zeigt den aktuellen oder perspektivi- schen Handlungsbedarf und benennt die notwen- digen Konsequenzen für die Gestaltung von Standorten und Filialnetz.

Fragen Sie nach!



JAHRE

Markt und Standort

Beratungsgesellschaft mbH

Am Weichselgarten 26
91058 Erlangen

Tel.: 09131/973769-0

Fax.: 09131/973769-70

info@marktundstandort.de

www.marktundstandort.de

Standort- analysen III

Monitoring und Raumbeobachtung



JAHRE



Markt und Standort
Beratungsgesellschaft mbH

Das Standortumfeld ist dynamisch

Städte und Gemeinden definieren sich durch ihre Einwohner und deren Aktivitäten. Das Verhalten und die Bedürfnisse der Einwohner bestimmen die Einzugsbereiche und Standortqualitäten aller Angebote, die in einem Gebiet genutzt werden können.

Andererseits versuchen die vorhandenen Anbieter durch strategisches Vorgehen das Verhalten der Einwohner zu beeinflussen. Das ist bei der Expansion des Handels nicht anders als bei Maßnahmen der Stadtplanung.

Daher verändern sich die raumwirtschaftlichen Rahmenbedingungen laufend. Das betrifft die Angebote von Einzelhändlern ebenso wie die von Wohnungen, Arbeitsplätzen oder Freizeitmöglichkeiten.

Die Entwicklungsdynamik ist räumlich unterschiedlich stark ausgeprägt. Sehr stabilen Strukturen stehen Hot-Spots der Entwicklung gegenüber. Eine einfache Trennung zwischen ländlichem Raum und (groß-)städtischen Strukturen greift zu kurz. Dynamik oder Stillstand ist in allen Raumstrukturen und anbieterunabhängig zu beobachten.

Sparkassen und Genossenschaftsbanken betreiben meist ein engmaschiges Netz von Filialstandorten in oft sehr unterschiedlich strukturierten Geschäftsgebieten. Die Entwicklungsdynamik des Raumes trifft einzelne Filialstandorte demnach unterschiedlich stark. Ein bislang guter Standort kann schnell zum Problemstandort werden, wenn sich das Standortumfeld stark verändert oder sich räumlich umorientiert.

Markt- und Standortforschung hilft diese Dynamik zu erfassen und zu verstehen. Eine ausschließlich betriebswirtschaftlich basierte Standortbeobachtung reicht nicht aus, ein funktionierendes Filialnetz zu betreiben.

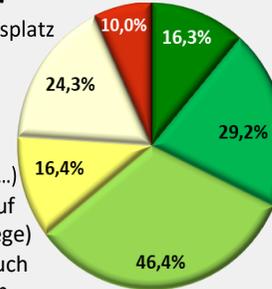
Abhängigkeit vom Standortumfeld

Filialen benötigen die Agglomeration. Kunden besuchen Filialen meist im Zusammenhang mit anderen regelmäßigen Wegen.

Verbinden Sie den Besuch Ihrer Bankfiliale regelmäßig mit anderen Erledigungen oder Wegen?

- Ja, in Verbindung mit meinem Arbeitsplatz
- Ja, meistens von zu Hause aus
- Ja, in Verbindung mit meinen Einkaufswegen
- Ja, in Verbindung mit regelmäßigen Besuchen (Ärzte, Behörden, Dienstleistern, ...)
- Ja, wenn ich in der Nähe bin (liegt auf dem Weg regelmäßiger Fahrten/Wege)
- Nein, ich verbinde meinen Bankbesuch in der Regel nicht mit anderen Zielen

(Quelle: Eigene Studie: Bankfilialen und Standortqualität, Erlangen 2016)



Die Verhaltensweisen der Kunden zeigen, dass die Nachbarschaft mit den bevorzugten Nutzungen einen erheblichen Standortvorteil für Filialen erzeugt.

Agglomerationswirkungen benachbarter Nutzungen

- Starke Synergien
- Mittlere Synergien
- Geringe Synergien



Unser Standortmonitoring deckt Veränderungen in den Standortsynergien auf und gibt Handlungsempfehlungen für die Anpassung des Filialnetzes.

Gute Standorte brauchen Anpassung

Der ständige Wandel städtischer und dörflicher Strukturen verändert die Standortbedingungen für Bankfilialen. Dieser Strukturwandel kann abrupt eintreten, verläuft aber oft auch schleichend und fast unbemerkt.

Hinzu kommen Verhaltensänderungen der Kunden (z.B. zunehmende Online-Nutzung), die eine Anpassung des Netzes notwendig machen. In der Folge davon geht die benötigte Zahl von Standorten stetig zurück, was aber andererseits die Anforderungen an die Qualität der Filialstandorte steigen lässt.

Demnach ist nicht nur eine kontinuierliche Veränderung der Standortqualitäten sondern auch der sich wandelnde Bedarf an Standorten und deren Ausstattung zu berücksichtigen. Die Notwendigkeit eines laufenden Standortmonitorings entsteht somit von mehreren Seiten:

Der Druck des Strukturwandels in allen Facetten:

- Demographie
- Nutzungsveränderungen
- Anpassung von Standort- und Betriebsstrategien
- Bevölkerungswanderung
- Pendleraktivitäten
- Stadtplanung

Der laufende Wandel des Kundenverhaltens:

- Zahlungsverhalten
 - Online Aktivitäten
 - Beratungsbedarf
- Folgen des Digitalisierungsprozesses

Infrastrukturelle Veränderungen:

- Neue Mitte (Innenstadtinvestitionen)
- Infrastrukturprojekte (S-Bahn, Bahn, Bus, Straße)
- Investitionsprojekte (Arbeitsplätze, Handel)

Nur durch eine kontinuierliche Standortoptimierung kann das gleiche Gebiet mit immer weniger Standorten optimal erschlossen werden.