

Christian Rast

## **Zur Problematik der optimalen Standortfindung im Handelsgewerbe**

## **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:**

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2009 Diplom.de  
ISBN: 9783836634342

**Christian Rast**

**Zur Problematik der optimalen Standortfindung im  
Handelsgewerbe**



Christian Rast

## **Zur Problematik der optimalen Standortfindung im Handelsgewerbe**

Christian Rast

**Zur Problematik der optimalen Standortfindung im Handelsgewerbe**

ISBN: 978-3-8366-3434-2

Herstellung: Diplomica® Verlag GmbH, Hamburg, 2009

Zugl. DIPLOMA-Fachhochschule, Standort Plauen, Plauen, Deutschland, Diplomarbeit, 2009

---

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden und der Verlag, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

© Diplomica Verlag GmbH

<http://www.diplomica.de>, Hamburg 2009

## *Inhaltsverzeichnis*

Inhaltsverzeichnis	i
Abbildungsverzeichnis	iii
Tabellenverzeichnis	iv
Abkürzungsverzeichnis	v
1. Einleitung	Seite 1
1.1 Problemstellung	Seite 1
1.2 Zielsetzung	Seite 2
1.3 Methodik	Seite 2
2. Theoretische Grundlagen der Standortentscheidung	Seite 3
2.1 Der Begriff Standort	Seite 3
2.2 Die Standortanalyse	Seite 3
2.2.1 Verfahren zur Abgrenzung des Einzugsgebietes	Seite 4
2.2.2 Standortfaktoren	Seite 6
2.2.2.1 Harte Standortfaktoren	Seite 7
2.2.2.2 Weiche Standortfaktoren	Seite 11
2.2.3 Standortbewertungsverfahren	Seite 12
2.2.3.1 Qualitative Verfahren	Seite 14
2.2.3.2 Quantitative Verfahren	Seite 19
2.3 Distributionspolitik in der Standortwahl	Seite 21
2.3.1 Absatzwege	Seite 22
2.3.1.1 Reisende	Seite 23
2.3.1.2 E-Commerce	Seite 24
2.3.1.3 Der Einzelhandel	Seite 25
2.3.2 Marketinglogistik	Seite 26
2.3.2.1 Lieferservice	Seite 27
2.3.2.2 Lagerhaltung	Seite 28
3. Förderprogramme in Deutschland	Seite 29
3.1 Unternehmerkapital – KfW- Kapital für Arbeit und Investitionen	Seite 31
3.2 KfW- Unternehmerkredit	Seite 36
4. Das Unternehmen Sägewerk & Kistenfabrik Rautenkranz	Seite 37

4.1	Die Niederlassung Holzmarkt Muldenberg	Seite 38
4.1.1	Der Betriebs-Ort	Seite 38
4.1.2	Analyse der Standortfaktoren	Seite 41
4.1.2.1	Infrastruktur und Umfeld	Seite 41
4.1.2.2	Konkurrenz	Seite 42
4.1.2.3	Image	Seite 44
4.1.2.4	Kosten	Seite 45
4.1.3	Fazit	Seite 45
5.	Konzept der Standortverlagerung	Seite 46
5.1	Standortsuche	Seite 46
5.2	Standortanalyse des Objektes im Gewerbegebiet „Kaltes Feld“ Heinsdorfergrund	Seite 47
5.2.1	Analyse der Standortfaktoren	Seite 47
5.2.1.1	Der Betriebs-Ort	Seite 47
5.2.1.2	Infrastruktur und Umfeld	Seite 48
5.2.1.3	Konkurrenz	Seite 49
5.2.1.4	Image	Seite 50
5.2.1.5	Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte	Seite 51
5.2.2	Standortvergleich durch Anwendung des Scoring- Verfahrens	Seite 51
5.3	Unternehmenskonzept	Seite 52
5.3.1	Leistungsprogramm und Zielgruppe	Seite 53
5.3.2	Vertriebswege	Seite 53
5.3.3	Lagerhaltung	Seite 53
5.3.4	Investitionsplan	Seite 54
5.3.5	Finanzierungsplan	Seite 55
5.3.6	Rentabilitätsvorschau	Seite 56
5.4	Chancen und Risiken	Seite 58
5.5	Handlungsempfehlung	Seite 59
6.	Zusammenfassung	Seite 61
	Literaturverzeichnis	vi