

Standortwahl

in

Europa



Wir über uns:

Die CONTOR GmbH wurde 1970 in das Handelsregister eingetragen.

Die Gesellschaft betätigte sich als Makler-, Baubetreuer- und Bauträgersgesellschaft auch größerer Bauvorhaben.

Bereits damals lag ein Tätigkeitsschwerpunkt eines der geschäftsführenden Gesellschafter, Martin Lüttich, in der Beratung von Kommunen beim Aufbau von Industrie- und Gewerbegebieten und in der Beratung von Industrie- und Gewerbebetrieben bei der Standortsuche.

Mit Eintritt des heutigen geschäftsführenden Gesellschafter, dem Dipl. Kfm. Henner Lüttich, 1983 in die Gesellschaft, wurde ein weiterer Schwerpunkt in der Beratung und Sanierung in wirtschaftliche Schwierigkeiten geratener Unternehmen gesetzt.

Im Zuge dieser Sanierungsarbeiten wurde mehrfach als Auslöser einer betrieblichen Notsituation die Entscheidung für eine Investition am falschen Standort ausgemacht.

1996 hat Henner Lüttich mit der systematischen Erarbeitung eines neuen Verfahrens zur Standortsuche für Unternehmen begonnen.

Es ist ein Verfahren der Standortsuche mit multivariaten statistischen Verfahren, das an mehreren Universitäten mit positivsten Ergebnissen vorgestellt wurde.

Expertenmeinungen:

- Julius Lazarek, GfK Marktforschung, Nürnberg:
“Das Standortwahlverfahren für Unternehmen mittels multivariater Verfahren der CONTOR stellt eine gelungene Kombination aus individueller Unternehmensberatung, zielgerichtetem Einsatz multivariater statistischer Verfahren und aufwendig recherchierten Regionaldaten als Grundlage für die Berechnungen dar.”
- Prof. Dr. Johann Bacher, Universität Erlangen - Nürnberg:
...”Die Standortwahl eines Elektronikunternehmens mit multivariaten statistischen Verfahren sowie die Standortwahl eines Maschinenbauherstellers mit multivariaten statistischen Verfahren....Die Clusteranalyse wurde in beiden Beiträgen formal richtig angewandt.”
- Prof. Dr. Karl - Werner Schulte, European Business School, Oestrich - Winkel:
“Das von Herrn Henner Lüttich entwickelte Standortwahlverfahren mit multivariaten statistischen Methoden stellt eine grundlegende Verbesserung im Bereich der Standortsuche, die eine der schwierigsten und weitreichendsten Unternehmensentscheidungen ist, dar. Erstmalig ist eine objektivierte, flächendeckende Analyse unter gleichzeitiger Berücksichtigung sämtlicher für das suchende Unternehmen relevanter Standortvariablen möglich.”

Die 15 Länder der Europäischen Union und die 10 Beitrittsländer bieten auf einer Fläche von ca. 4.300.000 km² mit ca. 385.000.000 Einwohnern die unterschiedlichsten Bedingungen. In diesem Gebiet, das nahezu ganz Europa umfaßt, treffen die verschiedensten Kulturen und Lebensweisen aufeinander. Länder und Völker, die bis vor wenigen Jahrzehnten tief verfeindet waren und die heute noch kleine Gebietsstreitigkeiten haben, finden sich nun unter dem gemeinsamen Dach der Europäischen Union wieder.

Es öffnet sich ein grenzenloser Markt mit 385 Mio. Verbrauchern, die alle am Wohlstand der westlichen Welt teilhaben wollen.

Die regionalen Gegebenheiten, die sich aus der großen Bandbreite der z.B. sozialen, ökonomischen und klimatischen Bedingungen ergeben, bieten für Unternehmen sehr große Möglichkeiten, aber auch ebenso große Risiken.

Vor jedem Marktzugang werden Chancen und Risiken gegeneinander abgewogen. Hierzu zählt nicht nur die Investitionsrechnung vor Ort, sondern zuvor die Suche nach dem richtigen Standort für diese Investition. Bei einer systematischen Suche nach dem richtigen Standort in Europa stellt man sehr schnell fest, wie groß die regionalen Unterschiede sind. Dabei läßt sich nicht von vornherein sagen, daß eine Region in Europa grundsätzlich bessere Voraussetzungen bietet als die anderen Regionen.

Wußten Sie, daß ...

- ◆ der Arbeitslosenanteil in Győr (Ungarn) 2,5 % beträgt und in Glasgow (Großbritannien) 10,7 % ?
- ◆ die Kaufkraft in Kortrijk (Belgien) ca. 13.000 € hoch ist und in Rzeszów (Polen) ca. 4.000 € ?
- ◆ das Monatseinkommen der Arbeiter in der Industrie in Forssa (Finland) ca. 2.750 € hoch ist und in Valladolid (Spanien) ca. 1.750 € ?
- ◆ die Arbeitsproduktivität im verarbeitenden Gewerbe in Bruck (Österreich) ca. 2,5 mal so hoch ist wie in Hradec Kralové (Tschechische Republik)?
- ◆ daß in Orjahovo (Bulgarien) Schubverbände bis zu einer Länge von 280 Metern und bis zu 18.000 Tonnen beladen werden können, während in Minden (Deutschland) Motorschiffe bis zu einer Länge von 80 Metern und bis zu ca. 1.000 Tonnen beladen werden können ?

... Wir schon ! Wir verfügen nicht nur über diese und noch viel mehr Daten, sondern auch über das Know How, diese Daten für eine Standortsuche auszuwerten.

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.

Die Standortsuche eines Unternehmens ist 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 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.

Heute werden bei einer systematischen Standortsuche meist Nutzwertanalysen und Punktbewertungsmodelle eingesetzt. Neben dem besprochenen 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.

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.

Diese Art der Analyse können wir bieten. Wir suchen aus sämtlichen Regionen Europas die für Ihr Unternehmen geeigneten Standortregionen mittels mathematisch statistischer Verfahren, in die Marktforschungsdaten eingehen, deren Variablen Sie aus weit über 100 Variablen auswählen können. Und sollten wir die speziell von Ihrem Unternehmen geforderten Variablen nicht bereits in unser Standardsystem integriert haben, werden wir uns bemühen, diese geforderten Daten zu erheben und in unser System einfließen zu lassen.

Dies führt dazu, daß wir Ihnen das erste wirklich nachfrageorientierte Standortwahlverfahren anbieten können, das erste Verfahren, daß sich streng an den Bedürfnissen der Unternehmen ausrichtet und die Standortsuche nicht lediglich aus Sicht einiger gegebener Standorte betrachtet.

Wir analysieren für Sie

- ◆ sämtliche potentiellen Standortregionen in Europa
- ◆ nach neuesten Erkenntnissen mit einem von uns entwickelten Verfahren
- ◆ fundiert, wie uns die Wissenschaft bestätigt
- ◆ praxisgerecht, wie uns Unternehmen bescheinigen

Wir können und wollen Ihnen keine unternehmerischen Entscheidungen abnehmen. Jedoch können wir Ihnen eine große Hilfe bei der Vorbereitung Ihrer Standortentscheidung bieten.