

Hochpreisiger Einzelhandel in Deutschland

Die geeignetsten Städte nach CONTOR-REGIO 2007 / 2008



Henner Lüttich:

Henner Lüttich studierte bis 1983 Betriebswirtschaftslehre an der Westfälischen-Wilhelms-Universität WWU Münster. Studienschwerpunkte: Marketing und Statistik.

Nach Studienabschluß trat der Diplom-Kaufmann als geschäftsführender Gesellschafter in die familieneigene CONTOR GmbH ein. Die Unternehmenstätigkeit lag in der Beratung von Kommunen bei der Umnutzung brachliegender Industriearaele und der Beratung von Industrie- und Gewerbebetrieben bei der Standortsuche. Er legte einen neuen Schwerpunkt auf die wirtschaftliche Sanierung notleidender Unternehmen. Im Zuge dieser Sanierungsarbeiten wurde mehrfach die Investition an falschen Standorten als Auslöser für die Notsituation der Unternehmen ausgemacht.

Mit dieser Erkenntnis begann er 1996 mit der systematischen Erarbeitung eines neuen multivariaten statistischen Verfahrens zur Standortsuche für Unternehmen. Bis heute wurde dieses Verfahren um Ranking- und Strukturanalysen ergänzt.

2007 stellte er mit dem Online-Analysemodell CONTOR-REGIO das wahrscheinlich erste Analysetool Europas vor, das simultane Standort- und Strukturanalysen sämtlicher Gemeinden Deutschlands und aller EU-Regionen online erlaubt.

Henner Lüttich war jahrelang als Dozent an der Immobilienakademie der EBS, European Business School in Oestrich-Winkel, tätig. Er fertigte Studien für namhafte Zeitschriften wie das Manager-Magazin teilweise auch in Kooperation mit der WHU, Otto Beisheim School of Management in Vallendar. 2007 veröffentlichte er zusammen mit Prof. Dr. Jürgen Weigand von der WHU, Otto Beisheim School of Management das Buch „Boomplaces 2010“.

Er berät nationale und internationale Unternehmen bei der Wahl ihrer Standorte oder der Analyse vorhandener Standorte sowie Städte und Regionen bei der Analyse ihrer Standorte.

Hochpreisiger Einzelhandel in Deutschland

Die geeignetsten Städte nach CONTOR-REGIO 2007 / 2008

Henner Lüttich

Bibliographische Information Der Deutschen Bibliothek: Die Deutsche Bibliothek
verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliographie; detaillierte
bibliographische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar

© 2008 Henner Lüttich
Alle Rechte vorbehalten
Herstellung und Verlag: Books on Demand GmbH, Norderstedt

ISBN 978-3-8370-6615-9

Inhaltsangabe

	Seite
1. Einführung	9
1.1. Bedeutung der Standortwahl	10
1.2. Ablauf einer Standortsuche mit herkömmlichen Methoden	11
1.3. Unsere Anforderungen an ein Standortwahlverfahren	12
1.4. Standortsuche kontra Strukturanalyse	14
1.5. Unsere Analysemethoden	14
1.6. Das Verfahren	15
2. Hochpreisiger Einzelhandel: Städte mit 50.000 bis 100.000 Einwohnern	18
2.1. Einführung	18
2.1.1. Anmerkung zur Studie	18
2.1.2. Unterschiede Ergebnis Studie - Ergebnis Online-Analyse	19
2.1.3. Das Szenario	19
2.2. Definitionen	20
2.2.1. Bevölkerungsdichte	20
2.2.2. Wanderungssaldo	20
2.2.3. Entwicklung Bevölkerungszahl 2004 bis 2020 in Prozent	21
2.2.4. Sozialhilfeempfänger je Einwohner	21
2.2.5. Gewerbeanmeldungen	21
2.2.6. Insolvenzen je Einwohner	21
2.2.7. Gewerbesteuererinnahmen in der Gemeinde	21
2.2.8. Verfügbares Einkommen je Einwohner	21
2.2.9. Entwicklung verfügbares Einkommen 1996 bis 2005	21
2.2.10. Kriminalitätsrate	21
2.2.11. Bruttoinlandsprodukt je Einwohner	22
2.2.12. Entwicklung Bruttoinlandsprodukt je Einwohner	22
2.2.13. Arbeitslosenanteil im Umkreis von 10 km	22
2.2.14. Beschäftigtenanteil Einzelhandel	22
2.3. Die Ergebnisse	22
2.3.1. Länderauswahl	22
2.3.2. Geographische Lage der ersten 30 Rangplätze	23
2.3.3. Daten der ersten 30 Rangplätze	24
2.3.4. Standortprofile der ersten 30 Rangplätze	27
3. Hochpreisiger Einzelhandel: Städte über 100.000 Einwohner	57
3.1. Einführung	57
3.1.1. Anmerkung zur Studie	57
3.1.2. Unterschiede Ergebnis Studie - Ergebnis Online-Analyse	58
3.1.3. Das Szenario	58
3.2. Definitionen	59
3.2.1. Bevölkerungsdichte	59
3.2.2. Wanderungssaldo	59

3.2.3. Entwicklung Bevölkerungszahl 2004 bis 2020 in Prozent	60
3.2.4. Sozialhilfeempfänger je Einwohner	60
3.2.5. Gewerbeanmeldungen	60
3.2.6. Insolvenzen je Einwohner	60
3.2.7. Gewerbesteuererinnahmen in der Gemeinde	60
3.2.8. Verfügbares Einkommen je Einwohner	60
3.2.9. Entwicklung verfügbares Einkommen 1996 bis 2005	60
3.2.10. Kriminalitätsrate	60
3.2.11. Bruttoinlandsprodukt je Einwohner	61
3.2.12. Entwicklung Bruttoinlandsprodukt je Einwohner	61
3.2.13. Arbeitslosenanteil im Umkreis von 10 km	61
3.2.14. Beschäftigtenanteil Einzelhandel	61
3.3. Die Ergebnisse	61
3.3.1. Länderauswahl	61
3.3.2. Geographische Lage der ersten 20 Rangplätze	62
3.3.3. Daten der ersten 20 Rangplätze	63
3.3.4. Standortprofile der ersten 20 Rangplätze	66
4. Hochpreisiger Einzelhandel: Städte in Norddeutschland mit 10.000 bis 50.000 Einwohnern	86
4.1. Einführung	86
4.1.1. Anmerkung zur Studie	86
4.1.2. Unterschiede Ergebnis Studie - Ergebnis Online-Analyse	87
4.1.3. Das Szenario	87
4.2. Definitionen	88
4.2.1. Bevölkerungsdichte	88
4.2.2. Wanderungssaldo	88
4.2.3. Entwicklung Bevölkerungszahl 2004 bis 2020 in Prozent	89
4.2.4. Sozialhilfeempfänger je Einwohner	89
4.2.5. Gewerbeanmeldungen	89
4.2.6. Insolvenzen je Einwohner	89
4.2.7. Gewerbesteuererinnahmen in der Gemeinde	89
4.2.8. Verfügbares Einkommen je Einwohner	89
4.2.9. Entwicklung verfügbares Einkommen 1996 bis 2005	89
4.2.10. Kriminalitätsrate	89
4.2.11. Bruttoinlandsprodukt je Einwohner	90
4.2.12. Entwicklung Bruttoinlandsprodukt je Einwohner	90
4.2.13. Arbeitslosenanteil im Umkreis von 10 km	90
4.2.14. Beschäftigtenanteil Einzelhandel	90
4.3. Die Ergebnisse	90
4.3.1. Länderauswahl	90
4.3.2. Geographische Lage der ersten 30 Rangplätze	92
4.3.3. Daten der ersten 30 Rangplätze	93
4.3.4. Standortprofile der ersten 30 Rangplätze	96
5. Hochpreisiger Einzelhandel: Städte in Süddeutschland mit 10.000 bis 50.000 Einwohnern	126
5.1. Einführung	126
5.1.2. Anmerkung zur Studie	126

5.1.2. Unterschiede Ergebnis Studie - Ergebnis Online-Analyse	127
5.1.3. Das Szenario	127
5.2. Definitionen	128
5.2.1. Bevölkerungsdichte	128
5.2.2. Wanderungssaldo	128
5.2.3. Entwicklung Bevölkerungszahl 2004 bis 2020 in Prozent	128
5.2.4. Sozialhilfeempfänger je Einwohner	129
5.2.5. Gewerbeanmeldungen	129
5.2.6. Insolvenzen je Einwohner	129
5.2.7. Gewerbesteuererinnahmen in der Gemeinde	129
5.2.8. Verfügbares Einkommen je Einwohner	129
5.2.9. Entwicklung verfügbares Einkommen 1996 bis 2005	129
5.2.10. Kriminalitätsrate	129
5.2.11. Bruttoinlandsprodukt je Einwohner	129
5.2.12. Entwicklung Bruttoinlandsprodukt je Einwohner	130
5.2.13. Arbeitslosenanteil im Umkreis von 10 km	130
5.2.14. Beschäftigtenanteil Einzelhandel	130
5.3. Die Ergebnisse	130
5.3.1. Länderauswahl	130
5.3.2. Geographische Lage der ersten 30 Rangplätze	131
5.3.3. Daten der ersten 30 Rangplätze	132
5.3.4. Standortprofile der ersten 30 Rangplätze	135

1. Einführung

Die CONTOR berät Unternehmen bei der Standortsuche in Deutschland und Europa sowie Städte, Gemeinden und Regionen bei der Analyse ihrer Standorte. Basis unserer Arbeit sind sehr große Datenbanken. Diese Datenbanken enthalten bei deutschlandweiten Analysen für jede der ca. 12.000 Gemeinden über 1.000 Standortvariable und bei europaweiten Analysen für jede EU-Region ca. 400 Standortvariable. Die Daten werden je nach Zielsetzung mit den verschiedensten Verfahren bearbeitet. So kommen beispielsweise clusteranalytische Modelle, Rankingverfahren oder Stärken-Schwächen-Methoden zum Einsatz. Im Rahmen aufwendiger und individueller Beratungsdienstleistungen sind Kundenwünschen im Hinblick auf Analyseziele, Dateneinsatz und Methodik kaum Grenzen gesetzt. Diese individuellen Beratungsdienstleistungen sind in jeder Hinsicht aufwendig. CONTOR ist jedoch der Überzeugung, daß sich ein erheblicher Teil an standortrelevanten Informationen innerhalb von 60 Minuten decken läßt. Dies geht nur mit stark verdichteten standardisierten Methoden. CONTOR-REGIO ist so ein Modell. Spezielles Know-How auf dem Gebiet der Standortsuche bzw. Standortanalyse wird zusammen mit einer Vielzahl von Standortfaktoren und Daten sowie entsprechenden Analysealgorithmen in ein geschlossenes System gegossen und online über die Webseite www.contor-regio.de zur Verfügung gestellt. Über die Eingabemasken des Systems erstellt der Nutzer seine eigenen, individuellen Analysen. Standortanalysen in Form von Rankings und Strukturanalysen in Form von Stärken-Schwächen-Analysen sämtlicher ca. 12.000 Gemeinden Deutschlands oder aller ca. 1.400 EU-Regionen sind durchführbar. Anwender können damit innerhalb von durchschnittlich 30 - 60 Minuten eigene Analysen, individuell zugeschnitten auf ihre spezifischen Anforderungen, an Hand von bis zu ca. 70 Standortfaktoren erstellen. Das Ergebnis dieser Analysen wird nach durchschnittlich 60 Minuten per e-mail überreicht.

Die CONTOR hat in den letzten Jahren mehrere äußerst aufwendige, auf spezifische Fragen zugeschnittene Studien zum Teil mit Medienpartnern wie der Zeitschrift MANAGER MAGAZIN und wissenschaftlichen Partnern wie der Wissenschaftlichen Hochschule für Unternehmensführung WHU - Otto-Beisheim-Hochschule - in Vallendar erstellt. In diesen Studien wurden Themenkomplexe, in der Regel auf Ebene der EU-Regionen, sehr detailliert behandelt. Die hier vorliegende Studie beschränkt sich jedoch in der Darstellung auf das Wesentliche, die Angabe der geeignetsten Städte und Gemeinden mit ihren Daten und Standortprofilen. Eine ausführliche Interpretation der Ergebnisse wird nicht vorgenommen. Die Daten, Fakten und Standortprofile sprechen für sich selbst. Diese Studie wurde mit unserem CONTOR-REGIO Modell erstellt, so, wie es grundsätzlich jedem Anwender auf www.contor-regio.de zur Verfügung steht. Jedoch wurden nur für diese Studie einige spezielle, auf den Analysezweck zugeschnittene Standortvariable in das System eingestellt.

1.1. Bedeutung der Standortwahl

Die Standortwahl eines Unternehmens bei Gründung oder Verlagerung zählt zu den wesentlichsten Unternehmensentscheidungen. Sie hat langfristigen Charakter und ist nur schwer revidierbar. Sie hat direkten Einfluß auf die Investitionskosten bei Einrichtung des Unternehmens durch Grundstückspreise und Baupreise. Sie beeinflusst langfristig Kostengrößen wie Transportkosten, Regionalabgaben, Löhne. Sie hat langfristig Einfluß auf die Erlössituation durch Absatzgrößen wie Kaufkraft, Bevölkerungsstruktur und Konkurrenz. Ein falsch gewählter Standort kann existenzvernichtend sein.

Trotzdem ist Standortwahl als betriebswirtschaftliche Unternehmensentscheidung erstaunlicherweise heute immer noch ein Nischenthema. Schaut man sich beispielsweise einmal die allgemeine betriebswirtschaftliche Literatur an, so wird man feststellen, daß die Standortwahl als betriebswirtschaftliches Problem in der Regel auf einer halben Seite bis einer Seite abgehandelt wird. Dies ist aus mehreren Gründen erstaunlich:

- ♦ Die Problematik der Standortwahl ist kein neues Problem. Die erste wissenschaftliche Untersuchung zu dem Thema erfolgte bereits im Jahr 1826. Seitdem gibt es die vielfältigste Literatur zu diesem Thema. Untersuchungen haben gezeigt, daß die durchschnittliche Verweildauer an einem Standort 20 Jahre beträgt. Eine einmal getroffene Standortentscheidung kann in der Regel nicht mehr revidiert werden. Die Standortentscheidung hat so viel Kapital gebunden, daß insbesondere dann, wenn sich herausstellt, daß der Standort objektiv falsch ist, kein Kapital mehr zur Verfügung steht um den Standort zu wechseln. In einem solchen Fall führt eine falsche Standortentscheidung direkt in die Insolvenz. Die Standortwahl eines Unternehmens hat damit strategisch langfristigen Charakter und müßte allein aus diesem Grund sehr sorgfältig getroffen werden.
- ♦ Die Standortwahl eines Unternehmens hat direkten Einfluß auf Kosten- und Erlösgrößen dieses Unternehmens. Bei der Investition des Unternehmens sind dies beispielsweise Baulandpreise und regional unterschiedliche Baukosten sowie regional unterschiedliche Einrichtungskosten des Betriebes. Im laufenden Betrieb sind Kosten wie z.B. Löhne und Gehälter, Steuern oder kommunale Abgaben sowie Erträge, die beispielsweise abhängen von der regionalen Kaufkraft, von der Einwohnerzahl in einer Region oder von der Nähe zu einem Großabnehmer abhängig vom Standort. Mit kaum einer anderen unternehmerischen Entscheidung können derartig schnell und nachhaltig Kosten und Erlöse beeinflusst werden.
- ♦ Die Standortwahl eines Unternehmens nimmt in der unternehmerischen Entscheidungskette einen vorderen Rang ein. Wenn für das Unternehmen feststeht, welche Produkte es produzieren will oder welche Produkte es vertreiben will, welche Märkte mit diesen Produkten zu beliefern sind und welche grundsätzlichen Produktionserfordernisse hierzu vonnöten sind, steht die Frage nach dem geeigneten Standort auf dem Plan.

Die Unternehmen beschäftigen ein Heer von Beratern um sämtliche Unternehmensbereiche nach Einsparpotentialen zu durchleuchten, Synergieeffekten nachzuspüren und neuen Märkten auf die Spur zu kommen. Jedoch wird die Standortwahl trotz des strategisch langfristigen Charakters der Standortentscheidung, trotz des enormen Einflusses auf Kosten- und Erlösgrößen des Unternehmens und trotz des hohen Rangplatzes in der unternehmerischen Entscheidungskette heute häufig immer noch aus dem Bauch heraus getroffen. Dies entspricht nicht der Relevanz der Entscheidung.

1.2. Ablauf einer Standortsuche mit herkömmlichen Methoden

Es gibt eine Vielzahl von Lösungsversuchen und Modelltypen der Standortbestimmung wie geometrische Modelle, statische und dynamische Investitionsrechnungen oder mathematische Methoden des Operations Research.

In der Praxis erfolgt ein Abgleich der Standortbedingungen und Standortanforderungen häufig folgendermaßen :

- Aufstellung eines Systems von Standortanforderungen
- Erstellung einer Rangfolge der Standortfaktoren hinsichtlich ihrer Bedeutung für die Ansiedlung mit eventueller Gewichtung oder Punktbewertung der einzelnen Faktoren bzw. ihrer Determinanten
- Festlegung eines Standortsuchraumes bzw. Festlegung der zu untersuchenden Standortalternativen
- Beurteilung der möglichen Standortalternativen hinsichtlich der Standortfaktoren
- Vergleich der Standortanforderungen mit den Standortbedingungen ausgesuchter möglicher Standorte durch Punktbewertungsmodell, Nutzwertanalyse oder Profilmethode

Die Auswahl der zu untersuchenden möglichen Standorte erfolgt hierbei meist aufgrund von Erfahrungswerten der Entscheidungsträger oder ihrer Berater oder aufgrund punktueller Analysen. Eine Betrachtung sämtlicher potentieller Standorte entfällt.

Heute werden bei einer systematischen Standortsuche meist Nutzwertanalysen und Profilmethoden eingesetzt. Neben dem Nachteil, nicht sämtliche potentiellen Standorte untersuchen zu können, fließen bereits zu Beginn der Analyse subjektive Einflüsse des Anwenders in Form der Bewertung der Nutzwerte ein. Dies führt zu Ergebnissen, bei denen nicht mehr unterschieden werden kann, welcher Teil des Ergebnisses auf Daten und Fakten und welcher Teil des Ergebnisses auf vielleicht fehlerhaften subjektiven Einschätzungen beruht. Eine Standortsuche muß auch Raum bieten, subjektive Einflüsse, die sich z.B. auf eine besondere Unternehmensphilosophie gründen können, zu berücksichtigen. Jedoch muß zu jedem Zeitpunkt der Analyse klar ersichtlich sein, wo hört bei einer Entscheidung die durch Daten gegebene Objektivität auf und wo fängt die durch eine besondere Unternehmensphilosophie gegebene Subjektivität an. Subjektive Einflüsse müssen bei der Entscheidung des

Entscheidungsträgers berücksichtigt werden, jedoch nicht bei der Entscheidungsvorbereitung durch Mitarbeiter oder Berater.

Ein objektivierter mathematischer Vergleich von Standortbedingungen und Standortanforderungen findet dadurch nicht statt.

1.3. Unsere Anforderungen an ein Standortwahlverfahren

Die Standortsuche eines Unternehmens ist eigentlich nichts anderes als der simple Abgleich der unternehmensspezifischen Anforderungen mit den spezifischen Bedingungen, die an jedem Standort gegeben sind. Wichtig hierbei ist, daß die Anforderungen unternehmensspezifisch sind, das heißt, das Maschinenbau-Unternehmen A in der Stadt X stellt andere Anforderungen an einen Standort als das Maschinenbau-Unternehmen B aus der Stadt X. Dies hängt damit zusammen, daß trotz gleicher Branche z.B. andere Produkte erstellt werden, andere Abnehmer beliefert werden und eine andere Unternehmensphilosophie in den Unternehmen herrscht.

Größte Relevanz bei der Standortsuche und bei der Auswahl der Methoden der Standortsuche hat die Anpassung der Suche an die Ziele des Unternehmens. Dahinter steht wieder der Gedanke, daß jedes Unternehmen andere Anforderungen an einen geeigneten Standort stellt. Diese unternehmensspezifischen Anforderungen sind abhängig vom Zielsystem des Unternehmens. Bei der Standortsuche müssen alle Teilbereiche des Unternehmens auch unternehmensspezifisch erfaßt werden; es müssen die Fragen „ Was produziert oder verkauft das Unternehmen?“, „Womit werden diese Güter produziert?“ und „An wen werden diese Güter verkauft?“ in die Standortüberlegungen einbezogen werden. Die individuellen Bedürfnisse des Unternehmens bei Beschaffung, Produktion und Absatz müssen auch individuell berücksichtigt werden.

Thesen:

- ◆ Unter zunehmendem Wettbewerbsdruck auf europäischer Ebene wird die Standortfrage und damit die Suche nach dem richtigen Standort zur Überlebensfrage für das Unternehmen.
- ◆ Es gibt keine schlechten Standorte, nur Standorte, die nicht für jedes Unternehmen geeignet sind.
- ◆ Jeder Standort weist ganz spezifische Bedingungen auf, die geprägt sind von z.B. klimatischen, geographischen, sozio-ökonomischen oder politischen Bedingungen.
- ◆ Jedes Unternehmen stellt ganz spezifische Anforderungen an einen Standort, die abhängen u.a. von dem Produkt, Beschaffungs- und Absatzmärkten oder dem Investitionsmotiv.

Wie bereits erwähnt, ist die Standortsuche eines Unternehmens nichts anderes als der bestmögliche Abgleich der Unternehmensanforderungen mit den Standortbedingungen. Dieser eigentlich ganz simple Prozeß wird lediglich erschwert durch die große Zahl der potentiellen Standorte, die Vielzahl und große Bandbreite der Standortbedingungen und die Vielfalt und besonderen Ausprägungsbedürfnisse der Standortanforderungen.

Um die potentiellen Standorte miteinander vergleichen zu können, wird bisher üblicherweise jeder Standort mit sämtlichen anderen potentiellen Standorten verglichen. Bei diesem sogenannten paarweisen Vergleich errechnet sich die Zahl der durchzuführenden Vergleiche nach der Formel $n(n-1)/2$. Werden demnach 10 Standorte untersucht, sind 45 paarweise Vergleiche durchzuführen, sollen 100 Standorte miteinander verglichen werden, sind bereits 4.950 paarweise Vergleiche durchzuführen. Untersuchungen zu diesem Thema haben ergeben, daß der Mensch nicht in der Lage ist, wesentlich mehr als 10 Alternativen auf diese Art und Weise zu untersuchen. Wenn also bei ca. 1.500 potentiellen Standortregionen in Europa lediglich z.B. 15 Standorte auf Eignung überprüft werden, beträgt die statistische Wahrscheinlichkeit einen geeigneten Standort zu finden lediglich 1 %. Die Standortsuche wird so zum Lotteriespiel und der Aufwand, der für eine Standortrecherche üblicherweise betrieben wird und die Erfolgswahrscheinlichkeit stehen in keinem ökonomisch vernünftigen Verhältnis zueinander. Mit den üblichen Mitteln sind die ca. 1.500 Regionen Europas also auf keinen Fall zu untersuchen. Dies ist nur noch mit mathematischen Methoden möglich.

Um die spezifischen Anforderungen eines Unternehmens an einen Standort abdecken zu können, müssen diese Anforderungen soweit wie möglich spezifiziert werden. Wenn weiterhin Fakten, also Daten anstatt Einschätzungen in die Standortsuche einfließen sollen, erfordert dies eine Vielzahl von Standortfaktoren und Variablen, für die Marktforschungsdaten erfaßt werden müssen.

Aus den bisher beschriebenen Anforderungen an ein Standortsuchverfahren ergeben sich folgende Schlußfolgerungen:

Es ist eine Analyse gefordert, die ...

- ◆ simultan sämtliche potentiellen Standorte überprüft
- ◆ die Prüfung an Hand von Fakten, Marktforschungsdaten, vornimmt
- ◆ die spezifischen Unternehmensanforderungen durch eine Vielzahl von möglichen Standortfaktoren bzw. Standortvariablen berücksichtigt.

1.4. Standortsuche kontra Strukturanalyse

Die bisher für die Standortsuche gemachten Ausführungen gelten ebenso für die Strukturanalyse. Auch für die Strukturanalyse ist es unerlässlich, sämtliche Regionen eines Gebietes flächendeckend zu analysieren, um einen wirklichen Vergleich mit allen Regionen, besseren und schlechteren, zu gewährleisten. Auch für die Strukturanalyse ist es wichtig, eine Analyse an Hand von Fakten durchzuführen, um subjektive Einflußfaktoren zu minimieren. Natürlich können im Rahmen einer Strukturanalyse keine unternehmensindividuellen Standortanforderungen berücksichtigt werden. Es können jedoch tendenzielle Stärken und Schwächen einer Region im Vergleich mit anderen Regionen zielgerichtet herausgearbeitet werden.

Standortsuche und Strukturanalyse betrachten die Problematik des „Marktes der Standorte“ aus unterschiedlichen Blickwinkeln. Während für das Unternehmen die Suche nach dem optimalen Standort im Vordergrund steht, wobei innerhalb eines vom Unternehmen bestimmten Suchraumes nur die optimalen Standortalternativen relevant sind, steht bei der Strukturanalyse der Vergleich einer Region mit sämtlichen anderen Regionen eines bestimmten Analysegebietes im Vordergrund, um die Stärken und Schwächen dieser Region im Vergleich zu besser aufgestellten und schlechter aufgestellten Regionen zu ermitteln. Man könnte die Standortsuche als nachfrageorientierte Sichtweise und die Strukturanalyse als angebotsorientierte Sichtweise darstellen.

1.5. Unsere Analysemethoden

Die Contor GmbH bietet 2 verschiedene Analyseformen an, deren Anwendung sich nach den Analysezielen richtet.

- ◆ Analyse der Regionen mittels einer von der Contor GmbH entwickelten Vorgehensweise mit multivariaten statistischen Verfahren.
Dieses Verfahren eignet sich insbesondere, um individuelle unternehmensspezifische Standortanforderungen zu berücksichtigen und die Unterschiede der Regionen hinsichtlich dieser Anforderungen sehr detailliert herauszuarbeiten.
Dieses Verfahren bietet sich an, um das konkrete Entscheidungsproblem „Standortwahl“ für ein konkretes Unternehmen sehr detailliert zu lösen.
Das Verfahren ist beratungsintensiv, arbeitsintensiv und interpretationsintensiv.
- ◆ Analyse der Regionen mittels einer von uns entwickelten Software. Die Software ermittelt die Rangfolge der Regionen hinsichtlich auszuwählender Standortanforderungen oder zeigt im Rahmen der Strukturanalyse die Stärken und Schwächen von Regionen.
Dieses Verfahren eignet sich insbesondere zur Erstellung einer sehr schnellen und übersichtlichen Rangfolge der Regionen hinsichtlich der gewählten Standortanforderungen. Dieses Verfahren eignet sich insbesondere zur Standortanalyse.

In beide Analysemethoden fließen identische Marktforschungsdaten ein. Beide Analysemethoden untersuchen simultan flächendeckend sämtliche Regionen. Beide Analysemethoden können zu weitgehend ähnlichen Ergebnissen führen. Wie bereits gesagt, hängt die Wahl der Analysemethode vom Analysezweck ab.

Zweck der folgenden Analyse ist die Suche nach den geeignetsten Standortgemeinden. Da es sich hierbei um ein klassisches Problem der Standortanalyse handelt, wird die folgende Studie mit der von uns entwickelten Analysesoftware mit unserem CONTOR-REGIO Modell erstellt. .

1.6. Das Verfahren

Zunächst werden die relevanten Standortfaktoren, Determinanten und Variablen für den Bereich Hochtechnologie zusammengestellt. Hierbei stehen hinter den Standortfaktoren in der Regel mehrere Determinanten, die den Standortfaktor weiter eingrenzen, und hinter den Determinanten stehen wiederum ein Mehrzahl von Variablen, deren Ausprägungen letztendlich in die Analyse einfließen. Folgende Standortfaktoren stehen grundsätzlich zur Auswahl:

- ◆ Arbeitskräfte
- ◆ Löhne und Gehälter
- ◆ Arbeitsproduktivität
- ◆ Führungsvorteile
- ◆ Beschaffung
- ◆ Absatz
- ◆ Herkunftsgoodwill
- ◆ Immissionen / Emissionen
- ◆ Verkehr
- ◆ Steuern
- ◆ Energie
- ◆ Telekommunikation
- ◆ Bevölkerung
- ◆ Gesundheitswesen
- ◆ Bildung / Wissen
- ◆ Volkswirtschaft
- ◆ Wohlstand
- ◆ Wachstumschancen
- ◆ Sicherheit
- ◆ Wirtschaftsförderung
- ◆ Tourismus
- ◆ Sozialer Friede

Dieses System der Standortfaktoren, Determinanten und Variablen soll kurz an dem Beispiel des Standortfaktors Arbeitskräfte bei einer deutschlandweiten Standortsuche im nachfolgenden Schaubild dargestellt werden.

Standortfaktor	Determinanten	Variable
Arbeitskräfte	1. Arbeitskräfte nach Geschlecht	1.1 Zahl der männlichen Arbeitskräfte 1.2. Zahl der weiblichen Arbeitskräfte
	2. Arbeitskräfte nach der Nationalität	2.1 Zahl der deutschen Arbeitskräfte 2.2. Zahl der ausländischen Arbeitskräfte
	3. Arbeitskräfte nach der Ausbildung	3.1. Zahl der Arbeitskräfte ohne Berufsausbildung 3.2. mit Berufsausbildung 3.3. mit betriebl. Ausbildung 3.4. mit Berufsfachschule 3.5. mit Fachschule 3.6. mit Fachhochschule 3.7. mit Hochschule
	4. Arbeitskräfte nach ihrem Beschäftigungsverhältnis	4.1 Arbeiter 4.1.1 Nichtfacharbeiter 4.1.2. Facharbeiter 4.2. Angestellte 4.2.1. mit einfach. Tätigkeit 4.2.2. mit gehob. Tätigkeit
	5. Arbeitskräfte nach Alter	5.1 Zahl der Arbeitskräfte ... in 11 verschiedenen Altersklassen 5.11
	6. Arbeitslose nach Berufsgruppen	6.1 Zahl der Arbeitslosen ... nach ca. 100 6.100 Berufsgruppen (z.B. arbeitslose Werkzeugmacher)
	7. Beschäftigte nach Wirtschaftsgruppen	7.1 Zahl der Arbeitskräfte ... nach ca. 300 7.300 Wirtschaftsgruppen (z.B. Beschäftigte im Kesselbau)

Hinter diesen Standortfaktoren stehen ca. 50 Determinante und über 1.000 Variable bei einer deutschlandweiten Standortsuche sowie mehrere hundert Variable bei einer europaweiten Standortsuche im Rahmen individueller

Analysen. Für unser Online-Analysemodell CONTOR-REGIO haben wir aus diesem Datenpool ca. 70 besonders wichtige und häufig nachgefragte Standortvariable herausgegriffen und mit Analysealgorithmen für eine Standortanalyse in Form eines Rankings sowie eine Strukturanalyse in Form einer Stärken-Schwächen-Analyse in ein geschlossenes Tool gegossen.

2. Hochpreisiger Einzelhandel: Städte mit 50.000 bis 100.000 Einwohnern

2.1. Einführung

2.1.1. Anmerkung zur Studie

Die Ergebnisse jeder Studie sind abhängig von den in der Studie gemachten Annahmen. Veränderte Annahmen führen zu veränderten Ergebnissen.

Für diese Studie gilt:

Die Ergebnisse der Studie beziehen sich darauf, daß Unternehmen und Investoren bei ihren Investitionsvorhaben die hier getroffenen Standortanforderungen stellen. Dies wird nicht der Fall sein, da, wie bereits in der Einführung zu dieser Studie gesagt, jedes Unternehmen und jeder Investor individuelle Anforderungen stellt. Die individuellen Anforderungen einzelner Unternehmen können in einer Studie keine Berücksichtigung finden. Daher kann eine Studie lediglich im Rahmen eines relativ weit gefaßten Variablenspektrums erstellt werden. Wir haben hier versucht, für eine möglichst große Zahl von Unternehmen der jeweiligen Bereiche einen „kleinsten gemeinsamen Nenner“ an Standortanforderungen und Standortgewichten herauszufiltern. Dies schränkt natürlich im Einzelfall die Aussagekraft der Studie ein. Ein einzelnes Unternehmen und ein einzelner Investor kann also berechtigterweise andere Anforderungen an einen Standort stellen und andere Schwerpunkte seiner Anforderungen setzen.

Trotz der oben gemachten Einschränkungen lassen sich wahrscheinlich in einem breiten Rahmen Tendenzen durch diese Studie gut erkennen. Nicht repräsentative Beobachtungen, die wir bei unseren Beratungen gemacht haben, zeigen, daß sich die Analysen relativ stabil gegenüber kleineren Variationen erweisen. Das heißt, z.B. die Veränderung der Höhe der Gewichtungsfaktoren einzelner Faktoren in einem gewissen Rahmen (10 % bis 20%) hat in der Regel keinen radikalen Einfluß auf die Analyseergebnisse.

Die Daten, die in die Analyse einfließen, unterliegen einem gewissen timelag zwischen Auftreten und Veröffentlichung. Dies ist leider insbesondere bei den Daten auf kleinster regionaler Ebene nicht aktueller möglich. Wir bemühen uns natürlich, die Daten so aktuell wie möglich zu halten.

Die Standortsuche mit mathematisch statistischen Methoden bzw. die Regionalanalyse mittels mathematischer Datenanalyse sind komplexe Verfahren. Die Daten unterliegen vielfältigen Bearbeitungen. Trotz sorgfältigster Prüfung der Daten vor, bei und nach der Bearbeitung können Fehler entstehen. Die Daten können uns fehlerhaft übermittelt worden sein, ohne daß dies bemerkt werden konnte, oder bei der Bearbeitung unterlaufen Fehler, die ebenfalls nicht bemerkt werden konnten. Vor Ansiedlung und Investition an einem empfohlenen Standort muß daher geprüft werden, ob die in der Analyse aufgezeigten Standortbedingungen vor Ort tatsächlich vorliegen.

In die Analysen gehen Daten ein, die von amtlicher Seite oder Unternehmen bezogen wurden oder von uns erhoben und berechnet wurden. Die Daten bewegen sich daher in einer üblichen statistischen Bandbreite. Eine zulässige Fehlertoleranz kann nicht garantiert werden. Die Daten eignen sich nicht zu einer exakten Standortkalkulation. Es ist nicht möglich, die exakten Investitionskosten an einem Standort aufgrund der Analyse zu errechnen.

2.1.2. Unterschiede Ergebnis Studie - Ergebnis Online-Analyse

In dieser Studie werden die geeignetsten 30 Standortgemeinden für Unternehmen des hochpreisigen Einzelhandel in Städten mit einer Einwohnerzahl zwischen 50.000 und 100.000 Einwohnern vorgestellt. Dabei werden die Daten der relevanten Standortvariablen sowie graphische Standortprofile hinsichtlich der relevanten Standortvariablen ausgegeben. Im Unterschied dazu werden in der Online-Analyse über www.contor-regio.de lediglich die geeignetsten 5 Standortgemeinden mit Daten und Standortprofil ausgegeben. Dafür besteht jedoch bei der Online-Analyse die Möglichkeit für den Nutzer, den Rangplatz, die Daten und das Standortprofil einer von ihm zu benennenden Gemeinde auszugeben. Damit kann beispielsweise ermittelt werden, wie gut eine Stadt für diesen Bereich geeignet ist und wie groß die Unterschiede zu den geeignetsten Städten sind. Diese Studie wurde mit unserem CONTOR-REGIO Modell erstellt, so, wie es grundsätzlich jedem Anwender auf www.contor-regio.de zur Verfügung steht. Jedoch wurden nur für diese Studie einige spezielle, auf den Analysezweck zugeschnittene Standortvariable in das System eingestellt.

2.1.3. Das Szenario

Das Szenario „hochpreisiger Einzelhandel“ geht davon aus, daß die günstigsten Standorte für Unternehmen dieser Branche in Städten mit 50.000 bis 100.000 Einwohnern folgende Voraussetzungen aufweisen. Hierbei werden den Faktoren gemäß ihrer Relevanz Gewichte in einem Bereich von 0 (völlig unwichtig bzw. nicht ausgewählt) bis 10 (äußerst wichtig) zugewiesen.

- ◆ die Bevölkerungsdichte vor Ort ist möglichst hoch. Dies bevorzugt tendenziell Städte mit einer geringeren Flächenausbreitung. Gewichtungsziffer: 8
- ◆ der Wanderungssaldo soll möglichst positiv sein. Das heißt, die Zahl der Zuzüge in die Stadt übersteigt die Zahl der Fortzüge. Gewichtungsziffer: 8
- ◆ die Bevölkerungsprognosen für das Jahr 2020 und für die Region sind möglichst positiv. Gewichtungsziffer: 3
- ◆ in den Standortregionen, die für den hochpreisigen Einzelhandel besonders geeignet scheinen, wird eine niedrige Zahl von Sozialhilfeempfängern erwartet. Gewichtungsziffer: 5
- ◆ Die Zahl der Gewerbeanmeldungen je Einwohner soll möglichst hoch sein. Gewichtungsziffer: 5

- ♦ Die Zahl der Insolvenzverfahren soll möglichst niedrig sein. Gewichtungsziffer: 5
- ♦ Die Gewerbesteuerereinnahmen in der Gemeinde sollen möglichst hoch sein. Gewichtungsziffer: 7
- ♦ die verfügbaren Einkommen werden tendenziell hoch sein. Gewichtungsziffer: 8
- ♦ die Entwicklung der verfügbaren Einkommen der letzten Jahre soll möglichst hoch sein. Gewichtungsziffer: 5
- ♦ Die Kriminalitätsrate in der Region soll möglichst niedrig sein. Gewichtungsziffer: 5
- ♦ das Bruttoinlandsprodukt je Einwohner in den Standortregionen wird tendenziell hoch sein. Gewichtungsziffer: 6
- ♦ die langfristige Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes soll möglichst positiv sein: Gewichtungsziffer: 4
- ♦ der Anteil arbeitsloser Menschen an der Einwohnerzahl im Nahbereich der Stadt , im Umkreis von 10 km, wird tendenziell niedrig sein. Gewichtungsziffer: 8
- ♦ der Anteil der im Einzelhandel beschäftigten Menschen an der Bevölkerungszahl sollte möglichst niedrig sein, das heißt es werden Städte gesucht, in denen der Einzelhandel wahrscheinlich unterrepräsentiert ist. Gewichtungsziffer: 10

Dieses Szenario für den hochpreisigen Einzelhandel versucht aus der Gesamtzahl der an der Analyse teilnehmenden Städte die Städte herauszufiltern, die, verkürzt ausgedrückt, ein positives wirtschaftliches Umfeld aufweisen, eine möglichst positive Entwicklung zeigen und in denen der Einzelhandel insgesamt bisher tendenziell unterrepräsentiert ist.

2.2. Definitionen

2.2.1. Bevölkerungsdichte

Die Variable zeigt die Einwohnerzahl der Gemeinden je Quadratkilometer am 31.12.2005 an.

2.2.2. Wanderungssaldo

Die Variable zeigt den Anteil des Wanderungssaldos an der Bevölkerung einer Gemeinde an. Der Wanderungssaldo wird definiert als Zahl der Zuzüge abzüglich der Zahl der Fortzüge in einer Gemeinde. Stand 31.12.2005.

2.2.3. Entwicklung Bevölkerungszahl 2004 bis 2020 in Prozent

Die Variable zeigt die Bevölkerungsentwicklung von 2004 bis 2020 in Prozent in den Landkreisen an.

Ausgangspunkt sind Bevölkerungsprognosen des Bundesamtes für Bauwesen und Raumforschung, die von uns weiterentwickelt wurden.

2.2.4. Sozialhilfeempfänger je Einwohner

Die Variable zeigt die Zahl der Sozialhilfeempfänger je Einwohner in den Landkreisen. Stand 31.12.2004.

2.2.5. Gewerbeanmeldungen

Die Variable zeigt die Zahl der Gewerbeanmeldungen je Einwohner in den Landkreisen. Stand 31.12.2005.

2.2.6. Insolvenzen je Einwohner

Die Variable zeigt die Zahl der Insolvenzverfahren je Einwohner in den Landkreisen. Stand 31.12.2005.

2.2.7. Gewerbesteureinnahmen in der Gemeinde

Die Variable zeigt das Istaufkommen der Gewerbesteuer je Einwohner in EUR in den Gemeinden. Stand 31.12.2005.

2.2.8. Verfügbares Einkommen je Einwohner

Die Variable zeigt das verfügbare Einkommen je Einwohner 2005 in den Landkreisen. Es werden Daten des Statistischen Bundesamtes verwendet.

2.2.9. Entwicklung verfügbares Einkommen 1996 bis 2005

Die Variable zeigt die Entwicklung des verfügbaren Einkommens je Einwohner in den Landkreisen von 1996 bis 2005 in Prozent.

2.2.10. Kriminalitätsrate

Die Variable zeigt den Prozentsatz der gemeldeten Delikte insgesamt an der Einwohnerzahl im Landkreis an der Bevölkerung an. Stand 2006.

2.2.11. Bruttoinlandsprodukt je Einwohner

Die Variable zeigt die Höhe des Bruttoinlandsproduktes je Einwohner in den Landkreisen 2005.

2.2.12. Entwicklung Bruttoinlandsprodukt je Einwohner

Die Variable zeigt die Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes je Einwohner in den Landkreisen in den Jahren 1996 bis 2005 in Prozent. Die Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes je Einwohner ist aus nicht preisbereinigten Daten berechnet worden. Inflationsgewinne sind demnach nicht herausgerechnet worden. Ein regionaler Vergleich, wie er in unseren Analysen vorgenommen wird, ist sehr gut möglich. Die Variable zeigt also beispielsweise sehr gut, ob in einer Region das BIP je Einwohner stärker gewachsen ist als in anderen Regionen.

2.2.13. Arbeitslosenanteil im Umkreis von 10 km

Die Variable zeigt den Anteil der Arbeitslosen insgesamt an der Bevölkerung im Umkreis von 10 km von jeder Gemeinde an. Basis der Daten sind Gemeindedaten. Stand 30.09.2006.

2.2.14. Beschäftigtenanteil Einzelhandel

Die Variable zeigt den Anteil der Beschäftigten im Einzelhandel (ohne KFZ) und in der Reparatur von Gebrauchsgütern von jeder Gemeinde an. Basis der Daten sind Gemeindedaten. Stand 30.09.2006.

2.3. Die Ergebnisse

Nachfolgend werden die Ergebnisse der Analyse wiedergegeben. Die Darstellung entspricht dabei der Darstellung unseres CONTOR-REGIO online Standortanalysesystems. Es werden die Daten und die Standortprofile der ersten 30 Rangplätze der Analyse ausgegeben. Eine ausführliche Interpretation der Ergebnisse wird nicht vorgenommen. Die Daten, Fakten und Standortprofile sprechen für sich selbst.

2.3.1. Länderauswahl

Die Analyse wird über alle Bundesländer durchgeführt.

2.3.2. Geographische Lage der ersten 30 Rangplätze

