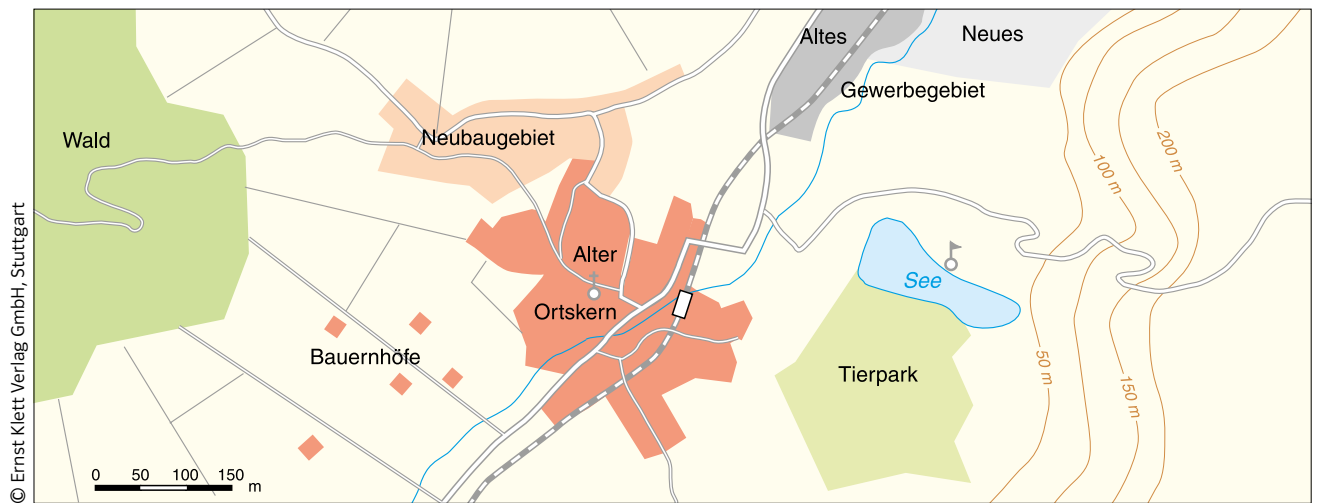


# Standortentscheidungen

## Info

Der Standort eines Unternehmens ist der Ort, an dem ein Unternehmen Güter oder Dienstleistungen herstellt oder bereitstellt. Die Wahl des Standortes hängt von der Art eines Unternehmens und von seiner Zielsetzung ab. **Standortentscheidungen** sind deshalb wichtig, weil sie den Betrieb und seine Entwicklung längerfristig festlegen und sich auf den wirtschaftlichen Erfolg auswirken. Die Kriterien, nach denen unterschiedliche Standorte beurteilt werden, nennt man **Standortfaktoren**.

Mehr Infos im Schülerbuch **Standpunkte**  
 → ab S. 115, 126



## Aufgaben

1. Stellen Sie eine Rangfolge der folgenden Standortfaktoren auf, die sich bei der Gründung eines Fleischereifachgeschäftes und eines Chemiebetriebes ergibt.

Standortfaktoren	Rangfolge	
	Fleischereifachgeschäft	Chemiebetrieb
a) Kundennähe		
b) Parkmöglichkeiten		
c) Arbeitskräftepotential		
d) Lohnkosten		
e) behördliche Auflagen		
f) Erweiterungsmöglichkeiten		
g) Verkehrsanbindungen		
e) Kosten für Miete		
f) Kosten für Energie		
g) Nähe zu Lieferanten		

**2.** Stehen mehrere Standorte zur Auswahl, kann für die Entscheidung ein Bewertungsbogen herangezogen werden. Ein Beispiel: Die Bäckerei Schulz plant die Eröffnung einer Verkaufsfiliale mit Stehcafe. Zwei Standorte kommen dafür in Frage.

Schätzen Sie die beiden Möglichkeiten mithilfe des vorgegebenen Bewertungsbogens ein.

a) Legen Sie auf einer Skala von 0 bis 10 fest, wie wichtig Ihnen der jeweilige Standortfaktor ist. Je höher der Wert, desto größer die Bedeutung für Ihre Standortwahl.

b) Bewerten Sie anschließend die beiden Standorte, indem Sie ein Plus oder ein Minus vergeben.

## Material

M1: Standortbeschreibung	
Standort A	Standort B
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Standort befindet sich am Stadtrand, in einem bereits teilweise erschlossenen Neubaugebiet, direkt neben einer umsatzstarken Fleischerei.</li> <li>• Ausreichende Parkmöglichkeiten befinden sich unmittelbar vor den Geschäften.</li> <li>• Im näheren Umkreis gibt es keine Bäckerei, ein angrenzender Discounter bietet jedoch Brot- und Backwaren an.</li> <li>• Die monatliche Pacht liegt bei 800 Euro.</li> <li>• Die Kündigungsfrist beträgt 6 Monate.</li> <li>• Betriebserweiterungen sind nicht möglich.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Standort liegt inmitten der Fußgängerzone der 80 000 Einwohner zählenden Stadt, die sich in den letzten Jahren als Einkaufsmetropole der Region entwickelt hat.</li> <li>• Parkplätze befinden sich am Stadtrand.</li> <li>• Es gibt in der Innenstadt bereits sechs weitere Bäckereien bzw. Filialen.</li> <li>• Einige Häuser vom Standort entfernt plant eine SB-Bäckerei, die ihre Produkte preisgünstig anbietet, die Eröffnung einer Filiale.</li> <li>• Der Pachtvertrag muss für 3 Jahre abgeschlossen werden.</li> <li>• Die Pacht beträgt monatlich 3000 Euro.</li> <li>• In einem Jahr läuft der Pachtvertrag eines angrenzenden Geschäftes aus, so dass die Möglichkeit einer Betriebserweiterung besteht.</li> </ul>

M2: Bewertungsbogen			
Standortfaktoren	Gewichtung der Faktoren (auf einer Skala von 1–10)	Bewertung der Standorte (durch Vergabe von + oder -)	
		Standort A	Standort B
Kundennähe			
Konkurrenz			
Umsatzmöglichkeiten			
Parkmöglichkeiten			
Kosten (Pacht)			
Vertragliche Bindung			
Erweiterungsmöglichkeiten			
<b>Gesamtpunktzahl</b>			

# Standortentscheidungen

## Lösungen

**1.** Die folgenden Standortfaktoren sollten bei der Festlegung der Rangfolge vorangestellt werden.

*Fleischereifachgeschäft: Kundennähe, Parkmöglichkeiten, Kosten für Miete*

*Chemiebetrieb: Arbeitskräftepotential, behördliche Auflagen, Erweiterungsmöglichkeiten,*

*Verkehrsanbindung, Kosten für Energie.*

**2.** Die folgenden Überlegungen sollten bei der persönlichen Wertung berücksichtigt werden.

*Standort A hat den Vorteil des überschaubaren Risikos. Die Pacht ist gering, die vertragliche Bindung ist kurz, direkte Konkurrenz besteht nicht, eine Steigerung der Kundennachfrage ist durch die Erweiterung des Neubaugebiets wahrscheinlich.*

*Die Vorteile des Standorts B bestehen in der größeren Kundennähe und in der Möglichkeit, einen hohen Umsatz zu erzielen.*