

Aufgaben WAT 10a - Frau Grande

Welcher Standort ist der richtige für mein Unternehmen?

Bei einer Unternehmensgründung gehört die Standortwahl zu den wichtigsten Entscheidungen. Sie muss gut überlegt sein. Um Gründern die Entscheidung zu vereinfachen, gibt es eine Methode: eine Nutzwertanalyse. Mit dieser werden Faktoren gewichtet und anschließend bewertet.

Aufgabe 1:

- Lies dir den Text M1 *Georg Kraft und seine Gastbrauerei „Kraft’s Brewery“* und M2 *Mögliche Standortfaktoren* durch.
- Schreibe auf, vor welcher unternehmerischen Entscheidung Georg Kraft steht.
- Überlege, welche Faktoren für Georg Kraft bei der Wahl des optimalen Standorts wichtig sind. Entscheide dich für vier Standortfaktoren und begründe deine Auswahl.

Aufgabe 2:

- Schau dir folgendes Video zur Nutzwertanalyse an:
https://www.youtube.com/watch?v=rSL_5YOEsVE (Youtube: Nutzwertanalyse einfach erklärt - Erklärung, Kriterien, Beispiel, Durchführung).
- Als Berater der Unternehmensberatung Brain&Partners wurdest du von Georg Kraft beauftragt, eine Standortanalyse mit Punktebewertungsmodell durchzuführen. Zur Auswahl stehen für ihn Tübingen-Derendingen und das tschechische Budweis.
Führe für Georg Kraft eine Nutzwertanalyse durch. Verwende dafür die Unterlagen M3 *Georg Kraft und die Standortfrage* und M4 *Daten für die Nutzwertanalyse* sowie das Arbeitsblatt *Wie gehe ich bei der Standortentscheidung vor?*

Hinweis Nutzwertanalyse:

Trage zunächst die aus Aufgabe 1 festgelegten Standortfaktoren in die Tabelle auf dem Arbeitsblatt ein. Lege nun eine Gewichtung (%) fest (je mehr Prozent du einem Faktor zuschreibst, desto wichtiger ist er für dich). Insgesamt musst du auf 100% kommen. Nun verteilst du Punkte: Ist der Faktor z.B. in/für Tübingen schwach oder sehr stark? Du kannst zwischen 1 und 5 Punkten vergeben. Das Ergebnis für z.B. Tübingen erhältst du, indem du deine Gewichtung (%-Angabe) mal Punkte rechnest. Das machst du mit jedem Faktor für beide Städte. Am Ende addierst du die Ergebnisse für Tübingen und die Ergebnisse für Budweis. Die Stadt mit dem höheren Ergebnis „gewinnt“, d.h. sie ist geeigneter als die andere.

Aufgabe 3: Der richtige Standort für dein/euer Unternehmen?

- a. Wähle 2-3 mögliche Standorte für dein/euer Unternehmen aus.
- b. Lege 5 Standortfaktoren fest und führe eine Nutzwertanalyse durch.
- c. Verschriftliche für dein Portfolio dein Ergebnis und begründe, warum du dich für genau die Standortfaktoren aus b) entschieden hast.

Solltet ihr Fragen haben, schreibt mir eine Email (s.grande@oberschule-falkensee.de).

M1 Georg Kraft und seine Gasthausbrauerei „Kraft’s Brewery“



© Getty Images/portra

Der Tübinger Bierbrauermeister Georg Kraft (35) betreibt seit 7 Jahren erfolgreich die Gasthausbrauerei „Kraft’s Brewery“ als Einzelunternehmung (e.K). Seit 2013 braut er mit mittlerweile 17 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern neben traditionellen Sorten auch ein alkoholfreies Bio-Weizenbier mit Grünteegeschmack. Dieses verkauft sich unter den Tübinger Studenten und LOHAS* sowohl in ihrer Gasthausbrauerei als auch im Getränkehandel der Region sensationell. Er kommt mit der Produktion kaum nach. Deshalb möchte er nun seine Produktion erweitern, um den Ausstoß an Bier zu erhöhen. Eine weitere, zusätzliche Gasthausbrauerei ist jedoch nicht geplant.

*Das Akronym LOHAS(nach engl. Lifestyles of Health and Sustainability) bezeichnet Konsumenten, die einen Lebensstil pflegen, der von Gesundheitsbewusstsein und der Ausrichtung nach Prinzipien der Nachhaltigkeit geprägt ist.

M2 Mögliche Standortfaktoren

Für die Standortwahl eines Unternehmens maßgebliche Einflussgrößen, die sich aus den örtlich gegebenen Sachverhalten und Bedingungen ergeben, bezeichnet man als Standortfaktoren. Diese kann man unterscheiden nach **harten Standortfaktoren**, die objektiv, kostenmäßig quantifizierbar sind (z. B. Lohnstückkosten, lokale Steuern und Abgaben) und **weichen Standortfaktoren**, die subjektiv, nicht/schlecht kalkulierbar oder messbar sind (z. B. Image einer Region, Qualität von Forschungseinrichtungen vor Ort). Standortfaktoren sind je nach Branche, Unternehmensgröße und Organisationsstruktur sowie nach jeweiliger Sachlage (z. B. Beschaffungs-, Produktions- oder Absatzseite) verschieden.

Beispiele:

Beschaffung	Produktion	Absatz
<ul style="list-style-type: none"> • Personal (Qualifikation, Lohnkosten) • Rohstoffverfügbarkeit (Lieferanten, Infrastruktur) • Zugang zu Kapital • Zugang zu Informationen (Internet-, Kommunikationskosten) 	<ul style="list-style-type: none"> • Flächen (Kosten, Erweiterungsmöglichkeiten) • Steuern und Abgaben • Energiekosten • Auflagen (Umweltauflagen, Sicherheitsauflagen) 	<ul style="list-style-type: none"> • Absatzpotential (Kundendichte, Konkurrenz, Kaufkraft) • Infrastruktur (Straßen, Nahverkehr, Handel) • Innovatives Milieu

M3 Georg Kraft und die Standortfrage



Georg Kraft treibt nun mit großer Energie sein Vorhaben voran, seine Firma zu erweitern und die Produktion auszuweiten. Seine Hausbank gewährt ihm einen Kredit. Außerdem hat er zwei sehr finanzkräftige Studienfreunde, die an sein Projekt glauben und bereit wären, die Erweiterung zu finanzieren. Ein Problem sind nun allerdings die teuren Grundstückspreise in und um Tübingen. Georg schwankt deshalb zwischen einem Produktionsstandort in Tübingen-Derendingen und dem tschechischen Budweis (Ceské Budějovice), das ihm eine Freundin, die in einer großen Münchner Consultingfirma arbeitet, als Standort nahegelegt hat. Georg möchte nun zunächst eine zweite Meinung zur schwierigen Frage der Standortwahl für eine Expansion einholen.

M4 Daten für die Nutzwertanalyse

Georg Kraft hat die Unternehmensberatung Brain&Partners beauftragt, eine Standortanalyse durchzuführen. Ihnen wurden als Berater der Firma Brain&Partners von der Statistikabteilung folgende Daten zur Verfügung gestellt:

	Tübingen-Derendingen	Ceské Budějovice
Eckdaten	(Baden-Württemberg, Deutschland) ca. 6.500 Einwohner Südlichster Stadtteil Tübingens (ca. 90.000 Einwohner), bekannte Universitätsstadt Währung: Euro (€)	(böhmisch Budweis, Tschechien) ca. 95.000 Einwohner Größte Stadt in Südböhmen, bekannt v. a. wegen der Budweiser-Biermarken Währung: Tschechische Kronen Währung: Tschechische Kronen (CZK) 1 € = 25,39 CZK
Grundstückspreis in m² (Herr Kraft benötigt ca. 2.000 qm)	160 € pro m ² (rein gewerbliche Nutzung)	2 € pro m ² (rein gewerbliche Nutzung)
Staatliche Abgaben (Gewerbsteuersatz, Umsatzsteuersatz)	Gewerbsteuer 3,5 % Umsatzsteuer 19 %	Keine Gewerbesteuer Umsatzsteuer 21 % Hinweis: Es besteht ein Doppelbesteuerungsabkommen zwischen Tschechien und Deutschland, sodass Gewinne nicht doppelt versteuert werden müssen.
Behördliche Auflagen	Strenge Umweltauflagen (Wasser- schutz), nach Expertenmeinung im Fall der Brauerei jedoch weitgehend unbedenklich	Keine Einfuhrzölle innerhalb der EU (CZ EU-Mitglied seit Mai 2004) EU Strukturfördermittel für das neue Industriegebiet möglich

	Tübingen-Derendingen	Ceské Budějovice
Lohnkosten pro Stunde (Herr Kraft benötigt ca. 10 Mitarbeiter)	Gesetzlicher Mindestlohn 8,84 € Lohnnebenkosten ca. 30 %	Mindestlohn 2,88 € Lohnnebenkosten ca. 37 %
Verfügbarkeit qualifizierter Mitarbeiter	Sehr gute Beschäftigungslage, geringe Zahl an Wettbewerbern um Branchenfachkräfte, Fachkräftemangel und geringe Fluktuation, geringe Fehlerquote („schwäbische Präzision“)	Sehr gute Beschäftigungslage, zahlreiche Wettbewerber um Branchenfachkräfte, hohe Fluktuation, höhere Fehlerquote
Infrastruktur, Transport (pro Woche werden ca. 20 LKW à 40 t benötigt)	1 km vom bisherigen Stammsitz (TÜ) über die B27, B28 direkt zu erreichen, Anbindung an Bahnstrecke vorhanden	neuentwickeltes Industriegebiet, Entfernung 534 km vom Stammsitz (TÜ) meist Autobahnen und Landstraßen, 8,5 Stunden, Benzinkosten (für LKW à 40 t) 70 € pro Fahrt, Anbindung an Bahnstrecke vorhanden
Nähe zum Markt	1 km vom bisherigen Stammsitz und dem eigenen Gasthaus, gute Kontakte zu lokalen Getränkehändlern vorhanden, schnelle Reaktion auf Nachfrageschwankungen	534 km vom Stammsitz
Rohstoffbeschaffung (Local Sourcing)	Wasser, Hopfen, Malz und Hefe sind lokal in guter Qualität und zu den europäischen Marktpreisen verfügbar. Der Bio-Grüntee wird aus Indien eingeführt.	

Arbeitsblatt: Wie gehe ich bei der Standortentscheidung vor?

Die Unternehmertätigkeit erfordert eine Vielzahl an umfassenden Entscheidungen. Dabei ist die Standortwahl eine komplexe Entscheidung mit meist mehreren, zunächst gleichwertig erscheinenden Alternativen. Mit einer **Nutzwertanalyse** (manchmal auch als Punktebewertungsverfahren oder Scoring-Modell bezeichnet) als Entscheidungshilfe, lässt sich eine derart komplexe Entscheidung ökonomisch begründen sowie systematisch und nachvollziehbar planen und gestalten.

Die Nutzwertanalyse geht dabei in vier Schritten vor:

1. Bestimmung der Entscheidungskriterien
2. Bewertung/Bepunktung der verschiedenen Alternativen
3. Gewichtung der Entscheidungskriterien
4. Auswahl der optimalen Alternative.

Tabelle für die Nutzwertanalyse

Hinweis: 1 Punkt = schwach; 5 Punkte = sehr stark beim jeweiligen Faktor

Standortfaktor	Gewichtung in %	Standort Tübingen-Derendingen		Standort České Budějovice	
		Punkte (1-5)	Ergebnis (Punkte x Gewichtung)	Punkte (1-5)	Ergebnis (Punkte x Gewichtung)
z. B. Lohnkosten	30 %	1	30	5	150
Gesamtpunktzahl	100 %				