



Mein Platz für mehr Platz!®

PRESSEMITTEILUNG

„MyPlace-SelfStorage“ zieht Bilanz zum Jahresende: 20% Wachstum und steigende Nachfrage im Businessbereich

München, 22.12.2010 - „MyPlace-SelfStorage“ hat das laufende Geschäftsjahr am 1. Mai 2010 begonnen und zieht zum Jahresende 2010 eine Zwischenbilanz der ersten 8 Monate des Geschäftsjahres 2010/11. Mit einem weiteren Umsatzwachstum von über 20 % auf einem Umsatz von 21 Millionen Euro, mit derzeit 15.000 Kunden und 36% Marktanteil – gemessen an aktiven Standorten - bleibt „MyPlace-SelfStorage“ weiterhin unangefochtener Marktführer im deutschsprachigen Raum. Die derzeitige gute Entwicklung des Unternehmens, das pro Monat zusätzlich etwa 2.000 m² Lagerfläche vermietet, führt der geschäftsführende Gesellschafter Martin Gerhardus „einerseits auf die allgemeine positive Wirtschaftslage und das dadurch bedingte Wachstum in den deutschen Märkten und andererseits auf eine erhöhte Nachfrage in allen drei MyPlace-Ländern (D, A, CH)“ zurück. Zudem verzeichnet „MyPlace-SelfStorage“ in den letzten Monaten eine steigende Nachfrage nach Mietlagern im Business-Bereich. (www.myplace.de)

Selektives Wachstum in den Kernmärkten:

Kleine Wohnungen ohne Keller, beengte Raumverhältnisse und teure Mieten in Großstädten, Umzüge, Wohnungsaufösungen, Trennungen, Zusammenziehen mit dem Partner, Auslandsaufenthalte – alles Gründe dafür, dass flexibler Stau- und Lagerraum nötig wird. Immer mehr Großstädter entschließen sich daher, ein SelfStorage-Abteil, sozusagen einen Keller außer Haus zu mieten. Um der steigenden Nachfrage nach individuellen Lagermöglichkeiten Rechnung zu tragen, setzt „MyPlace-SelfStorage“ auf weiteres, selektives und kontrolliertes Wachstum in seinen Kernmärkten. In Deutschland werden bis Ende 2011 noch drei Standorte eröffnet, zwei in Hamburg und einer in Berlin. Den Anfang macht die Filiale in Hamburg Altona – die mittlerweile fünfte in der Hansestadt – die bereits im Januar in Betrieb genommen wird. In Österreich wird im März 2011 im 19. Bezirk mit dem Bau des achten MyPlace-Standortes in Wien begonnen und im Januar 2011 eröffnet ein MyPlace-Haus in Linz.

Erhöhte Nachfrage im Business-Bereich:

Die Business-Kunden machen derzeit etwa ein Viertel der Kunden von „MyPlace-SelfStorage“ aus. Die Nachfrage in diesem Segment ist in den letzten Monaten deutlich gestiegen, was laut Gerhardus „nicht zuletzt auch auf die Optimierung des Angebots für diese spezifische Kundengruppe zurück zu führen ist“. Die Business-Kunden von MyPlace nehmen den Vorteil vorhandener Bürologistik in Anspruch: In ihrer Abwesenheit wird Ware für sie entgegengenommen bzw. größere Lieferungen direkt ins Lagerabteil gebracht. „Wir schicken unseren Kunden ein SMS, wenn ihre Lieferung da ist“, so Gerhardus weiter.

Diese Kunden bestehen zum Teil aus Gewerbetreibenden, die zusätzlichen Platz für ihre Akten und Büromaterialien benötigen, zum Teil aus Unternehmen, die ein flexibles Zusatzlager für Saisonware und billig eingekaufte Sonderposten oder für den Außendienst mieten. Auch Importfirmen für Waren aus Übersee brauchen meist zusätzlich zu einem kleinen Verkaufsraum in der Innenstadt noch



Mein Platz für mehr Platz!®

PRESSEMITTEILUNG

einen sicheren und entsprechend klimatisierten Raum, um die im Container angelieferten Waren, Möbel, Teppiche oder Stoffe entsprechend lagern und den Kunden vorzuführen.

Über „MyPlace-SelfStorage“:

„MyPlace-SelfStorage“ wurde in Österreich im Jahr 1999 gegründet und schloss mit der Vermietung von sauberen, trockenen und sicheren Lagerabteilen in individuell wählbaren Größen zwischen 1 und 50m² eine Marktlücke. Das Unternehmen, das vor über 10 Jahren die erste Filiale in Wien-Strebersdorf eröffnete, betreibt heute bereits 31 Filialen - in Deutschland 21, in Österreich 8 und der Schweiz 2 mit insgesamt an die 250.000 m² Gesamtfläche und über 31.000 Lagerabteilen. Als Erfolgsrezept beschreibt Gerhardus einen strategischen Mix aus intensiver Marktforschung, exakter Standortwahl und klarer Abstimmung der jeweiligen Angebote auf die Kundenwünsche.

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 zur evidenten Synergie im Hinblick auf Verwaltung und Management“ so Gerhardus dazu.

Selfstorage („selbst einlagern“) - Historie:

Selfstorage meint das flexible Anmieten von Lagerräumen für Privatpersonen und Gewerbe, zumeist in Größen zwischen 1 und 50m² und geht zurück auf die Vermietung einfacher Garagenzeilen für die Einlagerung von Gütern aller Art. Diese fand ihren Ursprung in den fünfziger Jahren in den USA, als sich die Errichtung von Garagen in unmittelbarer Nähe von großen Wohnbauanlagen zu einem lukrativen Geschäft entwickelte. In den sechziger und siebziger Jahren wurde diese erste Generation des Lagervermietungskonzeptes dann Schritt für Schritt verfeinert, professionalisiert und erstmals als „Selfstorage“ vermarktet. Es entwickelte sich rasch eine neue Branche, die zu einem wichtigen Zweig der amerikanischen Wirtschaft wurde und die USA zum globalen Vorreiter dieser Branche machte. In Deutschland gibt es die Dienstleistung Selfstorage seit etwa 10 Jahren, wobei die Branche gerade in den letzten fünf Jahren stark gewachsen ist. MyPlace-SelfStorage ist der Marktführer im deutschsprachigen Raum.