

# Standortanalyse

Prof. Dr. Werner Heister  
Hochschule Niederrhein



Diese Präsentation ist lizenziert nach [CC BY-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

# Definition

- Standortanalyse = Die Vorbereitung z.B. einer Entscheidung über den Standort eines Unternehmens.
- “... versteht man unter Standortanalyse die Bewertung eines Standortes hinsichtlich seines Potenzials, d.h. Größe des Einzugsgebietes, Erreichbarkeit, Verhältnis zu Wettbewerbern ...”

Quelle: GfK SE, Glossar Geomarketing, [http://www.gfk-geomarketing.de/geomarketingwissen/geomarketing\\_glossar.html](http://www.gfk-geomarketing.de/geomarketingwissen/geomarketing_glossar.html), Zugriff 03.10.2011, nicht mehr erreichbar

- Die Standortentscheidung ist eine strategische Entscheidung.

# Entscheidungskriterien

- Vielfältige Entscheidungskriterien können für eine Standortentscheidung herangezogen werden z.B.:
  - Nachfragepotential
  - Kosten einer Immobilie/Mietkosten
  - Verfügbarkeit von Personal
  - Wettbewerbssituation
  - Steuern
  - Infrastruktur
  - Zulieferer
  - Ressourcen
  - Unternehmenskultur etc.

# Bedeutung und Methoden

- Mit der Wahl eines bestimmten Standortes werden die verbindlichen Rahmenbedingungen für die Geschäftstätigkeit des Unternehmens zumindest für eine mittlere Frist festgelegt.
- Eine einmal getroffene Standortentscheidung ist in der Regel nur schwer zu revidieren.
- Die Standortentscheidung ist eine wettbewerbsrelevante Entscheidung.
- Als Methode zur Unterstützung einer Standortwahl / Standortentscheidung wird die Nutzwertanalyse empfohlen.