

Unternehmensgründung und Standortfaktoren

- **die Unternehmensgründung** = „die erste Phase im Lebenszyklus eines größeren Unternehmens“¹

- **das Gewerbe** = „[selbständige] dem Erwerb dienende berufliche Tätigkeit“²

- **Wichtigste Punkte, die erfüllt werden müssen:**

- 1) Anmeldung beim Gewerbeamt
- 2) Einholung der Steuernummer beim Finanzamt
- 3) Eintrag ins Handelsregister
- 4) Anmeldung bei den Versicherungen

- **Wichtigste Punkte, die überlegt werden müssen:**

1) Tätigkeitsbereich

2) Finanzierung

A. Eigenkapital – unsere Rücklagen

B. Fremdkapital – von anderen Geldgebern

3) Rechtsform

A. Einzelunternehmen

B. Gesellschaftsunternehmen - Personengesellschaften (GbR, OHG, KG),

- Kapitalgesellschaften (GmbH, UG, AG, KGaA)

- Sonderformen, Mischformen (GmbH & Co. KG, KGaA)³

Rechtssubjekte: - Natürliche Person – „jeder Mensch, Träger von Rechten und Pflichten“⁴

- Juristische Person – „entsteht im Gegensatz zu einer natürlichen Person durch einen Rechtsakt (z. B. ein Verein, eine GmbH etc.)“⁵

4) Personalbeschaffung

„Die Zielgruppen sollen anforderungs- und arbeitsmarktgerecht gebildet werden.

Der Kommunikationsmix besteht aus: Information, Akquisition, Selektion und Aktion.“⁶

5) Strategie → Wie will das Unternehmen seine Ziele erreichen? Dazu hilft uns externe und interne Analyse.

A. Externe Analyse (= Überprüfung außerhalb der Organisation – Erkennung von Risiken, Chancen)⁷

Sie besteht aus vier Teilen: Kunden-, Konkurrenz-, Branchen- und Umweltanalyse

B. Interne Analyse / Selbstanalyse (= Überprüfung innerhalb der Organisation - besteht aus der Leistungsanalyse, aus der Analyse der Mitarbeiter-Skills sowie der Unternehmenswerte)⁸

6) Standortfaktoren

Die Standortfaktoren sind die Faktoren, die die Wahl des Ortes sehr stark beeinflussen.

¹ Was ist eine Unternehmensgründung? (Definition), Glossar für Gründungs-Interessierte, URL:

<https://www.franchiseportal.de/definition/unternehmensgruendung-a-4886> [Stand: 26. 3. 2021]

² DUDEN Wörterbuch, dudende.de, URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Gewerbe> [Stand: 26. 3. 2021]

³ FEARNES, Anneliese und LÉVY-HILLERICH, Dorothea. Kommunikation in der Wirtschaft. Berlin: Cornelsen Verlag 2009. Seite 55. ISBN: 978-3-464-21236-3

⁴ Begriffslexikon: Natürliche Person, oesterreich.gv.at, URL: <https://www.oesterreich.gv.at/lexicon/N/215114.html> [Stand 27. 3. 2020]

⁵ Begriffslexikon: Natürliche Person, oesterreich.gv.at, URL: <https://www.oesterreich.gv.at/lexicon/N/215114.html> [Stand 27. 3. 2020]

⁶ PULLIG, Karl-Klaus. Personalmanagement. Wien: Hanser 1993. Thema 3.1.1. ISBN: 3-446-16340-9

⁷ AAKER, David A. Strategisches Markt-Management. Gabler 1989. Seite 22. ISBN: 3-409-13339-9

⁸ AAKER, David A. Strategisches Markt-Management. Gabler 1989. Seite 22. ISBN: 3-409-13339-9

1. **Arbeitsbezogene Standortfaktoren** – Der Standortfaktor Arbeitskraft ist in allen Gesellschaften von großer Bedeutung. Es handelt sich um Dimensionen der Arbeit, die sehr eng miteinander verbunden, aber nicht voneinander abhängig sind.
2. **Materialbezogene Standortfaktoren**
 - A. **Transportkosten** - Je höher die Transportkosten sind, desto mehr wird die Standortwahl von den Materialkosten beeinflusst.
 - B. **Zuliefersicherheit** - Das Unternehmen ist häufig auf eine gute und sichere Lieferung der zu kaufenden Waren angewiesen.
 - C. **Art des Produktes** - (Für Produkte ist es am besten, einen Ort mit dem möglichst kurzen Transportweg zu wählen.)
 - D. **Energie** - (Die Verfügbarkeit und der Preis von Energie können von Ort zu Ort variieren.)
3. **Absatzbezogene Standortfaktoren** – Der direkte Kontakt zum Kunden, der Wettbewerb, die Transportfähigkeit der Produkte und schließlich die potenzielle Nachfrage sind sehr wichtig.
4. **Verkehrsbezogene Standortfaktoren** – „Eine gute Verkehrsinfrastruktur erlaubt es einem Unternehmen, seine Transportkosten und Transportzeit gering zu halten.“⁹
5. **Immobilienbezogene Standortfaktoren** – Die Lage hängt von den Immobilienpreisen und der Höhe der Miete ab.
6. **Umweltschutzbezogene Standortfaktoren** – Die Orientierung an der Umwelt ist nach wie vor sehr wichtig. „Dies resultiert nicht allein aus Gesetzesvorgaben zum Landschafts-, Lärm- und Gewässerschutz, sondern auch aus der geringer werdenden Anzahl freier Güter wie Wasser und Luft.“¹⁰
7. **Abgabenbezogene Standortfaktoren** – „Bei einem abgabenorientierten Standort richtet sich die Standortentscheidung nach dem Ort mit den geringsten Beiträgen, Gebühren und Steuern an den Staat.“¹¹
 - A. **Im nationalen Bereich** - sehr unterschiedliche Steuerbelastung
 - B. **Im internationalen Bereich** - unterschiedliche Steuervorteile aufgrund unterschiedlicher Steuersysteme
8. **Clusterbildung** – Know-how im Bereich Technologie und Dienstleistungen ist für viele Unternehmen zu einem entscheidenden Kriterium geworden.
9. **Rechtliche und politische Standortfaktoren** – Die Standortwahl wird auch von der politischen Stabilität eines Landes bestimmt. Dies ist Rechtssicherheit und in der Regel durch niedrige Wechselkurse in der Landeswährung gekennzeichnet.

Miniaktivität

Erinnerungstest:

- Nennen Sie mindestens 5 Punkte, die man wählen oder machen muss, wenn man ein Unternehmen gründet.

- Was gehört Ihrer Meinung nach zu den materialbezogenen Standortfaktoren?

⁹ THOMMEN, Jean Paul. Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Wiesbaden: SpringerGabler, 2017. Kap.: 2.8.2, ISBN 978-3-658-07768-6.

¹⁰ THOMMEN, Jean Paul. Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Wiesbaden: SpringerGabler, 2017. Kap.: 2.8.2, ISBN 978-3-658-07768-6.

¹¹ THOMMEN, Jean Paul. Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Wiesbaden: SpringerGabler, 2017. Kap.: 2.8.2, ISBN 978-3-658-07768-6.

Internetquellen:

- 1) Begriffslexikon: Natürliche Person, oesterreich.gv.at, URL: <https://www.oesterreich.gv.at/lexicon/N/215114.html>
- 2) DUDEN Wörterbuch, dudен.de, URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Gewerbe>
- 3) Was ist eine Unternehmensgründung? (Definition), Glossar für Gründungs-Interessierte, URL: <https://www.franchiseportal.de/definition/unternehmensgruendung-a-4886>

Gedruckte Quellen:

- 1) AAKER, David A. Strategisches Markt-Management: Wettbewerbsvorteile erkennen, Märkte erschließen, Strategien entwickeln. Gabler 1989. ISBN: 3-409-13339-9
- 2) FEARNs, Anneliese und LÉVY-HILLERICH, Dorothea. Kommunikation in der Wirtschaft. Berlin: Cornelsen Verlag 2009. Seite 55. ISBN: 978-3-464-21236-3
- 3) PULLIG, Karl-Klaus. Personalmanagement. Wien: Hanser 1993. ISBN: 3-446-16340-9
- 4) THOMMEN, Jean Paul. Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Wiesbaden: SpringerGabler, 2017. ISBN: 978-3-658-07768-6