



GründerZeiten

Informationen zur Existenzgründung und -sicherung

Mittelstandspolitik, Existenzgründungen, Dienstleistungen

Nr. 42 Thema: Standortwahl

Welcher Standort ist der richtige?

Die meisten Gründerinnen und Gründer entscheiden sich nach subjektiven Kriterien für ihren Unternehmensstandort: eigener Wohnsitz, Wohnsitz der Familie, vertrautes Umfeld, Arbeitsstelle des Partners usw. Was sich kaum ein Gründer klar macht: Die Entscheidung für oder gegen einen Standort berührt alle wichtigen Faktoren eines Unternehmenskonzeptes: Kunden, Lieferanten, Konkurrenz, Arbeitskräfte, Kosten, Verkehrsanbindungen, Infrastruktur usw. Das bedeutet: Man muss einen Standort finden, der das Konzept und die Zielsetzung des Unternehmens am besten unterstützt. Dafür sollte jeder Existenzgründer herausarbeiten, welche Bedeutung „sein“ Standort für den Unternehmenserfolg hat.

Standortfrage immer wieder neu stellen

Vielen Unternehmen ist zum Verhängnis geworden, am einmal gewählten Standort festzuhalten: wenn sich z. B. die Verkehrsanbindung ändert, die Wohnqualität eines Viertels sinkt oder entscheidende Zuliefererstrukturen wegbrechen.

Auch bei Unternehmenserweiterungen ist es nicht immer die vielleicht vor Jahrzehnten gewählte Standortposition, die den größtmöglichen betriebs-



wirtschaftlichen Erfolg verspricht. Und bei jeder größeren anstehenden Investition muss sich der Unternehmer die Standortfrage neu stellen und betriebswirtschaftlich eindeutig mit „Ja“ beantworten können.

Den optimalen Standort gibt es selten

Welcher Standort der richtige ist, hängt natürlich von den Besonderheiten des Unternehmens ab: Der Einzelhandel beispielsweise braucht Laufkundschaft mit Kaufkraft, ein überregional tätiges Dienstleistungsunternehmen kann seinen Sitz überall haben, das produzierende Gewerbe muss meist ins Industriegebiet (s. II „Darf der Betrieb am geplanten Betriebs-Ort arbeiten?“). In der Regel sollten für Gründer oder bestehende Unternehmen (bei einer Erweiterung) mehrere Standorte zur Auswahl stehen. Sie müssen nun nach objektiven Kriterien miteinander verglichen werden, um zu einer optimalen Entscheidung zu kommen. Hilfestellung bieten die folgenden Hinweise zur Standortanalyse.

Welche Faktoren bestimmen den optimalen Standort?

Zu jedem Standort gehört 1. das Umfeld und 2. der eigentliche Betriebs-Ort. Der Betriebs-Ort umfasst das betreffende Grundstück und die Betriebsräume mit ihren Eigenheiten. Das Umfeld ist das weitere Einzugsgebiet, also die Straße, das Stadtviertel, eine bestimmte Stadt, eine Region (z. B. das Ruhrgebiet), ein Bundesland oder ein Staat. Beide – Betriebs-Ort und Umfeld – müssen Sie bei der Standortsuche nach bestimmten Kriterien bewerten. Dabei sollten Sie zwischen so genannten harten und weichen Standortfaktoren unterscheiden.

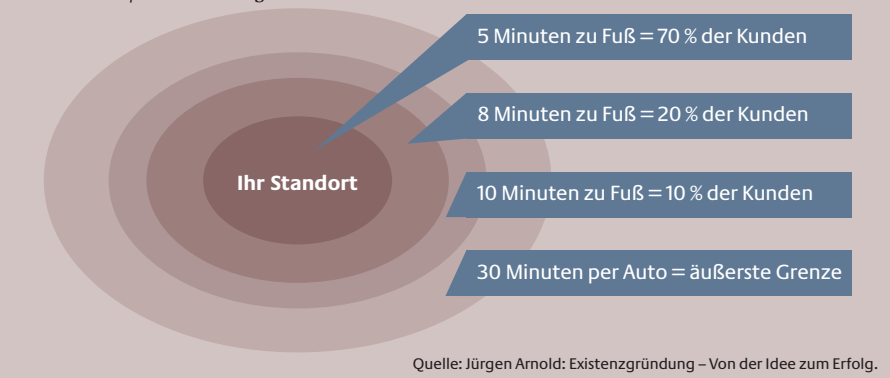
Inhalt

Welche harten Standortfaktoren bietet das Umfeld?	2
Welche weichen Standortfaktoren bietet das Umfeld?	3
Checkliste: Beurteilen Sie Ihren Wirtschaftsstandort	1
Checkliste: Kommt der Betriebs-Ort in Frage?	II
Standortvorteil: Nachbarschaft	4
Standortsuche mit dem BMWi- Softwarepaket	4
Print- und Online-Informationen	4

Harte Standortfaktoren (z. B. Verkehrsanbindung, Zustand des Betriebsgebäudes) lassen sich in Daten und Zahlen wiedergeben und haben messbaren Einfluss auf die Unternehmenstätigkeit. Weiche Standortfaktoren (z. B. Wohnumfeld, Umweltqualität, Freizeitwert, Image der Kommune) sind dagegen schwer messbar und haben in der Regel weniger Einfluss auf die konkrete Unternehmenstätigkeit. Sie können aber eine wichtige Rolle für die Arbeitsmotivation und Verfügbarkeit von Arbeitskräften spielen. Sie bestimmen vor allem das Umfeld des Unternehmens.

Wie weit ist der Einzugsbereich des Standortes?

Einzelhandel/Dienstleistungen



Welche harten Standortfaktoren bietet das Umfeld?

Im Folgenden finden Sie eine Übersicht über die wichtigsten harten Standortfaktoren, die Sie gründlich unter die Lupe nehmen sollten:

Markt

► Kunden

Haben Sie genügend Kunden am Standort? Besonders relevant für den Einzelhandel ist: Wie viele Gehminuten entfernt gibt es wie viele potenzielle Kunden (Haushalte)? Achtung: Bis zu fünf Gehminuten entfernt wohnen 70 Prozent aller potenziellen Kunden. Und: Welche Anfahrtswege müssen Kunden in Kauf nehmen? Also: Wie viele potenzielle Kunden (Haushalte) gibt es innerhalb dieser Grenze? Die kritische Zeitschwelle liegt nach den Ergebnissen einer Reihe von Studien bei 30 Minuten Fahrzeit. Dies entspricht damit der äußeren Grenze des unternehmerischen Einzugsgebiets. Achtung: Hier existieren allerdings Unterschiede zwischen Stadt und Land.

► Konkurrenten

Gibt es Konkurrenz am Standort? Wie gut ist die Konkurrenz (in Sachen Produktgestaltung, Sortiment, Garantieleistungen, Kundendienst, Preise usw.)? Gibt es Möglichkeiten, sich gegenüber der Konkurrenz durch neue oder zusätzliche Angebote und Dienstleistungen abzuheben und somit den Kundennutzen zu steigern?

Flächen

► Verfügbare Gewerbeflächen

Gibt es genügend freie und erschlossene

Gewerbeflächen? Nicht jede Kommune hat gleich viele Flächen im Angebot. Und nicht jedes Unternehmen darf an jedem Standort arbeiten. Ob bestimmte Grundstücke und Büroflächen in Frage kommen, hängt u. a. vom Baurecht und der Art des Unternehmens ab. Gründer- und Technologiezentren bieten für viele Einsteiger optimale Rahmenbedingungen: auf individuelle Bedürfnisse zugeschnittene Räume, Beratungs- und Serviceangebote, ein breites Spektrum an Infrastruktureinrichtungen, das z. B. von den Kommunikationsnetzen, der Telefonzentrale, dem Gemeinschaftssekretariat, Seminarräumen, der Nutzung von Labor und Werkstatt Räumen bis zur Cafeteria reicht. Achtung: Wenn möglich verschiedene Gründerzentren vergleichen! Die Angebote sind z. T. sehr unterschiedlich.

Kosten

► Höhe der Gewerbesteuer

Ist die Gewerbesteuer akzeptabel? Zwischen einzelnen Kommunen bestehen z. T. erhebliche Unterschiede in der Höhe des Gewerbesteuerhebesatzes.

► Höhe der Mieten bzw. Pachten

Ist das Miet- bzw. Pachtniveau akzeptabel? Rechtfertigt Ihr Objekt die geforderten Miet- bzw. Pachtkosten? Passen Mietkosten und Nebenkosten ins Finanzkonzept? Sind die Nebenkosten im Vergleich zu alternativen Objekten angemessen? Achtung: Das Mietkostengefälle zwischen Städten und ländlichen Regionen kann stark sein. Wer es sich – insbesondere bei einem großen Flächen-

bedarf – erlauben kann, ins Umland auszuweichen, dürfte seine unternehmerischen Fixkosten deutlich reduzieren. Die Frage der Miet- bzw. Pachthöhe sollte allerdings nicht ausschlaggebend sein. Die Erfahrung zeigt, dass viele Gründer einen objektiv besseren Standort allein aus diesem Grund ablehnen. In vielen Fällen hat dies einen späteren Standortwechsel zur Folge.

Kapitalgeber und spezielle Fördermittel

Gibt es Kapitalgeber und spezielle Fördermittel? An Standorten mit einer hohen räumlichen Konzentration von Banken, Versicherungen und wirtschaftsnahen Dienstleistern finden sich schneller Finanzierungsmöglichkeiten für Gründungen. Dazu kommt: Bestimmte kommunale Standorte sind ggf. Regionalfördergebiete. Hier kann es sein, dass ein Stadtteil noch Fördergebiet ist, der angrenzende schon nicht mehr. Achtung: Fördermittel sollten allerdings kein alleiniges Kriterium für die Standortwahl sein. Ihr Zweck ist ja, andere Nachteile auszugleichen.

Verkehrsanbindung

Ist die Verkehrsanbindung gut? Ist der Standort gut erreichbar? Gibt es ein überregionales Straßennetz? Wie gut ist das ÖPNV-Netz? Wie hoch ist die Verkehrsdichte? Ist ein Flughafen in der Nähe? Eine begrenzte Leistungsfähigkeit des regionalen und überregionalen Verkehrswegenetzes (z. B. Staugefahr, keine Autobahn in der

Umgebung, kein ÖPNV-Anschluss) führt dazu, dass Kunden, Lieferanten und Mitarbeiter lange An- und Abfahrtswege in Kauf nehmen müssen oder ausbleiben bzw. absagen.

Umfeld

► Zulieferer

Gibt es genügend Zulieferer? Ein wichtiger Faktor, insbesondere bei produzierenden Unternehmen. Bedenken Sie: Bei Zulieferern in der Nähe können Sie Transportkosten sparen, bei entfernten Zulieferern steigen sie. Dies wirkt sich in jedem Fall auf den Preis für Angebote und damit die Konkurrenzfähigkeit des Unternehmens aus. Außerdem: Nicht jeder z. B. verderbliche Rohstoff kann beliebig weit bzw. lang transportiert werden.

► Arbeitskräfte

Gibt es genügend Arbeitskräfte? Keine Frage: Qualifizierte Arbeitskräfte sind wichtig. Berücksichtigt werden muss aber außerdem die Lohnkostenstruktur in dem relevanten Arbeitsmarktbereich: Passt sie zum Kostengefüge des Unter-

nehmens? Existenzgründer, die Mitarbeiter einstellen wollen, sollten konkrete Vorstellungen vom erforderlichen Bildungsabschluss, den Zusatzqualifikationen, der Berufserfahrung sowie den persönlichen Fähigkeiten ihrer zukünftigen Mitarbeiter haben. Wichtig in diesem Zusammenhang ist auch das Angebot an Weiterbildungs- und Qualifizierungsträgern am Standort.

Welche **weichen** Standortfaktoren bietet das Umfeld?

Im Folgenden finden Sie eine Übersicht über die wichtigsten weichen Standortfaktoren, die Sie gründlich unter die Lupe nehmen sollten:

Kommunale Verwaltung

Ist die kommunale Verwaltung gründerfreundlich? Zwischen einzelnen Standorten kann es Unterschiede in der Arbeit der kommunalen Verwaltung geben. Beispiele: Wie lang oder kurz ist die Bearbeitungszeit für einen Bau-

► Aktives wissenschaftliches Umfeld

Gibt es ein aktives wissenschaftliches Umfeld? Gibt es Universitäten, Fachhochschulen, Forschungseinrichtungen vor Ort? Gerade bei technologieorientierten Gründungen (z. B. im Bereich Biotechnologie, IT-Branche) ist die Nähe zu wissenschaftlichen Einrichtungen und wissenschaftlichem Nachwuchs ein wichtiger Standortfaktor.

antrag? Gibt es eine zentrale Servicestelle für Gründer in der Verwaltung? Ist die Verwaltung bereit und in der Lage, „unternehmerisch“ zu denken? Dazu gehört auch: Ist die Kreis- oder Gemeindepolitik insgesamt unternehmerfreundlich?

Beratungsangebote vor Ort

Gibt es Beratungsangebote vor Ort? Beratung und Information sind erfahrungsgemäß wichtige Voraussetzungen für den Gründungserfolg. Was die Beratungsangebote angeht: Hier gibt es – sowohl quantitativ als auch qualitativ – große Unterschiede. In vielen Regionen, Städten und Kreisen haben sich durch den Zusammenschluss verschiedener Partner aus Wirtschaft, Einrichtungen der öffentlichen Hand und Wissenschaft, Beratungs- und Gründungsnetzwerke gebildet.

Image

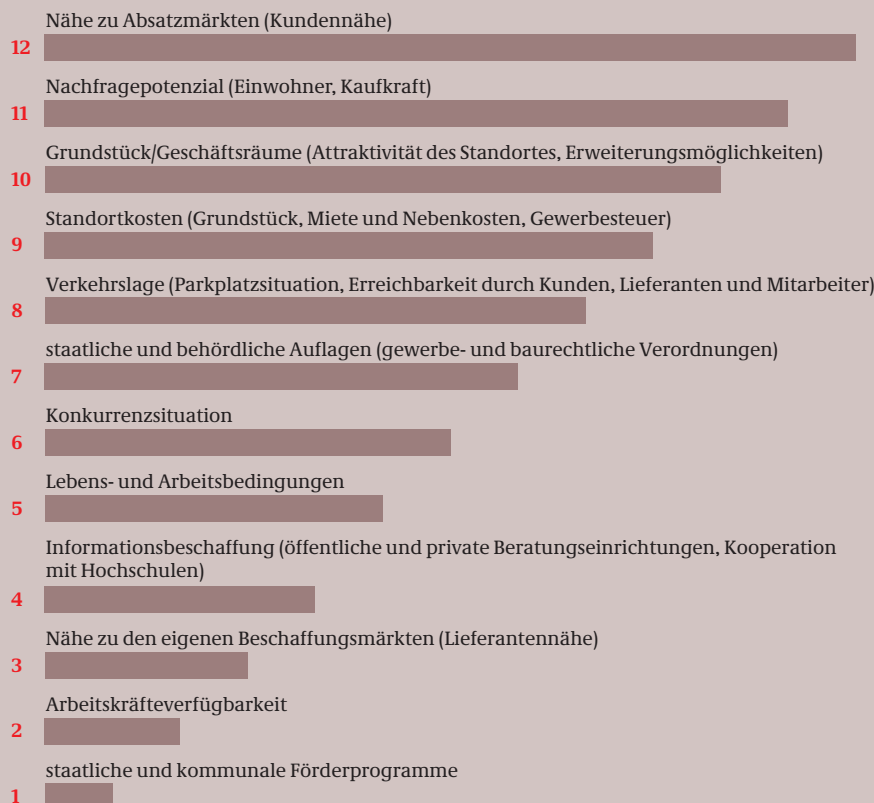
Hat der Standort ein attraktives Image? Nicht zu unterschätzen: Für Kunden und Mitarbeiter werden solche vermeintlich weniger wichtigen Standortfaktoren immer wichtiger. Vor allem das Standort-Image eröffnet besondere Marktchancen. Das gilt besonders für bestimmte Branchen, wie z. B. die IT-Branche, die sich bevorzugt in High-Tech-Zentren ansiedelt.

Lebensqualität

Ist die Lebensqualität gut? Gibt es (angenehme) Wohnmöglichkeiten? Sind die Mieten bezahlbar? Ist die Umwelt intakt? Gibt es genügend Kindergärten und Schulen? Gibt es ansprechende Freizeitmöglichkeiten?

Welche Standortfaktoren sind die wichtigsten?

Rangfolge der Bedeutung von 12 (sehr wichtig) bis 1 (weniger wichtig)



Quelle: Beobachtungen aus der Gründungsberatung der IHK Osnabrück-Emsland

Beurteilen Sie Ihren Wirtschaftsstandort

Standortfaktor	Standortfaktor ist für uns wichtig	Die Bedingungen an unserem Standort sind...		
		gut	zufriedenstellend	schlecht
Kundennähe	☐	☐	☐	☐
Lieferantennähe	☐	☐	☐	☐
Kontakte zu Unternehmen derselben Branche	☐	☐	☐	☐
Lohnkosten	☐	☐	☐	☐
Angebot an qualifizierten Arbeitskräften	☐	☐	☐	☐
Angebot an Gewerbeflächen und -räumen	☐	☐	☐	☐
Grundstückspreise	☐	☐	☐	☐
Gewerbemieten	☐	☐	☐	☐
Fördermittel	☐	☐	☐	☐
Energiekosten	☐	☐	☐	☐
kommunale Abgaben	☐	☐	☐	☐
Luftverkehrsverbindung	☐	☐	☐	☐
überregionale Bahnverbindungen	☐	☐	☐	☐
Autobahnanschluss	☐	☐	☐	☐
ÖPNV	☐	☐	☐	☐
Nähe zu Hoch- und Fachhochschulen	☐	☐	☐	☐
Nähe zu Forschungseinrichtungen	☐	☐	☐	☐
Qualität der kommunalen Verwaltung	☐	☐	☐	☐
Unterstützung durch Wirtschaftsförderung	☐	☐	☐	☐
Unterstützung durch Kammern	☐	☐	☐	☐
Dienstleistungen der örtlichen Banken	☐	☐	☐	☐
gutes Image der Stadt und Region	☐	☐	☐	☐
Wohnungen und Wohnumfeld	☐	☐	☐	☐
kulturelles Angebot	☐	☐	☐	☐
Naherholungsmöglichkeiten	☐	☐	☐	☐
Bildungseinrichtungen	☐	☐	☐	☐
medizinische Versorgung	☐	☐	☐	☐
sonstige	☐	☐	☐	☐

Kommt der Betriebs-Ort in Frage?

Je öfter Sie mit „Ja“ antworten, desto eher kommt der Betriebs-Ort für Sie in Frage.

	Ja	Nein
Hat die Betriebsstätte genügend Räume und Flächen?	☐	☐
Sind die Räume und Flächen groß genug? Kalkulieren Sie rechtzeitig: Wie viele Räume sind erforderlich für Büro, Lager, Werkstatt, Sozialräume, Archiv? Prüfen Sie dabei: Welche Umbauten sind gegebenenfalls nötig, um die Betriebsräume an die betrieblichen Anforderungen anzupassen oder um behördliche und gesetzliche Auflagen zu erfüllen?	☐	☐
Gibt es Expansionsmöglichkeiten? Sind Ausbauten möglich und bezahlbar, wenn das Unternehmen wächst und expandieren will?	☐	☐
Ist die Ausstattung der Räume ausreichend (Wärmeschutz, Heizung usw.)?	☐	☐
Sind Zufahrtsmöglichkeiten für Pkw, Lkw und Anlieferung vorhanden? Sind diese ausreichend (Breite, Höhe, Wendeflächen usw.)?	☐	☐
Gibt es genügend Parkplätze? Dies betrifft Parkflächen sowohl für Mitarbeiter als auch für Kunden. Können diese Flächen ggf. erweitert werden? Wäre dies nicht so, würde das Unternehmen ggf. zukünftig nur unter Schwierigkeiten wachsen können.	☐	☐
Darf der Betrieb am geplanten Betriebs-Ort arbeiten? Vor allem Unternehmen im produzierenden Gewerbe sind meist mit Lärm, Abwässern oder Abgasen verbunden. Je nach Stärke der Umweltbelastung müssen sie sich im Industrie- oder Gewerbegebiet ansiedeln. In Mischgebieten sind Gewerbebetriebe nur dann erlaubt, wenn sie die Wohnqualität nicht wesentlich beeinträchtigen. Der Grad der Umweltbeeinträchtigung wird nach dem Bundesimmissionsschutzgesetz (BImSchG) und den darin enthaltenen Verwaltungsvorschriften TA (= Technische Anleitung) -Lärm und TA-Luft ermittelt. Unternehmen, die z. B. nächtliche Schwertransporte erfordern oder deren Maschinen „rund um die Uhr“ laufen, müssen ins Industriegebiet. Die für das Vorhaben gültigen Vorschriften sind z.B. beim zuständigen Bauordnungsamt oder dem Gewerbeaufsichtsamt erhältlich.	☐	☐
Ist das Grundstück frei von Altlasten? Vor allem bei Übernahmen wichtig: Wurden vom Vorgänger z.B. wassergefährdende Stoffe eingesetzt? Wurden umweltbelastende Abfälle (Bauschutt) auf dem Grundstück abgelagert? Informationen lassen sich z. B. anhand von Grundbuchauszügen, Bauakten, Altlastenkataster und anderen behördlichen Unterlagen beschaffen.	☐	☐
Ist der Betriebs-Ort attraktiv und werbewirksam genug? Auch wenn die Miete noch so günstig sein sollte: Hinterhof- oder Garagen- Atmosphäre kommt nicht bei jeder Kundengruppe an.	☐	☐

Standortvorteil: Nachbarschaft

Vor allem Unternehmen der High-Tech- oder Life-Science-Branche sind auf einen Standort angewiesen, der ein wissenschaftliches Umfeld, hochqualifizierte Arbeitnehmer, besondere Vertriebskanäle und andere Charakteristika aufweist. Um diese Standortfaktoren aufzubauen, müssen Kommunen und Länder viel Zeit und Geld investieren. Dies lohnt sich nur, wenn sich so genannte Cluster, also eine Häufung von Unternehmen derselben und benachbarter Branchen an einem Standort bilden. Untersuchungen haben gezeigt, dass die räumliche Nähe zwischen den Unternehmen zu positiven Wettbewerbseffekten führt: der Know-how-Transfer, zum Beispiel zwischen Hersteller von Endprodukten und Zulieferern wird erleichtert, Unternehmenskooperationen bieten sich an, senken Kosten und steigern den Wissens-Input, qualifizierte und spezialisierte Arbeitskräfte können bei Personalengpässen „leihweise“ übernommen werden, Unternehmen profitieren vom Bekanntheitsgrad und Image des Standorts („Silicon Valley“), weitere branchennahe Betriebe siedeln sich an.

Informationen über Standorte, die Branchencluster anbieten, finden Sie im Internet.

Standortsuche mit dem BMWi-Softwarepaket

Wenn Sie wissen, welche Bedingungen Ihr Standort erfüllen sollte, unterstützt Sie das neue Modul „Standort“ des BMWi-Softwarepakets für Gründer und junge Unternehmen bei der Suche nach dem passenden Unternehmenssitz.

Das Modul umfasst zu diesem Zweck eine umfangreiche Datenbank. Sie enthält die Adressen oder Ansprechpartner aller öffentlichen Gründer- und Technologiezentren inklusive wichtiger Daten wie beispielsweise aktuelle Mietpreise für Büro- und Gewerberäume, Nebenkosten, Geschossflächen, Mietgröße, Verfügbarkeit, Verkehrsanbindung, Infrastruktur und Angebotsschwerpunkte. Darüber hinaus bietet sie Fotos und/oder Flyer der jeweiligen Räumlichkeiten und vieles mehr.

Wer seinen Unternehmensstandort sucht, kann zunächst die Postleitzahl seines geplanten Unternehmenssitzes eingeben und den Umkreis (10 – 100km) festlegen, in dem nach weiteren Ergebnissen gesucht werden soll. In einer Trefferliste werden alle vorhandenen Gründer- und Technologiezentren bzw. Wirtschaftsförderungsgesellschaften angezeigt.

Print- und Online- Informationen

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)

Broschüren:

- ▶ Starthilfe – Der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit

CD-ROM:

- ▶ Softwarepaket für Gründer und junge Unternehmen (Modul „Standort“)

Bestellmöglichkeiten:

Bestelltel.: 03018 615 4171
publikationen@bundesregierung.de
Download u. Bestellfunktion:
www.existenzgruender.de
www.bmw-Unternehmensportal.de

Internet:

- ▶ BMWi-Existenzgründungsportal
www.existenzgruender.de
- ▶ BMWi-Unternehmensportal
www.bmw-Unternehmensportal.de

Informationen und Hilfen bei der Standortsuche

Bei Fragen zu verfügbaren Gewerbeflächen, zur Marktsituation am Standort usw. (je nach Quelle zu Bundesland, Region, Kommune) geben Auskunft:

- ▶ **Germany Trade and Invest – Gesellschaft für Außenwirtschaft und Standortmarketing mbH**
Zahlen und Fakten, Informationen über Verkehrsanbindung und Branchensituationen sowie Adressen weiterführender Institutionen zu den 16 Bundesländern (u. a. den Wirtschaftsförderungsgesellschaften der Bundesländer)
www.gtai.de
- ▶ Wirtschaftsförderungsgesellschaften und Ämter für Wirtschaftsförderung der Kreise und Gemeinden

- ▶ **Deutscher Verband der Wirtschaftsförderungsgesellschaften e. V.**
Steinfurter Straße 60a, 48149 Münster
Tel.: 0251 68642-11, Fax: 0251 68642-19
www.dvwe.de
- ▶ Industrie- und Handelskammern sowie Handwerkskammern vor Ort. Internet-Informationen zu Kreisen und Gemeinden
- ▶ **Statistische Landesämter/Ergebnisse der letzten Volkszählung**
(Zahl der Haushalte, Haushaltsgrößen, Anzahl der Kfz usw.)
- ▶ Wirtschaftszeitung oder Wirtschaftsmagazin (Standortuntersuchungen)
- ▶ Immobilien-Makler (Markt- und Immobilienberichte über verschiedene Städte/Regionen und deren Besonderheiten)
- ▶ **ADT-Bundesverband Deutscher Innovations-, Technologie- und Gründerzentren e. V.**
Jägerstraße 67, 10117 Berlin
Tel.: 030 3920 0581, Fax: 030 3920 0582
www.adt-online.de

Redaktionsservice

Haben Sie Anregungen oder Fragen zu den GründerZeiten? Dann wenden Sie sich bitte an:

Bernd Geisen, Regine Hebestreit
PID Arbeiten für Wissenschaft und Öffentlichkeit GbR
Menzenberg 9, 53604 Bad Honnef
Tel.: 02224 90034-0, Fax: 02224 90034-1
info@pid-net.de

Impressum

Herausgeber:

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)
Öffentlichkeitsarbeit
11019 Berlin
oeffentlichkeitsarbeit@bmwi.bund.de
www.bmw.de

Redaktion:

PID Arbeiten für Wissenschaft und Öffentlichkeit GbR, Berlin

Mitarbeiter dieser Ausgabe:

Dipl.oec Andreas Hill, Essener Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH, Bereich Existenzgründung, Essen

Gestaltung und Produktion:

PRpetuum GmbH, München

Druck:

Druckpunkt Offset GmbH, Bedburg

Auflage: 30.000

Hinweis in eigener Sache:

Aus technischen Gründen kann jeder Abonnent jeweils nur ein Exemplar der GründerZeiten erhalten. Einzelne Ausgaben können in höherer Zahl extra bestellt werden. Wir bitten um Ihr Verständnis.