



**DHBW**  
Duale Hochschule  
Baden-Württemberg  
Mosbach  
Campus Bad Mergentheim

# Einführung in die Betriebswirtschaftslehre


Prof. Dr. Annette Grinöt

## Handout Teil 2\_3 Konstitutive Entscheidungen (3) Standort

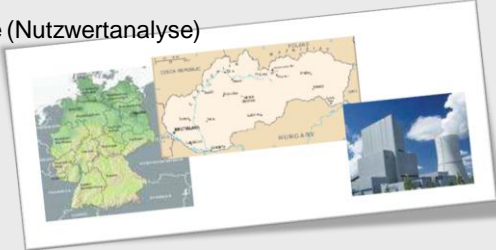

DHBW - Duale Hochschule Baden-Württemberg  
Schloss 2, 97980 Bad Mergentheim, Tel.: +49 7931 530-600

1



## 2 Konstitutive Entscheidungen

- 2.1 Begriff und Gegenstand
- 2.2 Wahl der Rechtsform
- 2.3 Unternehmensverbindungen
- 2.4 Standort**
  - 2.4.1 Grundlagen
  - 2.4.2 Standortfaktoren
  - 2.4.3 Entscheidungsmodelle (Nutzwertanalyse)



DHBW Mosbach // ABWL // Prof. Dr. Annette Grinöt

2

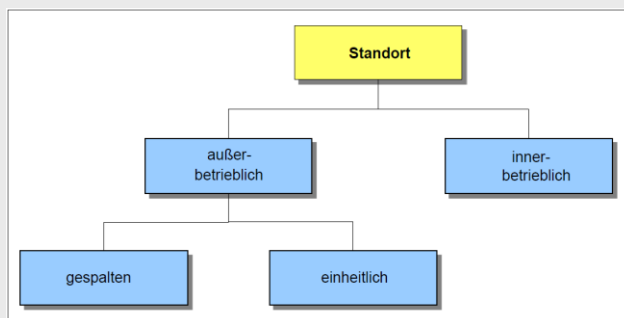
2

### 2.4.1 Grundlagen: Begriff und Formen des Standortes



Der Standort eines Unternehmens ist der **geographische Ort, an dem dieses seine Produktionsfaktoren zur Leistungserstellung einsetzt**

Es wird unterschieden zwischen:

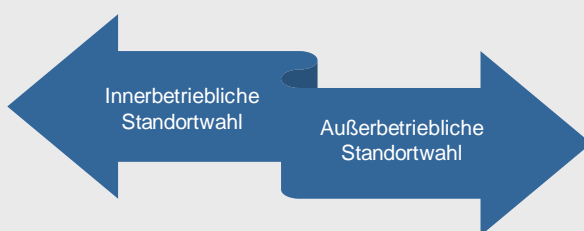


DHBW Mosbach // ABWL // Prof. Dr. Annette Grinöt

3

3

### 2.4.1 Grundlagen: Perspektiven der Standortwahl



- **Perspektiven der Standortwahl:**
  - Internationale Standortwahl: welches Land?
  - Regionale Standortwahl: welche Region?
  - Lokale Standortwahl: welche Stadt, welcher exakte Standort?



Müller/Lorberg: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, 2015

DHBW Mosbach // ABWL // Prof. Dr. Annette Grinöt

4

4

### 2.4.1 Grundlagen: Bedeutung der unternehmerischen Standortwahl



- Standortqualität übt entscheidenden Einfluss auf den Unternehmenserfolg aus
- Standort als Basis von Produktion und Dienstleistung
- Standort als Visitenkarte des Unternehmens
- Konkurrenz- und Marktsituation am Standort von entscheidender Bedeutung
- Standortwahl sollte primär nach rationalen Gesichtspunkten erfolgen
- Falsche Standortwahl kann katastrophale Auswirkungen für das Unternehmen haben



**Mit der Standortentscheidung kann der Erfolg des Unternehmens stehen und fallen**

### 2.4.2 Standortfaktoren



#### Makrofaktoren

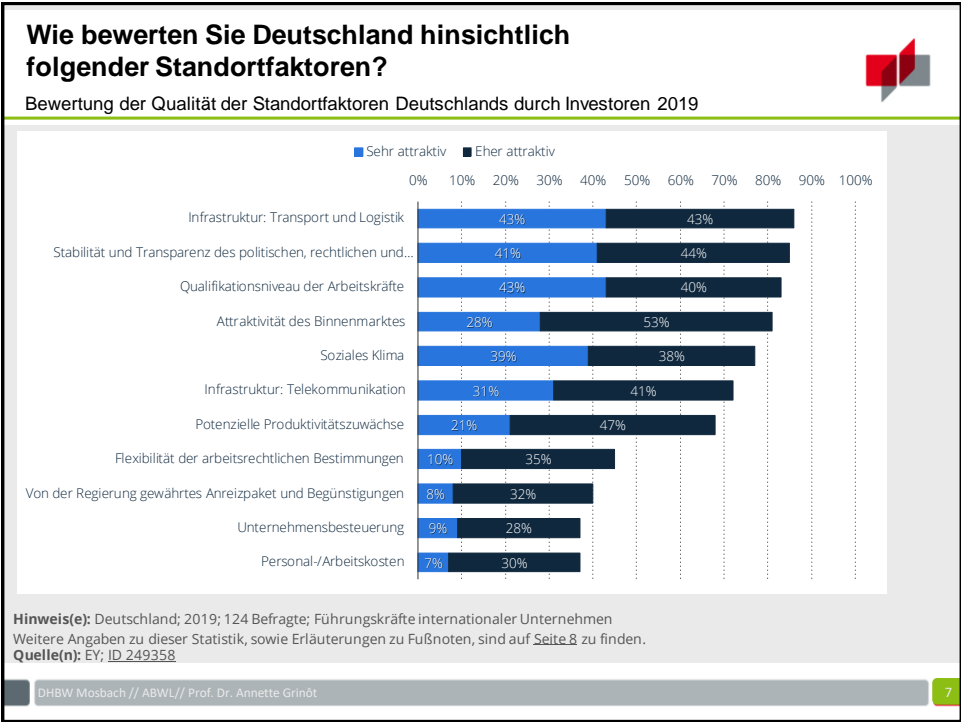
- ▶ Rechts- und Wirtschaftsordnung
- ▶ Steuern/Subventionen
- ▶ Auflagen/Beschränkungen/Umweltschutz
- ▶ Infrastruktur

#### Mikrofaktoren

- beschaffungsorientiert:**
- ▶ Immobilien/Grundstücke
  - ▶ Energie
  - ▶ Arbeitskräfte
  - ▶ Werkstoffe

#### absatzorientiert:

- ▶ Nähe zu Absatzmärkten
- ▶ Konkurrenzsituation
- ▶ Herkunfts-Goodwill



7



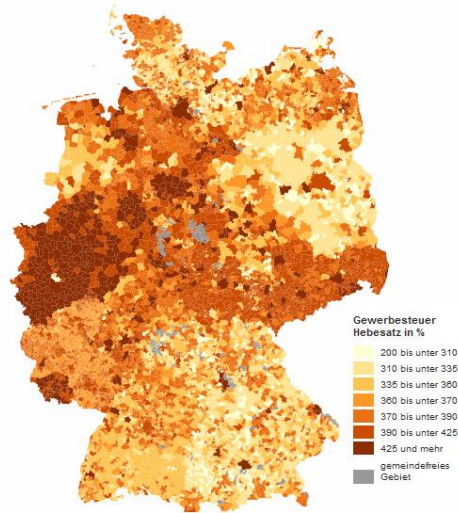
8

## 2.4.2 Standortfaktoren Makrofaktoren

Hebesätze der Gemeinden 2021 in Prozent

Gewerbesteuer ▾

- Wirtschafts- und Rechtsordnung
- Steuerbelastung
- Erlangung von Subventionen
- Auflagen zum Umweltschutz
- Infrastruktur (Verkehrsanbindung)



© Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2022  
© GeoBasis-DE / BKG 2021 (Gebietsstand 01.01.2021, Daten verändert)  
Diese Karte nutzt mapmap.js von Florian Ledermann.

<https://www.gewerbesteuer.de/gewerbesteuerhebesatz>  
DHBW Mosbach // ABWL // Prof. Dr. Annette Grinöt

<https://www.destatis.de/DE/Themen/Staat/Steuern/Hebesaetze.html;jsessionid=2239FB0046D5DC084E2E68F8D00AB713.internet721?nn=213336>

9

9

## 2.4.2. Standortwahl Beschaffungsorientierte Mikrofaktoren



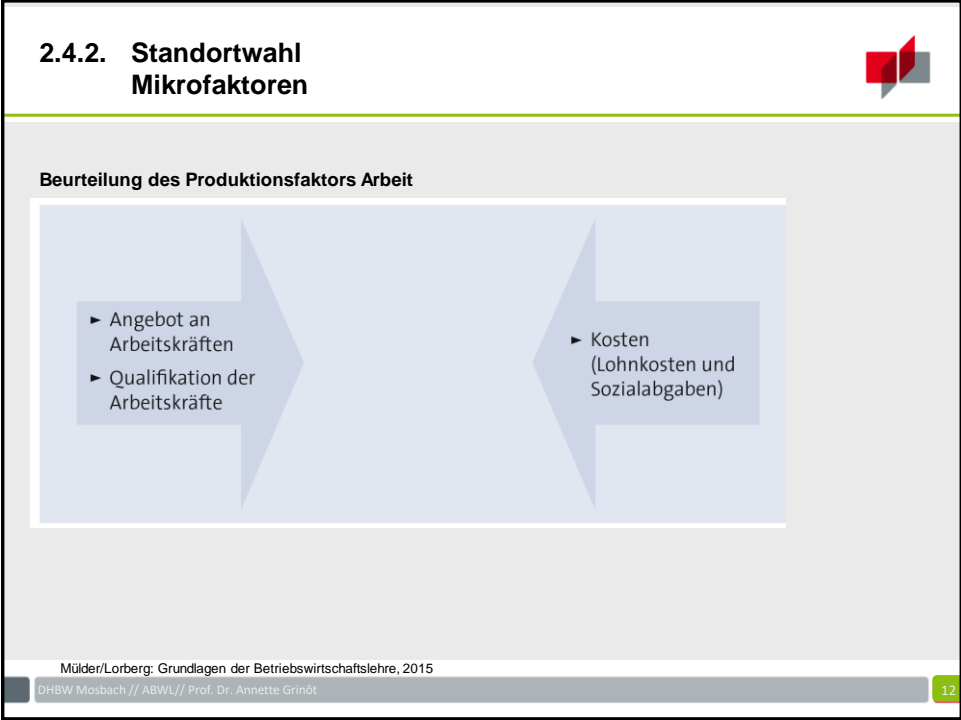
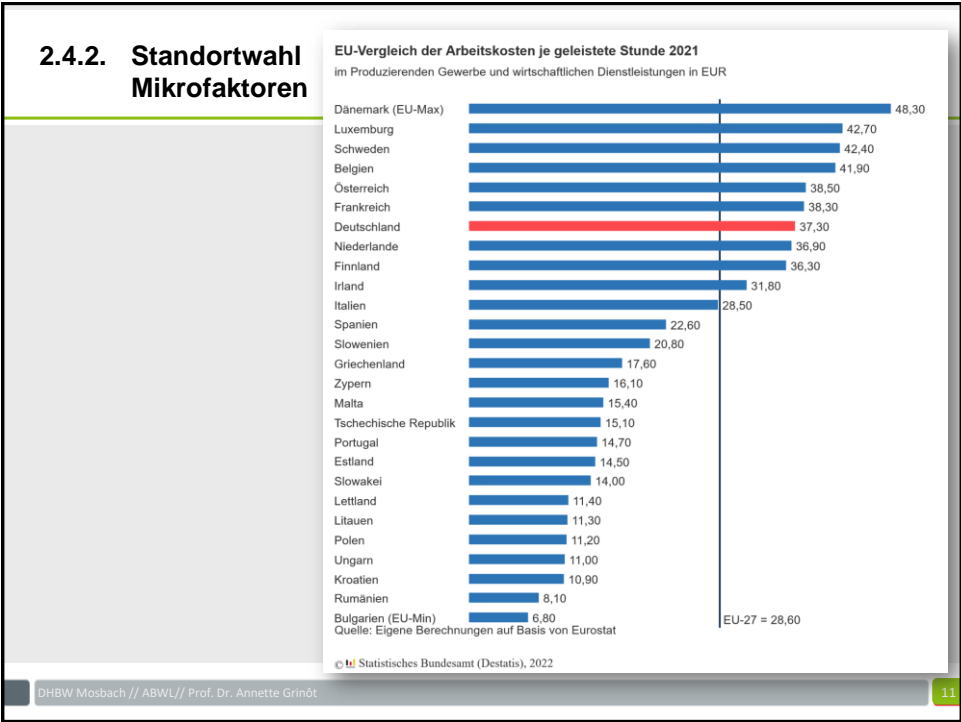
- Energie
- Arbeitskräfte
  - Arbeitskosten
  - Qualifikation
  - Attraktivität der Region/Freizeitwert
- Rohstoffe, Werkstoffe
  - Transportkosten
  - Liefersicherheit
  - Zusammenarbeit mit Lieferanten

[https://www.prognos.com/publikationen/zukunftsatlas-n-regionen/download-broschuere-2016/de906461f3b2a6e316c34ef28970ab13/?tx\\_form\\_form%5Baction%5D=process](https://www.prognos.com/publikationen/zukunftsatlas-n-regionen/download-broschuere-2016/de906461f3b2a6e316c34ef28970ab13/?tx_form_form%5Baction%5D=process)

DHBW Mosbach // ABWL // Prof. Dr. Annette Grinöt

10

10



### 2.4.2. Standortwahl Absatzorientierte Mikrofaktoren



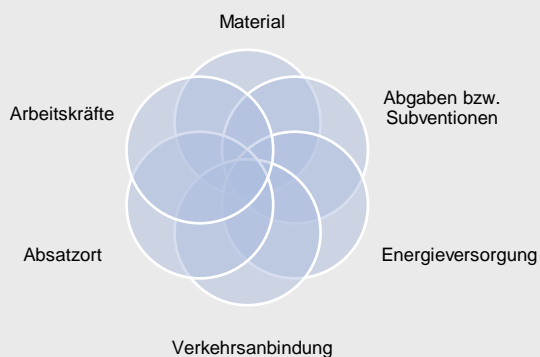
- Nähe zu Absatzmärkten
  - Höhe der Transportkosten
- Konkurrenzsituation
  - konkurrenzvermeidend
  - konkurrenzsuchend
- Herkunfts-Goodwill
  - z. B. regionale Produkte

13

### 2.4.3. Entscheidungsmodelle




**Ziel:**  
**Optimierung standortbedingter Erträge**  
**gegenüber standortbezogener Aufwendungen**



14

2.4.3. Entscheidungsmodelle  
Nutzwertanalyse



5 Schritte:


1. Festlegung der wesentlichen Zielkriterien, hier Standortfaktoren
2. Gewichtung der Kriterien entsprechend der Unternehmenszielsetzung (G)
3. Ermittlung der Ausprägung der Kriterien für jede betrachtete Alternative (B) (Skala 1 - 10)
4. Ermittlung des Nutzwertes für jede Alternative  
Gewichtung • Ausprägung des jeweiligen Kriteriums; Addition der Teilnutzen
5. Entscheidung für die Alternative mit dem höchsten Nutzwert

DHBW Mosbach // ABWL// Prof. Dr. Annette Grinöt

15

15

2.4.3. Entscheidungsmodelle  
Nutzwertanalyse



Standortanforderung (Zielkriterien)	Gewich- tung  (G)	Standortalternativen					
		Standort A		Standort B		Standort C	
		B	G • B	B	G • B	B	G • B
Expansionsmöglichkeiten	0,05	9	0,45	6	0,30	10	0,5
Arbeitsmarktpotenzial	0,30	3	0,90	9	2,70	6	1,8
Zulieferungen	0,10	4	0,40	6	0,60	2	0,2
Verkehrsanbindung	0,10	9	0,90	5	0,50	3	0,3
Entsorgung	0,15	5	0,75	6	0,90	8	1,2
Absatzmarktnähe	0,20	10	2,00	4	0,80	5	1,0
Steuerbelastung	0,10	3	0,30	5	0,50	6	0,60
Gesamtwert		Σ 5,70		Σ 6,30		Σ 5,60	

Bewertungsskala (B): 10 sehr gut ... 7 gut ... 3 ausreichend ... 0 ungünstig

(Jung, 2010, S. 75)

DHBW Mosbach // ABWL// Prof. Dr. Annette Grinöt

16

16



## Beispiel: Vorauswahl möglicher Standorte



Welche konkreten Standorte kommen für meinen Betrieb in Frage?

An welchen Standorten sind meine Standortanforderungen erfüllt?

- Recherche nach passenden Standortalternativen
- Auswahl mehrerer Standortalternativen
- Besichtigung der Standorte vor Ort

## Beispiel: Identifikation relevanter Standortfaktoren



Was für einen Standort brauche ich für mein Unternehmen?

Welche Standortfaktoren müssen vorhanden sein?

- Standortanforderungen sind für jedes Unternehmen verschieden  
z.B. Nähe zum Kunden, Verkehrsanbindung, Breitbandversorgung
- Gibt es K.O-Kriterien, die einen Standort von vornherein ausscheiden lassen?
- Zusammenfassung der für das Unternehmen relevanten Standortfaktoren in einer Übersichtstabelle.

## Übung

### Erstellen Sie eine Nutzwertanalyse für jeweils drei mögliche Standorte für:



1. IT-Unternehmen
2. Industrieunternehmen
3. Logistikunternehmen
4. Einzelhandelsunternehmen
5. Bank
6. Steuerkanzlei
7. Autohaus
8. Onlinehandel
9. Großhandel
10. Friseur

Als Standorte vergleichen Sie bitte:

**Standort A:** kleinere Gemeinde

**Standort B:** mittlere Großstadt

**Standort C:** Großstadt  
(jeweils im Detail benennen)

Wählen Sie zuerst geeignete Kriterien aus, anhand derer die möglichen Standorte verglichen werden sollen.

Die ausgewählten Kriterien werden nach ihrer Wichtigkeit mit Gewichtungspunkten versehen.

Die Ausprägung der einzelnen Kriterien bei den drei Standorten wird mit Punkten von 0 bis 3 bewertet. Dabei ist folgende Bewertungstabelle zu benutzen:

- Sehr gute Ausprägung (sehr hoher Nutzen) = 3 Bewertungspunkte
- Gute Ausprägung (hoher Nutzen) = 2 Bewertungspunkte
- Mäßige Ausprägung (geringer Nutzen) = 1 Bewertungspunkt
- Schwache oder keine Ausprägung (kein Nutzen) = 0 Bewertungspunkte