



Mein Platz für mehr Platz!®

PRESSEMITTEILUNG

Wien, 24. Juni 2009

„MyPlace-SelfStorage“ schließt Geschäftsjahr mit 30. April 09 trotz allgemeiner Krise erfolgreich ab und zieht 10 Jahresbilanz

Trotz der bestehenden Krise, die zum Teil die Realwirtschaft erfasst hat und damit auch im Bereich SelfStorage im deutschsprachigen Raum zu spüren ist, konnte „MyPlace-SelfStorage“, der heimische Marktführer bei der Vermietung von Lagerabteilen, das abgelaufene Geschäftsjahr 08/09 erfolgreich abschließen. Per Ende April 2009 betrieb das Unternehmen 26 Standorte (im Vorjahr waren es noch 18) mit insgesamt 205.458 m² operativer Fläche in Österreich, Deutschland und der Schweiz. Das sind insgesamt 25.879 Lagerabteile, die vermietet werden können. Die durchschnittliche Standortgröße liegt bei 7.900 m², die Investitionen je Standort bei 5-6 Millionen Euro. Mit 11.000 Kunden und 30% Marktanteilen – gemessen an Standorten – bleibt „MyPlace-SelfStorage“ Marktführer im deutschsprachigen Raum. Mit dem Komplettrelaunch des Werbeauftrittes unter dem neuen Markennamen „MyPlace-SelfStorage“ eröffnete das Unternehmen das neue Geschäftsjahr 09/10. Mit einem Investitionsvolumen von rund € 50 Mio. werden neun weitere Lagerstandorte bis Ende 2010 in Deutschland errichtet und in Betrieb genommen.

Factsheet unter <http://www.myplace.at/unternehmensinfos.php>

Rückblick: Die Idee

„Ein Freund, der in den USA unterwegs gewesen war, erzählte mir und meinem jetzigen Geschäftspartner begeistert von „SelfStorage“, einer Dienstleistung, die in ganz Amerika bereits Gang und Gebe und außerdem sehr erfolgreich war. Die grobe Kalkulation, die wir daraufhin auf Basis einiger Eckdaten erstellten, begeisterte uns sofort für die Geschäftsidee“, blickt Martin Gerhardus, jetziger geschäftsführender Gesellschafter von „MyPlace-SelfStorage“, auf das zündende Moment der Unternehmensgründung zurück.

Eine anschließende eingehende Analyse des amerikanischen Selfstorage-Marktes – damals gab es bereits 30.000 Selfstorage-Standorte mit rund 100 Mio. m² vermietbarer Fläche – und des noch sehr kleinen europäischen Marktes bestätigte die erste Intuition. Der Markt für die private Vermietung von individuellen Lagerabteilen, schien überall vorhanden zu sein. Das Angebot war sowohl in Amerika wie auch im englischsprachigen europäischen Raum bereits gut entwickelt, im deutschsprachigen Raum Europas hingegen war das Selfstorage-Angebot zu diesem Zeitpunkt so gut wie nicht existent.



Mein Platz für mehr Platz!®

PRESSEMITTEILUNG

„Als detaillierte Marktstudien in den wesentlichen deutschsprachigen Großstädten dann zeigten, dass jeder 5. Haushalt über zu wenig Platz verfügte und dass diesem großen Bedarf an Selfstorage-Abteilen kein Angebot gegenüberstand, waren für meinen Geschäftspartner und mich die letzten Zweifel überwunden.“, erinnert sich Gerhardus an die Gründung von „SelfStorage-Dein Lagerraum“ in Österreich vor 10 Jahren.

Vom österreichischen Pionier zum Marktführer im deutschen Sprachraum

Die in Österreich im Jahr 1999 gegründete „SelfStorage-Dein Lagerraum“ schloss mit der Vermietung von uneinsehbaren, sauberen, trockenen und sicheren Lagerabteilen in individuell wählbarer Größe zwischen 1 und 50 m² eine Marktlücke. Das Unternehmen, das vor 10 Jahren den ersten Standort in Wien-Strebersdorf eröffnete, betreibt heute bereits insgesamt 26 Standorte in Deutschland 16, in Österreich 8 und der Schweiz 2 mit insgesamt 205.458 m² Nutzfläche und 25.879 Lagerabteilen. Damit ist es "**MyPlace-SelfStorage**" gelungen, die Marktführerschaft im deutschsprachigen Raum mit rund 30% Marktanteil – gemessen an Standorten – auszubauen.

Als Erfolgsrezept beschreibt Gerhardus einen strategischen Mix aus intensiver Marktforschung, exakter Standortwahl und klarer Abstimmung der jeweiligen Angebote auf die Kundenwünsche: „Die Basis für den erfolgreichen Start des Unternehmens war unsere sehr intensiv betriebene Marktforschung. Dadurch waren wir in der Lage, die Kunden genau zu verstehen und mit entsprechenden Angeboten anzusprechen. Sowohl die genaue Wahl der Standorte als auch die bauliche Detailplanung, die Erstellung des Boxenmixes und die Definition des gesamten Dienstleistungsangebotes gingen darauf zurück.“

Zudem macht sich die gezielte Strategie einer „regionalen Durchdringung“, d.h. sich auf wenige urbane Regionen/Städte im deutschen Sprachraum zu konzentrieren, dort aber rasch ein dichtes Standortnetzwerk zu errichten, bezahlt: „Das Marketing in einer Stadt ist für 5-7 Standorte einfach wesentlich kostengünstiger und effektiver als für nur 1 Standort - zusätzlich zu den evidenten Synergieeffekten bei Verwaltung und Management“ so Gerhardus dazu.

Mitarbeiterqualität und Bankenbeziehungen als Grundsteine für den Erfolg

Das erfolgreiche Wachstum verdankt "**MyPlace-SelfStorage**" nicht zuletzt auch der Qualität seiner Mitarbeiter. „Die Vermietung von Lagerraum ist ein sehr persönliches Geschäft für das bestimmte Eigenschaften, wie Zuhören und Vertrauen schaffen, essentiell sind“, erklärt Gerhardus seine Prioritäten bei der Mitarbeiterauswahl. Außerdem wurde die Geschäftsführung rechtzeitig durch Expertise in den Kernbereichen Selfstorage-Operations, Standortsuche/-bau und Marketing/Sales erweitert. Damit konnte die Grundlage geschaffen werden, schneller und kostengünstiger als der Wettbewerb expandieren zu können. Derzeit gibt es 74 Mitarbeiter.



Mein Platz für mehr Platz!®

PRESSEMITTEILUNG

„Unsere guten Beziehungen zu den Hausbanken, die hauptsächlich durch konstante Zielerreichung aller wichtigen Bilanz- und Ertragskennzahlen kontinuierlich gewachsen sind, trugen natürlich auch ganz wesentlich zu unserem schnellen Wachstum bei“, so Gerhardus, der angesichts der Finanzkrise das Vertrauen der Banken in die Stabilität seines Unternehmens besonders schätzt. Tatsächlich ist es dem Unternehmen, welches Immobilien- und Dienstleistungsgeschäft erfolgreich verbindet bislang gelungen, die Turbulenzen der Wirtschaftskrise zu meistern und seine Wachstumsstrategie fortzusetzen.

Komplettrelaunch des Markenauftrittes seit 18. Mai 2009

Der Wechsel des Markenauftrittes war notwendig geworden, da der Name SelfStorage sich in den stets wachsenden Märkten in den vergangenen Jahren zu einer allgemeinen Bezeichnung für die Branche „Selbsteinlagern“ entwickelt hat und in der Folge von vielen Mitbewerbern in deren Werbeauftritt verwendet wurde. Dadurch war die Unverwechselbarkeit des Unternehmens nicht mehr gewährleistet. Mit der Eintragung des neuen Markennamens „**MyPlace**“ im Markenregister ist der Markenname ab nun auch rechtlich geschützt.

Ausblick: Expansion und Investitionen

Im Laufe des Jahres 2009 bzw. 2010 werden weitere 9 Standorte mit Investitionen von rd. 50 Millionen Euro in Deutschland fertiggestellt und eröffnet. Dadurch erhöht sich die Gesamtfläche von "**MyPlace-SelfStorage**" auf 276.000 m² in 35 Standorten. Fünf dieser neuen Standorte befinden sich bereits im Bau. Für die weiteren vier sind die Grunderwerbs- und Planungsphasen abgeschlossen und der Baubeginn steht unmittelbar bevor. In den deutschen Großstädten Frankfurt, Nürnberg, Wiesbaden und Stuttgart sowie in der Schweiz in Zürich, wo bereits jeweils ein bis zwei **MyPlace**-Standorte ihre Lagerabteile vermieten, wird dadurch der Ausbau und die entsprechende Erschließung des jeweiligen regionalen Standort-Netzwerks vorangetrieben, so dass die Vollausbaustufe in den nächsten Jahren erreicht wird.

„Mit dann 35 operativen Standorten in der Schweiz, in Deutschland und in Österreich in den Großstädten Zürich, Stuttgart, München, Nürnberg, Frankfurt/Wiesbaden, Berlin, Hamburg, Wien und Graz können wir unsere Marktführerschaft im deutschsprachigen Raum weiterhin klar sichern“, erklärt Gerhardus.

Für die Folgejahre ist unter der Voraussetzung eines positiven wirtschaftlichen Umfeldes mit einem strategischen Wachstum um bis zu fünf neue Standorte pro Jahr zu rechnen, wobei auch neue Regionen erschlossen werden sollen.