

Selfstorage Lagerhaus Analyse des Marktes in Österreich

Master Thesis zur Erlangung des akademischen Grades
„Master of Science“

eingereicht bei
Dkfm. Frank Brün, FRICS

Nadja Marin-Ludmer, MA, MBA

0206138

Wien, 06.04.2017

Eidesstattliche Erklärung

Ich, **NADJA MARIN-LUDMER, MA, MBA**, versichere hiermit

1. dass ich die vorliegende Master These, "SELFSTORAGE LAGERHAUS - ANALYSE DES MARKTES IN ÖSTERREICH", 100 Seiten, gebunden, selbständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubten Hilfen bedient habe, und
2. dass ich diese Master These bisher weder im Inland noch im Ausland in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt habe.

Wien, 06.04.2017

Unterschrift

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung und Forschungsfrage	1
2.	Definition und Geschichte der Self- Storage-Lagerhäuser	3
2.1	Geschichte und Definition	3
2.2	Geschichte	4
2.2.1	USA	5
2.2.2	Europa	6
2.3	Überblick über verschiedene Möglichkeiten der Lagerung	7
2.3.1	Outdoor-Lager	7
2.3.2	Indoor-Lager	7
2.3.3	Driveup-Lager	7
2.3.4	Paketdienste	8
3.	Zielgruppen und Bedarf	9
3.1	Nachfragestruktur und Zielgruppen	9
3.2	Private NutzerInnen	11
3.3	Gewerbetreibende Nutzerinnen und Nutzer	13
3.4	Einrichtung als Entscheidungsgrundlage	15
3.4.1	Einrichtungen	15
3.5	Wo entsteht Bedarf?	16
3.5.1	Sicherheit	17
3.5.2	Sauberkeit	17
3.5.3	Klima	18
3.5.4	Komfort	18
3.5.5	Gebäudestruktur	18
3.5.6	Umwidmung von Immobilien	19
3.5.7	Größe und Anzahl der Lagerräume	20
3.6	Standort	22
3.7	Mietoptionen und Verträge	23
3.8	Vertragsformen und Zielgruppen	24
3.8.1	Temporär kurzfristig	24

3.8.2	Temporär längerfristig	25
3.8.3	DauermieterInnen	25
3.9	Zusätzliche Dienstleistungen	26
4.	Angebot und Nachfrage auf dem Self-Storage-Markt	27
4.1	Nachfrage	27
4.1.1	PrivatkundInnen	28
4.1.2	Gewerbliche NutzerInnen	29
4.1.3	Extraleistungen: Umzug und Transport, Material	31
4.2	Nachfragestruktur im Großraum Wien	32
4.3	Angebote in Wien	33
4.3.1	MyPlace- Selfstorage	34
4.3.2	City Storage	36
4.3.3	Local Storage	38
4.3.4	Easy Storage	39
4.3.5	Dein Depot	40
4.3.6	Diverse gewerbliche Anbieter	41
4.3.7	Private AnbieterInnen	41
5.	Das Geschäftsmodell Self-Storage	43
5.1	Geschäftsmodell	43
5.2	Die Kosten	44
5.2.1	Grundstückskauf	44
5.3	Populationsanalyse	45
5.4	Unterteilung des Marktes in primär, sekundär und tertiär	48
5.5	Analyse der Konkurrenz	49
5.6	Finanzierung	51
5.6.1	Investition	51
5.6.2	Laufende Kosten	52
5.7	Franchise Unternehmen	54
5.8	Lage Wien	55
5.9	Preispolitik	56
6.	Herausforderungen beim Betreiben eines Self-Storage-Lagerhauses	59
6.1	LieferantInnen	59
6.2	AbnehmerInnen	60
6.3	Neue MitbewerberInnen	60

6.4	Substitution	61
6.5	Wettbewerbsverhalten	61
6.6	Einschätzung des Wiener Marktes nach den Porters Five Forces Wettbewerb	63
6.7	Der Markt und seine Dynamik	71
6.8	Verhalten und möglicher Gewinn	73
6.9	Bestimmung der Position Standort	75
6.9.1	Wettbewerb	75
6.9.2	AbnehmerInnen	75
6.9.3	LieferantInnen	76
6.10	Weitere Herausforderungen	76
7.	Alternative Konzepte	83
7.1	Paketdienste	83
7.1.1	International	83
7.1.2	Paketlieferdienst Deutschland	85
7.1.3	Österreich	86
7.2	Storage Space für Kunstobjekte	87
7.3	Zero- Energy Self- Storage	89
7.4	Privat	90
7.4.1	Stow That – Airbnb für Lagerraum	90
7.4.2	Store.me – Digitalisierung des Self- Storages	91
7.4.3	Shelfsailor	92
8.	Zusammenfassung und Schlussfolgerungen	94
	Literaturverzeichnis	101

Kurzfassung

Seit Jahrtausenden verspürt der Mensch den Drang, zu lagern. Über Jahrtausende war es das Grundbedürfnis, Nahrungsmittel haltbar zu machen, um zu überleben. In China wurde bereits vor 6000 Jahren Handelsware in Lagern aufbewahrt, um sie zu einem späteren Zeitpunkt zu verkaufen. Der moderne Mensch des 20. und 21. Jahrhunderts hat ebenfalls das Bedürfnis zu lagern. Durch den gesellschaftlichen Wohlstand häufen wir Besitztümer an. Durch das Wachstum der Großstädte wird der Wohnraum immer teurer. Daher werden vermehrt Dachböden und Keller ausgebaut. Somit gehen genau jene Orte verloren, die traditionellerweise der Lagerung von überschüssigem und nicht benötigtem Mobiliar dienten. Zudem sind die Keller von Altbauten in Wien oft nicht wasserdicht und den Großteil des Jahres zu feucht, um Gegenstände zu lagern, die wieder verwendet werden sollen. Die Lagermöglichkeiten innerhalb der eigenen Wohnung oder im eigenen Haus werden also zunehmend begrenzt. Wenn es dann zu einschneidenden Lebensereignissen kommt, fehlt oft der Stauraum für Dinge, die nicht täglich gebraucht werden. Wechsel des Wohnortes aber auch andere private Ereignisse führen dazu, dass mehr Stauraum benötigt wird, als in der Wohnung vorhanden ist. Dazu zählt zum Beispiel das Zusammenlegen mehrerer Haushalte auf einen einzigen. Grund dafür ist oft eine Heirat oder das Zusammenlegen des Lebensmittelpunktes eines Paares. Auch durch den Tod eines Familienangehörigen entsteht oft der spontane Bedarf nach mehr Platz und für Hobby und Freizeitaktivitäten werden Self-Storage-Lagerhäuser gebraucht. Aber nicht nur private Mieterinnen und Mieter gehören zur Zielgruppe der Betreiber von Self-Storage Lagerhäusern. Zunehmend rücken auch Gewerbetreibende in den Fokus. Derzeit machen gewerbetreibende Mieterinnen und Mieter etwa ein Drittel der Gesamtkundschaft von Self-Storage-Lagerabteilen aus. Die Gründe sind aber auch hier vielfältig. Büros, Kanzleien und Arztpraxen lagern Dokumente aus, denn auch für Gewerbetreibende steigen die Mietpreise für Büroräumlichkeiten. Akten, die nicht täglich benutzt werden, aber dennoch aufbewahrt werden müssen, werden im Self-Storage ausgelagert. Aufgrund dieses Trends beschäftigt sich diese Arbeit mit der aktuellen Marktlage für Self-Storage-Lagerhäuser in Österreich. Zunächst wird erklärt, was unter Self-Storage verstanden wird, dabei werden die verschiedenen Zielgruppe, als auch ihre

jeweils unterschiedlichen Bedürfnisse analysiert. Es wird auf die Situation von Angebot und Nachfrage in Österreich eingegangen und verschiedene Geschäftsmodelle anhand von Beispielen aus Österreich beschrieben. So wird die österreichische Marktlandschaft skizziert. Die Masterthese widmet sich auch den Herausforderungen im Self-Storage-Geschäft. Hierfür wurden die Analysen zur aktuellen Lage vertieft und alternative Konzepte beschrieben, die bereits weltweit und auch in Österreich existieren.

1. Einleitung und Forschungsfrage

Der moderne Mensch besitzt. Wir umgeben uns mit Dingen, denen wir unserer Persönlichkeit zuordnen und die uns wichtig sind.

Doch all diese Dinge müssen auch verstaut werden und wenn in der Wohnung kein Platz mehr ist, dann müssen die Dinge eben "für später" an einem anderen Ort aufgehoben werden. War es früher noch der Keller oder der Dachboden, werden diese Lagermöglichkeiten in Ballungszentren aufgrund von Wohnungsknappheit immer öfter zur modernen Wohnung saniert. Was wegfällt, ist der Lagerort für im Moment nicht benötigte Dinge. Das Zwischenlager außerhalb der eigenen vier Wände und damit der Stauraum außerhalb des Wohnhauses gewinnt somit immer mehr an Bedeutung. Um dieser Nachfrage an Platz nachzukommen, entstehen mehr und mehr der sogenannten Self-Storage-Lagerhäuser.

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit der aktuellen Marktlage für Self-Storage-Lagerhäuser in Österreich. Zunächst wird erklärt, was unter Self-Storage verstanden wird. Die verschiedenen Zielgruppen werden im Anschluss analysiert, genauso wie ihre jeweils unterschiedlichen Bedürfnisse. Im nächsten Kapitel wird auf die Situation von Angebot und Nachfrage in Österreich eingegangen. Weiter werden verschiedene Geschäftsmodelle anhand von Beispielen aus Österreich beschrieben. So wird die österreichische Marktlandschaft skizziert. Das folgende Kapitel widmet sich den Herausforderungen im Self-Storage-Geschäft. Hier werden die Analysen zur aktuellen Lage vertieft. Im Anschluss werden verschiedene Modelle an alternativen Konzepten beschrieben, die bereits weltweit und auch in Österreich existieren.

Folgende Forschungsfragen sollen beantwortet werden:

- Wie gestaltet sich der Markt für Self-Storage-Lösungen in Österreich und was ist die Ursache für den Bedarf nach derartigen Angeboten?
- Was ist in Österreich von Anbietern von Self-Storage-Lösungen zu beachten?

- Wie stellt sich die Angebotslandschaft in Österreich dar? Welche Player existieren am Markt?
- Mit welchen Anforderungen und Herausforderungen sind die Anbieter beim Betreiben der Lagerhäuser konfrontiert?
- Existieren alternative Konzepte?

2. Definition und Geschichte der Self-Storage-Lagerhäuser

In diesem Kapitel wird zunächst das Konzept Self-Storage erklärt und seine Ursprünge in den USA sowie die Verbreitung in Europa beschrieben. Anschließend werden zur Veranschaulichung und zum besseren Verständnis verschiedene sehr geläufige Lösungen von Self-Storage-Modellen vorgestellt.

2.1 Geschichte und Definition

Der Begriff Self-Storage ist ein Begriff, der ebenso wie das Konzept aus dem Englischen kommt. Die ersten funktionierenden Geschäftsmodelle, die den heutigen Self-Storages ähnlich sind, kommen aus Nordamerika. Dort tauchte das Konzept von modernen Selbstlagerzentren das erste Mal in den 1960ern auf (Vanderbilt 2015).

Das grundsätzliche Konzept umfasst das Angebot von Mietlagern für Privatpersonen oder Unternehmen, in denen Gegenstände wie etwa Möbel oder anderer Hausrat eingelagert werden können. Typischerweise handelt es sich beim Lagergut um Objekte, welche nicht unbedingt im täglichen Alltag benötigt werden und deswegen zeitweise oder dauerhaft abgestellt in Self-Storage-Mietlagern ausgelagert werden können.

Im Englischen wird das Konzept auch unter dem Begriff "self-service-storage" gehandelt, genauso wie "mini storage" und spielt damit auf den typischerweise eher kleinen Raum an, der im Gegensatz zu gewerblich benötigter Lagerfläche meistens an Privatpersonen vermietet wird.

Viele Self-Storage-Unternehmen bieten dabei flexible Mietlösungen, wie etwa kurze Übergangslösungen, aber auch das dauerhafte Einlagern von Hab und Gut, an.

Wichtig werden Self-Storage-Zentren besonders deswegen, da laut Quellen speziell Menschen in Ballungszentren oft nicht genügend Raum zur Lagerung von größerem Mobiliar besitzen (Stockworld 2009). So wird nicht Genutztes zum unnötigen Ballast, der die ohnehin schon begrenzte Ressource Raum noch mehr verknappt. Laut der eben zitierten Quelle gibt es in deutschsprachigen Großstädten in jedem fünften Haushalt nicht genügend Stauraum (Stockworld 2009).

Auch in Momenten des Übergangs, also in beruflichen Änderungsphasen, bei Wohnortwechsel oder einem Auslandsaufenthalt kann es zu Situationen kommen, in denen die eigenen Besitztümer nicht in den eigenen vier Wänden verstaut werden können.

Im englischen Sprachraum sprechen BranchenexpertInnen von den 4D-Lebensereignissen, die zum Bedarf an Self-Storage-Angeboten führen: Death, Divorce, Dislocation und Downsizing, also Tod, Scheidung, Umzug oder Verkleinerung. Das Downsizing richtet sich dabei oft an Neuverheiratete, welche zwei Haushalte zu einem zusammenfügen und sich dabei von nicht mehr benötigtem Mobiliar vorerst noch nicht endgültig trennen wollen (Blueprint 2015).

2.2 Geschichte

Geschichtlich betrachtet gibt es immer schon ein Bedürfnis danach, Dinge zu lagern. Über Jahrtausende in der Zivilisationsgeschichte der Menschheit waren das noch Lagerungsmöglichkeiten für die menschlichen Grundbedürfnisse. Dazu zählte lange Zeit die wichtige Aufgabe, Nahrungs- und Futtermittel fachgerecht zu lagern, um sie erst zu einem benötigten Zeitpunkt zu verwenden. Dazu mussten Lagerbehälter und Silos gebaut werden, welche vor Verderblichkeit und Schädlingen schützen sollten. Mehr und mehr aber änderte sich mit dem Fortschritt auch das Bedürfnis, und Lagerräume wurden auch für Luxus- Güter benötigt (Space Cadet 2015).

ExpertInnen sprechen davon, dass bereits vor mehr als 6.000 Jahren öffentliche Lagerhäuser in China entstanden. Am Startpunkt der Seidenstraße, der wichtigsten Handelsroute in Asien, in der Stadt Xi'an, gibt es historische Spuren von frühen Möglichkeiten der Lagerung. ExpertInnen gehen davon aus, dass systematisch große Töpfe in Erdlöchern vergraben wurden, um darin Waren zu lagern, die für einen späteren Transport bestimmt waren. Zusätzlich wurden die Lagerstellen von bezahlten Wachen geschützt, um Diebstahl und Vandalismus zu verhindern (Space Cadet 2015).

2.2.1 USA

Genauere Zahlen gibt es über den Beginn der modernen Self-Storage-Lagerhäuser in Nordamerika. 1906 wurden von der Bekin Moving Company das erste Stahlbeton-

Lagergebäude in Los Angeles errichtet. Das Lager war exklusiv als Service für die KundInnen des Transportunternehmens gedacht. Die gelagerten Güter waren also das Hab und Gut von Familien und Unternehmen, welche das Service der Umzugsfirma in Anspruch nahmen (selfstoragebcs 2016).

Die modernen Self-Storages entstanden also aus einem Nebengeschäft und Zusatzservice. Allerdings entsprach das Konzept noch nicht ganz jenem der modernen Self-Storage-Häuser, da das Unternehmen der Bekin Moving Company sowohl den Zugang als auch die gelagerten Güter stark kontrollierte und reglementierte. Auch waren die Abteile nur in Kombination mit dem Transport zur Miete verfügbar. Das Funktionieren des Konzeptes durch die hohe Nachfrage führte dann dazu, dass noch weitere der feuersicheren Stahlbetonbauten in Kalifornien gebaut wurden. Diese Folgebauten wurden dann bereits für zahlende Kundschaft errichtet, welche lediglich Mobiliar in kleinen Abteilen lagern wollte. Rasch folgten NachahmerInnen und fast 50 Jahre lang wurden in ganz Amerika Gebäude nach dem Vorbild der Bekin Moving Company gebaut. Sie waren alle über Identitätsnachweis am Eingang zugänglich und nur zu bestimmten Zeiten geöffnet. Das Lagergut war in Abteilen untergebracht, die nur durch Holzlatten voneinander getrennt waren. Das Konzept entsprach somit immer noch nicht ganz den modernen Varianten von Self-Storages (selfstoragebcs 2016).

1958 wurde in Florida, genauer in Fort Lauderdale, der erste moderne Self-Storage Space von der Familie Collum unter dem Namen "Lauderdale Storage" eröffnet. Die Kunden und Kundinnen hatten hier rund um die Uhr Zugang zu ihren exklusiv gesicherten Gütern. In den späten 1960ern wurde dann bereits in Texas die erste Self-Storage-Lagerhauskette als Franchise gegründet (selfstoragebcs 2016).

1964 wurde das erste Self-Storage-Zentrum eröffnet, das mit heutigen, modernen Konzepten vergleichbar war. Unter dem Namen "A-1 U-Store-It U-Lock-It U-Carry-the-Key" in Odessa eröffnet, war es das erste Lagergebäude, das in einzelnen Einheiten geplant, auch als Lagerhaus gebaut wurde. Garagentore boten den Mietern und Mieterinnen jederzeit Zugang zur ihren gelagerten Gütern. Ursprünglich war das Angebot gedacht für die ArbeiterInnen auf den Ölfeldern, welche einen Ort brauchten,

um ihre Arbeitsmaterialien und -geräte zu lagern. Gleichzeitig brauchten sie jederzeit Zugriff darauf, auch zu Öffnungszeiten abseits des Arbeitsrhythmus von Büros. Bald schon funktionierte das Konzept aber auch hier für Familien, welche umzogen oder durch Familienzuwachs eine günstige Lagermöglichkeit für ihre Güter brauchten (selfstoragebcs 2016).

2.2.2 Europa

In Europa wurde der vermutlich erste Self-Storage in Zürich gegründet, als Mini-Storage in Zürich-Oerlikon von Ingo Protz (NZZ 2015).

In England wurde 1984 der erste Self-Storage eröffnet. Der Engländer Carl Hanauer baute dazu einen alten Stall aus, um Lagerraum in der Metropole mit explodierenden Mietpreisen zur Verfügung zu stellen (NZZ 2015).

Mittlerweile ist das Thema Self-Storage auch in der Wissenschaft angekommen, die sich dem Thema aus unterschiedlichen Perspektiven nähert.

Aus den Bereichen der Architektur, Wirtschaft, Städteplanung, Soziologie und Geschichte gibt es Ansätze, die das Thema des Selbstlagerns beleuchten. Auf der Online-Plattform "Platzprofessor" beschäftigen sich Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler unterschiedlicher Disziplinen mit Fragen nach dem Platz für temporär nicht benötigte Dinge. Gleichzeitig werden Fragen beantwortet wie etwa, was Raum ist, welchen Bezug wir dazu haben und welchen Wert Objekte im Alltag haben (Platzprofessor 2017).

So forscht seit 2011 an der Humboldt Universität in Berlin am Institut für Europäische Ethnologie die Autorin Petra Beck über Self-Storage als urbane Praxis bei Professor Wolfgang Kaschuba. Ihre publizierte Untersuchung betrifft das Phänomen des Self-Storage als kulturhistorische Betrachtung (Beck 2012). Die Soziologin Carmen Keckeis betrieb ebenfalls im Rahmen wissenschaftlicher Forschung eine soziologische Untersuchung zum Thema Lagerraum in Österreich (Keckeis 2012).

2.3 Überblick über verschiedene Möglichkeiten der Lagerung

Im Folgenden sollen kurz die geläufigsten Arten an Self-Storage-Möglichkeiten beschrieben werden.

2.3.1 Outdoor-Lager

Outdoor-Lager bieten eine relativ günstige Art der Lagerung. Sie bestehen meistens aus nicht beheizten Hallen oder Garagen mit Betonwänden. Mittels Metalltüren und Blechdächern werden die Lagergüter vor Schäden geschützt. Es empfiehlt sich hier, nur Mobiliar zu lagern, das auch extremen Schwankungen bezüglich Temperatur standhält. Je nach Beschaffenheit der Lagermöglichkeit muss das Lagergut auch mit Feuchtigkeit zurechtkommen können. Typischerweise werden in solchen Outdoor-Lagern Autos oder Motorräder untergestellt. Aber auch unempfindliche Sportgeräte wie Fahrräder oder Wintersportartikel wie Schlitten oder Ski werden in Outdoor-Lagern untergebracht (Selbstlagerbox 2013).

2.3.2 Indoor-Lager

Indoor-Lager hingegen sind ausgebaute Lagerräume, die meistens ideales Klima über ein reguliertes System bieten. Zudem sind sie hinsichtlich der Sicherheit auch technisch bestens ausgerüstet. Meistens wird mittels Videoüberwachung Diebstahl vorgebeugt. Über Sprinkleranlagen und Brandmeldeanlagen ist das Lagergut vor Schaden durch Feuer geschützt. Oft bieten BetreiberInnen von Self-Storages zusätzlich auch einen Versicherungsschutz (Selbstlagerbox 2013).

2.3.3 Driveup-Lager

Driveup-Lager sind dem Konzept von Garagenlagern ähnlich, sie können bequem mit dem Auto erreicht werden und erleichtern das Ein- und Ausladen von Gütern. Mit dem eigenen Auto kann direkt vorgefahren werden, um das Mobiliar zu verstauen (Selbstlagerbox 2013).

2.3.4 Paketdienste

Paketdienste bieten die Lagerung in kleinen mobilen Boxen. Das Lagergut wird in Kartons entsprechender Größe verpackt und abgegeben, bei Bedarf kann es einfach abgeholt oder geschickt werden. Solche Home-Self-Storages werden oft von Logistik-

Unternehmen betrieben. Sie bieten Transporthilfe und Verpackungsmaterial. MitarbeiterInnen der Firma helfen beim Einpacken und Lagern (MyPlace 2017).

3. Zielgruppen und Bedarf

In diesem Kapitel wird der Markt für Self-Storage von der KundInnenseite her beleuchtet. Es wird der Frage nach unterschiedlichen Zielgruppen nachgegangen, dem jeweils spezifischen Bedarf und deren Ursachen, außerdem wird die Entwicklung der Nachfrage in diesem Bereich beschrieben.

3.1 Nachfragestruktur und Zielgruppen

Wer sind die Kundinnen und Kunden von Self-Storage Lagermöglichkeiten? Wer braucht zusätzlichen Lagerraum? Welche Lebensumstände erfordern das kurzfristige Auslagern von Mobiliar? Welche Lebensumstände machen es sogar notwendig, längerfristig Stauraum zusätzlich zur eigenen Wohnung hinzu zu mieten?

Die verschiedenen Wohn- und Lebenssituationen von modernen Menschen der Großstadt machen auch verschiedene Konzepte von Self-Storage-Unternehmen möglich, da es mehrere Variablen zu beachten gilt (Euram 2010: 1).

Seit dem Beginn des Geschäfts mit Self-Storage Lagerhäusern waren es hauptsächlich Menschen, die von einem Wohnortwechsel betroffen waren, welche das Angebot in Anspruch nahmen. Es war wichtig, kurzfristig den teilweisen oder gesamten Hausrat an einem Ort zu versammeln (Euram 2010: 1).

Heute hat sich die Situation geändert, zunehmend wird die Zusammensetzung des KundInnenstocks komplexer.

Die Kernzielgruppe ist zwischen 18 und 44 Jahre alt, sie macht etwa die Hälfte der MieterInnen aus (Cash 2015). Rund 35 Prozent der Kundinnen und Kunden von Self-Storage-Abteilen sind dabei gewerbliche Kundschaft, 65 Prozent sind private Kundinnen und Kunden. Sven Herbst spricht in seiner Rolle als Vorstand der Valerum Invest AG davon, dass Städte ab 100.000 Einwohnerinnen und Einwohnern für die Errichtung von Lagerzentren interessant werden. Aber auch kleinere Städte inmitten von Ballungszentren sind interessant. Wichtig ist laut Sven Herbst auch eine gute Erreichbarkeit über Autobahnen und Schnellstraßen. In Großstädten dagegen ist es

besonders wichtig, auch mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar zu sein (Cash 2015).

Viele der Menschen, die Self-Storage in Anspruch nehmen, sind jung und gebildet. Sie sind bereits öfters umgezogen und haben einen hochwertigen Hausrat gesammelt, der ihrer Persönlichkeit entspricht. Dieses KundInnensegment ist wenig ortsgebunden, wechselt aufgrund von beruflichen Möglichkeiten auch oft den Wohnort. Um eine gut bezahlte Stelle zu bekommen, ist es heute viel üblicher als noch vor 10 Jahren, auch den Wohnort zu wechseln. Deshalb sind diese Kundinnen und Kunden zur Flexibilität und auch zur Mobilität durch die Anforderungen der modernen Arbeitswelt gezwungen. Gleichzeitig ist es schwer möglich, lange im Vorhinein die nächste Wohnmöglichkeit zu planen, da Jobs oft in Projekten abgewickelt werden und daher rasche Änderungen verlangen (Cash 2015).

Auch Studierende zählen zunehmend zu den KlientInnen von Self-Storage-Lagermöglichkeiten. Mittlerweile ist es normal geworden, für bestimmte Zeit ins Ausland zu gehen. In diesem Rahmen wird nicht der gesamte Besitz gebraucht und bleibt in der Heimatstadt. Es kann aber auch sein, dass durch den Auslandsaufenthalt das Bedürfnis entsteht, die zuvor eingelagerten Güter ins Ausland nachkommen zu lassen (Cash 2015).

Besonders in Städten, in denen der Wohnraum teuer und knapp ist, werden Self-Storage-Lagerhäuser oft als erweiterte Garderobe benutzt. In den begrenzten Wohnungen ist einfach kein Platz für begehbare Kleiderschränke, die saisonal nicht benötigten Kleider werden dann einfach ausgelagert (Class 2003).

Auch sperrige Gegenstände wie Sportgeräte, also Ski, Snowboard und Schlitten, aber auch Boote, Fahrräder und Kinderwagen werden ausgelagert (Euram 2010: 2).

Viele Kundinnen und Kunden wollen den Self-Storage außerdem so günstig wie möglich in Anspruch nehmen. Sie nehmen keinen Rundum-Service in Anspruch, sondern wollen so viel wie möglich selbst erledigen. Verpackung und Transport werden

so immer weniger nachgefragt, weshalb sich viele Firmen auf andere Bereiche des Services spezialisieren (Wiener Zeitung 2012).

Zusammengefasst lässt sich sagen, dass Self-Storage-Angebote besonders für eine Zielgruppe interessant ist, welche Lagerraum in einer bestimmten Größe nur für wenige Wochen in Anspruch nehmen will. In dieser Zeit kann es sein, dass ein regelmäßiger Zugang zu den eingelagerten Gegenständen nötig ist, da privat keine oder nur wenig anderweitige Lagermöglichkeit zur Verfügung steht. Außerdem ist es ideal für diese Zielgruppe, wenn im gleichen Unternehmen die Möglichkeit des Transportes gegeben ist. Vergleichsweise niedrig ist die Zielgruppe, welche dauerhaft auf der Suche nach Lagermöglichkeit ist. Zu zwei Dritteln besteht der KundInnenstock von Self-Storage-Häusern aus privaten KundInnen. Etwa um die 30 Prozent der Kundschaft von Self-Storage-Unternehmen kommen selbst aus dem unternehmerischen Bereich und benötigen die gemietete Lagerfläche zur Abwicklung von Geschäften.

3.2 Private NutzerInnen

Wie bereits zu Beginn erwähnt, ist der Bedarf an Selbstlagerung oft auf sich ändernden Lebensbedingungen gegründet. Ausschlaggebend sind meistens die aus dem Englischen importierten 4D-Lebensereignisse: Death, Divorce, Dislocation und Downsizing, also Tod, Scheidung, Umzug oder Verkleinerung. Spontane, außergewöhnliche und nicht vorhersehbare Umstände führen dazu, dass mehr Stauraum benötigt wird, als im Alltag vorhanden ist. Typische Gründe sind dabei unter anderem:

Heirat/Zusammenzug

Entscheiden sich zwei Menschen aus partnerschaftlichen Gründen dazu, einen gemeinsamen Haushalt zu gründen, führt das oft zu einem Wohnortswechsel. Der Umzug in eine kleinere Wohnung oder das Zusammenlegen von verschiedenen Haushalten zu einem einzigen, erzeugt aber auch das Bedürfnis, sperrige Gegenstände entweder temporär oder dauerfristig zwischenzulagern (Euram 2010:1).

Scheidung

Auch bei Scheidungen kommt es dazu, dass Menschen oft sehr kurzfristig aus ihrem

bisherigen Wohnungsumfeld ausziehen müssen. Der Umzug durch Scheidung ist dadurch oft eine kurzfristige Lagerung (Euram 2010:1).

Beruf

Berufsbedingt kommt es zur Auflösung eines oder mehrerer Wohnsitze. Menschen, welche im Ausland tätig sind, entschließen sich dazu, temporär mehrere Wohnsitze zu betreiben. Bis zu einem endgültigen Entschluss braucht es manchmal zusätzliche Lagermöglichkeiten. Auch im Falle von einem eher kurzfristigen und temporär begrenzten beruflichen Auslandsaufenthalt wird durch Untervermietung des Erstwohnsitzes eine Lagerung des persönlichen Besitzes nötig (Euram 2010:1).

Renovierung

Im Falle von einer Renovierung von Wohnung oder Büroräumen muss für kurze Zeit ein Zwischenlager geschaffen werden. Um Material nicht den Belastungen der Renovierung auszusetzen, braucht es daher einen temporären Übergangsraum, innerhalb dessen das Lagergut sicher ist (Euram 2010:1).

Erbschaft

Durch den Tod eines Angehörigen und eine damit verbundene Erbschaft entsteht oft zusätzlicher Hausrat. Um diesen bis zu einem Entschluss oder Wohnortwechsel zu lagern, bedarf es oft der Angebote von Self- Storage-Lagerhäusern (Euram 2010:1).

Studierende

Bei Studierenden handelt es sich im Bedarfsfall oft um eine kurzfristige Auslagerung während der Semesterferien. Eine weitere Möglichkeit für Lagerbedarf entsteht während eines Auslandsaufenthaltes, der im Rahmen von Studien immer öfter zur Pflicht wird (Euram 2010:1).

Sport & Freizeit

Der Bedarf für eine langfristige Anmietung eines Lagerabteils entsteht oft auch durch sperrige Sport- und Freizeitgeräte, welche nur saisonal genutzt werden können. Aber auch das Sammeln von Büchern oder Wein braucht Platz, der in der eigenen Wohnung oft nicht vorherrscht (Euram 2010:1).

Wegen der vielerorts fehlenden Unterkellerung und des vermehrten Ausbaus von Dachböden zur Schaffung von zusätzlichem Wohnraum wird Lagerraum in und um die eigene Wohnung immer weniger. Hinzu kommt, dass durch eine Veränderung der Arbeitswelt Menschen mehr und mehr gezwungen sind, im Laufe einer Karriere häufig den Wohnort zu wechseln. Hohe Scheidungsraten führen weiter dazu, dass Menschen einen raschen Wohnortwechsel vornehmen, und nicht genug Zeit zum Planen haben. So wird der Bedarf an Lagerungsmöglichkeiten unabhängig des eigenen Wohnraumes immer wichtiger (Euram 2010:1).

3.3 Gewerbetreibende Nutzerinnen und Nutzer

Abseits der privaten Kundinnen und Kunden gibt es noch die wichtige Gruppe der gewerbetreibenden Nutzerinnen und Nutzer von Self-Storage-Lagerhäusern. Diese machen ungefähr 30 Prozent der Gesamtnutzenden von Selbstlagerungseinrichtungen aus.

Also ein ungefähres Drittel der Kundinnen und Kunden nutzt Self-Storage-Lagerräume zu beruflichen Zwecken. Wie auch bei den privaten NutzerInnen spielt dabei der hohe Mietpreis von Büro- und Gewerberäumen eine Rolle in der Entscheidung, einen Lagerraum anzumieten. Die Verknappung der Lagermöglichkeit im direkten Geschäftsareal führt dazu, dass vermehrt Lagerung in Self-Storage-Lagerhäusern zugekauft wird. So werden typischerweise Akten eingelagert. Aber auch andere Lagergüter spielen eine Rolle, beispielsweise unverderbliche Saisonartikel, sperrige Dekoration oder anlassbedingtes Material erzeugen den Bedarf, fremdgelagert zu werden. In kleinen und teuren Büros zahlt sich die Lagerung nicht aus, während die Anschaffung größerer Geräte, die nur teilweise gebraucht werden, wirtschaftlich dennoch sinnvoll ist (Euram 2010:2).

Typischerweise sind es Ärztinnen und Ärzte sowie Kanzleien, aber auch Büros von Gewerbetreibenden, die ihre Akten in Self-Storage-Lagerhäusern sicher unterbringen wollen.

Ein weiteres interessantes Feld, das sich über die vermehrte Nutzung des Internets ergibt, ist der Online-Handel. Dieser wird oft von einem kleinen Büro aus betrieben, der

keine Lagerungsmöglichkeit für versendete Artikel bietet. Besonders dieser KundInnenstamm könnte in Zukunft mit einem spezifischen Angebot betreut werden (Euram 2010:2).

Im gewerblichen Bereich gibt es naturgemäß andere Gründe für die Nutzung von Self-Storage Lagermöglichkeiten. Die Gründe darüber sind aber sehr viel komplexer und benötigen Feingefühl in der Abstimmung von Angeboten.

Anlässe zur Nutzung für Gewerbetreibende sind daher wie folgt:

-Aufbewahrung von Warenmuster

Saison- und projektbedingt kommt es zu Stoßzeiten, in denen vermehrt Warenmuster zwischengelagert werden, als es die Verkaufsräumlichkeiten und Lagermöglichkeiten vor Ort zulassen. Um daher den Ablauf nicht zu stören, wird der hintergründige, momentan nicht benötigte Vorrat in Self-Storage-Lagerhäusern bis zum tatsächlichen Bedarf zwischengelagert (Euram 2010:2).

-Unvollständige Aufträge

Ein weiterer Grund für die Inanspruchnahme von gewerblicher Nutzung von Self-Storage-Lagerhäusern sind Aufträge, welche noch unvollständig kommissioniert sind. Um den Betrieb nicht aufzuhalten, können diese Güter oft nicht vor Ort gelagert werden und kommen daher in zugemietete Lagerabteile. Während auf fehlende Waren gewartet wird, ruht daher der bereits kommissionierte Teil in Lagerabteilen (Euram 2010:2).

-Großwerkzeuge

Darunter fallen saisonale oder veranstaltungsbedingte Dekorationsgegenstände und Materialien. Typische Lagergegenstände sind das Zubehör von Messeständen und anderes sperriges Werbematerial, welches am firmeneigenen Gelände oder im Büro nicht gelagert werden kann (Euram 2010:2).

-Akten

Wichtiger Grund für die Nutzung von Selbstlagerungsabteilen ist die langfristige Lagerung von Akten (Euram 2010:2). Da es oft gesetzlich vorgeschrieben ist, Daten über Jahrzehnte aufzubewahren, ist es für manche Büros notwendig, die betreffenden Akten vor diesem Hintergrund in die Obhut fremder Hände zu geben. Die zugrundeliegenden Karteien liegen somit jederzeit zugänglich auf, im Falle des behördlichen Bedarfs können sie vorgewiesen werden. Dies betrifft besonders die bereits erwähnten Ärztinnen und Ärzte, welche Akten aus einer Zeit vor der Digitalisierung nach wie vor aufbewahren müssen. Weiter betroffen sind Anwaltskanzleien, deren Unterlagen ebenfalls einen beachtlichen Umfang einnehmen und besonders in repräsentativen Bürolagen nicht zwischengelagert werden können.

-Start-Ups

Besonderes Augenmerk ist auch auf die GründerInnenszene zu legen. Diese kann aufgrund fehlender Erfahrungswerte oft nicht genau kalkulieren und braucht in besonderen und unvorhergesehenen Expansionszeiten die Möglichkeit, flexibel Lagermöglichkeit zumieten zu können. Daher sind BetreiberInnen von Start-Ups ein wichtiges KundInnensegment bei den gewerbetreibenden NutzerInnen von Self-Storage-Lagerabteilen (Euram 2010:2).

3.4 Einrichtung als Entscheidungsgrundlage

Da Menschen unterschiedliche Bedürfnisse haben, spielen verschiedene Faktoren eine Rolle in der Entscheidung um die Auswahl eines spezifischen Lagerunternehmens. Die zugrundeliegenden Faktoren werden deshalb im Folgenden aufgelistet.

3.4.1 Einrichtungen

Dafür muss grundsätzlich zuerst unterschieden werden in die verschiedenen Einrichtungen an Self-Storage-Lagerhäusern: In sogenannte Primäreinrichtungen, umgewidmete Immobilien und Container-Nutzung.

Primäreinrichtungen – Primary Facilities

Die Primäreinrichtungen, auch „Primary Facilities“ genannt, werden bereits als Self-Storage-Einrichtungen geplant. Sie sind ideal an dem Zweck der Selbsteinlagerung orientiert und bieten bezüglich ihrer Konzeption und Gestaltung höchsten Komfort. Auch die Lage wurde speziell an das Konzept und die Zielgruppe angepasst, genauso wie die Aufteilung in verschieden große Abteile. Weiter wurden unterschiedliche Klimabedingungen respektiert, wodurch produktspezifisch verschiedene Gegenstände gelagert werden können (Euram 2010: 1).

Umgewidmete Immobilien

Vereinzelt ist in der Praxis der Fall von umgewidmeten Immobilien anzutreffen. Diese liegen häufig außerhalb von Ballungszentren in peripheren Gewerbegebieten. Es sind umgebaute Gebäude, welche nicht primär zum Zweck der Selbstlagerung gebaut wurden. Diese umgebauten Immobilien weisen nach ExpertInnen strukturelle Defizite hinsichtlich Lage und klimatischen Bedingungen auf. In Österreich und Deutschland gibt es solche umgebauten Immobilien im Self-Storage-Bereich deswegen eher selten, da der Markt dominiert wird von Anbietern, welche in Primäreinrichtungen investieren. Ausnahmefälle sind dabei Nachnutzungen von ehemaligen Warenhäusern, Kaufhäusern und Einkaufszentren. Diese befinden sich jedoch in der Regel auch in peripheren Lagen an Ausfallstraßen und nicht in Top-Lagen der Innenstadt (Euram 2010: 1).

Container Nutzung

Bei der Container-Nutzung handelt es sich um Selbstlager, die in umgebauten und ausgestatteten Frachtcontainern aus der Schifffahrt angeboten werden. Diese Konzepte liegen hinsichtlich der Sicherheit und BenutzerInnenfreundlichkeit jedoch nicht im Vordergrund und werden ebenfalls eher selten verwendet.

3.5 Wo entsteht Bedarf?

Die Nachfrage nach Self-Storage-Lösungen ist im städtischen Raum besonders groß. Aufgrund von begrenztem Wohnraum in der Stadt besteht Bedarf an einer

Unterbringungsmöglichkeit für verschiedenste Gegenstände. Ursachen für die Inanspruchnahme von Self-Storage-Lösungen können zum Beispiel Änderungen der Wohnsituation sein. Dies passiert etwa aufgrund des Umzugs in eine kleinere Wohnung oder eines vorübergehenden Auslandsaufenthalts. Manchmal wird der Lagerraum dauerhaft, manchmal vorübergehend benötigt. Für die KundInnen besteht ein großer Vorteil darin, jederzeit auf die eingelagerten Gegenstände zurückgreifen zu können. Der Markt wächst seit einigen Jahren (Euram 2010:1).

Die Ausstattung eines Self-Storage-Lagerhauses und seine Möglichkeiten stehen in direktem Zusammenhang mit der möglichen angepeilten Zielgruppe. So können etwa relativ unsichere Container-Lösungen nicht mit dem gleichen Komfort wie Primäreinrichtungen punkten. Dementsprechend sind die Möglichkeit der potentiellen Lagergüter und somit auch die Zielgruppe abhängig von einigen Aspekten.

3.5.1 Sicherheit

Die Möglichkeit des Self-Storages unterscheidet sich von anderen Möglichkeiten der Lagerung durch einige Punkte. Wesentlichster Unterschied ist aber der Sicherheitsaspekt, der in Self-Storage-Lösungen im Mittelpunkt steht. Außerhalb der regulären Öffnungszeiten, in denen Personal den Zugang überwacht, ist der Zutritt meistens nur mit individuellen Sicherheitscodes möglich. Die einzelnen Abteile sind zudem oft mit Alarmen gesichert. Weiter sind Self-Storage-Häuser mit modernen Überwachungsmöglichkeiten ausgestattet. Videoüberwachung auf den Gängen sowie Aufzeichnungstechnik im gesamten Gelände bzw. Gebäudekomplexe erlauben eine lückenlose Kontrolle der Anwesenden. Kooperationen mit Sicherheitsdiensten sowie eigenständiges Wachpersonal erlauben so auch das Einlagern von Wertgegenständen (Euram 2010: 1).

3.5.2 Sauberkeit

Weiteres essentielles Merkmal moderner Anbieter im Selbstlagerungs-Bereich ist die Sauberkeit. Nicht nur im Inneren des Gebäudes ist dies wichtig, um Schäden durch Verunreinigung zu vermeiden, sondern auch das umliegende Areal sollte ordentlich sein. So wird oftmals durch die Wahl des Standortes oder durch Instandhaltung der

Umgebung Vandalismus vorgebeugt. Auf diese Weise entsteht ein sicheres Umfeld, in welchem sich besonders besorgte Kundinnen und Kunden sicher fühlen. Zusätzlich wird insgesamt das subjektive Sicherheitsgefühl gehoben (Euram 2010: 1).

3.5.3 Klima

Um die gelagerten Güter optimal vor Verfall zu schützen, ist es wichtig, auch passende klimatische Bedingungen zu schaffen. Neben der Verschmutzung ist eine zu warme oder zu kalte Lagerung Hauptgrund für Schäden an Lagergut. Außerdem bietet eine optimal regulierte Klimaumgebung auch Schutz vor Schädlingsbefall. Besonders wichtig ist der Schutz vor Feuchtigkeit und die damit einhergehende Gefahr von Schimmelbildung. Deshalb werden moderne Lagerhäuser bei idealen Temperaturen zwischen 10 und 12 Grad Celsius temperiert, mit entsprechend niedriger Luftfeuchtigkeit. Ebenso wichtig sind Rauchmelder und Brandschutztüren, welche vor Brandschäden schützen sollen und im Brandfall den Brandherd eindämmen. Besonders für Einzelunternehmen oder kleinere Anbieter von Self-Storage Lösungen ist ausreichender Schutz essentiell, ist doch ein hoher Sicherheitsstandard wichtig, da die Güter durch private Haftpflichtversicherungen geschützt sind und nicht von gewerblichen Versicherungen (Euram 2010: 1).

3.5.4 Komfort

Neben der Sicherheit, der Sauberkeit und dem idealen Klima für die Lagergüter wird es zunehmend wichtig, auch Serviceleistungen für die Besucherinnen und Besucher zu bieten. Schön gestaltete Eingangsbereiche, die flexible Möglichkeit des Zugriffs auf die gelagerten Gegenstände und ein guter KundInnenservice sind weitere Faktoren, wenn es um den Anspruch von verschiedenen Zielgruppen an das Self-Storage-Unternehmen geht (Euram 2010: 1).

3.5.5 Gebäudestruktur

Meistens bestehen Gebäude, die als Self-Storage betrieben werden, aus relativ kostengünstig erbauten Objekten. Die Fläche zur Lagerung von Gütern verteilt sich in den meisten Fällen auf verschiedenen Etagen, wobei Personen- und Lastenaufzüge im Idealfall an der Außenseite, in Form eines Anbaus angebracht sind. Durch den Anbau

wird im Gebäudeinneren Platz gespart und eine große Nutzfläche wird möglich. Zusätzlich sind Gebäude, die bereits zur Nutzung als Self-Storage-Lagerhäuser erbaut wurden, auf mehreren Etagen von einem großzügigen Wegenetz erschlossen. So wird zu allen Mietabteilen eine gute Anbindung ermöglicht, um auch größere und sperrige Gegenstände in das gemietete Abteil zu bringen. Abhängig von der Bauausführung liegt der Faktor der Bruttogeschossfläche im Verhältnis zur Mietfläche im Idealfall zwischen 0,58 und 0,67 (Euram 2010). Verglichen mit anderen Bereichen der Immobilienwirtschaft ist dieser Wert relativ niedrig. Das liegt hauptsächlich an der Notwendigkeit, die einzelnen Etagen auch mit dem Lastenaufzug zu erreichen. Dabei gibt es jedoch auch Gebäudelösungen, welche gewisse Etagen für kleine Abteilmieten ohne die Notwendigkeit eines Lastenaufzuges vorsehen (Euram 2010).

Die Anlieferung der Lagergüter geschieht über den ebenerdigen oder im unteren Geschoss gelegenen Eingangs- oder Ladebereich. Dieser ist bei Objekten, die in Self-Storages umgewidmet wurden, meistens ohne Rampen ausgestattet. In Fällen von Primary Facilities sind Eingangsbereiche, besonders für die gewerbliche Lagerung, aber auch mit Rampen geplant. So kann einfach mit einem LKW zugefahren werden. Um die angelieferten Lagergüter beim Einlagern bestmöglich vor der Witterung zu schützen, sind ebenerdige Lagerbereiche entweder im Inneren des Gebäudes über eine Garageneinfahrt zu erreichen, oder aber zumindest mit einem Vordach oder Überbau geschützt (Euram 2010).

3.5.6 Umwidmung von Immobilien

Wie bereits weiter oben erwähnt, sind Gebäude, welche zur Nutzung als Self-Storage vorgesehen sind, meistens mit genau diesem Zweck gebaut worden. Bereits bestehende Gebäude eignen sich für den Betrieb von Self-Storages nicht immer. Besonders für die Lagerung sensibler Objekte weisen umgewidmete Gebäude oftmals objekt- und lagerspezifische Defizite auf. Dies kann die nicht zu überschreitende Bodenlast betreffen, welche maximal ausgereizt werden kann. Für den Zweck der Lagerdienstleistung genutzte Immobilien erreichen diese Werte durch die hohe Dichte an gelagertem Material relativ schnell. Eine Umwidmung und Nachnutzung ist daher gerade bei ehemaligen Bürogebäuden, die nicht mehr als marktadäquat vermietet oder

verkauft werden können, schwer möglich und wird nur in Ausnahmefällen realisiert (Euram 2010:2).

Für Deutschland gibt es bezüglich des Marktes für Self-Storage-Immobilien Zahlen, welche ein idealtypisches Gebäude erfüllen sollte. So weist ein Selbstlagerungsgebäude eine Brutto- Geschossfläche von 9000 m² auf, mit einer für die Miete vorgesehenen Lagerfläche von 5200 m² bis zu 6000 m² (Euram 2010:2). Die Herstellungskosten sind dabei im Vergleich zu anderen Gebäuden relativ niedrig, da der Ausbau der Innenflächen in einem vergleichbaren Maße nötig ist. Am meisten wird dabei noch in die interne Sicherheits- und Haustechnik investiert. Pro vermietbarem Quadratmeter muss daher lediglich mit 1.100 bis 1.200 Euro Herstellungskosten gerechnet werden. Inklusive der Grundstückskosten, welche von Lage und Größe abhängig sind, liegen diese Gesamtkosten somit laut den deutschen Referenzzahlen bei 1.300 bis 1.600 Euro pro Quadratmeter an vermietbarer Fläche. Insgesamt liegen damit die Herstellungskosten bei einem solcherart standardisierten Gebäude zwischen 6,6 und 7,2 Millionen Euro (Euram 2010:2).

Hinzugefügt werden muss, dass sich die Struktur von Self-Storage-Lagerhäusern in den letzten Jahrzehnten stark geändert hat. Wurden zu Beginn der Selbstlagerung noch hauptsächlich ungenutzte ehemalige Bürogebäude umgewidmet, werden besonders mit zunehmender Konkurrenz spezifische Self-Storage-Immobilien gebaut. Diese Gebäude sind in der Regel größer und erfüllen idealerweise die bereits erklärten standardisierten Idealzahlen (Euram 2010:2).

3.5.7 Größe und Anzahl der Lagerräume

Self-Storage-Lagerhäuser, die nach diesen standardisierten Merkmalen als Self-Storage geplant und umgesetzt werden, bieten in der Regel Platz für rund 1.000 Lagerräume unterschiedlicher Größe. Je nach Zielgruppe und Lagerart ist es möglich, bis zu 1.100 Mieträume zur Verfügung zu stellen. Die unterschiedlichen Raumgrößen mit der Zielgruppe der privaten Kunden bzw. der privaten Kundin liegt dabei in einer großen Spannweite. Von einem einzigen Quadratmeter bis hin zu 20 Quadratmeter reichen dabei die KundInnenwünsche. So sollte als BetreiberIn und VermieterIn eines Self-

Storages auch an eine Vielzahl unterschiedlich großer Mietabteile gedacht werden. So können, mit Abstufungen, bis zu 50 verschiedene Raumgrößen angeboten werden, um alle KundInnenwünsche und Anforderungen auch erfüllen zu können. Diese Anforderungen sind in der Regel von der genauen Wahl des Standortes abhängig. Kundinnen und Kunden von Self-Storage-Lagerräumen in der Innenstadt haben andere Anforderungen an die Lagerbedingungen und anderes Lagergut als KundInnen in den Randgebieten von Städten. BewohnerInnen ländlicher Gegenden haben tendenziell wiederum andere Bedürfnisse als Kundinnen und Kunden, die in der Stadt leben. Um auf diese unterschiedlichen Bedürfnisse optimal einzugehen, ist es für Self-Storage-Unternehmen ratsam, zuerst die ebenerdigen Etagen in einem Standardaufbau zu realisieren und die restlichen Etagen je nach erkanntem Bedarf optimal zu modifizieren (Euram 2010: 2).

Aufgrund der genannten Einflussfaktoren ist es schwierig, eine genaue Größe des durchschnittlichen Lagerraumes zu ermitteln und somit auch eine durchschnittliche Anzahl an Lagerräumen pro Self-Storage.

Private Kundinnen und Kunden haben aber einen erhöhten Bedarf für Lagerräume in der Größe zwischen 4 und 5 Quadratmetern, während Unternehmen und andere gewerbliche Nutzerinnen und Nutzer in der Regel einen höheren Lagerbedarf haben und daher auch größere Lagerräume bzw. Mietabteile in Anspruch nehmen. Beim klassischen Self-Storage unterscheiden sich die Mietflächen lediglich in der Größe, die Ausstattung ist durchschnittlich die gleiche in jedem Lagerabteil. Spezifische Um- oder Ausbauten erübrigen sich daher meist. Die Wände zwischen den einzelnen Lagereinheiten sind meistens aus einem Material gewählt, das so wenig Instandhaltung wie möglich benötigt. Die Gänge und Aufzüge sind mit verstärkten Blechen geschützt, sodass auch beim Transport von sperrigem Lagergut kein Schaden angerichtet werden kann. Kanten, die besonders hervorstechen und daher prädestiniert für Abnutzung sind, können zum zusätzlichen Schutz mit Schienen aus Edelstahl verstärkt werden (Euram 2010: 2).

3.6 Standort

In den USA ist es bereits Usus geworden, auch am Land die Angebote von Self-Storage-Lagerhäusern in Anspruch zu nehmen. In Europa ist es allerdings nach wie vor so, dass die Zielgruppe in den Städten zu finden ist. Da es in Europa im ländlichen Raum genügend Lagermöglichkeiten im privaten Wohnraum gibt, welcher die sichere Lagerung der Güter gewährleistet, besteht die Zielgruppe also hauptsächlich aus Bewohnerinnen und Bewohnern von Städten. Dabei hat sich gezeigt, dass ab Städten mit 100.000 EinwohnerInnen ein potentieller Standort auch zu einem sinnvollen Ergebnis führt (Euram 2010). Andere Quellen sprechen davon, dass ab einer Größe der Stadt von 250.000 bis 500.000 EinwohnerInnen eine Standortüberlegung sinnvoll ist (Cash 2015).

Dabei ist es für die Zielgruppe wichtig, dass der Self-Storage an einer Hauptverkehrsstraße liegt, welche eine gewisse Frequenz aufweisen sollte. Ab einer Durchfahrtsfrequenz von 30.000 bis 40.000 Fahrzeugen pro Tag erhält der Standort bzw. das Self-Storage-Lagerhaus auch eine marketingtechnische Relevanz. Durch die Sichtverbindung wird das Angebot den potentiellen Nutzerinnen und Nutzern bekannt und auf dem täglichen Weg von der Wohnung zur Arbeit oder vice versa springt die Möglichkeit der Selbstlagerung ins Auge. Dieses automatische Werbefeld direkt an einer viel befahrenen Straße ist wichtig, um später nicht zu hohe Kosten im Marketing zu entwickeln (Euram 2010:2).

Günstig ist auch die Möglichkeit, in der Nähe von einem anschließenden Gewerbepark oder peripher gelegenen Einkaufszentren. Ebenfalls günstig sind umliegende Magnet-Betriebe, welche eine hohe Frequenz aufweisen, wie etwa Discount-Supermärkte, Fast Food Ketten oder Dienstleistungsangebote rund um das Auto wie Tankstellen, Autohäuser, Werkstätten oder Waschanlagen (Cash 2015).

Besonders günstig ist außerdem eine zusätzliche Anbindung an das öffentliche Verkehrsnetz, so haben Kundinnen und Kunden besonders mit kleinem und unsperrigem Lagergut andere Zugangsbedingungen. An solchen Standorten werden besonders oft sehr kleine Lagerabteile vermietet (Cash 2015).

Die Lage des zukünftigen Self-Storage ist besonders deshalb ausschlaggebend, da der Markt besonders auf die Nachbarschaft bezogen ist und von ihr lebt. Das direkte Einzugsgebiet macht einen Großteil der Kundinnen und Kunden aus und ist deshalb eine Kernfrage. Jedes Self-Storage-Unternehmen bedient somit eines lokalen Marktes, der je nach den spezifischen Gegebenheiten sehr unterschiedlich ist und sich deshalb schwer mit anderen Self-Storages vergleichen lässt. Kennzahlen hinsichtlich der nachfragenden Zielgruppe, genauso wie Zielgrößen, lassen sich deshalb nur sehr schwer miteinander vergleichen. Hier ist es daher wichtig, zwischen Mikro- und Makrobedingungen zu unterscheiden. Teilweise gibt es so bereits erhebliche Unterschiede bei Self-Storage-Möglichkeiten innerhalb weniger hundert Meter Distanz zueinander, wenn etwa die Kundinnen und Kunden dadurch eine größere Strecke zu überwinden haben, etwa durch eine Bahntrasse mit Trennwirkung (Cash 2015).

Die Zielgruppe ist also sehr davon abhängig, an welche groben Standortbestimmungen man sich hält, aber auch die Details des Standortes können von erheblicher Wirkung bezüglich der KundInnenfrequenz und Auslastung sein.

3.7 Mietoptionen und Verträge

Die Vermietung der Self-Storage-Abteile erfolgt über einen typischen Mietvertrag gewerblicher Natur. Bleibt die mietende Partei die anfällige Miete säumig, kann das Mietverhältnis durch den Betreiber oder die Betreiberin auch kurzfristig gekündigt werden. Gleichzeitig wird das Lager geräumt. Bei den meisten Anbietern von Self-Storage-Lagerräumen mit flexiblen Angeboten beträgt die Mindestdauer eines Mietverhältnisses vier Wochen. Auf diese Weise können einzelne Lager-Abteile bis zu 13 mal im Jahr abgerechnet werden. Aus dem internationalen Raum kommt der Trend dahingehend, noch kürzere und somit flexiblere Lagermöglichkeiten zu schaffen. Im amerikanischen Raum ist eine wöchentliche Regelung durchaus üblich, allerdings gibt es mittlerweile auch Vertragsmöglichkeiten, die genau auf den Tag abgerechnet werden. Da bei diesem Angebot hinsichtlich der Aufnahme oder Beendigung des Mietverhältnisses keine Stichtage einzuhalten sind, wird die Flexibilität der Vermietung für den Nutzer bzw. die Nutzerin passgenau erhöht. Angebote können so ideal auf einzelne KundInnengruppen zugeschnitten werden. In den meisten Self-Storage-

Lagerhäusern wird zusätzlich eine Kautions erhoben, welche im Falle von Mietsäumnis oder Schäden einbehalten wird. Diese Kautions liegt meistens in der Höhe von einem gesetzlich festgelegten Betrag von maximal drei Monatsmieten (Euram 2010).

Ist ein Self-Storage somit voll ausgelastet, bestehen nach den standardisierten, idealtypischen Eckdaten zwischen 1.000 und 1.100 Mietverträgen. Dabei muss beachtet werden, dass es eine branchentypische Fluktuationsrate gibt, die je nach den gebotenen Vertragsformen zwar unterschiedlich ist, aber meistens um die 7% liegt (Euram 2010: 3). Dadurch ist es notwendig, eine stabilisierende Diversifikation zu beachten. Das heißt, dass in ideal geführten Self-Storage-Lagerhäusern verschiedene Vertragsformen und NutzerInnengruppen diversifizierend miteinander kombiniert werden, um eine gewisse Stabilisierung trotz der hohen Fluktuation zu erreichen.

Der dazugehörige benötigte Verwaltungsaufwand ist aufgrund der Vielfalt an Mietverhältnissen dementsprechend hoch. Die dadurch entstehenden Kosten können allerdings bei jedem neu abgeschlossenen Mietverhältnis über einen neuen Vertrag gut angepasst werden. Dadurch sind Self-Storages vergleichsweise gut vor der Inflation geschützt. Auch bestehende Mietverträge mit KundInnen können seitens des Vermieters oder der Vermieterin gekündigt und Kosten angepasst werden (Euram 2010 : 3).

3.8 Vertragsformen und Zielgruppen

In Abhängigkeit von den gewählten Vertragsformen entsteht so wieder eine Aufteilung in unterschiedliche Zielgruppen. Jede Zielgruppe hat dabei unterschiedliche Bedürfnisse und Anforderungen an den Mietraum, da auch unterschiedliche Lebenssituationen gegeben sind.

3.8.1 Temporär kurzfristig

Mietdauer unter zwei Monaten

Ein hoher Teil der Self-Storage-KundInnen nimmt das Angebot der Selbstlagerhäuser nur für einen kurzen Zeitraum in Anspruch. Kurzfristig entsteht das Bedürfnis nach erhöhtem Lagerraum, bei privaten KundInnen meistens durch außergewöhnliche Lebensereignisse und einem Umbruch zwischen zwei Abschnitten des Lebens.

Dementsprechend werden für einen kurzen Zeitraum Abstellmöglichkeiten gesucht, um Lagergüter sicher zu verstauen. Wenn sich die Lebensumstände nach dem Wechsel dann wieder normalisieren, geht auch der Bedarf an zusätzlicher Lagermöglichkeit zurück, der Mietvertrag wird gekündigt. Solche Phasen dauern in der Regel zwischen zwei und drei Monaten und machen die Zielgruppe zu potentiellen KundInnen von Self-Storage-Unternehmen (Euram 2010: 3).

3.8.2 Temporär längerfristig

Mietdauer zwischen zwei Monaten und einem Jahr
Diese potentielle NutzerInnengruppe hat einen etwas längeren Bedarf an zusätzlichem Stauraum, um Lagergüter zu verwahren. Er entsteht meist daraus, dass sich beruflich bedingt eine zeitlich begrenzte Abwesenheit ergibt, wie etwa durch einen längeren Auslandsaufenthalt. Eine in der Zwischenzeit untervermietete Wohnung macht es nötig, Mobiliar auszulagern. Verlängert sich der Auslandsaufenthalt, wird Mobiliar in die neue Wohnung mitgenommen und teilweise altes, nicht gebrauchtes Mobiliar eingelagert. Darüber hinausgehend ist auch die Zeit der Wohnungssuche jene, in der noch kein eigener Platz für mitgebrachtes Mobiliar besteht. Wieder wird auf Self-Storage als Lösung zurückgegriffen (Euram 2010: 3).

3.8.3 DauermieterInnen

Mietdauer länger als ein Jahr.

Anders als die beiden anderen Gruppen an NutzerInnen hat dieses KundInnensegment einen längerfristig erhöhten Bedarf an zusätzlicher Lagerungsmöglichkeit. Es handelt sich oft nicht um das Bedürfnis nach Stauraum, das aus Gründen der Mobilität oder wegen Lebensumbrüchen entsteht. Bei Dauermietern handelt es sich oft um Ursachen, die in der Lebensart begründet liegen. Ist die Lagermöglichkeit in der Wohnung zu klein, da sperrige Güter nur saisonal oder anlassbezogen verwendet werden können, braucht es eine längerfristige Möglichkeit der Lagerung außerhalb der eigenen vier Wände. Betroffen sind oft Menschen, die über keinen oder nur ungeeigneten Lagerraum in oder um die Wohnung verfügen, also keine Keller oder Dachböden. Eine andere Möglichkeit ist, dass diese aufgrund von klimatischen Bedingungen für das Lagergut

nicht passend sind (Euram 2010: 3). Besonders die Keller in Wiener Altbauten sind oft nicht für eine längerfristige Lagerung zu verwenden.

Dauermieter nutzen die zusätzliche Lagermöglichkeit hauptsächlich für Güter, die lifestyle bezogen genutzt werden. Dazu gehören Sportgeräte, saisonale Garderoben, Wein-, Bücher- oder Bilderlager. Dauermieter von Self-Storage-KundInnen sind häufig SammlerInnen, die den Platz für ihr Hobby außerhalb der Wohnung benötigen (Euram 2010: 3).

3.9 Zusätzliche Dienstleistungen

Zusatzleistungen und dementsprechende Preisgestaltung sind ebenfalls Einflussfaktoren auf die potentielle Zielgruppe von Self-Storage-Lagermöglichkeiten. Dazu gezählt wird die Dienstleistung in Form von relevanter Hilfestellung, die dem eigentlichen Mietverhältnis vorangeht oder nachgelagert wird. Diese ergänzenden Extraleistungen, die für viele KundInnen zu einem guten Service zählen, werden unter den Oberbegriffen Transport, Umzug und fachgerechte Lagerung zusammengefasst. In angeschlossenen Shops im Eingangsbereich können so zum Beispiel Materialien erworben werden, die in Umzugssituationen benötigt werden. Das sind vor allem Maßbänder, Markierungsstifte, Klebestreifen, Umzugskartons und Verpackungsmaterialien wie Luftpolster zur Sicherung heikler Lagergüter. Aber auch Paletten für die fachgerechte Lagerung großer Einheiten oder Güter können zur Verfügung gestellt werden (Euram 2010: 3).

Weiteres Beispiel sind Handschuhe und Werkzeuge, während das Angebot von kleinen Erfrischungen zur Selbstverständlichkeit gehören sollte. Einkünfte aus einem solchen angegliederten Einkaufsbereich im Erdgeschoß oder Eingangsbereich können einen konstanten und nicht unerheblichen Teil des gesamten Umsatzes ausmachen (Euram 2010: 3).

Weiter zu den zusätzlichen Dienstleistungen zählt die Möglichkeit, Sackkarren zu mieten oder Transporter und kleine LKWs für den Umzug. Manche Self-Storage-BetreiberInnen stellen ihren Kundinnen und Kunden auf Wunsch ganze Dienstleistungspakete zusammen, in denen Verpackung vor Ort, Transport und Einlagerung inbegriffen sind (Euram 2010: 3).

4. Angebot und Nachfrage auf dem Self-Storage-Markt

In diesem Kapitel wird beschrieben, wie sich das Verhältnis von Angebot und Nachfrage in Österreich darstellt und wie der Markt strukturiert ist. In Österreich agieren bereits einige etablierte Firmen, die Self-Storage anbieten. Diese operieren vor allem in den Städten. Der größte Anbieter ist Myplace-Selfstorage. Weitere Anbieter sind z.B. Easy Storage oder „dein Depot“. In diesem Kapitel wird die Lage in Wien gesondert analysiert.

4.1 Nachfrage

Die deutsche Forscherin Petra Beck legte ihre Magisterarbeit in Berlin am Institut für Europäische Ethnologie an der Humboldt- Universität vor. Darin betrachtet sie das Phänomen des Self-Storage und identifizierte es als eine reine urbane Praxis. Für Petra Beck hängen die Gründe für den Aufstieg der Branche mit den Verhältnissen zusammen, in denen Gesellschaften in Metropolen leben. Steigende Mietpreise in den Großstädten führen zu knappem Stauraum in den Wohnungen. Kellerräume sind zudem oft feucht und wegen drohender Schimmelbildung zur Lagerung ungeeignet. Dachböden waren in der Vergangenheit klassische Orte der Lagerung, sind aufgrund moderner feuerpolizeilicher Bestimmungen aber nicht mehr als Lagerorte geeignet (Beck 2012).

Hinzu kommt, dass Menschen immer mehr Besitztümer anhäufen, historisch betrachtet besitzen moderne GroßstadtbewohnerInnen mehr Gegenstände als je zuvor in der Geschichte der Menschheit (Röthlingshöfer 2012).

Diese Besitzanhäufung geschieht unter sich wandelnden gesellschaftlichen Bedingungen. Mobilität ist in vielen Bereichen des Lebens zum Standard geworden und bringt die Bevölkerung aller Einkommensschichten dazu, häufige Arbeitsplatzwechsel vorzunehmen. Das bedeutet gleichzeitig sehr oft auch einen Wechsel des Wohnortes. Nicht selten verlagert sich so durch einen Arbeitswechsel der Lebensmittelpunkt ins Ausland (Moser 2013).

Weitere Veränderungen sieht, wie bereits erwähnt, auch Petra Beck in den hohen Scheidungs- und Trennungsraten. Diese führen ebenso zu einem flexiblen

Umgang mit Wohnraum. So wird der Lebensraum wie auch der Lagerraum zu einem flexiblen Ort. Das Self-Storage-Prinzip wird somit zu einem ökonomischen und infrastrukturellen System, das gesellschaftliche Verhältnisse spiegelt (Beck 2012).

Petra Beck betrachtet aber auch den Umgang der Menschen mit ihren Besitztümern. Die Beziehung zwischen den Self-Storage-KundInnen, den eingelagerten Gegenständen und dem gemieteten „eigenen Raum“ steht für sie im Mittelpunkt ihrer Forschung. Das anonyme Lagerabteil wird von Mieterinnen und Mietern mit persönlichen Objekten gefüllt und wird so von einem leeren Raum zu einem Raum voll von persönlicher Geschichte. Der Selektionsprozess verrät dabei viel über die Persönlichkeit des/der Nutzenden: Was wird weggeworfen, was wird behalten? Lagerraum ist somit auch ein Ausdruck der modernen Persönlichkeit von Menschen (Röthlingshöfer 2012).

Über zusätzliche Forschungen in diese Richtung der Persönlichkeit von Self-Storage-KundInnen könnte in Zukunft viel über spezifische Nachfragen erfahren werden. Deswegen ist die Verknüpfung des Self-Storage-Marktes mit der Soziologie als eine spannende Möglichkeit einzustufen.

Die Nachfrage für das Angebot von Self-Storage besteht also hauptsächlich für die NutzerInnengruppe der GroßstadtbewohnerInnen. Aufgrund der hohen Mietpreise und des damit einhergehenden Mangels an Stauraum in der Wohnung haben BewohnerInnen von Großstädten daher am ehesten Bedarf nach zusätzlichem Stauraum. ExpertInnen gehen davon aus, dass Self-Storage-Konzepte ab einer Größe von Städten mit 100.000 Einwohnern relevant werden (Cash 2015). Ab dieser Stadtgröße kann mit einer Auslastung gerechnet werden, die sich finanziell rechnen würde. Kleinere und weniger kostenintensive Varianten wie etwa die Vermietung von Schiffscontainern können auch in ruralen Gebieten möglich sein. Wichtig ist aber in allen Fällen eine günstige Anbindung, um gleichzeitig mit dem Standort auch einen gewissen Werbeeffekt zu erzielen.

4.1.1 PrivatkundInnen

Viele Kunden und Kundinnen von Self-Storage-Lagerabteilen werden Mieterinnen und Mieter aus privaten Gründen.

Wie bereits im vorigen Kapitel besprochen, besteht die Nachfrage oft auch nur für kurze Zeit, wenn außergewöhnliche Lebensereignisse oder die Phase zwischen zwei Lebensabschnitten es nötig machen, auf Self-Storage-Angebote zurückzukommen. Dies ist oft der Wechsel des Arbeitsplatzes, Trennung von LebenspartnerInnen oder Tod eines/einer Familienangehörigen. Aber auch weniger tragische Gründe wie etwa das Renovieren der Wohnung oder des Arbeitsplatzes, Auslandssemester oder Praktika oder auch das Zusammenlegen zweier Haushalte können dazu führen, dass kurzfristig mehr Stauraum benötigt wird. Fast immer, wenn Menschen die Angebote von Selbstlagerhäusern in Anspruch nehmen, handelt es sich aber um Gründe, die eng mit dem eigenen Wohnverhalten zusammenhängen (Euram 2010).

Aber auch längerfristig kann der Bedarf an Lagerraum entstehen. Wenn etwa die eigene Wohnung zu klein ist für einen passenden Stauraum, in welchem lifestylebezogene Produkte untergebracht werden können. Dazu zählen sperrige Sportgeräte, nur saisonal nutzbare Kleidung oder Wein und Bücherlager. Sammlungen jeder Art werden gerne für Self-Storage in Anspruch genommen (Euram 2010). Self-Storage ist also eine Art Verlängerung der Wohnung, ob nun temporär oder dauerhaft.

Das KundInnensegment der privaten Nutzerinnen und Nutzer hat eine Nachfrage nach Mietabteilen in der Größe zwischen einem und zwanzig Quadratmetern, wenn auch der Bedarf für Abteile mit einer Größe zwischen vier und fünf Quadratmetern im Vordergrund steht und Abteile dieser Größe am häufigsten angefragt werden (Euram 2010).

Die privaten KundInnen von Self-Storage-Häusern machen 60 bis 70 Prozent der MieterInnen von Lagerabteilen aus und sind damit die größere NutzerInnenengruppe (Euram 2010).

4.1.2 Gewerbliche NutzerInnen

Nicht vernachlässigt werden darf aber auch der Sektor der FirmenkundInnen.

Dieser wurde ebenso im vorigen Kapitel beleuchtet. Die Zielgruppe der freien Selbständigen oder Gewerbetreibenden hat als eigenständige NutzerInnenengruppe auch

eine eigene Nachfrage an sicherem Lagerraum. Genau wie bei den privaten Kundinnen und Kunden gibt es auch hier Bedarf für kurze und flexible Mietdauer, genauso wie von den gewerbetreibenden Kundinnen und Kunden Anfragen über längerfristige Mietmöglichkeiten zu erwarten sind.

Die Hintergründe bei beruflicher Anmietung sind dabei ebenso wie im privaten Sektor vielfältig und auch hier besteht sowohl der Bedarf an kurzen, flexiblen Verträgen, wie auch an längerfristigen Mietverhältnissen. Auch die Größe der Lagerabteile reicht bei gewerblichen Kundinnen und Kunden von sehr kleinen Abteilen von einem bis fünf Quadratmetern bis hin zu großen Lagermöglichkeiten von über zwanzig Quadratmetern. Grundsätzlich lässt sich aber sagen, dass Gewerbetreibende tendenziell eher größere Lagermöglichkeiten benötigen als private Kundinnen und Kunden.

Für kurzzeitige Anmietung von Lagerräumen liegt der Grund häufig darin, dass Büroräume renoviert werden, oder aufgrund von vielen Aufträgen kurzzeitig mehr Lagerraum als vorgesehen gebraucht wird (Euram 2010).

Wenn ein langfristiges Mietverhältnis angefragt wird, handelt es sich oft um den Bedarf nach einem Lagerraum für große Geräte. Nicht dauernd benötigtes Material wie etwa saisonale Dekoration, Messestände oder andere anlassbezogene Materialien werden dann in extern zugemieteten Lagerräumen untergebracht. Ebenfalls typisches KundInnensegment für langfristige gewerbliche Nutzung von Mietlagern sind Anwaltskanzleien sowie Ärztinnen und Ärzte, welche oft eine große Anzahl von Dokumenten aufbewahren müssen. Dabei handelt es sich um ehemalige Akten von Klientinnen und Klienten bzw Patientinnen und Patienten, welche gesetzlich aufbewahrt werden müssen (Euram 2010).

Auch wenn der Trend heutzutage in Richtung digitale Archivierung von solchen Akten geht, besteht nach wie vor der Bedarf daran, gedruckte Akten auch in Self-Storage-Lagerräumen sicher und dauerhaft zu verwahren.

Besonders interessante KundInnen im gewerblichen Segment der Nachfragenden sind Start-Ups und Online-HändlerInnen. So betreiben viele Online-HändlerInnen ihr

Geschäft entweder von räumlich sehr beschränkten Innenstadtbüros aus, oder aber, wie neueste Trends beweisen, auch von zu Hause. Diese NutzerInnengruppe hat einen dauerhaften Bedarf an externen Lagermöglichkeiten (Euram 2010).

Start-Ups sind junge Unternehmen, welche im Prozess des Wachstums oft nicht genau voraus planen können. Bei guter Auftragslage und wirtschaftlichem Erfolg benötigen sie oft rasch größere Lagerflächen, um ihre Expansion weiter betreiben zu können. Sie benötigen flexible Verträge. Auch im Fall von Firmenpleiten besteht ein Bedarf an der Miete von Lagerflächen. Wenn der eigentliche Geschäftsort aufgegeben werden muss, aber noch Material im Lager vorhanden ist, muss dieses, um vor zusätzlichem Verlust zu schützen, untergebracht werden. Hier können Self-Storages ebenso einspringen (Euram 2010).

4.1.3 Extraleistungen: Umzug und Transport, Material

In beiden Fällen, sowohl den gewerblichen als auch den privaten potentiellen Kundinnen und Kunden, besteht oft nicht nur die Nachfrage nach den Lagerabteilen und dem zur Verfügung stehenden Raum. In vielen Fällen brauchen Kundinnen und Kunden, welche ihre Lagergüter in Self-Storage-Häusern unterbringen wollen, auch eine passende Transportmöglichkeit.

Deshalb bietet es sich an, diesem Wunsch und Bedürfnis der Kundschaft auch nachzukommen.

Dabei gibt es verschiedene Optionen, welche von Kundinnen und Kunden gewünscht werden. So besteht Bedarf an Umzugshilfe, also dem fachgerechten Verpacken der zu lagernden Güter, dem Verladen in die Transportgeräte sowie schließlich das fachgerechte Entladen und Einlagern im Self-Storage. In dieser Option wird der gesamte Umzug in die Hände des Self-Storage-Unternehmens gelegt. Dabei ist es auch möglich, dass nur Nachfrage nach jeweils einzelnen Schritten aus der Palette des Angebots besteht. Typischerweise handelt es sich in solchen Fällen um das Mieten einer Transportmöglichkeit, ein Schritt, den die Kundinnen und Kunden sonst extern erledigen müssten. Ebenso angefragt werden menschliche TransporthelferInnen, die beim Ein- und

Ausladen der bereits verpackten Lagergüter am Wohnort bzw. im Self-Storage zur Hilfe stehen (Euram 2010).

Weitere Nachfrage besteht in kleinen Werkzeugen, welche bei Umzügen oder Wohnungseinrichtungen typischerweise benötigt werden. Dazu gehören Verpackungsmaterialien, Maßbänder, Markierungsstifte und auch kleine Erfrischungen für zwischendurch (Euram 2010).

Zusammengefasst lässt sich sagen, dass es eine Nachfrage von speziellen Zielgruppen gibt. Diese wünschen sich unterschiedliche Verträge mit flexiblen Mietlösungen. Viele Kundinnen und Kunden benötigen das Angebot von Self-Storage-Häusern in bestimmten Lebenssituationen, andere haben längerfristigen Bedarf an zusätzlichem Lagerraum außerhalb der eigenen Wohnung. Unterschieden werden muss außerdem in die Gruppe der gewerblichen und privaten Nutzerinnen und Nutzern, welche teilweise unterschiedliche Motivationen haben, um das Angebot der Selbstlagerung in Anspruch zu nehmen. Vermehrt werden auch Zusatzleistungen wichtig. Dazu zählt vorrangig die Hilfe bei Umzug, Transport und Lagerung.

4.2 Nachfragestruktur im Großraum Wien

Eveline Moser analysierte in ihrer Abschlussarbeit die KundInnenstruktur von Self-Storage -Unternehmen, darunter auch die des Anbieters MyPlace. Dort wird in drei KundInnengruppen unterteilt, welche um Lagerabteile anfragen.

Die KundInnengruppe „Modern Living“ macht etwa die Hälfte der Kundinnen und Kunden von myplace-Self-Storage aus und betrifft eine KundInnengruppe, welche die Abteile längerfristig benötigt. Dieses KundInnensegment mietet sich Lagerabteile, um sich eine Annehmlichkeit zu leisten. Dabei wird unterschieden in Männer und Frauen. Männern fällt es schwer, sich von funktionalen Gegenständen zu trennen, welche sich wieder verwenden lassen. Frauen dagegen würden öfter Gegenstände mit emotionalem Hintergrund wie zum Beispiel Kindersachen einlagern. Dieses KundInnensegment besteht zu 95 Prozent aus sogenannten „Kellerkunden“. Sie verfügen über keinen oder nur unpassenden Stauraum im Keller und benötigen deshalb externe Lagerhäuser. Diese KundInnengruppe macht 95% der Dauermieterinnen und -mieter des Anbieters

MyPlace aus. Die verbleibenden 5 Prozent sind Menschen mit Sammelleidenschaft, welche in den eigenen vier Wänden zu wenig Platz haben, um ihrem Hobby nachgehen zu können (Moser 2013: 31).

Ein weiteres KundInnensegment wird mit „Need“ bezeichnet. Diese KundInnen brauchen den Lagerplatz dringend aufgrund einer plötzlich auftretenden Notlage. Sie machen 30 Prozent der Kundinnen und Kunden von MyPlace-Self-Storage aus. Der Grund für die Nachfrage liegt in Trennung oder Scheidung von LebenspartnerInnen, Versicherungsfälle oder Renovierung in der Wohnung sowie Delogierung. Diese Kundinnen und Kunden haben den Bedarf an dem Lagerabteil über wenige Monate, da ihnen die Möglichkeit für eine alternative Unterbringung fehlt. Weitere 66 Prozent der Kundinnen und Kunden fallen in diese Kategorie, weil sie aufgrund einer Zusammenlegung des Haushaltes, eines Auslandsaufenthalts oder des Umzugs ins Seniorenheim erhöhten Bedarf an Lagerfläche haben. Weiterer Grund ist eine Erbschaft (Moser 2013: 31).

Die dritte KundInnengruppe „Business“ macht laut Elvira Moser 20 bis 25 Prozent der Mieterinnen und Mieter aus. Ausnahme ist eine andere Selbstlagerungsfirma aus Wien, EasyStorage, welche sich auf Lagercontainer spezialisiert hat. Dort beträgt der Anteil an gewerblichen Kundinnen und Kunden 40 Prozent (Moser 2013: 32).

Elvira Moser ermittelte über Interviews bei 25 Prozent der Bewohnerinnen und Bewohner von Großstädten den Bedarf, Gegenstände auch extern zu lagern (Moser 2013: 32).

4.3 Angebote in Wien

In folgender Analyse wird der Author auf verschiedene Anbieter in Wien eingehen und ihr Angebot miteinander vergleichen. Dabei werden als Grundlage der Analyse die Webauftritte der betreffenden Unternehmen hinzugezogen. Im Folgenden werden die Unternehmen MyPlace-Selfstorage analysiert, sowie City Storage, Local Storage, Easy Storage, Dein Depot, weiter sollen diverse gewerbliche Anbieter und private Anbieter analysiert werden.

4.3.1 MyPlace- Selfstorage

Das Unternehmen MyPlace-Selfstorage wurde 1999 gegründet und war damit im deutschsprachigen Raum eines der ersten Unternehmen, welche das Angebot von Self-Storage Lagerräumen als Geschäftsmodell betrieben. Seit der Gründung ist MyPlace-Selfstorage Marktführer mit 41 Filialen. Davon stehen in Österreich 13, 26 in Deutschland und zwei in der Schweiz (MyPlace 2017). Die Nutzfläche aller Standorte beträgt dabei 302.000 m² und erlaubt die Vermietung von insgesamt 34.300 Lagerabteilen. Bei derzeit 137 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern hält das Unternehmen somit 25 bis 30 Prozent des Marktanteils inne. Die Wahl der Standorte und genaue Marktforschung sind dabei das Rezept für den Erfolg. Genaue Beobachtung der KundInnenwünsche helfen, wenn es darum geht, Strategien für die Zukunft zu planen. Alleine im Großraum Wien gibt es derzeit elf Standorte, ein zwölfter wird im Laufe der ersten Jahreshälfte 2017 eröffnet (MyPlace 2017).

Auf der Homepage kann sich die potentielle Kundin oder der potentielle Kunde selbst ein Bild von den Lagermöglichkeiten machen, es gibt einen 3D-Rundgang. Die Lagerräume sind trocken, gut gesichert und sauber. Zudem sind sie für Außenstehende nicht einsehbar. Es gibt rund um die Uhr Sicherheit durch Videoüberwachung und Kontrollen des Zutritts. Mieterinnen und Mieter haben täglich zwischen 06:00 und 22:00 Zugang zu den gemieteten Abteilen. Die Wege sind kurz, hell und dadurch sicher. Der Zugang zwischen Auto und Lagerabteil ist komfortabel und ohne Treppen gestaltet. Zudem gibt es die Möglichkeit von Paketannahme sowie spezielle Angebote für das Mieten von Transportautos. Ebenfalls gibt es gesonderte Konditionen für den Bedarf an Umzugshilfe oder Entsorgung. In einem angeschlossenen Shop gibt es Produkte rund um das Thema Umzug und Einlagerung (MyPlace 2017).

Verträge sind ab einer Laufzeit von zwei Wochen flexibel jederzeit kündbar, was für viele kurzfristige KundInnen wertvoll ist. Langfristige Mieterinnen und Mieter werden mit einem Rabatt belohnt (MyPlace 2017).

Besonderes Augenmerk wird auf Hobby-Sommeliers gelegt. Es gibt eigene Weinlagerabteile, welche alarmgeschützt und uneinsehbar sind. Diese ermöglichen

durch spezielle Klimatisierung eine fachgerechte Lagerung von hochpreisigen Weinen. Die Temperatur der Abteile hat dabei eine ideale Weinlagertemperatur von 12 Grad, mit einer Schwankungsbreite von 3 Grad. Dabei wird eine Luftfeuchtigkeit zwischen mindestens 50 und 70 Prozent garantiert. Die Regelung der Temperatur und Luftfeuchtigkeit erfolgt durch die Steuerung eines Mikroprozessors, der außerdem für regelmäßigen Austausch der Luft sorgt. Die Abteile haben unterschiedliche Kapazitäten, die kleinsten Weinlager sind für bis zu 120 Flaschen, während die größten Raum bieten für bis zu 2.200 Flaschen (MyPlace 2017).

Für gewerbliche Kundinnen und Kunden bietet MyPlace-Selfstorage ebenfalls spezielle Angebote. Für saisonale Spitzenzeiten, in denen zusätzliches Lager gebraucht wird, aber auch zum Archivieren von Akten oder Lagerräumen für den Außendienst werden Angebote zur Verfügung gestellt (MyPlace 2017).

Ein weiteres angebotenes Produkt ist der Home Service. Dabei ist die Anlieferung und Abholung im Angebot inkludiert. Der Vorteil liegt darin, dass sich Kundinnen und Kunden um den Transport ihrer Güter nicht mehr kümmern müssen und gleichsam einen „rollenden Lagerraum“ zur Verfügung haben (MyPlace 2017). Die Traglast beträgt ungefähr 280 Kilo, in den Maßen 96x197x79. Diese sind gegliedert in 4 flexible, höhenverstellbare Regale, welche auch herausgenommen werden können. Außerdem bietet der rollende Service Platz für eine Kleiderstange.

Beworben wird das Home Service für Ordner, Akten und Bürounterlagen. Außerdem eignet sich das Angebot für saisonal nutzbare Kleidung und Sportgeräte sowie saisonale Dekoration und private Sammlungen (MyPlace 2017).

Als zusätzlichen Service bietet MyPlace Self-Storage Transporthilfe. Dabei wird unterschieden in Angebote für Selbstfahrende sowie Umzüge mit Transporthelfern. Im Shop erhältlich ist Verpackungsmaterial. Das betrifft Kartons verschiedener Größen, Klebeband, Zuggurte für sperrige Güter, Schlösser für das Versperren der Abteile. Außerdem gibt es verschiedene Luftpolsterhüllen, Folien und Hüllen für spezielle Lagerobjekte wie Matratzen oder Sessel (MyPlace 2017). So wird gewährleistet, dass die Objekte die Zeit der Lagerung unbeschadet überstehen.

Ein weiterer Service ist die Regalaufstellung. In den Lagerabteilungen können, passend für das jeweilige Lagergut, Regallösungen gefunden werden. MyPlace Selfstorage arbeitet dabei mit SpezialistInnen aus den unterschiedlichen Regionen zusammen, um ideale und individuelle Lösungen für KundInnenwünsche zu finden (MyPlace 2017).

Ebenso gibt es Kooperationen mit Entsorgungsunternehmen, welche nicht mehr benötigten Hausrat auf KundInnenwunsch entsorgen (MyPlace 2017).

Wichtig ist auch der Versicherungsschutz. Im Schadensfall sind KundInnen von MyPlace damit geschützt gegen Vandalismus, Einbrüche, Feuer- und Wasserschäden sowie andere Naturgewalten. Diese Versicherungen können im Rahmen der Haushaltsversicherung realisiert werden oder durch spezielle Pakete mit der Donauversicherung. Die Basisversicherung bietet dabei Schutz bei Gütern im Wert von 4.000 Euro. Nicht versichert werden Wertgegenstände wie Bargeld, Schmuck, Gold und Silber sowie Briefmarken (MyPlace 2017).

Als besonderen Service bietet MyPlace auch Veranstaltungen. Zu ausgewählten Terminen können KundInnen ihre eingelagerten Objekte von ExpertInnen auf ihren Wert hin schätzen lassen. Dabei arbeitet MyPlace Selfstorage mit ExpertInnen aus dem Dorotheum zusammen. Dabei können Mieterinnen und Mieter kostenlos bis zu zwei Gegenstände begutachten lassen (MyPlace 2017).

Eine weitere Aktion ist „Tauschraum“. Hier können Mieterinnen und Mieter nicht mehr benötigte Gegenstände während des Aktionszeitraumes abliefern und im Gegenzug einen anderen Gegenstand mitnehmen. Dafür müssen die Gegenstände in gutem Zustand und funktionstüchtig sein. Die kleinsten Lagerräume sind 1-3 Quadratmeter groß, die größeren haben eine Größe von über 50 Quadratmetern (MyPlace 2017).

4.3.2 City Storage

Unter dem Namen City Storage betreibt die Firma Cielo Immobilieninvest AG auf insgesamt 10.000 Quadratmetern Self- Storage für private und gewerbliche Nutzerinnen und Nutzer. Die Fläche ist aufgeteilt auf vier Standorte in zentralen Lagen der Innenstadt von Wien. Dabei ist zu beachten, dass es sich nicht um 10.000 Quadratmeter

Lagerfläche handelt, sondern den Gesamtraum des Storage-Konzeptes, also auch Gänge, Treppen und Eingangsbereich. Pro Standort stehen den Mieterinnen und Mietern jeweils zwischen 21 und 31 Abteile zur Verfügung, diese haben Größen ab 3 Quadratmetern bis zu 14,5 Quadratmetern. Die Abteile sind damit relativ klein. Aufgrund ihrer Innstadtlage sind die Abteile auch weniger für den gesamten Hausrat zur Überbrückung eines vorübergehenden Wohnungsengpasses gedacht, sondern eher auf die Bedürfnisse von Langzeitmieterinnen und -mietern ausgelegt (City Storage 2017). Laut Quellen beschäftigt die Cielo Immobilieninvest AG bis zu 30 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, von denen allerdings nicht alle für den Self-Storage zuständig sind (Moser 2013: 21). Trotz der Top-Lagen sind die Lagerflächen vergleichsweise günstig. Um die bereits angesprochene Zielgruppe der Langzeitmieterinnen und -mieter noch mehr zu locken, gibt es Sonderangebote und Reduktionen für den Abschluss längerfristiger Mietverhältnisse. Die gelagerten Objekte sind beim Abschluss eines Mietvertrages automatisch bis zu einer Schadenssumme von 10.000 Euro versichert, wobei ein Selbstbehalt von 350 Euro pro Schadensfall bei der Mietpartei bleibt. Hinzu kommt, dass einige Einlagerungsgegenstände keinen automatischen Versicherungsschutz genießen. Dazu gehören Datenträger, Bargeld, Spargeld und Schmuck. Außerdem ausgenommen sind Pelze, Antiquitäten und Kunstobjekte, sowie Musikinstrumente, Fahrräder und Elektrogeräte bei einem Wert ab 2500 Euro (City Storage 2017).

Weiter gibt es eine Liste von Gegenständen, die von der Lagerung ausgenommen sind. Dazu gehören verderbliche Nahrungsmittel, Gegenstände aus leicht entflammbarem Material und Stoffe. Außerdem gefährliche Chemikalien, Sondermüll und andere Materialien, welche durch Absonderungen Menschen oder Lagergut gefährden könnten (City Storage 2017).

Das besondere bei City Storage, neben den absolut wettbewerbsfähigen Preisen, sind die Lagerabteile selbst. Diese sind nicht wie im Self-Storage-Markt üblich, durch Sichtschutz voneinander getrennt. Die einzelnen Abteile sind lediglich durch einzelne Alu-Latten voneinander abgegrenzt. Die Anlagen bieten Mieterinnen und Mietern dafür rund um die Uhr, jeden Tag der Woche Zutritt zu ihrem Lagergut. Mittels eines elektronischen Schlüssels ist die Identifikation von einzelnen Personen gewährleistet,

zusätzlich sind die einzelnen Abteile mit privaten Vorhängeschlössern gesichert. Außerdem gibt es die übliche Überwachung durch ein videobasiertes System und Sicherheitsdienste (City Storage 2017).

4.3.3 Local Storage

Das Unternehmen Local Storage wirbt damit, lokalen Lagerraum in der Nähe der KundInnen zu bieten. Die insgesamt fünf Storage-Immobilien in Wien befinden sich alle in unmittelbarer Nähe zu Ring oder Gürtel, sind also ebenso wie City Storage relativ zentral gelegen. Die einzelnen Standorte sind dabei sowohl öffentlich als auch mit dem Auto oder Transporter gut erreichbar. Die Lagermöglichkeiten befinden sich im Erdgeschoss und sind somit auch mit sperrigem Lagergut leicht zu erreichen. Außerdem sind sie so, im Gegensatz zu Kellerlagern, gut gegen die Eventualität eines Wassereintritts gesichert. Local Storage wirbt außerdem damit, der günstigste Anbieter für Self-Storage in Wien zu sein, mit einer 15-jährigen Erfahrung in der Vermietung von Self-Storage Abteilen. Einzugsgebiete sind besonders der erste bis zehnte Bezirk in Wien, sowie der 15. und 16. Bezirk (Local Storage 2017).

Wie bei MyPlace-Selfstorage wird auch hier den Kundinnen und Kunden zwischen 6 und 22 Uhr freier Zutritt gewährt, über einen individuellen Sicherheitscode wird die Identität verifiziert. Die kleinste vermietete Einheit ist 2,5 Quadratmeter groß. Zu beachten ist, dass der Eingang eine Durchgangsbreite von lediglich 80 bis 90 Zentimetern aufweist, was die Lagerung von besonders großem Lagergut unmöglich macht. Nach oben hin gibt es aber für die einzelnen Größen der Abteile bei Local Storage keine Grenzen, da die einzelnen Einheiten durch flexible Wandteile jederzeit zusammengelegt werden können. Kundinnen und Kunden wird außerdem auf der Homepage vorgerechnet, wie viele Umzugskartons in verschiedenen großen Lagerabteile passen (Local Storage 2017).

Die Mindestmietdauer beträgt einen Monat und ist mit einer 14-tägigen Frist kündbar. Die Abteile sind aber nicht durch Videoüberwachung gesichert, auf der Homepage wird lediglich von beleuchteten Gängen als Sicherheitsmaßnahme gesprochen (Local Storage 2017).

Ebenso geboten wird eine Versicherung für das Lagergut, für einen Euro monatlich sind die Objekte pro 1000 Euro Wert versichert.

Auch hier sind die einzelnen Lagerabteile nur mit Alu-Latten voneinander getrennt, sind damit also für Fremde einsehbar (Local Storage 2017).

Das Unternehmen weist darauf hin, dass es keine eigenen Parkplätze gibt, die für das Entladen des Lagergutes reserviert sind. Dafür findet sich der Hinweis auf Parkmöglichkeiten vor dem Haus, wo auch mit größeren LKWs zugefahren werden kann (Local Storage 2017).

Mieten und bezahlen kann man direkt über das Internet, dies spart Servicepersonal. Tatsächlich ist es so, dass Local-Storage mit sehr wenig Personal auskommt. In ihrer Arbeit spricht Eveline Moser davon, dass das Unternehmen von nur einem einzigen Mitarbeiter geführt wird (Moser 2013: 22).

Das Alleinstellungsmerkmal von Local Storage besteht laut Eveline Moser in der raschen und unbürokratischen Abwicklung über das Internet.

4.3.4 Easy Storage

Der Self-Storage-Anbieter EasyStorage hat sich auf die Vermietung von Lagerabteilen in Containern spezialisiert und besetzt damit eine Nische am Wiener Self-Storage-Markt. Die zwei Standorte in Wien werden ebenfalls ohne großen Personalaufwand betrieben, ein einziger Mitarbeiter kümmert sich auch hier um die Abwicklung der Vermietung (Moser 2013: 23). Auch bei diesem Konzept kann über das Internet angemietet und bezahlt werden.

Die Container liegen in den Außenbezirken und sind mit dem Auto oder Transporter gut erreichbar, man kann direkt bis vor das eigene Lager zufahren. Die Zufahrt ist auch mit LKWs mit bis zu 10 Metern Länge kein Problem. Die kleinsten Abteile sind dabei 3,25 Quadratmeter groß, die größten 28,27. Versichert werden Gegenstände mit einem Wert bis zu 20.000 Euro.

Gesichert sind die Container über elektronische Zugangskontrollen, die zusätzlich mit einfacheren Schließsystemen kombiniert werden, welche Kundinnen und Kunden privat am eigenen Abteil anbringen können. Über einen individuellen Zugangscode ist auch hier der Zugang zwischen 06 und 22 Uhr möglich. Zusätzlich wird das Lagergut mittels eines Video- Überwachungssystems rund um die Uhr vor Diebstahl und Vandalismus geschützt (Easy Storage 2017).

Die Abteile sind sichtgeschützt und trocken, allerdings ist eine Regulation der Klimabedingungen nicht möglich. Daher ist die Temperatur im Inneren der Container von der Witterung abhängig und kann zwischen Sommer und Winter extremen Schwankungen unterliegen. Gegen Wasserschäden sind die Container allerdings ideal geschützt.

Die Easy Storage Container erlauben besonders das Lagern von Autos und Motorrädern, allerdings muss dazu der Treibstoff abgepumpt werden (Easy Storage 2017).

4.3.5 Dein Depot

Außerhalb Wiens gelegen, ist DeinDepot von Wien aus in 20 Minuten mit dem Auto über die Autobahn zu erreichen. Das Familienunternehmen wird von Vater und Sohn geführt und entstand aus dem wiederholten Wunsch von Verwandten und Bekannten, auf dem ehemaligen landwirtschaftlichen Betrieb Gegenstände zur Lagerung unterzubringen (Dein Depot 2017). Die kleinste Lagereinheit ist 4 Quadratmeter groß, die größten Einheiten liegen bei 200 Quadratmetern. Auf insgesamt 2.000 Quadratmetern reiner Lagerfläche werden somit die preisgünstigsten Lagerabteile geboten für KundInnen. Diese müssen aber relativ mobil sein und die vergleichsweise lange Anfahrtszeit in Kauf nehmen. Das Unternehmen bietet nicht einsehbar Abteile, die von der Witterung unabhängig bei konstanter Temperatur Schutz für die Lagergüter bieten. Auch Dein Depot bietet Zutrittskontrollen und Videoüberwachung. Weiter sind die einzelnen Abteile durch Alarmer gesichert und können zusätzlich mit einem eigenen Schloss versehen werden. Weiterer Service sind Transporthilfen, Regale und Verpackungen. Außerdem gibt es Kooperationen mit Transportunternehmen, welche die gelagerten Güter im Bedarfsfall in das Lager bringen und verstauen. Versicherung ist im Mietpreis bereits inbegriffen, allerdings nur bis zu einer Grenze von 145 Euro pro

gemietetem Quadratmeter. Das Lagergut ist so gegen Sturm, Feuer und Leitungswasser versichert, sowie gegen Vandalismus und Einbruch (Dein Depot 2017).

Im Gegensatz zu vielen anderen Self-Storage-Anbietern ist die Kündigung sehr flexibel, hier wird auf den Tag genau abgerechnet (Dein Depot 2017).

4.3.6 Diverse gewerbliche Anbieter

Weitere Angebote am Markt von Self-Storage liefert die Firma Offlimit-Storage. Mit einem Standort in Deutsch-Wagram bieten das Unternehmen Lagerboxen im Großraum Wien in einer Größe zwischen 2,36 Quadratmetern und 10,80 Quadratmetern. Mittels Chipkarte haben MieterInnen zwischen 06 und 22 Uhr Zugang zu ihrem Lagerabteil (offlimit-storage 2017).

Ein weiterer Anbieter im Großraum Wien ist Absolut Lagerservice. Das Unternehmen bietet sowohl die Vermietung von Lagerräumen als auch Hilfe bei Entrümpelung, Entsorgung und Übersiedlungen. Für die eingelagerten Objekte besteht auch ein Abhol- und Bringservice, ist also für Menschen ohne Transporter bestens geeignet. LKWs können mit einer Länge von bis zu sieben Metern direkt zum Lager zufahren (Absolut Lagerservice 2017).

Eine spezielle Nische bietet HS art storage. Das Unternehmen bietet hochspezialisierte Mieträume für Kunstgegenstände, welche unter speziellen klimatischen Bedingungen gelagert werden müssen. Zentrumsnah bieten sie höchste Sicherheitsstandards (hsartstorage 2017). Mit einem speziellen Sauerstoffreduktionsverfahren aus der modernen Brandschutztechnik sind sie das sicherste Kunstlager Österreichs. Zusatzservices betreffen Zollservice, Kunstmessebau, Spezialverpackung sowie ein Ausstellungs- und Museumservice. Für Sammlerinnen und Sammler sowie Institutionen werden auch Ausstellungsräume geboten (hsartstorage 2017).

4.3.7 Private AnbieterInnen

Neben den gewerblich geführten Self-Storage-Lagerhäusern gibt es auch noch private Anbieterinnen und Anbieter. Diese vermieten vorwiegend leer stehende Kellerräume und Garagen. Es kommt aber auch zur Vermietung von Wohnraum für den Zweck der

Lagerung. Im Internet oder über Zeitungsannoncen werden Mieterinnen und Mieter gesucht und geben den Anbietenden die Möglichkeit für einen kleinen Nebenverdienst. Auf einschlägigen Plattformen wie willhaben.at, wohnet.at, immobilien.net und immowelt.at werden Lagerflächen für Lagergut, aber auch Abstellflächen für Fahrzeuge vermietet.

5. Das Geschäftsmodell Self-Storage

In diesem Kapitel wird der Frage nachgegangen, welche Faktoren berücksichtigt werden müssen, um ins Self-Storage-Geschäft einsteigen zu können. Um die Erfolgchancen abschätzen zu können, empfiehlt sich wie in jeder anderen Branche, einen Businessplan zu erstellen, welcher eine Marktanalyse und eine Kostenabschätzung enthält. In diesem Kapitel werden auch die Vorteile einer Investition in Self-Storage dargestellt, wie zum Beispiel niedrige Anschaffungs- und laufende Kosten, sowie die Frage der Konzession beleuchtet.

5.1 Geschäftsmodell

In den letzten zwanzig Jahren ist das Geschäftsmodell des Self-Storage-Lagerhauses voll in Europa, und damit auch im deutschsprachigen Raum angekommen. Die Nachfrage nach zusätzlichem Stauraum ist besonders in den Ballungszentren ungebrochen und weist durch die steigenden Mietpreise auch auf einen voraussichtlich andauernden Trend hin.

Zu Beginn des Self-Storages-Booms waren sich die Konzepte recht ähnlich: Selbsteinlagerungshäuser bestanden aus besseren Garagen unterschiedlicher Größe, in die sich Kundinnen und Kunden für den benötigten Zeitraum einmieten konnten. Die einzelnen Abteile waren lediglich mit Vorhängeschlössern gesichert und boten durch Abtrennung aus einzelnen Holzlatten keinerlei Sichtschutz und Komfort. Auch gab es keine Transportservices, angeschlossene Shops für Umzugsbedarf oder speziell gestaltete Ladezonen, um das Einlagern zu erleichtern. Auch waren diese ersten Self-Storages oft nur unzureichend vor Feuchtigkeit geschützt (Stephens 2008: 4).

Über die letzten zehn bis fünfzehn Jahre gab es jedoch in Österreich einen Aufschwung im Self-Storage-Markt. Selbsteinlagerungshäuser dienen nun mehreren unterschiedlichen Zwecken und haben somit auch mehrere Aufgaben zu erfüllen. So gibt es heute bereits eine Vielzahl an unterschiedlichen Konzepten, nach denen das Geschäftsmodell Self-Storage betrieben werden kann (Stephens 2008: 4).

Im amerikanischen Raum werden Storage Facilities bereits als einer der neuen lukrativsten Nischensektoren im Geschäft mit Immobilien bezeichnet (Stephens 2008: 4). Tatsächlich haben Studien recht eindeutig ergeben, dass bestehende InvestorInnen, die ihre Portfolios verbreitern wollen, am besten in Storage Facilities investieren (Cash 2015).

Der Grund dafür ist, dass Self-Storage-Lagerhäuser einen stabilen Gewinn versprechen. Bei relativ niedrigen Investitionskosten für den Bau und die Einrichtung von Self-Storages sind auch die laufenden Kosten bei geringem Personalaufwand zu bewältigen. Besonders bei Konzepten, welche sich lediglich auf das Kerngeschäft der Vermietung spezialisiert haben, fallen kaum Personalkosten an. Wie bereits in den Angeboten rund um den Großraum Wien demonstriert, kommen auch Unternehmen mit mehreren Standorten teilweise mit nur einem einzigen Mitarbeiter aus. Bei diesen Modellen funktioniert der Prozess des Mietens und Bezahlens weitgehend über das Internet, wodurch Personalkosten im Servicebereich wegfallen (Stephens 2008: 4).

Weiter ist es wichtig, noch einmal zu betonen, dass die Nachfrage nach unterschiedlichen Typen an Self-Storage-Modellen nach wie vor ungebremst ist. Im Gegensatz zu vielen anderen Bereichen in der Immobilienbranche, deren geschäftlicher Zenit bereits überschritten wurde, wird der Self-Storage-Markt immer noch als ein Markt mit steigendem Potential eingeschätzt (Stephens 2008: 4).

5.2 Die Kosten

Die Kosten hängen von einigen Faktoren ab. Erster und entschiedenster Faktor ist dabei der Standort. Dieser bestimmt später über die mögliche Zielgruppe sowie über die Kosten, welche laufend in Werbemaßnahmen gesetzt werden müssen. Weiterer Kostenfaktor sind Fragen über die Entscheidung nach den architektonischen Anforderungen an das Self-Storage-Gebäude sowie technische Ausstattung und Material des Gebäudes und der Lagerabteile (Stephens 2008: 4).

5.2.1 Grundstückskauf

Der Prozess rund um den Kauf eines Grundstücks für die potentielle Nutzung als Self-Storage ist dabei nicht anders als der Kauf jedes anderen Grundstückes. Wichtig ist es

allerdings, genaue Standortanalysen durchzuführen. Anders als bei vielen anderen Geschäftsmodellen ist es beim Self-Storage-Lagerhaus nicht möglich, nach begonnener Geschäftstätigkeit und bei ausbleibendem Erfolg den Standort zu wechseln. Der Name des Unternehmens, das Marketing, die Beschäftigungs- und Preispolitik können geändert werden, nicht aber der Standort. Deswegen ist es der vielleicht essentiellste Punkt im Geschäftsmodell, eine umfassende Standortanalyse durchzuführen (Stephens 2008: 4).

Eine Möglichkeit für eine solche Analyse ist es, die Zahlen, so weit bekannt, von bereits bestehenden Self-Storage-Unternehmen zu analysieren. Diese werden mit einer Reihe von demographischen Kennzahlen verglichen (Stephens 2008: 4).

5.3 Populationsanalyse

Zu den wichtigen demographischen Kennzahlen gehört in erster Linie die Dichte der EinwohnerInnen pro Quadratmeter. Aber auch Faktoren wie Alter, Geschlecht und Herkunft können Aufschluss geben über potentielle KundInnengruppen. Weiter ist es interessant zu wissen, wie viele Wohneinheiten es in einem unmittelbaren und mittelbaren Naheverhältnis zum geplanten Self-Storage-Areal gibt. Auch ist es wichtig zu wissen, wer diese bewohnt. Handelt es sich eher um Familien oder um Singles, die in der Gegend rund um den zukünftigen Self-Storage wohnen? Familien haben oft einen erhöhten Bedarf für Stauraum. Auch der Bildungsgrad kann eine Rolle spielen. Dieser hat meist Einfluss auf die Einkommensverhältnisse der umliegenden Bewohnerinnen und Bewohner (Dacus 2015). Dies wieder führt zu der simplen Frage, ob die Bewohnerinnen und Bewohner der umliegenden Gebiete überhaupt ein finanzielles Interesse an zusätzlichem Stauraum haben, oder diesen im Bedarfsfall auch in Anspruch nehmen würden. Weiter ist es spannend, eine Fluktuationsrate zu kennen. Handelt es sich um ein Gebiet, in dem langfristig gewohnt wird? Gibt es viele Personen, welche zu- oder wegziehen? Hier ist auch der ethnische und kulturelle Hintergrund der Population interessant. Weiterer wichtiger Faktor sind die Miet- oder Eigentumsverhältnisse. Handelt es sich bei den Bewohnerinnen und Bewohnern in unmittelbarer und mittelbarer Nähe eher um Menschen, welche sich eine Wohnung mieten oder handelt es sich um stabile Besitzverhältnisse? Die letztgenannte Gruppe ist eher ein negativer

Einflussfaktor, während viele Mietverhältnisse auch auf einen potentiell erhöhten Bedarf an Self-Storage schließen lassen (Dacus 2015).

Neben den potentiellen Privatkundinnen und -kunden ist es auch wichtig, das wirtschaftliche Umfeld der gewerbetreibenden Unternehmen zu kennen (Dacus 2015).

Wichtig dabei ist es, die finanzielle Kaufkraft der umliegenden Unternehmen auszuloten. Welche Arten von Geschäft werden im Umkreis betrieben? Um welche Unternehmensformen handelt es sich? Handelt es sich um lange bestehende Unternehmen oder um innovative Start-Ups? Gab es in unmittelbarer und mittelbarer Nähe viele Geschäftsaufösungen und Konkursverfahren? Alle genannten Faktoren können potentielle KundInnengruppen ausmachen.

Im deutschsprachigen Raum wird im Moment davon ausgegangen, dass Self-Storage-Unternehmen lukrativ werden in Städten ab einer EinwohnerInnengröße von 100.000 bis 200.000 EinwohnerInnen (Cash 2015). Amerikanische Berechnungsmodelle dagegen zeigen, dass es auch in kleineren Städten Bedarf geben kann (Parham Group 2014).

Essentiell für die Analyse der Nachfrage ist es, aktuelle Zahlen über die BewohnerInnenstatistik zu bekommen. Die Zusammensetzung der Nachbarschaft kann sich innerhalb von nur wenigen Jahren dramatisch ändern, weshalb nur aktuelle Zahlen auch das tatsächliche Bedürfnis abklären können (Dacus 2015).

Neben der richtigen EinwohnerInnenzahl und entsprechender Kaufkraft ist auch die Anbindung ein wichtiger Faktor, den es zu beachten gilt, wenn es um den Bau eines neuen Self-Storage-Lagerhauses geht (Dacus 2015).

Eine gute Verbindung verspricht eine rasche Anfahrt, was KundInnenwege verkürzt. So sparen Kundinnen und Kunden Zeit und Geld für den Transport. Je nach Geschäftsmodell und Nische, auf die sich das zukünftige Unternehmen spezialisiert, können so die Anfahrtswege kürzer oder länger sein. Größere, mietbare Lagereinheiten werden eher außerhalb von Ballungszentren zu finden sein. Bei günstigen Mietkonditionen werden so auch längere Anfahrtswege von den Kundinnen und Kunden in Kauf genommen. Innerstädtische Konzepte dagegen mit vergleichsweise kleinen

Lagereinheiten brauchen eine gute Verkehrsanbindung auch zu verkehrsmäßigen Stoßzeiten, sowie im Idealfall eine optimale Anbindung an das Netz der öffentlichen Transportmittel. So kann auch den Bedürfnissen von Langzeitmietern optimal entgegen gekommen werden. Wichtig ist in innerstädtischen Lagen auch die Parkmöglichkeit mit Fahrzeugen unterschiedlicher Länge. Es soll daran gedacht werden, dass nicht nur mit privaten Kraftfahrzeugen sondern auch mit gemieteten Transportern und LKWs von über sieben Metern Länge zugefahren werden können muss (Parham Group 2014).

Eine gute Verkehrslage ist aber nicht nur für die Anbindung und Zufahrt wichtig. Ein Standort an einer viel befahrenen Straße bringt Sichtbarkeit und erspart Kosten, welche sonst zusätzlich in Marketing gesteckt werden müssen. Ideal sind Standorte an Schnellstraßen mit einer Frequenz ab 30.000 bis 40.000 Fahrzeugen pro Tag (Euram 2010). Solche Standorte finden sich oft in der Peripherie von Großstädten und garantieren, dass PendlerInnen mehrmals die Woche daran vorbeifahren und aufmerksam werden. Schließlich ist die Gruppe der Pendlerinnen und Pendler eine weitere potentielle Zielgruppe (Cash 2015).

Ein weiterer guter Standort ist in der Nähe von Magnetbetrieben. Dazu gehören Discounter, Fast- Food- Ketten und Unterhaltungszentren wie Kinos oder Spielhallen (Cash 2015).

Untersuchungen haben ergeben, dass Kundinnen und Kunden oft einfach deshalb einen Standort vor einem anderen vergleichbaren bevorzugen, weil er auf dem Weg liegt. Umwege werden seltener in Kauf genommen, der Weg zum Self-Storage, besonders für längerfristig vermietete Abteile, muss praktisch sein und auf der Strecke zwischen zwei wichtigen Punkten, wie etwa Arbeit und Einkauf, liegen. Deshalb ist es auch möglich, dass ein Konkurrenzbetrieb durchaus in einer räumlichen Nähe liegen kann, aber an einer anderen Verkehrsachse gelegen ist (Cash 2015).

Ein weiterer wichtiger Faktor, um den finanziellen Erfolg des Unternehmens zu sichern, ist neben einer hohen Sichtbarkeit und einer guten Anbindung auch die Wachstumsrate der umliegenden Nachbarschaft (Parham Group 2014).

Auch wenn sich durch die Analyse der Nachfrage ergeben hat, dass noch Potential für ein zweites Self-Storage-Lagerhaus in einer bestimmten Gegend besteht, bedeutet das noch nicht, dass dies auch in Zukunft so bleiben muss. Deswegen ist es wichtig, darauf zu achten, das Umfeld bezüglich potentiellen Wachstums zu analysieren. Wiederrum ist es so möglich, auch in der räumlichen Nähe von bereits bestehenden Storage-Unternehmen eine weitere Lagermöglichkeit erfolgreich zu eröffnen und langfristigen Erfolg zu garantieren (Parham Group 2014).

Eine weitere Strategie für die Standortanalyse ist es, unterschiedliche Radien rund um den Standort zu bestimmen. So wird ein Kreis mit 3 Kilometern Radius gezogen und ein weiterer mit 5 Kilometern Radius. In dicht besiedelten städtischen Gebiet sollten in so einem kleinen Radius von 3 Kilometern 100.000 Menschen leben, um als günstiger Standort in Frage zu kommen. Für die Errichtung in einem peripheren Randgebiet von Ballungszentren reicht eine Populationsdichte von ebenfalls 100.000 Einwohnerinnen und Einwohnern innerhalb eines Radius von 5 Kilometern Umkreis. Leben in einem Umkreis von 5 Kilometern Radius lediglich 75.000 Menschen, ist der Standort als sekundärer Markt einzustufen. Die meisten Klientinnen und Klienten in einem solchen Umfeld haben eine 20- bis 40-minütige Anreise, und lagern somit weiter weg von zu Hause als Bewohnerinnen und Bewohner von Städten (Parham Group 2014). Haben potentielle Kundinnen und Kunden berufliche oder private Anbindungspunkte innerhalb dieses kleinen Kreises mit 3 Kilometern Durchmesser, ist es wahrscheinlich, dass sie im Bedarfsfall, bei entsprechender Anbindung und Sichtbarkeit, zu Kundin oder Kunde des Self- Storage-Lagers werden (Parham Group 2014).

5.4 Unterteilung des Marktes in primär, sekundär und tertiär

So kann der Markt in einen primären, sekundären und tertiären unterteilt werden. Bis zu 3 Kilometer Radius handelt es sich um den Primärmarkt, der sekundäre Markt beginnt ab 3 Kilometer bis 5 Kilometer, und ab fünf Kilometern Radius handelt es sich um einen tertiären Markt.

Genau die gleiche Technik wird angewandt, wenn es sich darum handelt, die Standorte von bereits bestehenden Self-Storage-Unternehmen und künftigen MitbewerberInnen zu

betrachten. Diese Analyse kann leicht von zu Hause aus erledigt werden. Es genügt, im Internet auf einschlägigen Plattformen, dem Firmenverzeichnis oder GoogleMaps nach konkurrierenden Betrieben zu suchen. Dabei ist es aber wieder wichtig, mit mehreren verschiedenen Quellen zu arbeiten, um nicht ein Konkurrenzunternehmen zu übersehen (Parham Group 2014).

Der nächste Schritt ist dann, von den gefundenen Self-Storage-Unternehmen im Umkreis die genauen bekannten Kennzahlen miteinander zu vergleichen und in Tabellen einzutragen (Parham Group 2014). Wieviel Quadratmeter Lagerfläche stehen zur Verfügung? Welche Abteile in welchen Größen bietet die Konkurrenz? Gibt es Spezialisierungen auf speziellen Nischen und Angebote?

Alle im Umkreis vermieteten Quadratmeter werden dann zusammen addiert und ergeben die Gesamtheit des Angebots. Diese Zahl wird mit der vorhandenen Population innerhalb der einzelnen oben beschriebenen Radien gesondert multipliziert. Die potentielle Nachfrage für zusätzlichen Lagerraum besteht bei etwa 20 bis 25 Prozent der Bevölkerung. Hinzu kommen 15 Prozent der Unternehmen im Umkreis. Abzüglich des ermittelten Angebotes kann so ein ungefährender Bedarf ermittelt werden. So wird einfach bestimmt, ob der Markt bereits übersättigt ist, oder noch die Möglichkeit für ein weiteres Unternehmen besteht (Parham Group 2014).

Weiter muss damit gerechnet werden, dass in guten Jahren eine Auslastung von 90 Prozent herrscht, während weniger starke Jahre bei einer Auslastung von nur 80 Prozent liegen (Taylor 2009: 16).

5.5 Analyse der Konkurrenz

Nach der Analyse des Standortes und dem dort vorherrschenden Bedarf geht es im nächsten Schritt darum, ebenfalls ansässige Self-Storage-Unternehmen zu analysieren. Grundsätzlich lassen sich auch Unternehmen in verschiedenen Kategorien einteilen. Je nachdem, mit wie viel Gewinn gerechnet werden kann, können auch die Herstellungskosten für das Self-Storage-Gebäude unterschiedlich ausfallen. Die Höhe der ersten Investitionen bestimmen mit, in welchem Marktsegment man sich positioniert. Dies hat auch Folgen für die direkten MitbewerberInnen in räumlicher

Nähe. Plant man, im hochpreisigen Sektor einzusteigen, hat man auch mit anderen hochpreisigen Unternehmen zu konkurrieren (Parham Group 2014).

Ebenfalls ist es entscheidend, sich für bestimmte Geschäftsmodelle oder Nischenlösungen zu spezialisieren. Besonders im Nischenbereich ist in Österreich noch Potential zur Entwicklung gegeben.

Für die Analyse der Konkurrenz ist es nun wichtig, die genauen Mietpreise und angebotenen Pakete zu ermitteln. In den meisten Fällen lässt sich das ohne Probleme durch Informationen vom Webauftritt des Unternehmens erfahren. Ist dies nicht möglich, können diese Informationen entweder telefonisch oder persönlich eingeholt werden. Dabei ist es wichtig, zu unterscheiden, in welchem Zustand die vermieteten Lager sind. Handelt es sich um einen Mietpreis pro Quadratmeter mit kontrollierten klimatischen Bedingungen? Handelt es sich um Containerboxen mit Frostgefahr? Für das zukünftige Self-Storage-Unternehmen ist es wichtig, so viele Informationen als möglich zu erfragen, um später den eigenen Preis angemessen festlegen zu können. So kann es sich auch herausstellen, dass der Preis für das eigene geplante Unternehmen bei einer gewissen Ausstattung höher angesetzt werden muss (Parham Group 2014).

Der nächste Schritt sollte über Vor-Ort-Begehungen aller konkurrierenden Unternehmen stattfinden. Es geht wieder darum, so viele Informationen wie möglich zu sammeln. Dazu gehören die Höhe der Belegungsquote und die genaue Ausstattung. Auch die Zahl der MitarbeiterInnen kann erfragt werden, um Personalkosten abschätzen zu können. Eine detaillierte Analyse der Geschäftsmodelle ist über diese persönlich Besichtigung am ehesten zu bewältigen.

Dabei ist es wichtig, sich auch in die Position eines möglichen Kunden bzw. einer möglichen Kundin hineinzusetzen. Welche Annehmlichkeiten werden geboten? Welche Angebote bringen welchen Nutzen zu welchem gebotenen Preis? Ist der Service zuvorkommend, welche Möglichkeiten fehlen der Einrichtung? Scheint das Unternehmen sicher und sauber? Die wichtigste, persönlichste und ausschlaggebendste Frage ist vermutlich: Würde ich selbst meine Dinge hier lagern wollen? (Parham Group 2014).

Besonders, wenn es darum geht, die Auslastungsquote zu erfragen, ist Fingerspitzengefühl gefragt. Während einer persönlichen Besichtigung ist es gut, den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Fragen über die Einrichtung zu stellen, wobei auch die Frage nach der Auslastung fallen kann. Auch kann es in manchen Einrichtungen aufschlussreich sein, Abteile ohne zusätzlichem Vorhängeschloss zu zählen (Parham Group 2014).

5.6 Finanzierung

Nächster Schritt auf dem Weg zum Self-Storage-Unternehmen ist die Wahl der richtigen Finanzierung. Dazu benötigt es einen Investitionsplan, sowie einen fundierten Kosten- und Umsatzplan. Nach der Kalkulation ist es eine weitere Frage, ob Eigenkapital vorhanden ist bzw. wie und zu welchen Konditionen Kredite ausverhandelt werden können (Parham Group 2014).

5.6.1 Investition

Zu Beginn stehen die Investitionskosten. Hier handelt es sich in erster Linie um die Frage, ob ein bereits bestehendes Gebäude umgewidmet werden soll, oder ob ein Gebäude als Self-Storage geplant und gebaut wird. Oftmals können die laufenden Kosten über eigens geplante Self- Storages besser reguliert werden. Auch die exakte Raumaufteilung kann ideal an die Bedürfnisse von KundInnen angepasst werden. Dazu gehören Aufzüge in allen Etagen, gut erreichbare Liefermöglichkeiten und Zufahrtsrampen sowie entsprechend dimensionierte Gänge. Diese können so geplant werden, dass nicht zu viel unnötiger Platz geopfert wird (Duffy 2005: 44). Auch die Lage des Grundstückes hat über den Wert des Standortes einen Einfluss auf die Investitionskosten, genauso wie die später geplante Einrichtung der Lagerabteile. Die Materialien für die Herstellung des Gebäudes sowie zur Abtrennung der einzelnen Abteile sind ebenfalls Teil der Investitionskosten. Die Kosten für die Einrichtung, also etwa geplante Regulationsmechanismen zur Kontrolle der klimatischen Verhältnisse, Lasten- und Personenaufzüge sowie die technische Einrichtung der Gänge sind Einflussfaktoren auf die benötigte Investition (Duffy 2005: 44).

5.6.2 Laufende Kosten

Die laufenden Kosten hängen vom gewählten Geschäftsmodell ab. Handelt es sich eher um Angebote, die einen intensiven Einsatz an Service benötigen? Sollen sich die Aktivitäten des zukünftigen Self-Storage-Lagerhauses rein auf die Kernkompetenz, das Vermieten von Lagerraum konzentrieren? Davon ist abhängig, mit welchen Investitionen in zusätzliche Transporter gerechnet werden muss. Aber auch die laufenden Kosten sind bei umfassendem Service größer. Andererseits locken genau solche Zusatzangebote möglicherweise potentielle KundInnensegmente, welche von umliegenden Standorten noch nicht abgedeckt werden. Auch die Planung der genauen Einrichtung ist ein Faktor in der Kalkulation. Welche Überwachungssysteme sollen genutzt werden, wie wird die Zugangskontrolle geregelt? Handelt es sich um elektronische Systeme, die zwar relativ hohe Anschaffungskosten haben, dafür aber mit geringen laufenden Kosten zu rechnen ist (Duffy 2005: 57)?

Werden externe Sicherheitskräfte beschäftigt, um das Gelände außerhalb der Öffnungszeiten zu betreuen, ist mit erhöhtem Aufwand für Personal in den laufenden Kosten zu rechnen. Die Alternative ist es, sich auf die Überwachung durch moderne Allround- Systeme zu verlassen. Das genaue Geschäftsmodell mit allen Einrichtungen und Services ist essentiell, wenn es darum geht, eine genaue Umsatz- und Kostenkalkulation zu erstellen. Auch zu den laufenden Kosten gezählt werden Marketingkonzepte, welche je nach Bedarf angepasst werden müssen (Duffy 2005: 57).

Das Marketing ist in der Entwicklung einer eigenen Geschäftsidee ein wichtiger Schritt zur Akquise von KundInnen.

Bereits besprochen wurde die genaue Wahl des Standortes, wo einfach über Außengestaltung mittels Plakaten auf das Angebot aufmerksam gemacht werden kann. So können täglich je nach der Frequenz der umliegenden Verkehrsverbindungen viele tausend potentieller KundInnen angesprochen werden (Duffy 2005: 57).

Ein der Größe des Unternehmens angemessener Internetauftritt zählt aber ebenso für alle Anbieter von Self-Storage-Lagemöglichkeiten zum absoluten Muss für die KundInnenwerbung. Hier werden die wichtigsten Informationen und Eckdaten für die

Kunden zusammengefasst und vermitteln darüber hinaus einen ersten Eindruck von der Lagerfläche, dem Gebäude und den Sicherheitsvorkehrungen. In vielen Geschäftsmodellen wird auch der Mietabschluss direkt über die Homepage geregelt. Kundinnen und Kunden können so den Mietvertrag bequem herunterladen, ausfüllen und zurücksenden. Sobald der Mietbetrag bezahlt ist, wird den Kundinnen und Kunden der Zugangscode gesendet sowie genaue, detaillierte Informationen über ihr Abteil. Dazu gehört etwa auch die genaue Lage der gemieteten Box im Gebäude (Duffy 2005: 57).

Besonders AnbieterInnen von Nischen setzen beinahe ausschließlich auf den Einsatz neuer Medien. Ein starker Online- Auftritt kann zum Beispiel durch Google-AdWords erreicht werden. So kann das eigene Unternehmen schneller in den Suchmaschinen gefunden werden. Zusätzlich können Kooperationen mit BloggerInnen eingegangen werden, welche aus Informationen über das Unternehmen Artikel für die Firmen-Seite zusammenstellen. Außerdem kann es sinnvoll sein, in Printmedien, also einschlägigen Zeitungen, für das Angebot von Self-Storage-Abteilen zu werben, um potentielle KundInnen auf Angebote aufmerksam zu machen. Das Wiener Unternehmen Local Storage setzt als Werbemaßnahme außerdem auf Postwurfsendungen in der unmittelbaren Nachbarschaft, die einmal pro Jahr durchgeführt werden. Dauerwerbungen wie Plakate im Bezirk und die Außengestaltung sind dabei ebenso möglich (Moser 2013: 30).

In Wien ist es einzig der Marktführer MyPlace-Selfstorage, der ein Marketingkonzept für mehrere Kanäle erstellt hat. Das Budget für Werbung verteilt sich dabei auf die Gestaltung von LKWs, die auf den Straßen unterwegs sind und so rund um die Uhr für Sichtbarkeit sorgen. Folder, die in genau definierten Lokalitäten verteilt werden, gehören ebenso zum Bündel der Marketingmaßnahmen wie Werbung im Radio und Anzeigen in Suchmaschinen (Moser 2013: 30).

Nicht zu unterschätzen ist aber vor allem die alte Methode der mouth to mouth-communication, also der Mundpropaganda. Zufriedene KundInnen sorgen für weitere KundInnen (Moser 2013: 30).

5.7 Franchise Unternehmen

UnternehmerInnen, welche gerne in den Self-Storage-Markt einsteigen wollen, haben außerdem die Möglichkeit, Partner in einem Franchise Unternehmen zu werden. Für viele AnbieterInnen von bestehenden Self-Storage-Unternehmen ist dies eine gute Möglichkeit, ihr Geschäft zu verbreitern, für NeueinsteigerInnen bietet sich eine gute Möglichkeit, den Markt mit weniger Risiko zu betreten (Self Storage Group 2016). Personen, welche entweder über genügend Eigenkapital verfügen oder bereits ein bestehendes Gebäude nutzen können, haben so eine gute Möglichkeit, in den umkämpften Markt der Self-Storage-Branche einzusteigen, während ExpertInnen jeden Schritt der Umsetzung begleiten (Franchise Portal 2017).

Franchise Unternehmen bieten Hilfe bei allen relevanten Schritten zur Realisierung eines Self- Storage-Unternehmens und unterstützen mit Konzepten im laufenden Betrieb. Als Franchise- Partner wird Hilfestellung geboten bei der Erstellung von Marktstudien zur Ermittlung der Nachfrage und des Bedarfs sowie der Analyse von bestehender Konkurrenz. Sie vermitteln Kontakte zu Banken und unterstützen in der Verhandlung rund um die Finanzierung der Geschäfte. Außerdem gibt es Finanzplanungshilfen mit Kosten- und Umsatzkalkulationen für benötigte Kennzahlen. Bestehende Gebäude können mit der Hilfe von fundiertem Fachwissen effizient umgebaut werden, die Einrichtungsplanung von Franchise-Unternehmen erleichtert auch hier den Einstieg in den Markt. Weiter bieten Franchise Unternehmen Hilfestellung in Verwaltung und Organisation, wie etwa dem Ablauf administrativer Tätigkeiten und Buchführung. Ebenso zeigen sich manche AnbieterInnen von Franchise- Konzepten zuständig für die Akquise von GroßkundInnen, welche einen Teil des Umsatzes sichern. UnternehmerInnen, welche sich dazu entscheiden, PartnerInnen in solch einem Franchise-System zu werden, profitieren vom fachlichen Wissen der AnbieterInnen. Mitnehmen sollten sie aber Erfahrung im Management, kaufmännisches Basiswissen und genügend Unternehmergeist (Franchise Portal 2017).

UnternehmerInnen, die sich entschließen, als Franchise-PartnerInnen in den Markt der Self- Storges einzusteigen, geben viel Verantwortung ab. Sie ersparen sich Detailfragen, wie etwa die Entwicklung eines Logos, aber auch die grundsätzlichen

Fragen nach der genauen Ausgestaltung des Geschäftsmodelles mit speziellen Services für unterschiedliche KundInnenwünsche. Der Vorteil liegt klar darin, dass es durch das gebotene Netzwerk an Wissen und Erfahrung zu einer wesentlich kürzeren Anlaufzeit kommt, bevor die ersten Umsätze erzielt werden. Die Konzepte werden zudem laufend weiterentwickelt, wodurch auf die sich ändernden Anforderungen des Marktes optimal reagiert werden kann. So kann sich der Franchise-Partner auf die Abwicklung der täglichen Geschäfte konzentrieren, während Strategien und Modelle im Hintergrund überlegt und geliefert werden. So können entstehende Marktlücken erkannt und flexibel besetzt werden. Dies sichert einen Wettbewerbsvorteil gegenüber anderen Self-Storage Anbietern, und kann im Idealfall zu einem Alleinstellungsmerkmal ausgebaut werden (Franchiseportal 2017).

Die Strategien sind dabei nicht experimentell, sondern erprobt und bieten deshalb den Schutz vor Risiko, das der Unternehmer oder die Unternehmerin im Zweifelsfall immer allein zu tragen hat. So bieten Franchise-Unternehmen eine gute Möglichkeit, bei bestehendem Eigenkapital oder einer Immobilie auch ohne fachliches Knowhow in den Markt einzusteigen. Das Betreiben von Self-Storages in Österreich fällt nicht unter die Gewerbeordnung, sondern ist als freies Gewerbe bei den Behörden anzumelden.

5.8 Lage Wien

Als potentielle/r Unternehmer oder Unternehmerin im aufstrebenden Markt der Self-Storage-Lagerhäuser ist es, wie bereits demonstriert, wichtig, das eigene Umfeld und somit die Branche zu kennen. In Österreich ist die Lage derzeit noch überschaubar, die bereits existierenden Unternehmen expandieren allerdings ständig. Deshalb soll nun eine Analyse des Marktes folgen.

Insgesamt gibt es in Wien derzeit acht Anbieter von Self-Storage-Lagermöglichkeiten. MyPlace-Selfstorage ist mit insgesamt elf Standorten im Großraum Wien Marktführer. Local Storage kommt derzeit auf fünf Filialen mit zentralen Lagen, City Storage bietet vier Standorte. Der Anbieter Mikesbox-Selfstorage verfügt derzeit über 2 Standorte in Wien. Offlimit-Storage, Dein Depot, Günstiger Umzug GmbH und Absolut

Lagerservice sind derzeit mit nur je einer einzigen Filiale im Großraum Wien aktiv (Moser 2013: 24).

5.9 Preispolitik

Wichtig bei der Eröffnung eines Self-Storages ist es außerdem, sich über eine spezifische Preispolitik betreffend der Vermietung der Abteile sowie zusätzlicher Services Gedanken zu machen.

Wichtigste Einflussfaktoren sind für die meisten Self-Storage-Unternehmen dabei die Lagen der jeweiligen Standorte. Ob ein Unternehmen eher in den peripheren Randgebieten der Stadt operiert und lange Anfahrtszeiten für KundInnen anfallen, oder ob es sich um innerstädtische Standorte mit Anbindung an das öffentliche Verkehrsnetz handelt, sind Faktoren, die es zu beachten gilt. Mietpreise für Self-Storage Kundinnen und Kunden in den Randbezirken sind in Wien am günstigsten, während die Lagen in der Innenstadt kostenintensiver ausfallen. Außerdem sind die Population und die Kaufkraft am jeweiligen Standort zu beachten. So sind Abteile zum Einlagern in Gegenden, in denen auch der Mietpreis für Wohnungen überdurchschnittlich hoch ist, eher höher angesetzt als in anderen Lagen. In Wien fallen unter dieses Phänomen besonders die Bezirke Döbling und Hietzing (Moser 2013: 27).

Auch die bereits beschriebene Lage in- oder außerhalb der Stadt spielt eine entscheidende Rolle in der Preisgestaltung von Self-Storage-Lagerabteilen pro Quadratmeter. Der Anbieter Offlimit- Storage mit seinem Angebot in Deutsch-Wagram, direkt vor den Toren Wiens bietet Abteile in der Größe von 4 Quadratmetern ab 53,58 Euro an. Der Anbieter Dein Depot, der sein außerhalb Wien gelegenes Lagerhaus mit Selbstlagerboxen errichtet hat, bietet bei einer Distanz von 35 Kilometern nach Wien Abteile in der Größe von 4 Quadratmetern bereits ab 35 Euro an (Moser 2013: 28).

Das zweite Kriterium bezüglich der Preispolitik ist die Größe des vermieteten Lagerraums. So kann es sein, dass in ein und demselben Unternehmen ein größeres Lagerabteil einen niedrigeren Preis pro gemietetem Quadratmeter aufweist, als ein relativ kleines Abteil. Dies erklärt sich durch einen niedrigeren Personalaufwand. Bei einer großen vermieteten Lagerfläche muss sich das Personal nicht zeitintensiv um

Vermietung und Vertragsabwicklung kümmern. So kann bei ein und demselben Anbieter ein Abteil mit nur einem einzigen Quadratmeter bis zu 1,06 Euro pro Tag kosten, während bereits bei einer Boxgröße von zwei Quadratmetern nur 0,87 Euro pro Tag fällig werden. Bei Abteilen von drei Quadratmetern Grundfläche reduziert sich der Preis noch einmal auf 0,74 Euro pro Tag (Moser 2013: 27). Die Zahlen stammen von dem Anbieter MyPlace Selfstorage

Bei der Preisgestaltung ist es auch wichtig zu betonen, dass unterschiedliche Unternehmen unterschiedliche Arten der Vertragsbindung haben, welche auch die Abrechnung betreffen. Dieses branchenübliche Abrechnungssystem kann für die BetreiberInnen von Self-Storage-Unternehmen erhebliche Vorteile bieten. So ist es zum Beispiel üblich geworden, den Mietraum nicht monatlich abzurechnen, sondern wöchentlich. Dieses Mietsystem hat seinen Ursprung im amerikanischen Raum und hat zum Vorteil, dass im Gegensatz zu den 30 oder 31 Tagen des Monats in diesem Modell mit 28 Tagen gerechnet wird. Auf das Jahr verteilt kommen so insgesamt 13 Mietmonate zusammen, statt der sonst üblichen 12 Monatsmieten (Moser 2013: 27).

Weiter hat es einen Einfluss auf den Mietpreis, wie komfortabel die Lagerabteile zugänglich sind. So spielt es eine Rolle in der Gestaltung des Preises, ob das Lagerabteil eher in der Nähe des Einganges oder unmittelbar neben Aufzugsmöglichkeiten liegt, oder ob innerhalb des Gebäudes längere Wege zurückzulegen sind. So kann ein einzelner Quadratmeter bei einem Lagerabteil gleicher Größe innerhalb desselben Gebäudes unterschiedliche Kosten verursachen. Auch sind Lagerflächen, die über einen eigenen Zugang mit Rampe verfügen, kostenintensiver als vergleichbare Abteile ohne komfortable Einlagerungshilfe. Auch eine Rolle spielt die Ausstattung des Unternehmens. Technische Regelungssysteme, Alarmanlagen und Videoüberwachung sind zwar zusätzliche Sicherheitsfaktoren, schlagen sich aber auch wieder in der Preisgestaltung nieder (Moser 2013: 27).

Ein weiterer Faktor ist der genaue Grundriss des gemieteten Lagerabteils. Die meisten Mieterinnen und Mieter von Self-Storage-Boxen ziehen Abteile mit rechteckigem Grundriss vor. Dies erleichtert nicht nur das Verstauen von Lagergütern, es macht das

Lagern mancher großer und sperriger Gegenstände überhaupt erst möglich. Daher sind verwinkelte Boxen in der Regel günstiger zu haben. Für Kundinnen und Kunden, welche ihr Lagergut in kleinen Boxen untergebracht lagern möchten, ist dies somit eine kostengünstige Alternative, die es zu beachten gilt (Moser 2013: 27).

Auch zusätzliche Services, die vom Unternehmen geboten werden, spiegeln sich im Mietpreis wieder. Unternehmen, welche die Möglichkeit von Paketdiensten oder angeschlossenen Umzug- und Transporthilfen anbieten, haben in der Regel einen höheren Mietpreis pro Quadratmeter als Self-Storage-Lagerhäuser, die sich nur auf das Kerngeschäft konzentrieren. Je mehr an zusätzlicher Dienstleistung für die KundInnen möglich ist, desto eher spiegelt sich dies auch in der Kostenstruktur wieder (Moser 2013: 27).

Firmen, die tatsächlich nur Lagerabteile vermieten und sonst auf jegliche Angebote verzichten, haben auch die niedrigsten Marktpreise und sind damit für jene KundInnen attraktiv, die neben der benötigten Lagerfläche keine Extras oder Komfort in Anspruch nehmen möchten (Moser 2013 : 26).

Eine weitere Möglichkeit, den Preis zu beeinflussen, ist die gewählte Vertragsart. Die meisten AnbieterInnen im Self-Storage-Bereich bieten attraktive Konditionen für Mietverhältnisse längerer Dauer. Kundinnen und Kunden gelten als Langzeitmieter ab einer Vertragsdauer von 12 Monaten, hier können Kundinnen und Kunden mit einem Abschlag zwischen 10 bis 30 Prozent rechnen. Ebenso wird Nachlass gewährt, wenn die gesamte Miete bereits im Voraus beglichen wird, dann ergeben sich Reduktionen des Mietpreises um bis zu 35 Prozent (Moser 2013: 28).

6. Herausforderungen beim Betreiben eines Self-Storage-Lagerhauses

In diesem Kapitel werden Faktoren beleuchtet, die beim Betreiben einer Self-Storage-Anlage beachtet werden müssen: von der Kostenkalkulation über die Wahl des Standortes, die Größe der Lagerflächen etc. Zum Beispiel ist die Auswahl und Gestaltung des Standortes von großer Bedeutung: er sollte gut erreichbar sein, eine Zufahrtsmöglichkeit besitzen und barrierefreie Lagerabteile besitzen.

Für den Erfolg eines Unternehmens ist es wichtig, bereits im Vorfeld so viele Informationen wie möglich zu sammeln und das Geschäftsmodell vor seiner Realisierung auf seine Schwächen hin genau abzuklopfen. Dazu gehört die Analyse vieler Faktoren. Ein Konzept, um das Gewinnpotential zu ermitteln, und somit einen Faktor für die Attraktivität einer Branche oder eines Geschäftsfeldes zur Verfügung zu haben, ist das Modell der Fünf Kräfte, „Porter's Five Forces“. Dieses Modell wurde in den 1980er Jahren an der Harvard Business School entwickelt. Michael Porter stellt durch das Modell ein Instrument zur Verfügung, mit dem eine Branche effektiv auf Gewinnchancen analysiert werden kann (Stewens/Lechner 2005 : 189).

Die fünf gemeinten Kräfte teilen sich auf in Abhängigkeiten von AbnehmerInnen und LieferantInnen und die Macht, die sie auf das eigene Unternehmen ausüben. Weiter gehört zu den gemeinten Kräften die Bedrohung durch andere, konkurrierende Marktteilnehmer. Durch die Kenntnis aller fünf Einflussfaktoren ist es möglich, die eigene Position innerhalb des Marktes zu bestimmen und erfolgreich einzunehmen.

6.1 LieferantInnen

Die erste Kraft, die auf ein Unternehmen wirkt, sind die LieferantInnen. Sie haben Einfluss darauf, wie profitabel eine Branche werden kann. Die von den LieferantInnen zur Verfügung gestellten Dienstleistungen und Güter sind für den Prozess der Wertschöpfung unbedingt nötig. Heben die LieferantInnen ihre Preise an, reduziert sich automatisch die potentielle Gewinnmarge in der gesamten Branche. Die Macht, die in Verhandlungen ausgeübt werden kann, wird dabei von einigen Faktoren beeinflusst. Dazu zählt in erster Linie der Grad der Konzentration an LieferantInnen. Je weniger

LieferantInnen eine einzelne Branche beliefern, desto mehr Einfluss üben diese auf den gesamten belieferten Markt aus. Weiter ist der Grad der Standardisierung wichtig für die ausgeübte Macht in Verhandlungen. Je standardisierter Lieferungen sich präsentieren, desto einfacher können sie auch von anderen ersetzt werden. Im Umkehrschluss gilt, je komplexer und individueller das Angebot der LieferantInnen, desto schwerer können sie auch ersetzt werden. Ein weiterer Einflussfaktor auf die Verhandlungsposition ist auch die Möglichkeit einer sogenannten Vorwärtsintegration. Das bedeutet, dass ein/e LieferantIn glaubhaft machen kann, dass sich seine geschäftlichen Aktivitäten in naher Zukunft verbreitern werden. Gleichzeitig verstärkt sich damit auch der potentielle Einfluss, den ein/e Lieferant/in auf die zu beliefernden Unternehmen auswirken kann. Ebenfalls wichtig in Verhandlungen ist die generelle Bedeutung der Branche. Gehören Unternehmen einem Marktweig an, die für den Lieferanten nur eine geringe Bedeutung besitzt, hat der/die LieferantIn automatisch mehr Einfluss auf das jeweilige Unternehmen (Stewens/Lechner 2005: 189).

6.2 AbnehmerInnen

Gleich wie für die LieferantInnen gelten ähnliche Einflussfaktoren auf die Macht der AbnehmerInnen. Allerdings kehren sich die Verhältnisse hierbei um, die Unternehmen werden zu LieferantInnen der AbnehmerInnen. Was jedoch zu erwähnen ist, ist die Tatsache, dass AbnehmerInnen, die den Markt gut überblicken und unterschiedliche Angebote kennen und zeitnah miteinander vergleichen können, eine bessere Position in Verhandlungen innehalten (Stewens/Lechner 2005: 189).

6.3 Neue MitbewerberInnen

Die dritte Kraft besteht aus der Möglichkeit von neuen AnbieterInnen im Sektor. Die Intensität der Bedrohung potentieller MitbewerberInnen wird dabei maßgeblich von zwei Faktoren bestimmt. Einerseits handelt es sich dabei um eine Analyse der zu erwartenden Reaktion nach dem Markteintritt. Wird von den bereits bestehenden Unternehmen auf den Brancheneintritt reagiert, indem zum Beispiel mit Vergeltungsmaßen gedroht wird oder diese umgesetzt werden, sinkt die Bedrohung durch neue MitbewerberInnen. Durch entsprechende Maßnahmen kann verhindert werden, dass sich Konkurrenz, die sich noch im Aufbau befindet, überhaupt erst in den

Markt eintritt. Ebenfalls abschreckend für neue MitbewerberInnen sind hohe Markteintrittsbarrieren. Diese verringern die Wahrscheinlichkeit auf eine große Konkurrenz. So ist es zum Beispiel bei komplexer Neugründung, einem hohen Maß an benötigtem Knowhow und hohen anfänglichen Investitionen eher unwahrscheinlich, dass sich neue BewerberInnen in den Markt drängen. Hohe Markteintrittsbarrieren verringern die Bedrohung durch nachrückende Konkurrenz (Stewens/Lechner 2005: 189).

6.4 Substitution

Nach dem Modell von Porters Five Forces geht auch eine Bedrohung von AnbieterInnen ähnlicher Dienstleistungen oder Produkte aus, welche das eigene Angebot für den VerbraucherInnen oder KundInnen ersetzen könnten. Durch solche Angebote ähnlicher Natur wird die Möglichkeit einer freien Preisentwicklung für neue Güter massiv eingeschränkt. Durch alternative Angebote besteht die Gefahr, dass KundInnen auf das Substitut zurückgreifen. In solchen Fällen ist es wichtig, das eigene Preis-Leistungs-Verhältnis genau zu analysieren, und entweder auf Qualität oder Quantität zu setzen. Weiter kann mit Zusatzangeboten gepunktet werden, was sich allerdings nur in einem hart umkämpften Markt empfiehlt, da sonst zu viele Kräfte für Zusatzleistungen gebündelt abgegeben werden (Stewens/Lechner 2005: 189).

6.5 Wettbewerbsverhalten

Die letzte Kraft in Porters Modell ist das Verhalten im Wettbewerb des Marktes der einzelnen, bereits etablierten Unternehmen. Dieses Verhalten wird maßgeblich von den bereits genannten Kräften beeinflusst, da hier bereits determiniert ist, wieviel Potential ein Markt hinsichtlich möglichen Gewinns hat. Allerdings gibt es noch weitere Faktoren, die das Wettbewerbsverhalten von MitbewerberInnen beeinflussen.

Dazu zählt zuerst das Wachstum der Branche. Ist ein Geschäftszweig noch im Prozess des Wachsens begriffen, hält sich der Wettbewerb zwischen den einzelnen AnbieterInnen in Grenzen. Es gilt, den noch frischen Markt zu erschließen und die Bedürfnisse der KundInnen zu befriedigen (Stewens/Lechner 2005: 189).

In weiterer Folge kommt es zunehmend zu einer Differenzierung in der gebotenen Produktpalette. Sind sich die gebotenen Produkte bei vielen Unternehmen sehr ähnlich, ist die Differenzierung der Produktpalette nicht stark ausgeprägt. Für die AbnehmerInnen bedeutet dies, dass eine eventuelle Umstellung auf ein anderes Produkt nur mit geringen oder gar keinen Kosten verbunden wäre. Das erhöht die Sensibilität gegenüber unterschiedlichen Preiskategorien und führt dazu, dass KundInnen letztlich leichter von der Konkurrenz durch Angebote oder Zusatzleistungen abgeworben werden können (Stewens/Lechner 2005: 189).

Wichtig für das Verhältnis zwischen den einzelnen Unternehmen ein und desselben Marktes ist das Ausmaß überschüssiger Kapazitäten. Haben Unternehmen noch Luft nach oben, wirkt sich das auf den Wettbewerb aus und macht den Kampf härter. Es entstehen Kämpfe um den Preis, damit die überschüssige Kapazität auch ausgelastet werden kann. Auf diese Weise wird in Situationen der Überkapazität versucht, Mitbewerber aus dem Markt zu drängen. Weiterer Faktor mit Einfluss auf das Verhalten im Wettbewerb sind eventuell vorhandene Austrittsbarrieren. Sie sind das Gegenteil von Markteintrittsbarrieren und erschweren den Austritt aus dem Markt (Stewens/Lechner 2005: 189).

Letzter Punkt in der Gestaltung des Wettbewerbsverhaltens zwischen Unternehmen derselben Branche sind unterschiedliche oder gleiche Geschäftslogiken. Oft ist es so, dass der Markt stillschweigend unter den teilnehmenden Unternehmen aufgeteilt wird. Dies ist der Fall, wenn in einer Branche ähnliche Geschäftslogiken herrschen. Gibt es aber eine Vielzahl an unterschiedlichen Logiken, Modellen und Konzepten, kann es sein, dass sich der Druck auf einzelne Unternehmen verstärkt und das Konkurrenzverhalten zunimmt. Gleiches ist der Fall wenn ein Unternehmen, das den Markt bereits zu Teilen dominiert, versucht, seine Geschäftsstrategie zugunsten einer noch vorteilhafteren Position zu ändern. Auch hier ist mit einem Anstieg der Rivalität zu rechnen (Stewens/Lechner 2005: 189).

6.6 Einschätzung des Wiener Marktes nach den Porters Five Forces

Wettbewerb

Für den Großraum Wien lässt sich dieses Modell der fünf Kräfte ebenfalls anwenden. Eveline Moser hat in ihrer Forschungsarbeit mit Experten der Wiener Self-Storage-Einrichtungen gesprochen, um mehr über die Wettbewerbssituation herauszufinden. Bezugnehmend auf die Aussagen der von ihr befragten ExpertInnen gibt es in Wien derzeit keinen zu großen Wettbewerbsdruck am Wiener Self-Storage-Markt. Die Branche wird derzeit nicht als eine heiß umkämpfte beschrieben. Dadurch, dass viele unterschiedliche Teilsegmente bestehen, werden auch unterschiedliche KundInnenschichten bedient. Dadurch herrscht kein großer Konkurrenzdruck und die Rivalität zwischen einzelnen Unternehmen hält sich in Grenzen (Moser 2013: 44).

Der Marktführer MyPlace Selfstorage bietet vollen Service mit vielen Zusatzleistungen an, wie etwa Umzugs und Transportservice. Die Indoor-Lagerräume befinden sich in Gebäuden mit angeschlossenem Shop und modernsten Sicherheitskontrollen. Die Produktpalette im Lagerbereich ist ebenfalls breit aufgestellt und bietet Lagerabteile in unterschiedlichen Größen zur flexiblen Anmietung. Der Geschäftsführer von MyPlace Selfstorage denkt laut Angaben von Moser, dass es schwierig ist, die genaue Wettbewerbssituation vorherzusagen und wie sie sich für kleinere MitbewerberInnen voraussichtlich entwickeln wird (Moser 2013: 44).

Die Firma EasyStorage verfolgt ein anderes Konzept als der Marktführer. Das Unternehmen hat sich auf die Vermietung von Lagerabteilen in Containern spezialisiert, auch hier ist es möglich, Lagerabteile unterschiedlicher Größe zu mieten. Weil sich das Unternehmen nur auf das Kerngeschäft konzentriert und keinerlei zusätzlichen Service anbietet, ist die Vermietung der Lagerabteile mit nur einem einzigen Angestellten zu bewerkstelligen. Der Verleih funktioniert zudem zu weiten Teilen über das Internet, sodass sich der/die MitarbeiterIn hauptsächlich um das Geschäft vor Ort kümmern kann. Dadurch fallen die laufenden Fixkosten des Unternehmens EasyStorage sehr niedrig aus. Der günstige Preis kann auch an die Kundinnen und Kunden weitergegeben werden, dementsprechend ist das Angebot eher für Kundinnen und Kunden gedacht, die in ihrer Kostenstruktur günstigere Mietabteile bevorzugen. Diesen KundInnenwunsch nimmt

EasyStorage wahr. Ein weiterer Vorteil im Wettbewerb für EasyStorage liegt darin, dass die zur Vermietung und Lagerung gedachten Container sich jederzeit auch wieder verkaufen lassen. Dadurch kann rasch auf Änderungen des Marktes reagiert werden. Besteht mehr Bedarf an Lagerabteilen, als abgedeckt werden kann, können die Kapazitäten durch das einfache Konzept erweitert werden, indem Container zugekauft werden. Ändert sich die Lage am Self-Storage-Markt dahingehend, dass weniger angefragt wird, so können nicht benötigte, leer stehende Container einfach weiterverkauft werden. Auch von Seitens dieses Unternehmens wird betont, dass derzeit kein harter Wettbewerbsdruck wahrgenommen wird und auch in Zukunft damit nicht zu rechnen ist (Moser 2013: 44).

Die beiden Unternehmen Local Storage und City Storage haben beide eine eigene Nische für sich gefunden. Beide Unternehmen bauen leer stehende Flächen im Erdgeschoss um, damit in Altbauten in attraktiven Innenstadtlagen Self-Storage-Lagerraum für Kundinnen und Kunden entstehen kann. Die Lage im Zentrum der Stadt und somit beinahe in Fußweite der Kundschaft stellt sich als sehr nachgefragte Self-Storage-Situation dar. Obwohl sie preislich etwas höher angesetzt sind, schätzen die Kundinnen und Kunden die Nähe zum Wohnort und die gute Erreichbarkeit, auch wenn keine eigenen Parkplätze zur Verfügung stehen. Aber auch die Vertreter der Unternehmen City Storage und Local Storage sehen in naher Zukunft nicht die Situation eines hart umkämpften Marktes in Wien. Sie glauben, dass sich das Wettbewerbsverhalten, so wie bis jetzt, in Grenzen halten wird (Moser 2013: 44).

Der einzige Bewerber, der sich darum Sorgen macht, dass sich das Verhalten im Wettbewerb ändern könnte, ist Dein Depot. Weit außerhalb Wiens gelegen, ist es das Unternehmen mit den längsten Anfahrtswegen für Kundinnen und Kunden. Trotz der niedrigen Preise für die Lagerabteile befürchten die VertreterInnen des Unternehmens hier, dass sich die Situation am Markt verändern könnte, und die KundInnen dann den langen Weg nicht mehr nutzen wollen würden (Moser 2013: 45).

Bedrohungsszenario durch neue MitbewerberInnen

Die zweite Bedrohung und damit auch Herausforderung für Unternehmen sind Szenarien, in denen neue MitbewerberInnen auf den Markt drängen und dadurch neue Wettbewerbsbedingungen für alle MarktteilnehmerInnen schaffen. Diese können potentiell eine Gefahr für Unternehmen darstellen (Moser 2013: 45).

VertreterInnen von EasyStorage denken über dieses Szenario betreffend des Wiener Marktes, dass es sich für neue MitbewerberInnen äußerst schwierig gestalten würde, überhaupt geeignete Standorte zu finden um ein neues Self-Storage-Lagerhaus zu eröffnen. Da, wie bereits gezeigt wurde, der Standort mit zu den entscheidendsten Faktoren gehört, wenn es um einen Neueintritt in den Markt geht, handelt es sich dabei um die größte Markteintrittsbarriere.

Wichtige Merkmale bei den potentiellen Lagen für neue Self-Storage-Häuser ist es, dass diese verkehrstechnisch gut gelegen sind, das heißt, an viel befahrenen Straßen liegen oder zumindest in der Nähe von günstigen Verkehrsknotenpunkten. Eine zentrale Lage ist außerdem wichtig. Zusätzlich spielt es für die Investition in ein Grundstück eine Rolle, ob an dem Standort nicht auch lukrativere Immobilien errichtet werden könnten wie zum Beispiel ein Bürogebäude.

Experten von der Firma Ciele Immobilieninvest AG, welche das Self-Storage City Storage mit vier innerstädtischen, zentralen Standorten in Wien betreiben, sind der Meinung, dass es noch Möglichkeiten für MitbewerberInnen gibt. Diese müssten allerdings in ihrer Geschäftslogik eine eigene, spezielle Nische finden, um in den Markt eintreten zu können (Moser 2013: 45).

Gegensätzlich argumentiert der Betreiber von Dein Depot, der Anbieter günstiger Lagerabteile außerhalb Wiens. Er sieht die Wachstumsgrenze noch nicht erreicht und ist der Meinung, dass der Markt noch Platz bietet für neue MitbewerberInnen und das Eintreten dieses Falles sogar sehr wahrscheinlich ist. Bei MyPlace Selfstorage hält man sich hinsichtlich der Frage nach neuen, potentiellen MitbewerberInnen bedeckt und gibt keine Aussage dazu ab. Bei Local Storage, dem Anbieter mit fünf zentralen Standorten

in Wien, sind zuständige ExpertInnen der Meinung, dass der Wiener Markt ebenfalls seine Wachstumsgrenze noch nicht erreicht hätte. Das Eintreten neuer MitbewerberInnen in den Markt wird zwar als nicht sehr wahrscheinlich eingeschätzt, dennoch ist es möglich, dass neue AnbieterInnen versuchen könnten, sich auf den Markt zu drängen. Aber auch hier wird die Chance eher niedrig eingeschätzt, dass es sich dabei um neue MitbewerberInnen mit vollem Service und Extra- Dienstleistungen handelt. Bei Local Storage geht man davon aus, dass MitbewerberInnen nur dann eine Chance hätten, wenn eigene Nischen gefunden und besetzt werden würden (Moser 2013: 45).

Verhandlungsmacht der MieterInnen

Eine Gefahr und Herausforderung für Unternehmen ist auch eine starke Handlungsmacht der KundInnen. Im Falle von Self-Storage-Lagerhäusern sind KundInnen potentielle MieterInnen. Sie beeinflussen durch ihre Macht in Verhandlungen die Entwicklung des Marktes. Die befragten Unternehmen im Großraum Wien sind sich alle einig, dass es für die Mieterinnen und Mieter derzeit keine Verhandlungsmacht geben würde. Spielräume in der Preisgestaltung werden den KundInnen nicht gestattet. Einzige Ausnahme bildet das KundInnensegment der Langzeitmieterinnen und -mieter. Diesen wird in Form von Rabatten die Treue belohnt, eine Praxis, die bei allen Unternehmen zum Standard zählt. Ein Vorteil in der Branche der Self- Storage-Lagerhäuser liegt darin, dass sich die KundInnenstruktur zu großen Teilen aus privaten Kundinnen und Kunden zusammensetzt. Großkundinnen und -kunden werden zwar ebenfalls mit den Angeboten nach Lagerraum bedient, würden aber in der KundInnenstruktur eher eine untergeordnete Rolle spielen. Die KundInnen, welche nur kleinen Lagerraum benötigen, machen unabhängig davon, ob sie privat oder gewerblich mieten, etwa 80 Prozent der GesamtkundInnen aus (Moser 2013: 45). Eine Verhandlungsmacht von GroßkundInnen ist daher eher nicht zu befürchten. Die Risikosteuerung ist aufgrund der Zusammensetzung der Kundinnen und Kunden stark ausgeprägt. Da in Wien derzeit auch gleichzeitig eine hohe Auslastung der vorhandenen Kapazitäten vorherrschen würde, hätten Kundinnen und Kunden wenig bis keine Verhandlungsmacht in der Gestaltung der Preise. Bei der derzeitigen Struktur des Wiener Marktes für Self-Storage Abteile sind die Position von Kundinnen und Kunden

und ihre Macht in Verhandlungen derzeit nicht stark ausgeprägt. Die Beeinflussung in der Gestaltung der Preisstruktur ist daher weitgehend von den Kundinnen und Kunden unabhängig (Moser 2013: 45).

Verhandlungsmacht seitens der LieferantInnen

Neben den KundInnen haben auch die LieferantInnen einen potentiell starken Einfluss auf die Gestaltung der Preise und somit auf die Attraktivität des Marktes durch die Beeinflussung von Gewinnmargen. Im Bereich der Self-Storage-Lagerabteile muss der Begriff der LieferantInnen allerdings umgedeutet werden, da es sich nicht um ein klassisches Produkt handelt. Die verkaufte Dienstleistung, das Bereitstellen von Lagerraum, macht es schwierig, einen Lieferanten bzw. eine Lieferantin zu bestimmen. Denn das eigentlich verkaufte Produkt, der zu vermietende Lagerraum, ist kein Produkt für sich und hat in dem Sinne auch keinen Lieferanten bzw. keine Lieferantin. Grundlage im Geschäftsmodell der Self-Storage-Lagerhäuser ist das Grundstück. Dieses weist einige, bereits ausführlich beschriebene Merkmale auf, nämlich die Lage an zentralen und verkehrsgünstig gelegenen Straßen (Moser 2013: 47).

Diese Anforderung, ein Grundstück zu finden, das beide Kriterien in sich zu vereinen schafft, gestaltet sich laut allen Wiener ExpertInnen als sehr schwieriges Unterfangen. Etwas leichter gestaltet sich die Suche nach einem passenden Standort für die Nischenanbieter City Storage und Local Storage. Ihr Konzept sieht es vor, leer stehende und bisher nicht genutzte Flächen im Erdgeschoss von alten Zinshäusern zu nutzen. Oftmals können solche Lokalitäten schlecht an andere Geschäftsmodelle vermietet werden und eignen sich daher gut für die Vermietung von Lagerfläche. Aber auch in diesem Fall der effizienten Leerstandsnutzung kann nicht jedes Gebäude für den Zweck der Selbstlagerung umgebaut werden. Das Adaptieren von solchen Erdgeschosslokalen würde sich laut Angabe der ExpertInnen erst ab einer Fläche von 300 bis 350 Quadratmetern als wirtschaftlich rentabel zeigen. Local Storage verwendet deswegen für das Self-Storage-Lagerkonzept hauptsächlich Immobilien, die im eigenen Besitz stehen. Zusätzlich werden aber auch geeignete Gebäude bei den passenden Konditionen gepachtet, wenn sich keine Möglichkeit für einen Kauf ergibt (Moser 2013: 47).

Im Falle der Self-Storage-Lagerhäuser gibt es also einen bedeutenden Einfluss der LieferantInnen. Dadurch, dass für die Grundstücke in Wien, besonders in zentralen Lagen, ein hoher Preis anfällt, spielt der/die LieferantIn als beeinflussender Faktor eine entscheidende Rolle in der Gestaltungen des endgültigen Preises (Moser 2013: 47).

Dieser Aussage schließen sich ExpertInnen von Easy Storage und MyPlace-Selfstorage an. In Wien ist es schwierig, Grundstücke zu finden, die den geforderten Kriterien für eine Realisierung als Self-Storage standhalten würden. Besonders bei dem führenden Anbieter am Markt, MyPlace- Self-Storage, geben ExpertInnen zu bedenken, dass der Grundstückspreis oft nicht der einzige Kostenfaktor ist. Zusätzlich müssen Kosten kalkuliert werden für den etwaigen Abriss von bestehenden Gebäudestrukturen, weiter muss in den Bau geeigneter Self-Storage-Anlagen investiert werden. Die zusätzlichen Investitionen müssen zu kalkulierten Anlaufschwierigkeiten hinzugezählt werden. Aufgrund dieser Tatsachen ist es möglich, dass sich pro Standort, die Kosten rasch auf bis zu 8- 9 Millionen Euro aufsummieren. Das Geschäftsmodell bei MyPlace Self-Storage sieht es vor, Grundstücke für geplante Self-Storages grundsätzlich zu kaufen. Allerdings werden in Ausnahmefällen auch längere Pachtverträge abgeschlossen. Wenn es die einzige Möglichkeit ist, das Grundstück für das Geschäftsmodell nutzbar zu machen, wird auch mit Pachtdauern von 60 Jahren gearbeitet. Grund dafür ist, dass Grundstücke in Wien teilweise nur alle 30 bis 50 Jahre auf den Markt kommen, und daher bei passenden Grundstücken andernfalls auf eine nächste Gelegenheit viel zu lange gewartet werden muss (Moser 2013: 47).

Aber nicht nur die AnbieterInnen von Self-Storage in zentralen Lagen haben mit dem Preis der potentiellen Grundstücke zu kämpfen. Auch außerhalb von Wien in den umliegenden Gemeinden sind die Grundstückspreise stark im Steigen begriffen. Deshalb ist es auch für das Unternehmen Dein Depot schwierig, für die Expansion der Lagermöglichkeiten geeignete Grundstücke zu finden, die eine rentable Bewirtschaftung als Self-Storage sinnvoll machen.

Das einzige Unternehmen, das bezüglich des Faktors Raum als Lieferant für die grundsätzliche Ressource keine Probleme hat, ist die Firma Easy Storage. Durch das

Konzept mit den Containern hält sich der Preis in Grenzen, das Konzept kann relativ einfach auch an anderen Standorten verwirklicht werden. Die Container werden dabei aus Übersee bezogen. Aber auch hier hält sich die Macht der LieferantInnen in Grenzen, da es eine große Auswahl an AnbieterInnen gibt und Angebote miteinander verglichen werden können. In diesem Fall gibt es also eine untergeordnete Rolle der Verhandlungsmacht des LieferantInnen, der im Fall von Self- Storage-Unternehmen der vorhandene oder nutzbare Raum ist (Moser 2013: 46).

Substitution des Produktes/ der Dienstleistung

Die letzte relevante Dimension in den von Porter vorgestellten fünf Bedrohungsszenarien für Unternehmen ist die Bedrohung durch Ersatzprodukte. Hier ist sich der Großteil der Unternehmen in Wien allerdings einig, dass es sowohl im Moment, als auch in Zukunft absehbar keine ernsthafte Bedrohung geben wird. Sowohl die befragten VertreterInnen der Unternehmen MyPlace Selfstorage, City Storage und Easy Storage sehen das Geschäftsmodell Self-Storage nicht durch ähnlich geartete Produkte gefährdet. Der Ansprechpartner von MyPlace Selfstorage sieht seine Meinung darin begründet, dass der Markt und somit das Phänomen Self-Storage in Österreich noch sehr jung sind. Daher stehe der Produktlebenszyklus erst ganz am Anfang, es gibt noch einen langen Weg und ein Entwicklungspotential, besonders für die bereits etablierten Unternehmen. Der Interviewpartner des Unternehmens Easy Storage ist außerdem der Meinung, dass das Geschäftsmodell auch deswegen in Zukunft nicht bedroht ist, da der Wohnraum in Wien weiterhin knapp und somit teuer bleiben werden. Außerdem liege es in der Natur des Menschen, liebgewordene Objekte und Dinge des Alltags auch ohne konkrete Funktion oder Aufgabe zu horten und zu sammeln (Moser 2013: 47).

Auch der Gesprächspartner von Dein Depot sieht sein Produkt nicht in Gefahr, durch Produkte ähnlichen Inhalts an Wert zu verlieren. Allerdings gibt er zu bedenken, dass sich eine Änderung in der Wirtschaftslage auch auf den Bedarf nach Self-Storage auswirken könnte. So ist er der Meinung, dass bei weniger Einkommen und höherer Arbeitslosigkeit Menschen vielleicht nicht mehr bereit wären, für zusätzlichen Stauraum Geld zu bezahlen. Das auswertige Lagern würde in seinen Augen zu einem

Luxusprodukt werden, das KundInnen nicht mehr gewillt wären, zu bezahlen. Außerdem sieht er sich in seiner Lage außerhalb von Wien bedroht, weil bei schlechter Wirtschaftslage auch die Kosten für Transport deutlich höher wären als jetzt, und es sich somit finanziell einfach nicht mehr lohnen würde, lange Anfahrtszeiten in Kauf zu nehmen, nur um seine Güter zu lagern. Allerdings sieht er, dass dann Lagerraum in der Stadt noch wertvoller werden könnte (Moser 2013: 47).

Local Storage, das Unternehmen, das sich darauf spezialisiert hat, in leer stehenden Erdgeschosslokalen oder Wohnungen Fläche zu Self-Storage-Lagerabteilen umzuwidmen, sieht eine Möglichkeit, dass das eigene Produkt eine Bedrohung durch Ersatzprodukte erfahren könnte.

Die Bedrohung rührt von Neubauten her, welche mit ihren relativ großen Grundrissen viel Fläche im Keller bieten, um Güter außerhalb der eigenen Wohnung, aber im eigenen Haus zu lagern. Hinzu kommt, dass die Keller in Neubauten besser klimatisch gerüstet sind, um Witterungsverhältnissen mit stabilen Temperaturen zu begegnen. Weiter sind in Neubauten Keller in der Regel trocken, im Gegensatz zu den typischen Altbauten in Wien, wo in Kellerräumen oft eine hohe Luftfeuchtigkeit herrscht (Moser 2013: 47). Eine weitere Bedrohung sieht der Gesprächspartner von Easy Storage in einem Trend, der sich dahingehend gestaltet, dass jüngere Menschen eher wegwerfen würden. Während die ältere Generation an ihren oft hart ersparten Besitztümern hängen würde, würden Jüngere sich leichter und schneller von nicht mehr benötigten Objekten trennen, diese verkaufen oder weitergeben. Somit wären die Kultur der Wegwerfgesellschaft oder eine Kultur, die materiellen Gegenständen wenig Wert beimisst, ein Risiko für die Self-Storage-Lagerhäuser. Was es hier zu beachten gilt, ist die Tatsache, dass bei Local Storage ein großer Teil der KundInnen, nämlich an die 50 Prozent, über 50 Jahre ist. Auch hierin sieht der Betreiber ein potentiell Risiko für sein Geschäftsmodell. Bei der von ihm bedienten KundInnengruppe muss damit gerechnet werden, dass die Mobilität mit zunehmendem Alter auch immer mehr eingeschränkt wird. So könnte es auch sein, dass der Weg zu den gelagerten Objekten zu umständlich und mühsam werden könnte (Moser 2013: 47).

6.7 Der Markt und seine Dynamik

Um den Markt und somit auch Herausforderungen, die sich im Allgemeinen ergeben, besser zu überblicken, wird im Folgenden veranschaulicht werden, wie sich die bereits beschriebenen Kräfte zueinander verhalten. Gleichzeitig werden Porters fünf Kräfte mit dem Konzept des Lebenszyklus von Produkten kombiniert. Das ist wichtig, um die eigene Position am Markt besser einschätzen zu können (Moser 2013: 48).

Während der ersten Lebenszyklusphase steht ein Wettbewerb am Markt an seinem Beginn. In dieser Einführungsphase ist der Wettbewerb noch gering, oft sind Konzepte noch nicht optimal auf alle KundInnenwünsche zugeschnitten, und es gibt Aufbau- und Verbesserungspotential. Die Ungewissheit über die Zukunft steht für alle Beteiligten an erster Stelle. In einem weiteren Schritt, während des Prozesspunktes des Wachstums, kommt es zu einer zunehmenden Abhängigkeit voneinander und zu den eigenen Konzepten. Trotzdem herrscht auch noch für alle Beteiligten Verbesserungspotential. Ist diese Phase im Lebenszyklus des Produktes abgeschlossen, kommt es zu einem oligopolistischen Verhalten, das noch ohne einen Kampf um Wettbewerb auskommt. Das heißt, in einem abgesteckten und überschaubaren Feld an Anbietern kommt es aufgrund der herrschenden Nachfrage nicht zu einem erhöhten Marktdruck (Moser 2013: 48).

In der Phase des Rückgangs ist ein Austritt aus dem Geschäft nicht möglich, ohne die eigenen Kapazitäten zu verlagern. In diesem Fall ist der Markt sehr umkämpft, es kommt zu einer hohen Rivalität und Konkurrenzdruck zwischen den einzelnen BewerberInnen.

Auch die Bedrohung durch neue TeilnehmerInnen im Wettbewerb durchläuft alle Phasen des Lebenszyklus. In einem ersten Schritt, bei der Einführung des Produktes, herrscht auch hier große Unsicherheit. Gemeinsam mit einem hohen Risiko, da es an Vergleichswerten noch fehlt, bildet die Unsicherheit eine Eintrittsbarriere in den Markt für neue BewerberInnen. Ebenso schreckt die nötige Innovation viele BewerberInnen ab, die sich lieber an bewährte Geschäftsmodelle halten. Diese warten den zweiten Schritt des Produktzyklusses ab, die Phase des Wachstums. Erst hier werden neue BewerberInnen im Markt aktiv und treten in den Wettbewerb ein. Wurde dieser

Zeitpunkt verpasst, so ist im anschließenden Prozess der Reife der Einstieg nur mehr dann lukrativ, wenn er zu günstigen Bedingungen erfolgen kann. Dazu zählen im Self-Storage-Markt Ausnahmefälle, wie nämlich das Vorhandensein eines geeigneten Grundstückes. Wenn sich das Produkt oder die Dienstleistung bereits in der Phase des Rückgangs begriffen ist, ist es auch für neue WettbewerberInnen relativ ungünstig, noch in einen Markt einzusteigen, der bereits dabei ist, abzustiegen (Moser 2013: 48).

Auch die Position und die damit verbundene Macht in Situationen der Verhandlung seitens der Abnehmer unterliegen den Phasen des Produktzyklusses. So liegt in der Einführungsphase die Verhandlungsmacht aufgrund der allgemeinen Unsicherheit noch stark in Händen des Abnehmers bzw. der Abnehmerin. Zeigt sich dann aber, dass der Markt erfolgreich ist und die Branche befindet sich in der Phase des Wachstums, geht auch die Macht in Verhandlungen seitens der AbnehmerInnen zurück. Erst im Reifeprozess des Produktes steigt sie dann wieder an, um dann in der Phase des Rückgangs wieder relativ niedrig zu sein. Die Handlungsmacht der Lieferanten verhält sich genau gegenläufig. Bei der Markteinführung eines Produktes ist sie noch relativ gering. Stellt sich allerdings das Produkt als erfolgreich heraus, wollen auch die LieferantInnen von dem Aufstieg profitieren. In der Phase des Wachstums ist dementsprechend ihre Verhandlungsposition relativ stark, sie beeinflussen die Gewinnmargen hier durch ihre Ansprüche mit. Auch im Prozess der Reifung ist ihre Handlungsmacht groß, sie wissen um den Wert der gelieferten Produkte oder Dienstleistung und nützen dies zu ihrem Vorteil. Ist der Markt im Rückgang begriffen, schwindet auch der Einfluss der LieferantInnen (Moser 2013: 48).

Mit der Bedrohung durch ein ähnliches Produkt verhält es sich gegenteilig. Ähnlich wie die Verhandlungsmacht der AbnehmerInnen ist die Bedrohung durch Substitutionsprodukte bei der Einführung in den Markt noch recht hoch. Da das Produkt noch nicht ausreichend definiert ist, keine treuen KundInnenstock hat und in der Aufbauphase nicht rasch genug reagieren werden kann, ist es hier möglich, dass ähnlich Produkte gleich von Beginn an das neue Geschäftsmodell zerstören. Deswegen ist es wichtig, im Vorhinein abzuklären, woher potentielle Bedrohungen durch Substitutionsprodukte kommen und können. Ist eine Branche oder ein Produkt im

Prozess des Wachstums begriffen, haben ähnliche Produkte dagegen weniger Chance, das Wachstum zu behindern. Erst wenn das Produkt in der Phase der Reifung angelangt ist, wird auch der Einfluss von Substitutionsprodukten wieder größer. Ist schließlich das Ende des Lebenszyklus erreicht und befindet sich der Markt im Rückgang, dann haben es auch ähnlich Produkte wieder leichter, Kontrolle und Einfluss auf den schwindenden Markt auszuüben (Moser 2013: 48).

6.8 Verhalten und möglicher Gewinn

Um angemessen auf das Verhalten der fünf Bedrohungsszenarien reagieren zu können, ist es wichtig, für alle Phasen des Lebenszyklus nicht nur das Potential der Bedrohung und die Verhandlungsmacht des Gegenübers genau einschätzen zu können. Zudem ist es wichtig, je nach der aktuellen Phase einen strategisch angemessenen Schwerpunkt zu setzen, und mit dem eigenen Verhalten so das Marktgeschehen mit zu bestimmen. Weiter ist es für die Kalkulationen und laufenden Analyse von Vorteil, wenn auch die Chance auf Gewinn je nach Phase gut eingeschätzt werden kann (Moser 2013: 48).

Befindet sich ein Unternehmen in der Phase der Einführung, ist es wichtig, einen Schwerpunkt auf die Marktforschung zu setzen und an Strategien für die eigene Entwicklung zu arbeiten. So wird von Beginn an ein Vorteil im Wettbewerb hergestellt, da viele wichtige Informationen für den weiteren Verlauf des Produktzyklus recherchiert werden können. Ohne gesicherte Informationen ist es schwierig, später das Unternehmen und seine Produkte durch schwierige Situationen zu manövrieren. Deswegen ist es sinnvoll, gleich zu Beginn den Fokus darauf zu legen, Informationen zu beschaffen und Strategien für verschiedene Fälle auszuarbeiten. In der zweiten Phase des Produktzyklusses, wenn das Produkt im Wachstum begriffen ist, ist es sinnvoll, verstärkt seine Marketingaktivitäten zu überwachen. Wenn das Potential an KundInnensegmenten noch nicht ausgeschöpft ist, kann über gut abgestimmte Werbekonzepte das Wachstum gesteuert werden.

Im nächsten Schritt, wenn das Produkt oder die Dienstleistung im Reifestadium angekommen ist, sollte man seinen Schwerpunkt im strategischen Verhalten darauf setzen, die eigenen Kennzahlen zu überprüfen. Dazu zählt, dass die eigene

Wirtschaftlichkeit und Rentabilität über eine Optimierung der Effektivität und Effizienz noch gesteigert werden kann. Dazu erfolgt eine genaue Analyse der Produktionsabläufe und Absatzzahlen. Die einzelnen Posten werden dann auf die genannten Kriterien hin überprüft.

Befindet sich ein Unternehmen bereits im Rückgang, ist es essentiell, die genannten Punkte noch einmal verstärkt zu kontrollieren und dabei besonders die Kosten genau zu kontrollieren und gegebenenfalls einzuschränken (Moser 2013: 48).

Ebenfalls im Auge behalten werden muss das Potential für finanziellen Gewinn, je nach der jeweiligen Phase im Produktlebenszyklus. In der Einführung ist die Chance auf Gewinn noch relativ niedrig. Jetzt ist es noch wichtig, das Geschäftsmodell überhaupt erst am Markt zu halten. Ist diese kritische Phase aber überstanden und ist das Unternehmen im Wachstum begriffen, steigen auch die Chancen auf Gewinn sofort an. Im Prozess der Reife normalisieren sich die Gewinnchancen und hängen stark von den weiter oben diskutierten Faktoren ab. Wenn sich ein Geschäftsfeld darin befindet, abzusteigen und die letzte Phase im Produktzyklus beginnt, dann schwindet auch die Chance auf einen möglichen erwirtschaftbaren Gewinn wieder. Dafür gerät das Unternehmen zunehmend unter Druck, und muss seine Kosten genau unter Kontrolle behalten (Stewens/Lechner 2005: 146).

So hat jede Phase im Lebenszyklus von Produkten und Dienstleistungen ein spezifisches Risiko, aber auch spezifische Chancen auf Gewinn. In jeder Situation kann durch entsprechende Maßnahmen im strategischen Verhalten das eigene Überleben auf dem Markt mit bestimmt werden.

Die Real Estate Investment Trust (REIT) ist mit der Firma Public Storage US am amerikanischen Markt für Selfstorage vertreten. Vertreter freuen sich über die hohe Kapitalrendite und die niedrige Reinvestition. "Wir erwirtschaften eine jährliche Kapitalrendite von ca. 10,5 %, also ein die Inflation übersteigendes Wachstum, zu ungefähr 30 % über Vorzugsaktien finanziert, die wiederum eine Rendite von 6,4 % abwerfen. Diese Vorzugsaktien sind nicht inflationsgebunden. Etwa 70 % unseres

Gewinns wird nach Zahlung der Vorzugsdividenden an die Eigentümer ausgeschüttet.”
(Steelstorage 2017)

Als Anlageobjekt wird mit einer Bruttomietrendite von 6,5 Prozent jährlich erworben.
(VALERUM Invest AG 2015)

Anleger können mit einer attraktiven Eigenkapitalrendite von mehr als 10% rechnen.
(Gregory Lipinski 2013)

6.9 Bestimmung der Position Standort

Im Folgenden wird eine Analyse erstellt, um das soeben beschriebene Konzept der Lebenszyklen auch auf die derzeitige Lage am Wiener Self-Storage-Markt anzuwenden. Auf Grundlage der ExpertInnenaussagen und des gefundenen Materials ist im Moment die Lage am Wiener Markt für Self-Storages wie folgt zu bewerten:

6.9.1 Wettbewerb

Bezüglich der Situation rund um den Wettbewerb am Markt Wien ist die Branche im Prozess der Reifung angelangt. Zwischen den einzelnen Unternehmen, welche als Betreiber von Self-Storage Lagerabteilen auftreten, hat sich ein oligopolistisches Verhalten etabliert, das ohne einen Wettbewerbskampf auskommt. Grund dafür liegt hauptsächlich darin, dass der Wettbewerb kaum durch den Eintritt in den Markt durch neue Unternehmen aufgemischt werden kann. Dies ist nur unter besonders günstigen Bedingungen möglich, diese sehen die ExpertInnen als nicht gegeben an (Moser 2013: 44).

6.9.2 AbnehmerInnen

Dementsprechend gering ist auch die Handlungsmacht der AbnehmerInnen. Sie können die Preispolitik von ihrer Position aus nicht bestimmen. Lediglich den Dauermieterinnen und -mietern von Lagerabteilen wird das Recht auf Rabatt zugesprochen. Für alle anderen potentiellen Kundinnen und Kunden gelten klar definierte Preise, welche auch nicht verändert werden. Dafür gibt es mittlerweile bei vielen AnbieterInnen die Möglichkeit, flexible Verträge abzuschließen, welche auf den Tag genau verrechnet werden (Moser 2013: 46).

6.9.3 LieferantInnen

Wie bereits weiter oben erklärt, gibt es im Bereich des Self-Storage keine LieferantInnen im herkömmlichen Sinn. Deswegen muss das Konzept leicht umgewandelt werden. Als LieferantIn gilt die nutzbare Fläche, die, wie weiter oben besprochen, als Standort definiert wird. Da im Geschäft mit Self-Storage-Lagerabteilen dem Standort eine gesonderte Bedeutung zukommt, ist der Einfluss auf den Preis des Endproduktes und den Gewinnchancen sehr hoch. Voraussichtlich wird der Einfluss durch die steigenden Grundstückspreise in Wien auch noch ansteigen. Dafür ist das Bedrohungspotential durch ähnlich geformte Produkte oder Substitutionsprodukte sehr gering. Für ähnliche Produkte würden gleiche Bedingungen gelten, und diese sind im Moment in Wien nicht gegeben (Moser 2013: 46).

Ausgehend von den fünf Kräften nach Porter in der Kombination mit dem Lebenszyklus von Produkten ist es derzeit ratsam, dass Unternehmen derzeit verstärkt in Marketing investieren sowie die eigene Effektivität bezüglich Produktion und Absatz kontrollieren. Auch wenn die Lage am Markt nicht umkämpft ist, ist es dennoch wichtig, sein Angebot für die Kundinnen und Kunden sichtbar zu machen. Auch ist es sinnvoll, die vorhandenen Abläufe zu kontrollieren. Services und Extraleistungen müssen hinsichtlich ihrer Bedeutung erforscht werden.

Nach der Betrachtung aller Faktoren kann gesagt werden, dass die Lage der Wiener Self-Storage Unternehmen derzeit zwischen dem Stadium des Wachstums und dem Stadium der Reife angelangt ist. Dementsprechend sind die Chancen auf Gewinn noch erhöht beziehungsweise sind dabei, sich zu normalisieren.

6.10 Weitere Herausforderungen

Beim Betreiben eines Self-Storage-Lagerhauses stellen sich Fragen wie jene der Organisation.

Welcher Personalaufwand wird in die Abwicklung der Mietprozesse gesteckt? Daher setzen immer mehr Unternehmen auf bequeme Online- Lösungen. Diese sparen nicht nur den Kundinnen und Kunden Zeit, sondern sind auch ein bedeutender Faktor wenn es darum geht, Kosten zu senken (Moser 2013).

Weitere Herausforderung ist die Frage nach dem Angebot von Zusatzservices. Viele AnbieterInnen konzentrieren sich auf das Kerngeschäft und kümmern sich um das Vermarkten und Vermieten von Lagerraum. Um den KundInnen auch den Umzug und Transport aus einer Hand zu ermöglichen, werden bei fast allen AnbieterInnen Empfehlungen ausgesprochen. So entstehen Kooperationen mit Partnerfirmen, welche für Kundinnen und Kunden den logistischen Part übernehmen (Moser 2013: 20).

Überwachung und Zugangskontrolle

Auch die Frage nach Überwachung spielt eine erhebliche Rolle beim Betrieb von Self-Storage-Lagerboxen. Oft sind für Kundinnen und Kunden nämlich nicht nur der Preis und die Lage ein Kriterium, um ihr Hab und Gut einem Unternehmen anzuvertrauen, sondern auch der technische Grad der Überwachung. Um einen ausreichenden Schutz vor Einbrüchen und Vandalismus zu bieten, setzen alle Firmen mittlerweile auf technische Lösungen, um den Zutritt zu kontrollieren. Dieser ist in der Regel in einem bestimmten Zeitfenster, bei den meisten AnbieterInnen zwischen 06 und 22 Uhr, möglich. Dabei bekommen die Kundinnen und Kunden meist einen individuellen Code zugewiesen, welcher gleichzeitig der Identitätskontrolle dient (MyPlace 2017).

Personalintensiver ist die Identitätskontrolle durch Personal. Für viele Kundinnen und Kunden erhöht dies jedoch auch das subjektive Sicherheitsgefühl und kann zu einer Kaufentscheidung beitragen (Euram 2010).

Eine weitere Frage stellt sich nach der Aufgabe von Reinigung der Gänge, des Areals und von nicht genutzten Abteilen vor der nächsten Vermietung. Wird dies vom bereits bestehenden Personal geleistet oder wird auf Lösungen außerhalb des eigenen Unternehmens zurückgegriffen? Self-Storage-Lagerhäuser haben eine relativ hohe Anfangsinvestition bei relativ niedrigen laufenden Kosten, je nachdem, wie das Geschäftsmodell schließlich strukturiert ist. Personalkosten sind somit der einer der höchsten Posten bei den laufenden Ausgaben. Daher überlegen viele Firmen, für möglichst viele Aufgaben anderweitig Lösungen zu finden. Dabei ist es wichtig, sich Fragen zu stellen wie:

Welcher Personalaufwand ist mit welchen Aufgaben verbunden, und welche davon können technisch gelöst werden?

Dies gilt besonders für die bereits erwähnten Überwachungskameras. Diese werden eingesetzt, um entweder Personal zu sparen, oder dieses auf längere Sicht zu ersetzen. Nur wenige Unternehmen setzen auf die Betreuung von Wachdiensten, welche Rund um die Uhr vor Ort für Sicherheit sorgen.

Die mittlerweile fast standardmäßig eingesetzte technische Zugangskontrolle wird bei vielen Unternehmen als einzige Zugangskontrolle zum Areal eingesetzt. Die einzelnen privaten Abteile sind dann aber noch zusätzlich gesichert.

Idealerweise sollte das Lagerhaus auch über eine Alarmanlage verfügen. Die meisten Unternehmen, die so einen Service bieten, verkabeln dabei die einzelnen Abteile mit einer zentralen Meldestelle, von wo aus im Zweifelsfall ein Sicherheitsdienst sowie die Exekutive beordert werden.

Wasser

Um Schäden durch Wassereintritt vorzubeugen, ist es bereits in der Planung wichtig, das Verlegen von Rohren und Leitungen entsprechend zu organisieren. Ausreichende Lüftung, die im besten Fall elektronisch kontrolliert wird, reguliert nicht nur die Temperatur im Inneren des Self- Storage Gebäudes, sondern auch die Luftfeuchtigkeit. So kann Schimmel am besten vorgebeugt werden. Das Einrichten einer entsprechenden Lüftungsanlage ist besonders für Betreiber von umgewidmeten Flächen eine Herausforderung. Bei Self-Storage-Gebäuden, die als solche bereits geplant wurden, können noch am Reißbrett entsprechende moderne und günstige Lösungen in das Konzept integriert werden. Bei der Umwidmung von Flächen muss mit leicht erhöhten Kosten gerechnet werden. Zusätzlich ist es wichtig, Abflüsse und das Dach in regelmäßigen Abständen auf ihre Wasserdichte hin zu testen (Euram 2010).

Feuerschutz

Um Schäden durch Feuer vorzubeugen, empfiehlt sich die Investition in moderne Feuer- und Rauchmelder, sowie Sprinkleranlagen in den Gängen. Diese sorgen im Brandfall dafür, dass sich Brandherde nicht so rasch ausbreiten können und auf andere Abteile übergreifen.

Weiters ist es ratsam, das Material zur Abtrennung einzelner Gebäudeeinheiten aus möglichst feuerfestem Material zu wählen, um auch hier ein Ausbreiten möglicher Brandherde zu verzögern (Euram 2010).

Versicherung

Von großer Bedeutung ist die Frage nach dem richtigen Versicherungstarif. Viele Unternehmen bieten einen automatischen Versicherungsschutz für die gelagerten Güter ohne speziellen Aufpreis. Manche Unternehmen am Markt bieten darüber hinaus noch günstige Konditionen für weitere Versicherung an. Dazu zählen für die Mieterinnen und Mieter der Schutz vor Feuerschäden, Wasser, Blitzschlag und sonstigen Naturgewalten. Auch die Haushaltsversicherung kann für die Mieter von Lagerabteilen in diesem Fall von Interesse sein (Euram 2010).

Für den Betrieb von Self-Storage-Lagerhäusern ist es ebenfalls von großer Bedeutung, einen ausreichenden Versicherungsschutz hinsichtlich von möglichen Gebäudeschäden abzuschließen. Um im Schadensfall nicht selbst auf den Schäden sitzen zu bleiben, ist es ratsam, umfassenden Schutz für viele Eventualitäten abzuschließen. An erster Stelle steht dabei der Schutz vor Wasserschäden und Feuer (Asigest 2015).

Um das Risiko weiter zu minimieren, ist es ebenfalls wichtig, alle Mieterinnen und Mieter beständig darauf hinzuweisen, keine entflammbaren oder leicht brennbaren Materialien wie Stoffe in den Abteilen zu lagern. Besonders gilt es auch, keine gefährlichen Materialien in den Lagerabteilen unterzubringen. Dies gilt auch für verderbliche Lagergegenstände wie etwa Nahrungsmittel, welche umliegende Abteile beeinträchtigen können. Dies gilt um so mehr, wenn der BetreiberInnen die einzelnen Abteile lediglich durch stabile Latten voneinander trennt (Asigest 2015).

Non- Users

Wie bereits gezeigt wurde, stellen sich für den Betreiber eines Self-Storage-Unternehmens zahlreiche Herausforderungen. Dazu zählt auch das einschätzen der genauen Zielgruppe und das Definieren von Gründen, warum die Zielgruppe den zusätzlichen Lagerraum brauchen kann. Weiter wird in solchen Umfragen erhoben, was die Gründe für die Notwendigkeit eines Self- Storage Abteiles sind (Dacus 2015).

Beinahe aber noch wichtiger als bereits bestehende KundInnengruppen genau zu kennen, wird es in Zukunft sein, auch die bestehende Gruppe der potentiellen KundInnen zu evaluieren. Um den bestehenden KundInnenstock noch auszubauen, wird man in Zukunft auf diese Gruppe der Non- User zurückgreifen zu müssen, um den KundInnenstock zu vergrößern (Colliers International 2012: 2).

Umfragen ergeben, dass von 894 Befragten lediglich 4,5 Prozent bereits Self-Storage-Lagerräume nützen. In der relativ großen Gruppe der Non-Users von 95,5 Prozent gibt es aber ein hohes Verständnis für die Existenz von Self-Storages. Annähernd 70 Prozent der Befragten Non- Users gaben an, das Konzept der Self-Storages zu kennen (Colliers International 2012: 3). Lediglich 33, 6 Prozent der Befragten gaben an, das Konzept nicht zu kennen. Unter den befragten Non-Users gab ein Großteil an, keinen zusätzlichen Stauraum zu benötigen, da in der eigenen Wohnung ohnehin genügend Platz vorhanden wäre. Aber auch jene Befragten, die angaben, nicht genügend Platz bei sich zu Hause zu haben, um all ihre Gegenstände vernünftig zu lagern, gaben zu 42, 6 Prozent an, dass ein zusätzlicher Lagerraum trotzdem nicht in Frage kommen würde. Mehr als die Hälfte jener, die Angaben, zu wenig Lagerraum zur Verfügung zu haben, gaben an, eventuell auch einen Self-Storage-Lagerraum nützen zu wollen. Eine tiefere Befragung über die Gründe, warum noch kein Self-Storage genutzt wurde, ergab, dass es für die Befragten zu mühsam und aufwendig wäre, einen entsprechenden Lagerraum zu suchen und ihre Gegenstände auch dorthin zu transportieren. Deswegen würden sie auf die Anmietung von zusätzlichem Lagerraum verzichten. Ein weiterer Grund war, dass Self-Storages zu sehr auf das Haushaltsbudget drücken würde, der Lagerraum sei also zu teuer. Nur ein geringer Teil gab als Grund für die Nicht-Benutzung an, dass der nächste

Lagerraum zu weit weg wäre. Nur ein kleiner Teil der Befragten gab außerdem an, dass die Verträge zu unflexibel wären, und deswegen für sie nicht in Frage kommen würden (Colliers International 2012: 3). Die angegebenen Zahlen wurden im Großraum Singapur erhoben, und können deswegen nicht zur Gänze auf Wien übernommen werden. Dennoch ist es hilfreich, die Gründe zu einer Nicht- Nutzung zu evaluieren, um darauf reagieren zu können.

Gleichzeitig zeigen die Zahlen, dass es ein klares Wachstumspotential gibt. In der Befragung gaben 23,7 Prozent der Befragten an, dass sie innerhalb des nächsten Jahres ein Self-Storage Abteil nutzen würden. Ein Viertel davon gab dabei sogar an, den Lagerraum länger als ein Jahr mieten zu wollen, nämlich über einen Zeitraum von bis zu 24 Monaten. (Colliers International 2012 : 4). Ein Großteil jener, die angaben, dass sie sich das Mieten eines Self-Storage Lagerabteils vorstellen könnten, gaben an, dass sie darin Möbel, Kleidung und andere Haushaltsgegenstände unterbringen würden. Ungefähr 10 Prozent dieser potentiellen Nutzergruppe gab an, dass in dem gemieteten Raum Platz für ihr Hobby wäre. Diese Gruppe der Sammler gab an, dort Antiquitäten, Spielzeug und Wein unterbringen zu wollen. Eine weitere Gruppe von 11 Prozent gab an, den zusätzlichen Lagerraum im Zuge ihrer Geschäftstätigkeiten mieten zu wollen, um Unterlagen oder Waren zu verstauen (Colliers International 2012: 4).

Eine weitere Möglichkeit, um bereits bestehende KundInnen an sich zu binden, wäre ein erhöhter Bedarf an Self-Storage-Lagerfläche. In der bereits zitierten Befragung gaben 12 Prozent der bereits bestehenden Kundinnen und Kunden an, dass sie innerhalb eines Jahres vorhatten, mehr Objekte zum Lagern in den Self-Storage-Raum zu bringen, und im Zuge dessen auch mehr Bedarf an Lagerfläche haben würden (Colliers International 2012: 5).

Zur Gruppe der potentiellen Non-Users gehört laut Experten besonders die Gruppe der Millenials. Diese Gruppe wird auch als Generation Y bezeichnet. Demographen beschreiben diese Gruppe durch Geburtsjahre zwischen 1977 und 1997. Damit sind Mitglieder der Millenials heute zwischen 20 und 40 Jahren alt. Diese Gruppe der Millenials zieht es in die urbanen Zentren, wo Wohn- und Lagerraum knapp sind. Daher

sollten sie im Fokus von Medien- und Werbekampagnen von Self-Storage-Häusern stehen (Lanza 2016).

Neue Medien

Dabei ist es wichtig zu wissen, wie diese potentielle User-Gruppe am besten anzusprechen ist. Während sie in Berufe und Lebensstile hineinwachsen, können Mitglieder der Generation Y am besten über Online-Lösungen angesprochen werden. Gleichzeitig sind sich Mitglieder dieser Gruppe häufig darüber bewusst, als Kunde oder Kundin ein gewisses Mitspracherecht zu besitzen. Auf dieses weisen sie gerne hin, weshalb im KundInnenservice ein spezielles Augenmerk darauf gelegt werden kann. Besonders schnell verbreiten sich negative Eindrücke von KundInnen in den sozialen Medien, weshalb ein aufmerksamer KundInnenservice vorausgesetzt wird. Durch die Affinität zu neuen Medien sind Werbemöglichkeiten über Twitter, Facebook und Instagram ein absolutes Muss, wo auch positive Bewertungen zu neuen KundInnen verhelfen können. Zusätzlich braucht es einen ordentlich gepflegten Webauftritt über eine benutzerfreundliche Homepage, welche die wichtigsten Informationen ohne langes Suchen bereitstellt. Generell sind alle Optionen, welche einen leichten und unkomplizierten Zugang zum Lagergut garantieren, gern gesehen. Paketservice und ein Zugang, der rund um die Uhr gewährleistet ist und dabei von der technischen Überwachung am neuesten Stand ist, wird vorausgesetzt (Lanza 2016).

7. Alternative Konzepte

In diesem Kapitel werden alternative Formen von Self-Storage und neue Geschäftsideen beschrieben.

Im Self-Storage-Markt sind zunehmend verschiedene Varianten und weiterentwickelte Konzepte zu beobachten. Dazu gehört die Abwicklung der Geschäftsprozesse über digitale Medien oder Lagerhäuser, die digitalisiert kontrolliert werden (z.B. Temperatur oder Luftfeuchtigkeit). Eine andere alternative Möglichkeit für KundInnen ist es, ihre Gegenstände bei privaten AnbieterInnen einzulagern, die über ungenutzten Raum, wie etwa eine Garage, verfügen. Auch hierfür existieren Plattformen im Internet, die Kundinnen und Kunden mit Menschen zusammenführen, die Lagerraum anbieten. Weiter erfreuen sich die Lieferdienste zunehmender Beliebtheit. Ein solcher soll zunächst beschrieben werden.

7.1 Paketdienste

7.1.1 International

Besonders in europäischen Großstädten, in denen der Preis für Mietwohnungen vergleichsweise hoch ist, greifen Menschen gerne auf das Angebot von Self-Storage Konzepten zurück. Für viel beschäftigte, im Berufsleben stehende Menschen, welche nicht über eine private Möglichkeit verfügen, ihre Dinge selbst in ein angemietetes Self-Storage zu transportieren, gibt es nun Lösungen. Das englische Unternehmen Spaceways setzt komplett auf das Liefern durch Paketdienste (Space Ways 2017). Als potentieller Kunde kann man online über die Firmenwebsite einen Termin buchen, zu welchem eine gewünschte Anzahl Boxen zu einer zuvor festgelegten Adresse geliefert werden. Danach hat der Kunde oder die Kundin bis zu zwei Wochen Zeit, die zu lagernden Objekte in den Kisten zu verstauen. Zu einem gewünschten Termin, der ebenfalls online gebucht wird, werden die gepackten Kisten dann abgeholt und in ein Lager gebracht. Will die Kundin oder Kunde dann die gelagerten Kisten wieder zurück haben, werden diese innerhalb von 48 Stunden, ebenfalls gebucht über die Firmenwebsite, wieder zurückgeliefert (Space Ways 2017).

Das Unternehmen bietet auch einen Umzugsservice, der ebenfalls über die Firmenwebsite gebucht werden kann. Die Kisten, in die Objekte gelagert werden, sind aus Kunststoff und wasserfest (Space Ways 2017). Sie bieten ein Fassungsvermögen von 67 Litern bei den Maßen 60 x 40 x 37. Sie sind über spezielle Verschlüsse mit individuellen Sicherheitscodes gesichert. Falls Kundinnen und Kunden es wünschen, können aber auch eigene Boxen verwendet werden, obwohl das Unternehmen darauf hinweist, dass die zur Verfügung gestellten Kisten für die Lagerbedingungen bestens geeignet sind (Space Ways 2017). Als zusätzlicher Service können Kundinnen und Kunden in einem personalisierten Online- Bereich den durch Nummern gesicherten Kisten auch persönliche Titel geben, und den Inhalt aufzählen. So entsteht keine Verwechslungsgefahr, und Kisten können passgenau ausgesucht und nach Hause geliefert werden (Space Ways 2017).

Auch bezahlt werden kann über das Internet, auf diese Weise wird Personal gespart. Das Modell von Space Ways zeigt eine Alternative zu den Self- Storages, bei denen die Kunden sich selbst in das Lagerzentrum bewegen müssen. In diesem Fall wird das Lagergut zu den Kunden geliefert und ist somit maximal komfortabel. Auf diese Weise kann auch Platz gespart werden in den Lagerhallen. Da sie nicht wie herkömmliche Self- Storages für Kundinnen und Kunden nicht zugänglich sind, kann der Platz optimal ausgenutzt werden. Das wirkt sich auf den Preis aus. Dafür muss bei dieser Form des Self- Storages mit erhöhten Ausgaben für Transport gerechnet werden. Minimaler Personaleinsatz ist außerdem durch eine telefonische Service -Hotline gegeben, über welche Kundinnen und Kunden über das Angebot informiert und bei auftretenden Fragen beraten werden.

Das Angebot ist optimal auf Menschen in der Großstadt zugeschnitten, welche nur wenig Stauraum benötigen. So wäre das Fassungsvermögen von 67 Litern für einen herkömmlichen Quadratmeter im Self- Storage bereits zu wenig, die Kundin oder der Kunde würde quasi mehr bezahlen als gebraucht wird. Aber auch Menschen, die mehr Lagergut haben, aber nicht über die Möglichkeit eines Transports verfügen, werden hier rundum versorgt.

7.1.2 Paketlieferdienst Deutschland

Ein ähnliches Konzept verfolgen auch die Anbieter von Mein Online Regal in Deutschland. Das Unternehmen entwickelte sich aus einem traditionellen Familienbetrieb. Das ehemalige Speditions- und Lageristenunternehmen der Familie Carl Grove operiert seit 1886 und wird in der fünften Generation von der Familie geführt (Mein Online Regal 2017). Auch bei diesem Anbieter erfolgt das Auswählen von Boxen unterschiedlicher Größe und Preise über das Internet. Diese werden zu Hause verpackt und vom Unternehmen abgeholt. Das deutsche Unternehmen bietet aber im Gegensatz zu Space Ways, dem Anbieter in London, viele verschiedene Größen an Boxen für das Selbstlagern an. Die kleinste Box, mit den Maßen 360 x 200 x 130 mm ist laut Firmenhomepage für das Einlagern von Uhren, Schmuck oder Büchern gedacht. Mit einem Fassungsvermögen von 0,009 m³ schlägt die Miniaturlagermöglichkeit mit 16 Cent pro Monat zu Buche. Die größte Box hat bei den Maßen 800 x 600 x 400 mm Platz für Wintermäntel. Das Lagervolumen von 1,014 m³ liegt bei 4,16 Euro pro Monat. Auch das Einlagern in eigenen Boxen ist möglich, online können über die Maße der Kiste auch individuelle Preise berechnet werden (Mein Online Regal 2017).

Dabei gibt es noch günstigere Konditionen bei Langzeitbuchern und größeren Lagermengen. So werden die größeren Boxen für sperriges Lagergut ab 10 gemieteten Stück noch günstiger. Auch Europaletten für stapelbare Ware werden günstiger in größeren Mengen angeboten. Auf diese Weise soll die Attraktivität für geschäftlich motivierte Mieterinnen und Mieter steigen (Mein Online Regal 2017). Das Unternehmen wirbt mit höchsten Sicherheitsstandards: Brandmeldeanlage und Feuer, Wasser sowie Einbruch sind automatisch versichert. Die Anlage ist videoüberwacht und alamgesichert. Zusätzliches Wachpersonal beschützt die gelagerten Objekte vor unrechtmäßigem Zugriff. Auch dieses Unternehmen markiert und codiert die eingelagerten Boxen über ein Nummernsystem (Mein Online Regal 2017).

Die Lagergüter können selbst angeliefert werden, wodurch sich der Gesamtpreis reduziert. Online kann, wie beim Anbieter aus London, das Lagergut organisiert werden. Wünschen Kundinnen und Kunden Zugriff auf ihre Kisten, werden diese innerhalb von 48 Stunden versendet. Dazu nützt das Unternehmen herkömmliche Lieferdienste, welche

für den Versand der größten Europalette bis zu 46,50 Euro veranschlagen, kleinere Pakete werden zu handelsüblichen Tarifen versendet (Mein Online Regal 2017).

Das Angebot der Firma „Mein Online Regal“ ist spannend und kann zu den zukunftsweisenden Konzepten gezählt werden. Über Partnerfirmen, die den Versand der gelagerten Güter übernehmen, kann Personal gespart werden. Für die Kundinnen und Kunden besteht maximaler Komfort, da die Einlagerung von zu Hause aus gesteuert wird. Gleichzeitig wird den Kundinnen und Kunden virtuell der Zugang auf die Lagergüter erlaubt. Wie auch beim englischen Anbieter ist der Personalaufwand bis auf Service- Hotline und Verwaltung sowie Spedition vergleichsweise gering. Dafür kann zusätzlich in Sicherheitspersonal investiert werden, was dem Anbieter einen zusätzlichen Faktor an Attraktivität verschafft, um sich von ähnlichen Angeboten abzuheben.

7.1.3 Österreich

In Österreich bietet das Self- Storage Unternehmen WOOB diese moderne Art des Self-Storages. Auch hier wird das Anmieten und Organisieren des Lagergutes für Kundinnen und Kunden über das Internet ermöglicht. Über ein Formular können auf der Homepage Boxen bestellt werden, die mit dem Lagergut abgeholt und auch vom eigenen Unternehmen wieder zurück nach Hause geliefert werden (WOOB 2017). Die Boxen können dabei wochenweise gemietet werden, wodurch sich das Unternehmen durch zeitliche Flexibilität an die Kundschaft anpasst (APA 2016). Über das eigene Konto kann eine Foto mit dem Inhalt der Boxen hochgeladen werden, so kann der Inhalt online organisiert werden. Die Boxen werden durch Plomben vor fremdem Zugriff geschützt, das Gebäude ist durch Videos überwacht und kann nur von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Logistik betreten werden (APA 2016). Für Langzeit – Lagerverträge ab 6 Monaten ist die standardisierte Kiste für 3,90 pro Monat zu mieten. Die Maße der einheitlichen Boxen sind 60 x 40 x 42, zusätzlich können eigene Schließmöglichkeiten von den Kundinnen und Kunden angebracht werden (WOOB 2017). In Videos auf der Homepage wird ein Eindruck davon vermittelt, wie viel Stauraum eine Kiste bietet. (WOOB 2017) mbws006

7.2 Storage Space für Kunstobjekte

Eine ganz besondere Nische haben die Anbieter von HS Art Storage gefunden. Das Unternehmen wirbt damit, das modernste Lager für Kunst in Österreich zu sein. Auf mehreren tausend Quadratmetern Lagerfläche werden unterschiedliche Klimazonen für das Lagern von hochempfindlichen Kunstgegenständen geboten. Diese werden über den Einsatz von modernster Technik gesteuert und aufrecht erhalten (HS Art Storage 2017).

Über ein spezielles Verfahren wird der Sauerstoffgehalt in den Lagerabteilen reduziert. Der normale Sauerstoffanteil von 21 Prozent in der Luft wird dabei gesenkt auf 15 Prozent. Das bietet nicht nur ein ideales Klima, um die Kunstwerke vor Verfall zu schützen, das Verfahren bietet noch einen weiteren Vorteil.

Durch den niedrigen Sauerstoffgehalt der Luft sinkt das Risiko für Brandgefahr. Im unwahrscheinlichen Falle eines Brandes breiten sich Brandherde dann nur sehr verzögert aus und können über die Brandmeldeanlage rasch entdeckt werden. Diese Möglichkeit der sogenannten „aktiven Brandvermeidung“ funktioniert über die Zufuhr von Stickstoff. Dieser wird kontinuierlich in die Räumlichkeiten geleitet und garantiert die Verminderung des Anteils an Sauerstoff in der Luft. Für Personen besteht dabei kein Risiko, in den Räumen kann ganz normal zugetreten werden (Enzyklo 2017).

Weitere Sicherheitsaspekte bei HS Art Storage sind eine Überwachung durch Personal rund um die Uhr. Zusätzlich wird mit einer Alarmanlage und Kameras gearbeitet. Außerdem sorgen Bewegungsmelder für eine lückenlose Überwachung (HS Art Storage 2017). Wie bei herkömmlichen Self- Storages erfolgt der Zugang auch hier über Zugangscodes, diese werden jedoch nicht automatisch erstellt sondern können persönlich definiert werden.

Auch der Lieferbereich unterliegt bereits speziellen Sicherheitsaspekten, die Anlieferung kann so für die Kunstobjekte maximal schonend gestaltet werden. Ganze LKWs mit Anhänger können in den Ladebereich vorfahren, welcher sich bereits im Gebäude befindet (HS Art Storage 2017).

Die Lagermöglichkeiten erfolgen je nach Art des Lagerguts und den verbundenen speziellen Anforderungen hauptsächlich in Regallagern. Für Kunstobjekte mit einem überdurchschnittlichen Gewicht bis zu 1000 kg werden spezielle Regale für Schwerlast bereit gestellt. Gemälde und Malereien können an ausziehbaren Gitterwänden gelagert werden. Außerdem bietet das Unternehmen individuelle Kojen zur Lagerung von Kunstgegenständen. Diese variieren in der Größe zwischen 12 und 70 Quadratmetern (HS Art Storage 2017).

Da auch HS Art Storage trotz der erhöhten Sicherheitsbedingungen ein Self- Storage ist, hat der Standort wie bei herkömmlichen Self- Storage Konzepten auch hier einen wichtigen Einfluss auf die Attraktivität für potentielle KundInnen.

So wirbt HS Art Storage mit der Nähe zum Stadtzentrum Wien, wo sich die wichtigen Museen und Galerien befinden. Auch der Flughafen Wien Schwechat ist in nur wenigen Minuten über die Autobahn zu erreichen. Zusätzlich befindet sich der Lagerraum in unmittelbarer Nähe zur U3 Station Gasometer und ist somit auch öffentlich bestens zu erreichen. (HS Art Storage 2017).

Durch die Lage kann der HS Art Storage internationale Kundinnen und Kunden gewinnen und werben. Sammlerinnen und Sammler können so etwa für den Zeitraum des definitiven Transportes ihre Kunstobjekte sicher im gehobenen Self-Storage unterbringen.

Das Lagerangebot ist dabei Teil eines größeren Unternehmens, der HS Art Service Austria. Das Unternehmen ist spezialisiert auf die Logistik von Kunstaustellungen und dazugehörigen Transporten. Auch die spezielle und sichere Verpackung für den Transport wird übernommen. Zusätzliche Angebote und Service für Kunden ist das Erledigen von Formalitäten rund um den Zoll. Das Lager selbst ist dabei zollfrei (HS Art Service 2017).

Weiterer Service des Self- Storage Unternehmens sind Schaudepots. Diese befinden sich im Hochsicherheitsbereich des Lagerunternehmens und bieten für Sammlerinnen und

Sammler oder Institutionen die Gelegenheit, ihre Werke im Lagergebäude zu präsentieren (HS Art Service 2017).

Auf diese Weise müssen Kundinnen und Kunden ihre Kunstobjekte für eine individuelle Verkaufspräsentation nicht erst in die Stadt oder andere entsprechende Präsentationsräume bringen lassen. So können einerseits Kosten durch teure Kunsttransporte vermieden werden, andererseits wird natürlich auch das Kunstwerk selbst keinem unnötigen Risiko ausgesetzt.

Ein weiteres Zusatzservice des Lagerunternehmens sind Ateliers, welche gemietet werden können. Diese werden für kreative Wirtschaftstreibende angeboten, um vor Ort mit Partnern arbeiten zu können. Die Räumlichkeiten sind auch über Lastenaufzüge erschlossen und bieten so ideale Möglichkeiten, um direkt am Kunstwerk zu arbeiten (HS Art Service 2017).

Das Beispiel HS Art Service zeigt das kreative Potential des Self- Storage Lagermarktes. Das Konzept des Art- Storages funktioniert durch das Erschließen eines speziellen Nischenangebotes. Die Bedürfnisse der Zielgruppe werden über die speziell zugeschnittenen Zusatzangebote perfekt bedient. Diese können von der Umsetzung und Betreuung aus einer Hand profitieren. Die Palette an Services ist dabei zwar relativ groß, aber eben auch relevant für die Zielgruppe.

7.3 Zero- Energy Self- Storage

Ein weiteres Konzept, das die Grenzen des Self- Storage Marktes neu definiert, ist ein Self- Storage Lagerhaus von CubeSmart, das ohne zusätzliche Energie auskommt. Im Gegenteil, die Einrichtung generiert über Solar- Anlagen sogar mehr Energie, als verbraucht wird und kann so Energie in das öffentliche Netz einspeisen (Marketwired 2016).

Der Betreiber CubeSmart ist ein US- amerikanisches Unternehmen, das in ganz Amerika Self- Storage Lagerräume zur Vermietung anbietet. Eröffnet wurde das Zero- Energy Lagerhaus im März 2016. Auf 7000 Quadratmetern bietet es klimatisierte Lagerabteile auf dem neuesten Stand der Technik. Über geothermale Wände wird die Beheizung und

Kühlung optimiert, das Konzept integriert auch die Energie von drei Regenwassertanks und einem Aufzug, der Strom über die Fahrten generiert (Marketwired 2016).

Die Anlage erschließt sich somit eine neue Zielgruppe, jene der umweltbewussten Kundinnen und Kunden. Außerdem wird von dem Konzept auch das Finanzmanagement eines Self- Storages neu gedacht, da neue Einkommensmöglichkeiten erschlossen werden. Über die Produktion von zusätzlichem Strom, der in das öffentliche Netz eingeschleust wird, kann der Gewinn gesteigert werden. Gleichzeitig reduzieren sich die Kosten, da nicht mit Ausgaben für Energie gerechnet werden muss. Zu bedenken ist in diesem Fall allerdings der hohe finanzielle Einsatz in der Konstruktion des Gebäudes. Die Entwicklung eines passgenauen Konzeptes unter Berücksichtigung aller Standards ist komplex und benötigt viel Zeit und Planungsaufwand. Auch die Investition in Solaranlagen zahlt sich erst nach einem gewissen Zeitpunkt aus. Da aber Self- Storages tendenziell Gebäude mit einer großen Dachfläche sind, die andernfalls schwer genutzt werden kann, ist das Modell ein spannendes. Steigendes Umweltbewusstsein bei Verbraucherinnen und Verbrauchern setzt einen Trend, der sich in sinkenden Kosten für die verbrauchte Energie auch positiv auf Unternehmen auswirken kann.

Deswegen ist das Konzept eines Self- Storages im Passivhaus- Modus auch für Österreich sicher ein spannendes Feld. Auch Energie – positive Häuser, die also mehr Energie erzeugen als verbrauchen, sind für die Zukunft sicher ein spannender Trend.

7.4 Privat

Nicht nur über professionelle geführte Self- Storages wird in Wien Lagerraum vermietet. Auch private Initiativen oder professionell geführte Plattformen erlauben es, dass sich Vermieterinnen und Vermieter und Mieterinnen und Mieter von Self- Storage Lagerraum über das Internet finden. Dazu gibt es bereits einige internationale Beispiele, aber auch Konzepte, die bereits in Österreich umgesetzt werden.

7.4.1 Stow That – Airbnb für Lagerraum

Ein weiteres alternatives Konzept im Bereich Self- Storage ist das Prinzip von Stow That. Die Gewinner des Crunch Awards 2013 stellten das Konzept einer Plattform vor,

welche Besitzerinnen und Besitzer von leer stehenden Garagen mit Mieterinnen und Mietern von Lagerabteilen verbindet. Dabei kann die vermietende Partei aber nicht nur Garagen, sondern auch jeden anderen, nicht benötigten Platz im Haus vermieten. Über die Online- Plattform können sich Kundinnen und Kunden eintragen und nach benötigten Objektgrößen suchen (Lardinois 2013). Da im amerikanischen Raum jährlich 22 Milliarden Euro über die Vermietung von zusätzlichem Lagerraum generiert werden, ist die Idee mit dem zusätzlichen Einkommen für Hausbesitzerinnen und -besitzer im Sinne der “shared economy” eine gute Idee, die dementsprechend mit Preisen ausgezeichnet wurde (Lardinois 2013).

Das Unternehmen versucht dabei, die maximale Sicherheit zu garantieren, indem sowohl Vermieterinnen und Vermieter als auch Mieterinnen und Mieter ein Profil anlegen müssen. Die vermietende Partei muss zusätzlich ein Foto des zu mietenden Raumes angeben. Der private Self- Storage muss nach Vorgabe der Betreiber von Stow That verschließbar sein, Mieterinnen und Mieter dürfen nur nach angekündigten Zeiten und in Absprache mit den Vermietern auf ihre Lagerobjekte zugreifen. (Cook 2013)

Ähnlich wie bei Aribnb wollte auch das in Seattle gegründete Unternehmen Versicherungen sowohl für Mieterinnen und Mieter als auch Vermieterinnen und Vermieter bieten, sowohl über die Bezahlungsfunktion PayPal als auch über zusätzliche Extraversicherungen (Lardinois 2013). Das Konzept war so interessant, dass bereits Unternehmen aus anderen Städten mit ähnlichen Ansätzen zu werben begannen (Lardinois 2013).

Allerdings dürfte die Umsetzung nicht so reibungslos funktioniert haben wie der preisgekrönte Start der Idee: Die Firmenhomepage ist offline, Recherchen ergeben kein Ergebnis über den Verbleib von Stow That.

7.4.2 Store.me – Digitalisierung des Self- Storages

In Österreich ist Store.me Storebox ein Self-Storage-Unternehmen, das seit 2016 eine komplett digitale Self-Storage Lösung verspricht. Kundinnen und Kunden können Abteile zwischen einem und fünf Quadratmetern über das Internet buchen. Das Unternehmen operiert auch in Deutschland und bietet in Wien an zwei zentralen Orten

die Möglichkeit von zusätzlichem Stauraum (Store.me 2017). Als Zusatzleistung ermöglicht das Unternehmen den Transport und die Reinigung des Lagerabteils.

Speziell an dem Unternehmen ist allerdings, dass es einen zusätzlichen Bereich für Vermieter externer, privater Lagerplätze gibt. Ähnlich wie in der Idee von Stow That können potentielle Mieterinnen und Mieter über eine Suchbörse nach geeignetem Lagerraum suchen. Die Kommunikation verläuft dabei komplett über die Plattform des Unternehmens. (Startabliish 2016) Der Login erfolgt entweder über ein eigens kreiirtes Konto auf der Plattform, oder über die Zugangsdaten von Konten aus den sozialen Medien (Store.me 2017).

Das Konzept lehnt sich an jenes aus Amerika an. Da allerdings Store.me im Vergleich zum amerikanischen Modell keine reine Vermittlungsplattform ist, sondern an ein bestehendes Self- Storage Unternehmen angeschlossen ist, bieten sich viele Vorteile. So wird für die Kundschaft ein zusätzliches Angebot geschaffen. Sperriges Lagergut, das in den relativ kleinen Abteilen des Unternehmens keinen Platz findet, kann privat vielleicht doch über das Unternehmen vermittelt werden. Anstatt zu einem Mitbewerber zu gehen, können Kundinnen und Kunden so über Store.me zu einem Lagerraum finden.

Abgesehen davon erschafft das Konzept der Vermittlungsplattform ein Ersatzprodukt, das den Self- Storage Markt verändert.

7.4.3 Shellsailor

Das Unternehmen Shellsailor hat sich darauf spezialisiert, private Anbieterinnen und Anbieter von Lagerplatz mit Mieterinnen und Mietern zu verbinden. Im Sinne der Shared Economy soll über aussagekräftige Profile Vertrauen aufgebaut werden. Wie im amerikanischen Konzept werden über Fotos die potentiellen Mieterinnen und Mieter vom gebotenen Lagerraum überzeugt. Der Zugang erfolgt in Absprache mit der vermietenden Partei. Für das Bezahlssystem wird mit einem externen Anbieter, MangoPay, zusammengearbeitet. Sowohl für Mieterinnen und Mieter als auch für Vermieterinnen und Vermieter ist der Lagerraum versichert. Für die Vermieterinnen und Vermieter bedeutet das, pro Quadratmeter mit bis zu 500 Euro versichert zu sein, für die

Mieterinnen und Mieter bezieht sich das auf den Objektwert. Ein Blog vermittelt zudem wissenswertes über Self-Storages (Shelfsailor 2017).

So wie die amerikanische Idee von Stow That setzt Shelfsailor das Prinzip des Vermittelns um. Für beide Seiten wird Hilfestellung geboten, Shelfsailor bietet Rat bei Fragen. Durch das Vermieten von nicht benötigtem Stauraum entsteht für die vermietende Partei ein Nebeneinkommen, während Mieterinnen und Mieter die Möglichkeit haben, im Idealfall das Lagergut direkt in der Nachbarschaft haben zu können. Das schafft persönliche Verbindungen. Außerdem kann so individueller Lagerraum gesucht werden. So können Spezialfragen bedient werden, die für den kommerziellen Markt zu marginal sind.

8. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Seit Jahrtausenden verspürt der Mensch den Drang, zu lagern. Über Jahrtausende war es das Grundbedürfnis, Nahrungsmittel haltbar zu machen, um zu überleben. In China wurde bereits vor 6000 Jahren Handelsware in Lagern aufbewahrt, um sie zu einem späteren Zeitpunkt zu verkaufen.

Der moderne Mensch des 20. und 21. Jahrhunderts hat ebenfalls das Bedürfnis zu lagern. Durch den gesellschaftlichen Wohlstand häufen wir Besitztümer an. Durch das Wachstum der Großstädte wird der Wohnraum immer teurer. Daher werden vermehrt Dachböden und Keller ausgebaut. Somit gehen genau jene Orte verloren, die traditionellerweise der Lagerung von überschüssigem und nicht benötigtem Mobiliar dienen. Zudem sind die Keller von Altbauten in Wien oft nicht wasserdicht und den Großteil des Jahres zu feucht, um Gegenstände zu lagern, die wieder verwendet werden sollen.

Die Lagermöglichkeiten innerhalb der eigenen Wohnung oder im eigenen Haus werden also zunehmend begrenzt. Wenn es dann zu einschneidenden Lebensereignissen kommt, fehlt oft der Stauraum für Dinge, die nicht täglich gebraucht werden. Wichtigster Punkt ist der Wechsel des Wohnortes. Menschen wechseln heute den Wohnort, um ihre Karriere zu verfolgen. Dazu brauchen sie entsprechenden Lagerraum. Dies betrifft vor allem Studierende und Menschen am Beginn ihrer Karriere, welche oft nur für einen begrenzten Zeitraum ins Ausland oder in eine andere Stadt gehen, um dort zu arbeiten oder zu studieren.

Aber auch andere private Ereignisse führen dazu, dass mehr Stauraum benötigt wird, als in der Wohnung vorhanden ist. Dazu zählt zum Beispiel das Zusammenlegen mehrerer Haushalte auf einen einzigen. Grund dafür ist oft eine Heirat oder das Zusammenlegen des Lebensmittelpunktes eines Paares. Aber auch das gegenteilige Lebensereignis führt zu einem erhöhten Bedarf an Stauraum. Bei einer Scheidung verlässt oft eine Partei den bisherigen Wohnort und benötigt für einen Übergangszeitraum auch Platz für die eigenen Möbel, die mitgenommen werden.

Auch durch den Tod eines Familienangehörigen entsteht oft der spontane Bedarf nach mehr Platz, wenn durch Erbschaft viele Objekte noch keinen fixen Platz gefunden haben, oder bis zu einer endgültigen Lösung noch Zeit gebraucht wird.

Auch für Hobby und Freizeit werden Self-Storage-Lagerhäuser gebraucht. Hier können Sammlerinnen und Sammler ihre Bücher, Schallplatten oder Weinflaschen unterbringen. Sportbegeisterte verstauen sperrige Sportgeräte bis zur nächsten Saison oder bis zum nächsten Gebrauch.

Aber nicht nur private Mieterinnen und Mieter gehören zur Zielgruppe der Betreiber von Self-Storage Lagerhäusern. Zunehmend rücken auch Gewerbetreibende in den Fokus. Derzeit machen gewerbetreibende Mieterinnen und Mieter etwa ein Drittel der Gesamtkundschaft von Self-Storage-Lagerabteilen aus. Die Gründe sind aber auch hier vielfältig. Büros, Kanzleien und Arztpraxen lagern Dokumente aus, denn auch für Gewerbetreibende steigen die Mietpreise für Büroräumlichkeiten. Akten, die nicht täglich benutzt werden, aber dennoch aufbewahrt werden müssen, werden im Self-Storage ausgelagert.

Unternehmen, die Liefertätigkeiten anbieten, haben oft Posten von nicht vollständig kommissionierten Aufträgen. Auch hier kann über das Angebot von Self-Storage-Lagerhäusern zusätzlicher Lagerraum geboten werden, der im eigenen Unternehmen vor Ort nur knapp bemessen ist. Unternehmen bewahren aber auch Warenmuster auf, die nicht täglich benötigt werden, Dekoration, wie etwa der Bedarf von Messeständen, Präsentationsmaterial oder saisonaler Schmuck wird in Self-Storages von Gewerbetreibenden ausgelagert.

Aber auch im Falle von Renovierungen wird auf Self-Storages zurückgegriffen, um das Mobiliar und Arbeitsgeräte nicht unnötigen Belastungen aussetzen zu müssen. Dies gilt sowohl für gewerblich tätige Mieterinnen und Mieter von Self-Storage-Abteilen als auch für jene Mietenden, die zu privaten Zwecken auf zusätzlichen Stauraum angewiesen sind.

Zwei weitere potentielle KundInnensegmente geraten zunehmen in den Fokus von Self-Storage Unternehmen. Zum einen sind das die Start-Ups. Junge Unternehmen wachsen oft schneller als geplant. Dann werden rasch Möglichkeiten gebraucht, um Gegenstände zu lagern. Aber auch wenn das Geschäft nicht so gut läuft und das Unternehmen aufgelöst werden muss, wird rasch viel Lagerraum gebraucht. Auf diese Weise können noch bestehende Restbestände günstig untergebracht werden.

Die zweite Gruppe der interessanten potentiellen KundInnen ist der Bereich der Online-HändlerInnen. Diese betreiben ihr Geschäft oft von zu Hause aus oder aus kleinen Räumlichkeiten für Büro und KundInnenservice in zentralen Lagen. Der Warenbestand muss dennoch günstig untergebracht oder zwischengelagert werden. In diesem Fall greifen Online- HändlerInnen oft auf Self-Storages zurück.

Die Anforderungen der Kundinnen und Kunden decken ein weites Feld ab, das für die BetreiberInnen von Self-Storage eine Herausforderung darstellt. Am wichtigsten sind dabei die Aspekte der Sicherheit und der Sauberkeit.

Self-Storage-Lagerabteile müssen daher ausreichend gesichert sein, um von potentielle Kundinnen und Kunden in Betracht gezogen zu werden. Dazu zählen Alarmanlagen an den einzelnen Abteilen und Videoüberwachung im Gebäude und dem umliegenden Areal. So kann Vandalismus und Diebstahl vorgebeugt werden. Die meisten Self-Storage-Lagerabteile sind durch persönliche Codes gesichert, in einigen Fällen werden auch Zugangskontrollen durch Wachpersonal durchgeführt. Meistens funktionieren allerdings Zugangssysteme über digitale Codes. Brandmelder und Sprinkleranlagen senken das Risiko von Bränden, was für die Mieterinnen und Mieter den Verlust ihrer ausgelagerten Gegenstände bedeutet. Abgesehen davon muss für die Mietgegenstände ein ausreichender Versicherungsschutz vorliegen.

Auch die Sauberkeit ist ein wichtiges Thema. Das Lagergut darf nicht durch Schädlinge oder Schmutz beschädigt werden. Auch eintretendes Wasser oder Flüssigkeiten aus umliegenden Lagerabteilen muss vermieden werden.

Ein weiterer Punkt auf der Wunschliste potentieller Kundinnen und Kunden ist die Regulierung der Klimaverhältnisse in den Abteilen. Günstige Varianten des Self-Storages setzen auf Outdoor- Lagermöglichkeiten wie etwa Container. In den Containern kann allerdings die Temperatur nicht oder nur unzureichend reguliert werden, um heikles Lagergut über einen längeren Zeitraum aufzubewahren. Die Temperatur im Inneren des Lagerabteils ist somit stark abhängig von der außen vorherrschenden Witterung. Daher gibt es Speziallösungen, um besondere klimatische Verhältnisse für heikles Lagergut zur Verfügung zu stellen. Dazu gehören besonders Wein- und Kunstsammlungen, die über hochtechnologische Regulationsmechanismen überwacht werden, um ein optimales Raumklima zu schaffen.

Die meisten Indoor-Self-Storage-Lagerhäuser haben eine eigene Gebäudestruktur. Diese erlaubt eine ideale Aufteilung des Gebäudes in Lagerräumlichkeiten und Gänge, über welche Kundinnen und Kunden den Lagerraum erreichen können. Moderne Konzepte des Self-Storages, die ihren Kundinnen und Kunden den Zugang zur ihren Gütern über einen Online- Lieferservice erlauben, sind in diesem Fall im Vorteil. Sie sparen die Ausstattung der Wegenetze innerhalb des Gebäudes. Für einzelne Anfragen muss ein Zugangssystem gefunden werden, das es erlaubt, an möglichst vielen Lagen innerhalb des Gebäudes auch sperriges Lagergut unterzubringen. Allerdings gibt es auch Self-Storage-Unternehmen, welche bereits bestehende Objekte umwidmen lassen, um darin Lagerabteile einzurichten. Diese sind in den meisten Fällen nicht so aufwendig gestaltet, wie jene Gebäude, die bereits als Self-Storage geplant wurden. Oft bestehen Abteile in umgewidmeten Objekten lediglich aus Holz- oder Alulatten.

Besonders wichtig gestaltet sich die Frage nach dem Standort. Dieser bestimmt darüber, wie gut die Sichtbarkeit des Unternehmens im öffentlichen Raum ist. So sind Objekte und Standorte direkt an viel befahrenen Straßen an der Peripherie eine gute Möglichkeit. Wichtig ist auch eine gute Anbindung, so das potentielle Kundinnen und Kunden leicht und ohne Umstände zum Self- Storage-Lagerhaus finden. Günstig ist auch, wenn das Unternehmen in der Nähe von Gewerbeparks ist, an denen eine hohe Frequenz an Besucherinnen und Besuchern herrscht.

Für Self-Storage Unternehmen in zentralen Lagen ist es wichtig, auch an den öffentlichen Verkehr angebunden zu sein, da nicht alle Kundinnen und Kunden über die Möglichkeit eines eigenen Transportes verfügen. Dies trifft besonders dann zu, wenn sich Unternehmen vorwiegend auf die Vermietung von kleinen Lagerräumen spezialisiert haben, die von Kundinnen und Kunden wie ein zusätzliches Zimmer genutzt werden.

Der Standort ist aber auch deswegen wichtig, weil zur potentiellen KundInnengruppe von Self- Storage-Einrichtungen zu großen Teilen die Population in einem direkten Radius rund um das Objekt zählt. Deswegen ist es auch wichtig zu wissen, wie diese Population demographisch zusammengestellt ist. So kann auf spezielle Bedürfnisse und Einkommensverhältnisse mit passenden Angeboten reagiert werden. Der Standort ist also für die Sichtbarkeit, die Erreichbarkeit und die potentielle KundInnengruppe sehr wichtig.

Auch die verschiedenen Mietoptionen spielen eine wichtige Rolle in der Auswahl des Zielpublikums. Zunehmend werden flexible Verträge wichtig, welche den Ausstieg zu jedem beliebigen Zeitraum ermöglichen. Auch eine wöchentliche Zahlungsmöglichkeit für Mieterinnen und Mieter, die im amerikanischen Raum bereits Usus ist, bietet gewisse Vorteile. Die Mieterinnen und Mieter der Lagerabteile sehen darin den Vorteil, jederzeit kündigen zu können, während die Betreiber von Self-Storage-Einrichtungen durch die wöchentliche Zahlung auf insgesamt 13 Monate pro Jahr kommen, in denen Abteile vermietet werden können.

Die meisten Self-Storage-Einrichtungen bieten längerfristigen Mieterinnen und Mietern eine Vergünstigung, besonders dann, wenn die Jahresmiete im Voraus beglichen wird. Zusätzliche Dienstleistungen sind ebenfalls ein Punkt, der für AnbieterInnen von Self-Storages zu überdenken ist. Dazu zählt etwa das Einrichten eines Shops im Eingangsbereich, in dem der Bedarf für Umzug angeboten wird. Aber auch Transport- und Verpackungsservices sowie Umzugshilfen sind gefragt.

Unternehmen, welche Nischen besetzen und Spezialleistungen anbieten, wie der Kunst-Lagerraum in Wien, finden zusätzliche Möglichkeiten im Vermieten von Showrooms zum Verkauf der Kunstwerke.

MyPlace bietet Tauschbörsen, wo Mieterinnen und Mieter nicht mehr benötigte Gegenstände abholen können und gegen einen anderen eintauschen können. Das Unternehmen bietet für Mieterinnen und Mieter auch Termine, an denen Experten Gegenstände auf ihren Wert hin schätzen.

Das amerikanische Unternehmen CubeSmart bietet umweltbewusster Kundschaft ein Zero- Energy - Haus. Das Gebäude generiert über Solaranlagen und Wassertanks mehr Energie, als selbst verbraucht wird und kann so wieder ins Netz einspeisen.

So besteht sowohl Nachfrage wie auch Angebot für spezielle Zielgruppen. Bei etwa 25 Prozent der Bewohnerinnen und Bewohner von Großstädten besteht so der Bedarf an Lagerraum, zumindest in den erwähnten Einschnitten des Lebens und persönlichen wie beruflichen Phasen des Wandels.

In Wien selbst sind einige AnbieterInnen vertreten, welche ein weites Feld abdecken. So werden Lösungen geboten, bei denen die Kundinnen und Kunden von Transport, bis Umzug und Einkauf in eine Hand legen können. Es gibt aber auch Angebote, bei denen Kundinnen und Kunden online den Transport bestellen und organisieren können. Auch günstige Varianten, die etwas außerhalb der Stadt liegen, bieten für weniger finanzkräftige Mieterinnen und Mieter Möglichkeiten, ihr Lagergut unterzubringen.

Für Unternehmen, welche neu in den Self-Storage-Markt einsteigen wollen, empfiehlt sich eine genaue Analyse von Standort, potentiellen KundInnensegmenten und deren Bedürfnissen sowie eine Analyse der MitbewerberInnen. In diesem Kontext wurde auch Porters Modell der fünf Kräfte erörtert und auf den Wiener Markt angewandt.

Eine Analyse der Investitions- und laufenden Kosten sollte gründlich erhoben werden.

Wem das unternehmerische Risiko zu groß ist, kann auch auf die Expertise von Franchise- Unternehmen setzen, welche unterschiedliche Konzepte anbieten. Dabei

werden wichtige Punkte wie Marketing und Finanzierung gemeinsam mit ExpertInnen besprochen.

Besonders interessant sind auch einige der alternativen Konzepte. Die Variante von Self-Storage Konzepten, welche den Kundinnen und Kunden eine rein digitale Lösung verspricht, ist derzeit in Wien mit zwei Unternehmen vertreten und neuester Trend auf dem Markt.

Auch der Aufbau von Plattformen, auf denen sich Angebot und Nachfrage von privaten Self-Storages vernetzen, ist weiterhin zu beobachten.

Abschließend ist zu sagen, dass das Geschäft mit dem ausgelagerten Stauraum ein spannendes ist. Analysiert wurde die aktuelle Lage, sowie einige Trends, die zukunftsweisend sein könnten.

Literaturverzeichnis

Duffy, Scott (2005) : How to invest in Self- Storage, Mini Co Inc: Phoenix Arizona.

Beck, Petra (2012): Restopia: Selfstorage als urbane Praxis, HU Berlin.

Keckeis, Carmen (2012): [Selfstorage : eine soziologische Untersuchung des Bedarfs nach zusätzlichem Lagerraum im Kontext der Pluralisierung der Lebensstile.](#) Diplomarbeit, Universität Wien.

Moser, Eveline (2013): Selfstorage-Anbieter im urbanen Bereich am Fallbeispiel Großraum Wien. Diplomarbeit, Institut für Transportwirtschaft und Logistik, Wirtschaftsuniversität Wien.

Müller-Stewens, Günter/Lechner Christoph (2005): Strategisches Management: Wie strategische Initiativen zum Wandel führen, Schäffer-Poeschel: Stuttgart:

Stephens, Richard (2008): Self- Storage Investments, Services Unlimited LLC, USA.

Taylor, David (2009) : Self Storage Facility Development. Diplomarbeit, John Holins Carey Business School, USA.

Weblinks

Absolut Lagerservice (2017): Firmenwebsite, [online]
<http://www.absolutlagerservice.at/> [25.01.2017]

APA (2016): Start-up WOOB definiert Selfstorage neu: innovatives Service mit Transport, Lagerung und Online Portal, [online]
http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20160719_OTS0124/start-up-woob-definiert-selfstorage-neu-innovatives-service-mit-transport-lagerung-und-online-portal-bild
[26.01.2017]

Asigest Group (2015): Neues Versicherungskonzept für Selfstorage-Betreiber , [online], <http://www.asigest-group.com/de/news/2015/05/Selfstorage.php> [25.01.2017]

Blueprint (2015): The Four “Ds” Behind the Surge in Demand for Self-Storage Space in Asia, [online], <https://blueprint.cbre.com/the-four-ds-behind-the-surge-in-demand-for-self-storage-space-in-asia/> [25.01.2017]

Cash (2015): Der Markt ist in Bewegung, [online], http://valerum.ag/wp-content/uploads/2015/08/Interview_Cash.09-2015_web.pdf [25.01.2017]

City Storage (2017): Firmenwebsite, [online] <http://www.citystorage.at/citystorage/> [25.01.2017]

Class, Eva-Maria (2003): Geschäft mit der Platznot [online] Welt am Sonntag, <https://www.welt.de/print-wams/article100521/Geschaeft-mit-der-Platznot.html> [25.01.2017]

Colliers International (2012) : Self-Storage: The Potential from the Non-Users, [online], <http://lockandstore.com/images/pdf/201211%20White%20Paper%202012.pdf> [25.01.2017]

Cook, John (2013): Stowthat wants to be the ‘Airbnb of self-storage’, [online] <http://www.geekwire.com/2013/stowthat-airbnb-selfstorage> [26.01.2017]

Dacus, Paul (2015): The Science Of Self Storage Location Optimization, Part 2, [online], <https://www.linkedin.com/pulse/science-self-storage-location-optimization-part-2-paul-dacus?trk=mp-reader-card>, [25.01.2017]

Dein Depot (2017): Firmenwebsite, [online] <http://www.deindepot.at/> [25.01.2017]

Easy Storage (2017): Firmenwebsite, [online] <http://www.easy-storage.at/> [25.01.2017]

Enzyklo (2017): Aktive Brandvermeidung, [online]
<http://www.enzyklo.de/Begriff/Aktive%20Brandvermeidung> [26.01.2017]

Euram (2010): Selfstorage (-Center): Definition, Konzeptabgrenzungen und
Konzeptionsmerkmale, [online]
http://www.vevis.com/pickensroom/1.%20Was_ist_Selfsorage_1.pdf [25.01.2017]

Franchise Portal (2017): Gründer Wissen für Franchise Interessierte, [online],
<http://www.franchiseportal.de/franchise-unternehmen/lagerbox-m-16520> [25.01.2017]

HS Art Service (2017): hs art service austria
Wir transportieren Werte, [online] <http://www.hsartserviceaustria.com/> [26.01.2017]

HS Art Storage (2017): Willkommen im modernsten Kunstlager Österreichs , [online]
<http://www.hsartstorage.com/hs-art-storage/> [26.01.2017]

Immobilien Net (2017): Firmenwebsite, [online]
<http://www.immobilien.net/> [25.01.2017]

Immo Welt (2017): Firmenwebsite, [online] <https://www.immowelt.at/> [25.01.2017]

Lanza, Teri (2016) : Making Friends With Millennials, Your Next Big Self-Storage
Market, [online], <http://www.insideselfstorage.com/blogs/scoop/2016/12/making-friends-with-millennials-your-next-big-selfstorage-market.aspx> [25.01.2017]

Lardinois, Frederic (2013): StowThat Launches An Airbnb For Storage, Lets You
Monetize Your Garage , [online] <https://techcrunch.com/2013/08/21/stowthat-launches-an-airbnb-for-storage-lets-you-monetize-your-garage/> [26.01.2017]

Local Storage (2017): Firmenwebsite, [online] <http://www.localstorage.at/> [25.01.2017]

Marketwired (2016): CubeSmart Introduces Austin's First 'Net Zero Energy' Self-Storage Facility, [online] <http://www.wallstreet-online.de/nachricht/8461184-cubesmart-introduces-austin-s-first-net-zero-energy-self-storage-facility> [26.01.2017]

Mein Online Regal (2017): Die Cloud für echte Dinge, [online] <https://mein-online-regal.de/fuer-selfstorage-experten> [25.01.2017]

Moser, Eveline (2013): Wie attraktiv ist der Lager-Markt im Großraum Wien?, [online] <http://platzprofessor.myplace.eu/artikel/datum/2013/09/19/wie-attraktiv-ist-der-lager-markt-im-grossraum-wien-copy-1.html> [25.01.2017]

MyPlace (2017): Paketannahme, [online], <https://www.myplace.at/paketannahme> [25.01.2017]

MyPlace (2017): Was bietet MyPlace - SelfStorage?, [online] https://www.myplace.at/was_bietet_myplace.html [25.01.2017]

Neue Züricher Zeitung (2005): Wo lagert man ein ausgestopftes Krokodil?, [online], <https://www.nzz.ch/articleCUL7O-1.154238> [25.01.2017]

Parham Group (2014) : Demanding the demand, [online], <http://learnsselfstorage.com/blog/2014/10/07/demanding-the-demand/> [25.01.2017]

Platzprofessor.de (2017) : Plattform [online] <http://platzprofessor.myplace.eu> [25.01.2017]

Röthlingshöfer, Jörg (2012): Das Phänomen Selfstorage im wissenschaftlichen Fokus, [online] <http://www.perspektive-mittelstand.de/Das-Phaenomen-Selfstorage-im-wissenschaftlichen-Fokus/pressemitteilung/58136.html> [25.01.2017]

Selbstlagerbox (2013): Outdoor, Indoor und Drive-Up: Selbstlagerarten im Vergleich, [online] <https://www.selbstlagerbox.de/outdoor-indoor-und-drive-up-selbstlagerarten-im-vergleich/> [25.01.2017]

selfstoragebcs (2015): The Interesting History Of The Self Storage Industry!, [online] <http://selfstoragebcs.com/blog/the-interesting-history-of-the-self-storage-industry/> [25.01.2017]

Self Storage Group (2016) : Self Storage Konzepte für Startups und Newcomer , [online], <http://www.firstelephant.de/selfstoragegroup/self-storage-konzepte/> [25.01.2017]

Shelfsailor (2017): Shelfsailor Firmenhomepage , [online] https://www.shelfsailor.com/search?gclid=CKeRxOGJ7NACFdQaGwodfYgKHA#?location=Wien&size_sqm=1&from=2016-12-11&till=2017-01-11&storage_types=1&storage_types=2&storage_types=3&storage_types=4&storage_types=5 [26.01.2017]

Space Cadet (2015): Storage Origins in Ancient China, [online] <http://www.spacestorage.ie/did-you-know/storage-origins-ancient-china/> [25.01.2017]

Space Ways (2017) : How does Storage work with SpaceWays? , [online] <https://www.spaceways.co.uk/faq.html> [25.01.2017]

Startabliish (2016): Store.me – Lagerplatzbörse mischt Selfstorage-Markt auf, [online] <https://startabliish.at/store-me-lagerplatzboerse-mischt-selfstorage-markt-auf/> [26.01.2017]

Steelstorage, Über Selfstorage- Rentabilität (ROI), <http://steelstorage.net/de/selfstorage-rentabilit%C3%A4t> [11.03.2017]

Store.Me (2017): Store.me Firmenhomepage , [online] <https://www.store.me/startseite>

[26.01.2017]

Stockworld (2009): "MyPlace-SelfStorage" schließt Geschäftsjahr erfolgreich ab - Unternehmen zieht 10-Jahresbilanz, [online] http://www.stockworld.de/nachrichten/_article_print?news_id=3005894&is_ac= [25.01.2017]

Invest AG, Rendite Lager Innovation trifft Immobilie, https://www.fondsfinanz.de/downloads/sachwerte/direktinvestments/valerum/RENDITE%20LAGER_Expose_Einzelseiten.pdf 11.03.2017.

Vanderbilt, Tom (2005): Self-Storage Nation: Americans are storing more stuff than ever., [online] http://www.slate.com/articles/arts/culturebox/2005/07/selfstorage_nation.html [25.01.2017]

Wiener Zeitung (2012): Selfstorage-Geschäft wächst kontinuierlich, [online], http://www.wienerzeitung.at/nachrichten/oesterreich/chronik/489309_Selfstorage-Geschaeft-waechst-kontinuierlich.html Wiener Zeitung 2012 [25.01.2017]

Willhaben.at (2017): Firmenwebsite, [online] <https://www.willhaben.at/iad> [25.01.2017]

Wohnnet (2017): Firmenwebsite, [online] <http://www.wohnet.at/> [25.01.2017]

WOOB (2017): Woob Firmenhomepage, [online] <https://www.woob.at/faq> [26.01.2017]