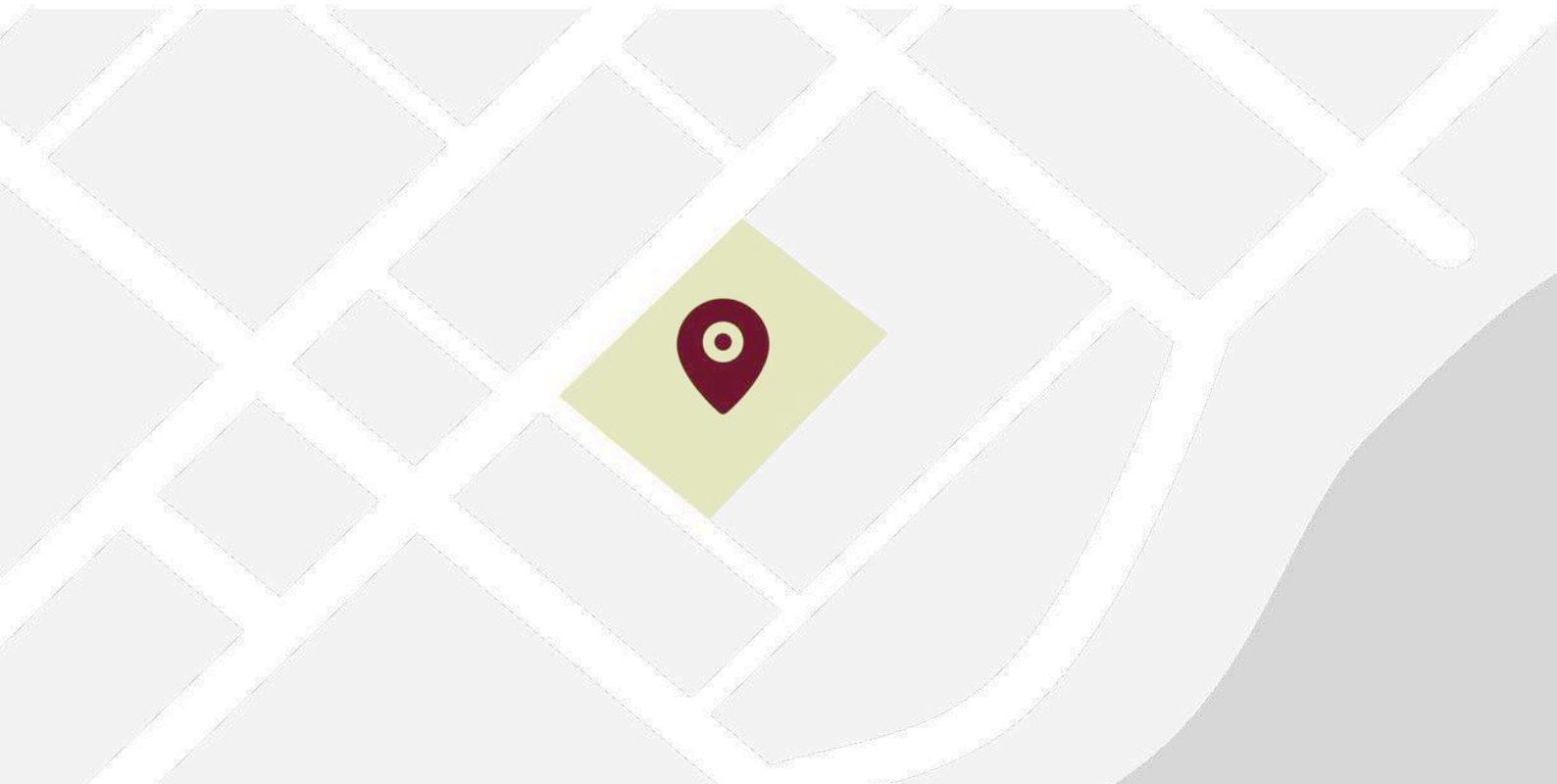




MUNDFEIN
PIZZAWERKSTATT

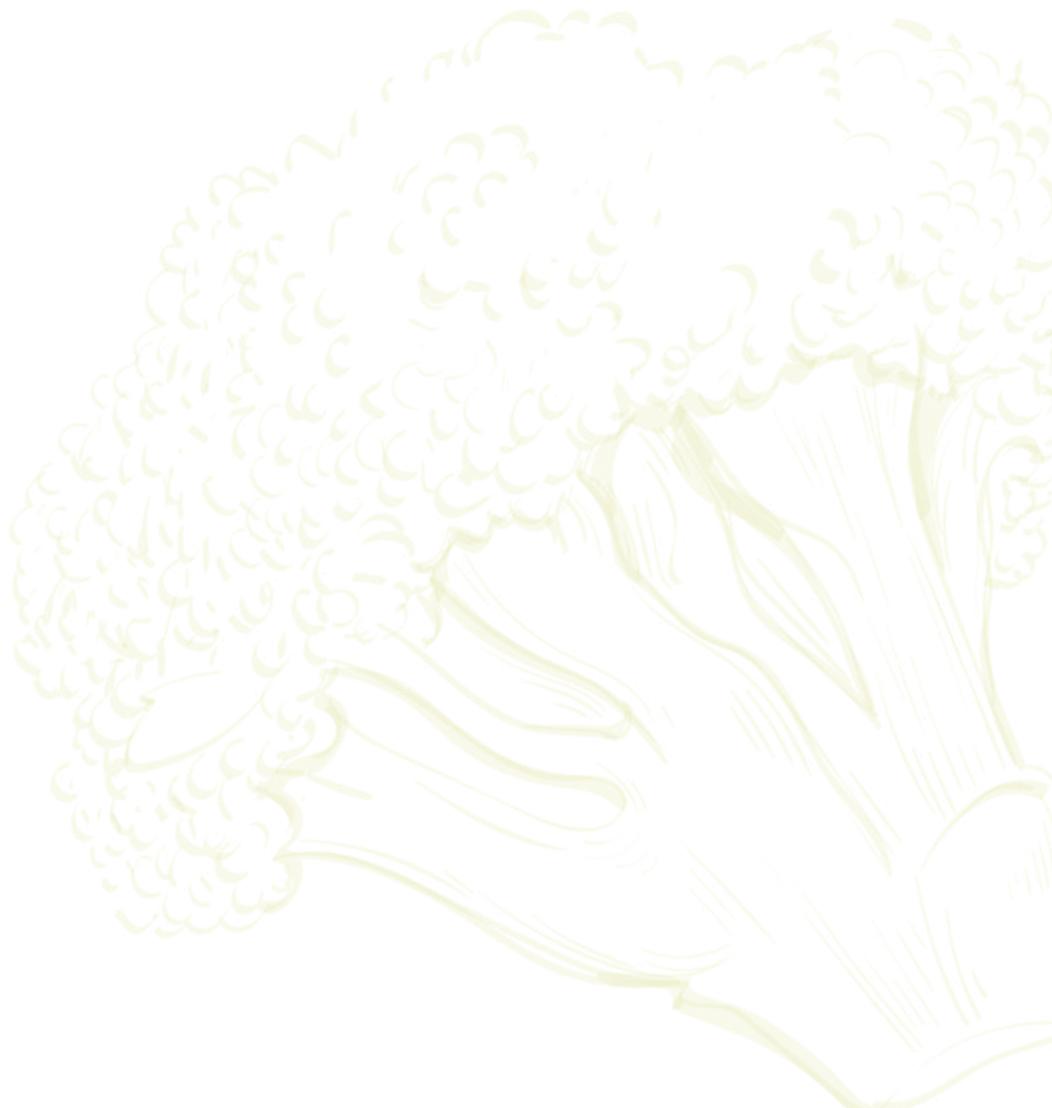
Standortanalyse Guide

✓ Ein Schritt-für-Schritt-Leitfaden



Inhaltsverzeichnis

Einführung	Seite 2
Demografische Analyse	Seite 2
Wettbewerbsanalyse	Seite 6
Standortanalyse	Seite 9
Wirtschaftliche Faktoren	Seite 14
Rechtliche und regulatorische Aspekte	Seite 18
SWOT-Analyse	Seite 21
Fazit	Seite 24
Starte durch mit MUNDFEIN!	Seite 25
Impressum	Seite 26





Einführung

Die Wahl des richtigen Standorts ist entscheidend für den Erfolg Deiner MUNDFEIN Pizzawerkstatt. Ein optimaler Standort zieht Kunden an und trägt maßgeblich zum Geschäftserfolg bei, während ein ungünstiger Standort diesen erheblich behindern kann. Dieser umfassende Leitfaden bietet eine detaillierte Anleitung zur Standortanalyse, die dir hilft, die beste Lage für Deine MUNDFEIN-Pizzawerkstatt zu finden.

Demografische Analyse

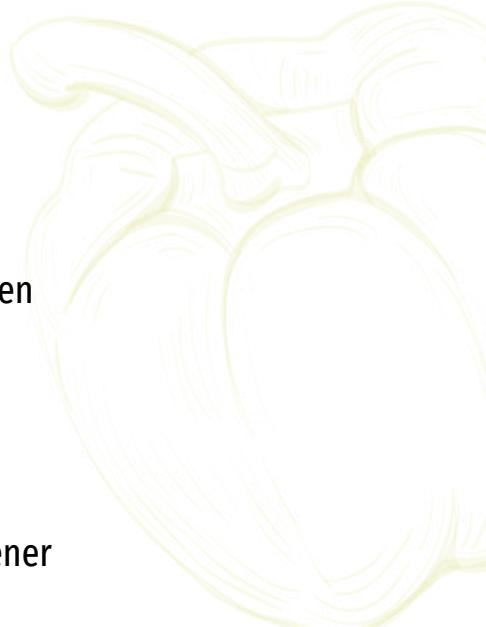
Bevölkerungsdichte

Eine hohe Bevölkerungsdichte im Einzugsgebiet deines Restaurants ist ein wichtiger Indikator für potenziellen Kundenverkehr. Analysiere die Anzahl der Menschen, die in unmittelbarer Nähe wohnen und arbeiten.

Ein dicht besiedeltes Gebiet kann zu einer höheren Frequenz an Laufkundschaft führen, was positiv für den Geschäftserfolg ist.



Beispiel: Ein Standort in einem Stadtviertel mit einer Bevölkerungsdichte von **10.000 Personen pro Quadratkilometer** bietet eine hohe potenzielle Kundenbasis.



Checkliste:

- ✓ **Datenquellen nutzen:** Bevölkerungsstatistiken von lokalen Behörden oder Online-Datenbanken abrufen.
- ✓ **Einzugsgebiet definieren:** Bestimme das primäre und sekundäre Einzugsgebiet.
- ✓ **Vergleich:** Vergleiche die Bevölkerungsdichte verschiedener potenzieller Standorte.

Altersstruktur

Die Altersstruktur der Bevölkerung ist ein weiterer entscheidender Faktor. Untersuche die Altersverteilung in der Region, um zu verstehen, welche Altersgruppen vorherrschen. Dies ermöglicht dir, dein Angebot entsprechend anzupassen und gezielte Marketingstrategien zu entwickeln.

Ein Gebiet mit vielen jungen Familien könnte beispielsweise besondere Angebote für Kinder und Familienattraktionen benötigen.



Beispiel: Ein Stadtteil mit **40% der Bevölkerung unter 35 Jahren** könnte ideal für eine MUNDFEIN-Pizzawerkstatt mit modernen, gesunden Optionen sein.

Checkliste:

- ✓ **Daten sammeln:** Altersverteilung der Region ermitteln.
- ✓ **Zielgruppenanalyse:** Altersspezifische Bedürfnisse und Vorlieben identifizieren.
- ✓ **Marketing anpassen:** Marketingstrategien entwickeln, die auf die vorherrschenden Altersgruppen abzielen.

Haushaltsgröße und -zusammensetzung

Ermittle die durchschnittliche Haushaltsgröße und die Zusammensetzung der Haushalte in der Region. Gibt es mehr Familien oder Einzelpersonen? Ein hoher Anteil an Familien könnte auf eine erhöhte Nachfrage nach größeren Tischgruppen und familienfreundlichen Menüs hinweisen.

Eine größere Anzahl von Einzelpersonen hingegen könnte möglicherweise auf eine stärkere Nachfrage nach Einzelportionen und Takeaway-Angeboten bedeutet.



Beispiel: In einem Viertel mit einer **durchschnittlichen Haushaltsgröße von 3,5 Personen** und einem hohen Anteil an Familien könnten spezielle Familienangebote und größere Tischgruppen besonders attraktiv sein.

Checkliste:

- ✓ **Statistiken prüfen:** Haushaltsgröße und -zusammensetzung analysieren.
- ✓ **Angebot anpassen:** Menü und Sitzplatzangebot entsprechend anpassen.
- ✓ **Familienfreundlichkeit:** Kindermenüs und familienfreundliche Annehmlichkeiten einplanen.

Einkommensstruktur

Das durchschnittliche Einkommen und die Verteilung des Einkommens in der Region sind wesentliche Faktoren für die Preisgestaltung deines Angebots. Analysiere die Einkommensverhältnisse, um sicherzustellen, dass deine Preise und das Angebot dem finanziellen Hintergrund deiner potenziellen Kunden entsprechen. Ein wohlhabendes Viertel könnte beispielsweise höhere Preise und ein gehobenes Ambiente rechtfertigen.



Beispiel: Ein Viertel mit einem **durchschnittlichen Haushaltseinkommen von 60.000 Euro pro Jahr** könnte bereit sein, mehr für hochwertige Zutaten und ein gehobenes Ambiente auszugeben.

Checkliste:



Einkommensdaten sammeln: Durchschnittseinkommen und Einkommensverteilung analysieren.



Preisstrategie entwickeln: Preise entsprechend dem verfügbaren Einkommen festlegen.



Luxusangebote: Premium-Angebote für wohlhabendere Gebiete in Erwägung ziehen.

Tabelle zur Bewertung der Bevölkerungsdichte

Kriterium	Bewertung (1-5)	Gewichtung (%)	Gesamtbewertung	Erläuterung der Bewertung
Anzahl der Menschen im Einzugsgebiet		30%		1: < 2.000, 2: 2.000-5.000, 3: 5.000-10.000, 4: 10.000-20.000, 5: > 20.000
Wachstumstrend der Bevölkerung		20%		1: Stark rückläufig, 2: Rückläufig, 3: Stagnierend, 4: Leicht wachsend, 5: Stark wachsend
Einzugsgebietsausdehnung		20%		1: Sehr klein (< 1 km ²), 2: Klein (1-3 km ²), 3: Mittel (3-5 km ²), 4: Groß (5-10 km ²), 5: Sehr groß (> 10 km ²)
Demografische Vielfalt		10%		1: Sehr gering, 2: Gering, 3: Durchschnittlich, 4: Hoch, 5: Sehr hoch
Altersstruktur		10%		1: Sehr ungünstig, 2: Ungünstig, 3: Durchschnittlich, 4: Günstig, 5: Sehr günstig
Haushaltsgröße und -zusammensetzung		10%		1: Sehr ungünstig, 2: Ungünstig, 3: Durchschnittlich, 4: Günstig, 5: Sehr günstig
Gesamtpunkte		100%		

Wettbewerbsanalyse

Bestehende Wettbewerber

Eine gründliche Wettbewerbsanalyse ist unerlässlich, um die Anzahl und Art der vorhandenen Restaurants, insbesondere Pizzerien und andere Schnellrestaurants, zu verstehen.

Identifiziere die Stärken und Schwächen deiner Wettbewerber, um Möglichkeiten zu finden, dein Angebot zu differenzieren und einzigartige Verkaufsargumente zu entwickeln.



Beispiel: In einem Viertel mit fünf Pizzerien könnte MUNDFEIN sich durch eine **einzigartige Auswahl** an Gourmet-Pizzen und frischen Zutaten **abheben**.

Checkliste:

- ✓ **Wettbewerber identifizieren:** Liste der bestehenden Restaurants erstellen.
- ✓ **Stärken und Schwächen analysieren:** SWOT-Analyse für Hauptwettbewerber durchführen.
- ✓ **Differenzierungsstrategie:** Einzigartige Verkaufsargumente entwickeln, die MUNDFEIN von der Konkurrenz abheben.

Marktanteil der Wettbewerber

Analysiere die Marktposition und Beliebtheit deiner Wettbewerber. Ein hoher Marktanteil eines Wettbewerbers kann eine Herausforderung darstellen, aber auch Hinweise darauf geben, dass eine starke Nachfrage nach diesem Angebot besteht. Nutze diese Informationen, um strategische Entscheidungen zu treffen und Marktanteile zu gewinnen.



Beispiel: Ein beliebtes **italienisches Restaurant** mit einem hohen Marktanteil zeigt eine **starke Nachfrage** nach italienischer Küche, was eine Chance für MUNDFEIN darstellt, durch **besondere Angebote** Marktanteile zu gewinnen.

Checkliste:

- ✓ **Marktanteilsanalyse:** Marktanteile der Wettbewerber ermitteln.
- ✓ **Kundenzufriedenheit prüfen:** Kundenbewertungen und Feedback analysieren.
- ✓ **Strategische Positionierung:** Strategien entwickeln, um Marktanteile zu gewinnen.

Preispolitik der Wettbewerber

Vergleiche die Preisgestaltung und Angebotsaktionen deiner Wettbewerber. Dies hilft dir, wettbewerbsfähige Preise festzulegen und attraktive Sonderangebote zu entwickeln.

Eine detaillierte Analyse der Preispolitik kann dir auch helfen, Lücken im Markt zu identifizieren und ein einzigartiges Preis-Leistungs-Verhältnis anzubieten.



Beispiel: Wenn die meisten Pizzerien in der Umgebung Pizzen für **10-15 Euro** anbieten, könnte MUNDFEIN durch **Sonderaktionen** oder ein **exzellentes Preis-Leistungs-Verhältnis** einen Wettbewerbsvorteil erzielen.

Checkliste:

- ✓ **Preisanalyse:** Preise und Sonderangebote der Wettbewerber vergleichen.
- ✓ **Preislücken identifizieren:** Chancen für einzigartige Preisangebote finden.
- ✓ **Preisstrategie entwickeln:** Wettbewerbsfähige und attraktive Preise festlegen.

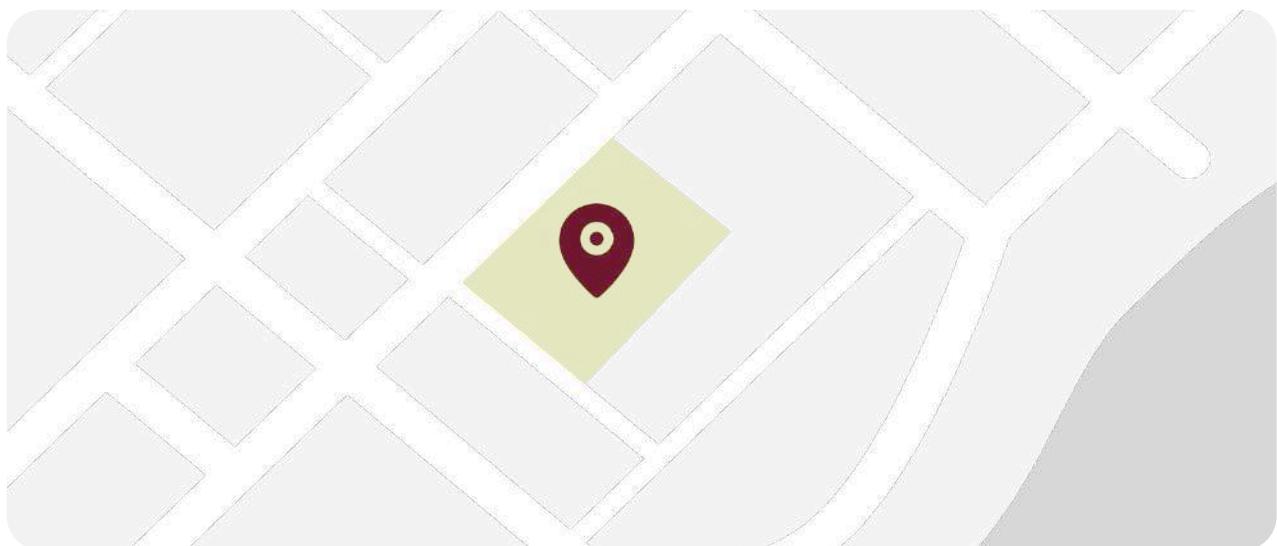
Tabelle zur Bewertung der Wettbewerbsanalyse

Kriterium	Bewertung (1-5)	Gewichtung (%)	Gesamt-bewertung	Erläuterung der Bewertung
Anzahl und Art der vorhandenen Restaurants		20%		1: Sehr viele, 2: Viele, 3: Durchschnittlich, 4: Wenige, 5: Sehr wenige
Marktanteil der Wettbewerber		20%		1: Sehr hoch, 2: Hoch, 3: Durchschnittlich, 4: Niedrig, 5: Sehr niedrig
Preispolitik der Wettbewerber		15%		1: Sehr günstig, 2: Günstig, 3: Durchschnittlich, 4: Teuer, 5: Sehr teuer
Differenzierungsgrad des Angebots		15%		1: Sehr gering, 2: Gering, 3: Durchschnittlich, 4: Hoch, 5: Sehr hoch
Kundenbewertungen der Wettbewerber		10%		1: Sehr schlecht, 2: Schlecht, 3: Durchschnittlich, 4: Gut, 5: Sehr gut
Standortattraktivität der Wettbewerber		10%		1: Sehr hoch, 2: Hoch, 3: Durchschnittlich, 4: Niedrig, 5: Sehr niedrig
Online-Präsenz der Wettbewerber		5%		1: Sehr stark, 2: Stark, 3: Durchschnittlich, 4: Schwach, 5: Sehr schwach
Innovationsgrad der Wettbewerber		5%		1: Sehr hoch, 2: Hoch, 3: Durchschnittlich, 4: Niedrig, 5: Sehr niedrig
Gesamtpunkte		100%		

Standortanalyse

Verkehrsanbindung

Die Verkehrsanbindung ist ein kritischer Faktor für die Erreichbarkeit deines Restaurants. Prüfe die Zugänglichkeit mit dem Auto, öffentlichen Verkehrsmitteln und zu Fuß. Ein Standort, der gut an Hauptverkehrsstraßen und öffentliche Verkehrsmittel angebunden ist, zieht mehr Kunden an und erleichtert den Zugang.



Beispiel: Ein Standort nahe einer **Autobahnausfahrt** und einer **U-Bahn-Station** bietet optimale Erreichbarkeit für **Autofahrer** und **öffentliche Verkehrsmittelnutzer**.

Checkliste:

- ✓ **Zugänglichkeit prüfen:** Verkehrsanbindung des Standorts analysieren.
- ✓ **Öffentliche Verkehrsmittel:** Nähe zu U-Bahn-, Bus- oder Straßenbahnstationen prüfen.
- ✓ **Fußgängerfreundlichkeit:** Begehbarkeit und Fußgängerverkehr bewerten.

Parkmöglichkeiten

Die Verfügbarkeit und Anzahl der Parkplätze sind entscheidend für den Komfort deiner Kunden. Stelle sicher, dass ausreichend Parkmöglichkeiten vorhanden sind,

um Kunden anzulocken, die mit dem Auto kommen. Ein Mangel an Parkplätzen kann potenzielle Kunden abschrecken.

 **Beispiel:** Ein Standort mit einem **großen Parkplatz** oder nahegelegenen **Parkhäusern** bietet ausreichende Parkmöglichkeiten für Kunden.



Checkliste:

-  **Parkplatzsituation prüfen:** Anzahl und Verfügbarkeit von Parkplätzen analysieren.
-  **Parkmöglichkeiten verbessern:** Vereinbarungen mit nahegelegenen Parkhäusern oder Grundstücksbesitzern prüfen.
-  **Kundenkomfort:** Parkhinweise und -schilder deutlich kennzeichnen.

Tabelle zur Bewertung der Verkehrsanbindung



Kriterium	Bewertung (1-5)	Gewichtung (%)	Gesamtbewertung	Erläuterung der Bewertung
Zugänglichkeit mit Auto		20%		1: Sehr schlecht, 2: Schlecht, 3: Durchschnittlich, 4: Gut, 5: Sehr gut
Zugänglichkeit mit öff. Verkehrsmitteln		20%		1: Sehr schlecht, 2: Schlecht, 3: Durchschnittlich, 4: Gut, 5: Sehr gut
Fußgängerfreundlichkeit		20%		1: Sehr schlecht, 2: Schlecht, 3: Durchschnittlich, 4: Gut, 5: Sehr gut
Parkmöglichkeiten		20%		1: Sehr schlecht, 2: Schlecht, 3: Durchschnittlich, 4: Gut, 5: Sehr gut
Nähe zu Hauptverkehrsstraßen		10%		1: Sehr weit entfernt, 2: Weit entfernt, 3: Durchschnittlich, 4: Nah, 5: Sehr nah
Fahrradfreundlichkeit		10%		1: Sehr schlecht, 2: Schlecht, 3: Durchschnittlich, 4: Gut, 5: Sehr gut
Gesamtpunkte		100%		

Sichtbarkeit und Erreichbarkeit

Die Lage deines Restaurants in Bezug auf Hauptstraßen, Fußgängerzonen und Einkaufszentren beeinflusst die Sichtbarkeit und Erreichbarkeit erheblich.

Ein gut sichtbarer Standort in einer belebten Gegend zieht mehr Laufkundschaft an und erhöht die Wahrscheinlichkeit von Spontankäufen.



Beispiel:

Ein Restaurant an einer **belebten Hauptstraße** oder nahe eines großen **Einkaufszentrums** hat eine hohe Sichtbarkeit und Erreichbarkeit.



Checkliste:

- ✓ **Lagebewertung:** Sichtbarkeit des Standorts in Bezug auf Hauptverkehrsstraßen und Einkaufszentren prüfen.
- ✓ **Marketingmaßnahmen:** Werbeschilder und Wegweiser strategisch platzieren.
- ✓ **Zugang verbessern:** Zugangswege klar kennzeichnen und leicht erreichbar machen.



Tabelle zur Bewertung der Sichtbarkeit und Erreichbarkeit

Kriterium	Bewertung (1-5)	Gewichtung (%)	Gesamt-bewertung	Erläuterung der Bewertung
Lage an Hauptstraßen		30%		1: Sehr schlecht, 2: Schlecht, 3: Durchschnittlich, 4: Gut, 5: Sehr gut
Nähe zu Einkaufszentren und Fußgängerzonen		25%		1: Sehr schlecht, 2: Schlecht, 3: Durchschnittlich, 4: Gut, 5: Sehr gut
Sichtbarkeit und Zugang		20%		1: Sehr schlecht, 2: Schlecht, 3: Durchschnittlich, 4: Gut, 5: Sehr gut
Kundenfreundlichkeit des Zugangs		10%		1: Sehr schlecht, 2: Schlecht, 3: Durchschnittlich, 4: Gut, 5: Sehr gut
Werbemöglichkeiten vor Ort		10%		1: Sehr weit entfernt, 2: Weit entfernt, 3: Durchschnittlich, 4: Nah, 5: Sehr nah
Beleuchtung und Sicherheit		5%		1: Sehr schlecht, 2: Schlecht, 3: Durchschnittlich, 4: Gut, 5: Sehr gut
Gesamtpunkte		100%		

Flächenverfügbarkeit

Bewerte die Größe und den Zustand der verfügbaren Immobilien. Die Räumlichkeiten sollten groß genug sein, um dein Konzept umzusetzen und den Anforderungen deiner Gäste gerecht zu werden. Berücksichtige auch den Zustand der Immobilie und eventuelle Renovierungskosten.



Beispiel: Eine Immobilie mit einer Fläche von **min. 200 qm** und einer guten Bausubstanz wäre ideal für eine MUNDFEIN Pizzawerkstatt.

Checkliste:



Immobilien bewerten: Größe und Zustand der verfügbaren Immobilien prüfen.



Raumaufteilung planen: Layout und Raumaufteilung für optimale Nutzung gestalten.



Renovierungskosten: Notwendige Renovierungen und deren Kosten kalkulieren.

Tabelle zur Bewertung der Flächenverfügbarkeit

Kriterium	Bewertung (1-5)	Gewichtung (%)	Gesamtbewertung	Erläuterung der Bewertung
Größe der verfügbaren Immobilien		25%		1: Sehr klein, 2: Klein, 3: Durchschnittlich, 4: Groß, 5: Sehr groß
Zustand der verfügbaren Immobilien		20%		1: Sehr schlecht, 2: Schlecht, 3: Durchschnittlich, 4: Gut, 5: Sehr gut
Notwendige Renovierungskosten		20%		1: Sehr hoch, 2: Hoch, 3: Durchschnittlich, 4: Gering, 5: Sehr gering
Flexibilität der Raumaufteilung		15%		1: Sehr gering, 2: Gering, 3: Durchschnittlich, 4: Hoch, 5: Sehr hoch
Verfügbarkeit von Außenbereichen		10%		1: Nicht vorhanden, 2: Sehr klein, 3: Klein, 4: Durchschnittlich, 5: Groß
Infrastruktur (Küche, Sanitäranl.)		10%		1: Sehr schlecht, 2: Schlecht, 3: Durchschnittlich, 4: Gut, 5: Sehr gut
Gesamtpunkte		100%		

Wirtschaftliche Faktoren

Einzugsgebiet und Kaufkraft

Beurteile das Einzugsgebiet und die Kaufkraft der potenziellen Kunden. Ein attraktives Einzugsgebiet mit hoher Kaufkraft kann wesentlich zum Erfolg deines Restaurants beitragen. Analysiere die wirtschaftlichen Verhältnisse und Kaufgewohnheiten der Bewohner, um dein Angebot entsprechend anzupassen.



Beispiel: Ein Restaurant in einem **wohlhabenden Stadtteil** mit einer **hohen Kaufkraft** kann Premium-Produkte und gehobene Preise anbieten.

Checkliste:



Einzugsgebiet definieren: Primäres und sekundäres Einzugsgebiet festlegen.



Kaufkraft analysieren: Durchschnittseinkommen und Konsumgewohnheiten der Anwohner prüfen.



Angebot anpassen: Menü und Preisstrategie an die Kaufkraft der Region anpassen.

Tabelle zur Bewertung des Einzugsgebiets und der Kaufkraft

Kriterium	Bewertung (1-5)	Gewichtung (%)	Gesamtbewertung	Erläuterung der Bewertung
Attraktivität des Einzugsgebiets		40%		1: Sehr gering, 2: Gering, 3: Durchschnittlich, 4: Hoch, 5: Sehr hoch
Kaufkraft der Anwohner		40%		1: Sehr gering, 2: Gering, 3: Durchschnittlich, 4: Hoch, 5: Sehr hoch
Wirtschaftliche Verhältnisse und Konsumgewohnheiten		20%		1: Sehr schlecht, 2: Schlecht, 3: Durchschnittlich, 4: Gut, 5: Sehr gut
Gesamtpunkte		100%		

Miet- und Betriebskosten

Vergleiche die Mietpreise und Betriebskosten verschiedener Standorte. Ein teurerer Standort kann sich lohnen, wenn er deutlich mehr Kunden anzieht.

Berücksichtige sowohl die direkten Kosten (Miete) als auch die indirekten Kosten (Betriebskosten wie Strom, Wasser und Wartung).

 **Beispiel:** Ein Standort mit **höheren Mietkosten** in einem belebten Einkaufszentrum kann durch **höhere Umsätze** und Kundenfrequenz **ausgeglichen** werden.

Checkliste:

-  **Kostenanalyse:** Miet- und Betriebskosten der Standorte vergleichen.
-  **Budgetplanung:** Gesamtbudget für Miete und Betriebskosten erstellen.
-  **Kosten-Nutzen-Abwägung:** Kosten im Verhältnis zum potenziellen Umsatz bewerten.



Tabelle zur Bewertung der Miet- und Betriebskosten

Kriterium	Bewertung (1-5)	Gewichtung (%)	Gesamtbewertung	Erläuterung der Bewertung
Mietpreise der Standorte		40%		1: Sehr hoch, 2: Hoch, 3: Durchschnittlich, 4: Niedrig, 5: Sehr niedrig
Betriebskosten (Strom, Wasser, Wartung)		30%		1: Sehr hoch, 2: Hoch, 3: Durchschnittlich, 4: Niedrig, 5: Sehr niedrig
Kosten-Nutzen-Verhältnis		20%		1: Sehr schlecht, 2: Schlecht, 3: Durchschnittlich, 4: Gut, 5: Sehr gut
Langfristige Kosteneffizienz		10%		1: Sehr gering, 2: Gering, 3: Durchschnittlich, 4: Hoch, 5: Sehr hoch
Gesamtpunkte		100%		

Steuern und Abgaben

Berücksichtige alle anfallenden Steuern und Gebühren, um eine vollständige Kostenkalkulation zu erstellen. Informiere dich über lokale Steuern und Abgaben, die deine Betriebskosten beeinflussen können.



Beispiel: Ein Standort in einer Region mit **niedrigen Gewerbesteuern** kann **langfristig kosteneffizienter** sein.

Checkliste:



Steuern und Gebühren prüfen: Lokale Steuern und Abgaben recherchieren.



Kosten einplanen: Steuern und Gebühren in die Kostenkalkulation einbeziehen.



Steuerberatung: Beratung durch einen Steuerexperten in Anspruch nehmen.

Tabelle zur Bewertung der Steuern und Abgaben

Kriterium	Bewertung (1-5)	Gewichtung (%)	Gesamtbewertung	Erläuterung der Bewertung
Lokale Steuern und Abgaben		50%		1: Sehr hoch, 2: Hoch, 3: Durchschnittlich, 4: Niedrig, 5: Sehr niedrig
Auswirkungen auf Betriebskosten		30%		1: Sehr hoch, 2: Hoch, 3: Durchschnittlich, 4: Niedrig, 5: Sehr niedrig
Steuerliche Vorteile		20%		1: Sehr gering, 2: Gering, 3: Durchschnittlich, 4: Hoch, 5: Sehr hoch
Gesamtpunkte		100%		

Förderungen und Zuschüsse

Informiere dich über mögliche staatliche oder kommunale Förderprogramme und Zuschüsse, die dir bei der Finanzierung deines Restaurants helfen können.

Diese können die Anfangsinvestitionen und laufenden Kosten erheblich reduzieren.



Beispiel: Ein staatliches Gastronomiebetriebe kann finanzielle Förderprogramme für nachhaltige Unterstützung für umweltfreundliche Maßnahmen bieten.

Checkliste:



Förderprogramme recherchieren: Verfügbare Förderprogramme und Zuschüsse identifizieren.



Antragsverfahren: Antragsverfahren und Voraussetzungen prüfen.



Fördermittel nutzen: Fördermittel in die Finanzierungsplanung einbeziehen.

Tabelle zur Bewertung der Förderungen und Zuschüsse

Kriterium	Bewertung (1-5)	Gewichtung (%)	Gesamtbewertung	Erläuterung der Bewertung
Verfügbare Förderprogramme		40%		1: Keine, 2: Wenige, 3: Durchschnittlich, 4: Viele, 5: Sehr viele
Verfügbare kommunale Zuschüsse		30%		1: Keine, 2: Wenige, 3: Durchschnittlich, 4: Viele, 5: Sehr viele
Einflüsse auf Finanzierung und Betrieb		30%		1: Sehr gering, 2: Gering, 3: Durchschnittlich, 4: Hoch, 5: Sehr hoch
Gesamtpunkte		100%		

Rechtliche und regulatorische Aspekte

Baurecht und Nutzungsauflagen

Stelle sicher, dass der Standort den lokalen Baurechts- und Nutzungsauflagen entspricht. Informiere dich über Zonenregelungen und Bauvorschriften, um sicherzustellen, dass dein Restaurant alle gesetzlichen Anforderungen erfüllt.



Beispiel: Ein Standort in einem **Wohngebiet** kann **besondere Nutzungsauflagen** für Gastronomiebetriebe haben, die beachtet werden müssen.

Checkliste:



Regelungen prüfen: Lokale Baurechts- und Nutzungsauflagen recherchieren.



Zonenregelungen: Zonenregelungen des Standorts überprüfen.



Bau- und Nutzungspläne: Pläne an gesetzliche Anforderungen anpassen.



Tabelle zur Bewertung der Baurecht- und Nutzungsauflagen

Kriterium	Bewertung (1-5)	Gewichtung (%)	Gesamt-bewertung	Erläuterung der Bewertung
Einhaltung lokaler Baurechts-auflagen		30%		1: Sehr schlecht, 2: Schlecht, 3: Durchschnittlich, 4: Gut, 5: Sehr gut
Einhaltung der Nutzungsauflagen		30%		1: Sehr schlecht, 2: Schlecht, 3: Durchschnittlich, 4: Gut, 5: Sehr gut
Flexibilität für zukünftige Anpassungen		20%		1: Sehr gering, 2: Gering, 3: Durchschnittlich, 4: Hoch, 5: Sehr hoch
Kosten für Genehmigungen und Anpassungen		30%		1: Sehr hoch, 2: Hoch, 3: Durchschnittlich, 4: Niedrig, 5: Sehr niedrig
Gesamtpunkte		100%		

Erforderliche Genehmigungen

Beantrage alle notwendigen Genehmigungen und Lizenzen rechtzeitig. Dies umfasst unter anderem Betriebserlaubnisse, Baugenehmigungen und Gesundheitszertifikate.



Beispiel: Eine **Betriebserlaubnis für gastronomische Betriebe** ist unerlässlich, um rechtlich sicher zu operieren.

Checkliste:

- ✓ **Genehmigungen identifizieren:** Notwendige Genehmigungen und Lizenzen auflisten.
- ✓ **Antragsverfahren:** Antragsverfahren und Fristen prüfen.
- ✓ **Genehmigungen einholen:** Alle erforderlichen Genehmigungen rechtzeitig beantragen.



Tabelle zur Bewertung der erforderlichen Genehmigungen

Kriterium	Bewertung (1-5)	Gewichtung (%)	Gesamtbewertung	Erläuterung der Bewertung
Notwendige Betriebserlaubnisse		40%		1: Sehr schwer zu bekommen, 2: Schwer, 3: Durchschnittlich, 4: Leicht, 5: Sehr leicht
Notwendige Baugenehmigungen		30%		1: Sehr schwer zu bekommen, 2: Schwer, 3: Durchschnittlich, 4: Leicht, 5: Sehr leicht
Notwendige Gesundheitszertifikate		20%		1: Sehr schwer zu bekommen, 2: Schwer, 3: Durchschnittlich, 4: Leicht, 5: Sehr leicht
Zeitaufwand für Genehmigungsverfahren		10%		1: Sehr lang, 2: Lang, 3: Durchschnittlich, 4: Kurz, 5: Sehr kurz
Gesamtpunkte		100%		



SWOT-Analyse

Stärken

Identifiziere die internen Vorteile und positiven Aspekte des Standorts. Nutze diese Stärken, um dein Restaurant erfolgreich zu positionieren und Wettbewerbsvorteile zu schaffen.

 **Beispiel:** Ein Standort in einem belebten **Einkaufszentrum** bietet hohe **Sichtbarkeit** und **Kundenfrequenz**.

Checkliste:

-  **Stärken identifizieren:** Interne Stärken des Standorts und des Unternehmens auflisten.
-  **Nutzen maximieren:** Strategien entwickeln, um die Stärken bestmöglich zu nutzen.
-  **Kommunikation:** Stärken klar und überzeugend kommunizieren.

Schwächen

Erkenne die internen Nachteile und Herausforderungen und entwickle Strategien, um sie zu minimieren. Eine ehrliche Analyse der Schwächen ermöglicht es dir, gezielt Verbesserungen vorzunehmen.

 **Beispiel:** Ein Standort mit **eingeschränkten Parkmöglichkeiten** könnte durch bessere Hinweise und Kooperationen mit nahegelegenen Parkhäusern **kompensiert** werden.

Checkliste:

- ✓ **Schwächen identifizieren:** Interne Schwächen und Herausforderungen auflisten.
- ✓ **Minimierungsstrategien:** Strategien zur Minimierung der Schwächen entwickeln.
- ✓ **Kontinuierliche Verbesserung:** Maßnahmen zur kontinuierlichen Verbesserung umsetzen.

Chancen

Nutze externe Möglichkeiten und positive Markttrends, um dein Geschäft zu erweitern.

Halte dich über Markttrends und -entwicklungen auf dem Laufenden, um Chancen frühzeitig zu erkennen und zu nutzen.



Beispiel: Der **Trend zu veganer Ernährung** bietet die Chance, ein spezielles Menü mit rein pflanzlichen Zutaten anzubieten.

Checkliste:

- ✓ **Marktchancen analysieren:** Externe Chancen und Markttrends identifizieren.
- ✓ **Chancen nutzen:** Strategien zur Nutzung der Chancen entwickeln.
- ✓ **Innovation:** Innovative Angebote und Produkte einführen.

Risiken

Analysiere potenzielle Risiken und entwickle Strategien zu deren Bewältigung. Berücksichtige externe Bedrohungen wie Marktrisiken, wirtschaftliche Abschwünge und demografische Veränderungen.



Beispiel: Ein **wirtschaftlicher Abschwung** könnte durch flexible Preisgestaltung und Sonderaktionen **abgedeckt** werden.

Checkliste:

- ✓ **Risiken identifizieren:** Potenzielle Risiken und Bedrohungen analysieren.
- ✓ **Risikobewältigungsstrategien:** Strategien zur Bewältigung der Risiken entwickeln.
- ✓ **Risikomanagement:** Kontinuierliches Risikomanagement und -überwachung implementieren.

Tabelle zur Bewertung der SWOT-Analyse

Kriterium	Bewertung (1-5)	Gewichtung (%)	Gesamtbewertung	Erläuterung der Bewertung
Identifikation der internen Stärken		25%		1: Sehr schlecht, 2: Schlecht, 3: Durchschnittlich, 4: Gut, 5: Sehr gut
Identifikation der internen Schwächen		25%		1: Sehr schlecht, 2: Schlecht, 3: Durchschnittlich, 4: Gut, 5: Sehr gut
Erkennung externer Chancen		25%		1: Sehr schlecht, 2: Schlecht, 3: Durchschnittlich, 4: Gut, 5: Sehr gut
Erkennung externer Risiken		25%		1: Sehr schlecht, 2: Schlecht, 3: Durchschnittlich, 4: Gut, 5: Sehr gut
Gesamtpunkte		100%		

Fazit

Die Wahl des richtigen Standorts für dein MUNDFEIN-Restaurant erfordert eine sorgfältige Planung und Analyse. Indem du die oben genannten Schritte befolgst, kannst du eine fundierte Entscheidung treffen, die den langfristigen Erfolg deines Unternehmens sichert. Dieser Leitfaden hilft dir, die wesentlichen Aspekte der Standortanalyse zu verstehen und anzuwenden, um den perfekten Standort für dein MUNDFEIN-Restaurant zu finden.

Eine gründliche Standortanalyse ist die Basis für deinen Erfolg. Nutze diese Schritte als Checkliste und arbeite systematisch, um den bestmöglichen Standort zu finden. Denke daran, dass Flexibilität und Anpassungsfähigkeit wichtig sind – bleibe offen für neue Informationen und passe deine Strategie entsprechend an. Viel Erfolg bei der Suche nach dem idealen Standort für deine MUNDFEIN Pizzawerkstatt!



Appetit bekommen? Lass uns reden!

Du hast Fragen oder willst direkt loslegen? Nimm Kontakt auf und lass uns gemeinsam über Deine Zukunft mit MUNDFEIN sprechen!

www.franchise.mundfein.de



Frisch, frischer, Social Media. Folg uns!





Impressum

Angaben gemäß § 5 DDG

MUNDFEIN GmbH
Siemensstraße 9-11
40885 Ratingen

Registergericht: Amtsgericht Düsseldorf

Registernummer: HRB 68944
Geschäftsführer: Roland Nagel, Peter Schaffrath
Sitz der Gesellschaft: 40885 Ratingen
USt-IdNr.: DE 286372446

Telefon Franchise-Zentrale (Keine Bestellungen): 02102 – 9397600
E-Mail: info[at]mundfein.de

Verantwortlich für den Inhalt i.S.d. Art. 18 Abs. 2 MStV: Roland Nagel
(Anschrift wie oben)

Die Geschäftsinformationen der einzelnen MUNDFEIN Pizzawerkstatt
Standorte findest Du unter www.shop.mundfein.de/imprint.