

Standortfaktoren und Entscheidungskriterien – Wo sollte die Bäckerei TollBrot Betriebe eröffnen?

StR Dr. Marco Rehm, Anna Solbach

FACH	Politik-Wirtschaft, Wirtschaft
SCHULTYP	Sekundarstufe 1
KERNLEHRPLÄNE UND KOMPETENZ- BEREICH	<p>KLP Wirtschaft-Politik für das Gymnasium/Gesamtschulen: „bewerten Strukturen und Handlungsoptionen innerhalb ökonomischer und politischer Entscheidungsprozesse UK 5)“</p> <p>Inhaltsfeld 1, dort: „Wachstum und nachhaltige Entwicklung: die Schülerinnen und Schüler „stellen Interessen und Rechte zentraler wirtschaftlicher Akteure heraus und bewerten diese“</p> <p>KLP Wirtschaft für Realschulen: „beurteilen verschiedene Optionen ökonomischen und konsumrelevanten Handelns. (UK 4)“</p> <p>Inhaltsfeld 2: Nachhaltige Entwicklung in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft: Die Schülerinnen und Schüler „bewerten individuelle, unternehmerische und staatliche Maßnahmen mit Blick auf Nachhaltigkeit“</p>
ZEITBEDARF	etwa acht Doppelstunden

DIE REGION SÜDWESTFALEN

Fakten zur Region:

5 Kreise

Der Kreis Soest, der Hochsauerlandkreis, der Märkische Kreis, der Kreis Olpe und der Kreis Siegen-Wittgenstein bilden die Region Südwestfalen. Sie umfassen zusammen 59 Städte und Gemeinden.

1,4 Millionen Menschen leben in der Region

Die meisten Einwohner zwischen Siegerland und der Soester Börde hat der Märkische Kreis. Die größte Stadt ist die Universitätsstadt Siegen mit 100.000 Bürgerinnen und Bürgern.

6.195 km²

beträgt die Fläche Südwestfalens. Das macht etwa ein Fünftel von Nordrhein-Westfalen aus.

10 Studienstandorte

sind über Südwestfalen verteilt und lassen bei der Hochschulbildung keine Wünsche offen.

Industrieregion Nr.1 in NRW

und Nummer 3 in Deutschland – so darf sich Südwestfalen mit Fug und Recht nennen.

Über 150 Weltmarktführer

haben in Südwestfalen ihren Sitz: Unternehmen, die weltweit in ihrem Marktsegment führend sind.

Die größte Naturparkregion

Deutschlands hat hier ihr Zuhause, denn die Naturparke Sauerland Rothaargebirge, Arnsberger Wald und Diemelsee erstrecken sich nahezu über die gesamte Fläche Südwestfalens.

Lehrerhandreichung



Thematische Einordnung in den südwestfälischen Kontext



Das Bäckerhandwerk ist eines der ältesten Handwerke in Deutschland. Ursprünglich Aufgabe der Leibeigenen und Klosterknechte, entwickelte sich im Frühmittelalter durch das Städtewachstum der eigene Berufsstand des Bäckers. Brot war teuer und zunächst nur Adligen vorbehalten, während das gemeine Volk überwiegend Brei aß. Außerdem entwickelten sich nicht nur regionale Unterschiede, sondern auch in Bezug auf das Backwerk trennten sich die Berufe. Noch heute unterscheidet man zwischen dem Bäcker/der Bäckerin, die jegliche Art von Broten und Backwaren herstellt und dem Konditor/der Konditorin, der/die sich auf Kuchen und weitere Süßwaren spezialisiert hat. Regionale Unterschiede ergeben verschiedene Produkte, wie beispielsweise Lebkuchen und Pfefferkuchen in Süddeutschland. Historisch und regional bedeutsam ist das aus dem Kreis

Lehrerhandreichung



Soest stammende Pumpernickel aus der seit dem 16. Jahrhundert bestehenden Bäckerei Haverland, die als Ursprungsbäckerei dieses Brotes aufgeführt wird. Im Siegerland hat sich mit dem „Sejersländer Riewekooche“ eine regional bedeutsame Variante des Kartoffel-Kastenbrotes entwickelt. Im Zuge der Industrialisierung entwickelte sich auch der Bäckerberuf weiter, so dass es mittlerweile nicht mehr nur kleine Bäckereien gibt, sondern auch Mehrfilialenunternehmen und Großbäckereien. Letztere sind industriell geprägt und haben mit dem klassischen Handwerk von einst nicht mehr viel gemeinsam. Eine Expansion von überregional bedeutsamen Bäckereien, beispielsweise aus dem Rheinland oder Norddeutschland nach Südwestfalen, blieb bislang aus. Vielmehr ist Soest Sitz eines der größten Kuchenproduzenten Deutschlands. Nichtsdestotrotz gibt es in ganz Nordrhein-Westfalen einen Trend zu größeren Bäckereien, wie der Rückgang der Beschäftigten im Bäckerhandwerk in den letzten zehn Jahren illustriert (siehe Landesdatenbank.nrw.de).

Lehrerhandreichung



Didaktische Hinweise

Didaktische Vorbemerkung: Mit dem Beispiel der Bäckerei auf verschiedenen Stufen der betrieblichen Wertschöpfung (Verkauf in der Filiale, (Vor-)Produktion in einer Großbäckerei, Verwaltungssitz) knüpft das Material an verschiedene Vorerfahrungen der Schülerinnen und Schüler an und ist daher flexibel einsetzbar. So ist es möglich, dass in einer Lerngruppe wegen des Leistungsstandes nur die Standortwahl der Bäckereifiliale thematisiert wird, während in einer anderen Lerngruppe binnendifferenziert alle drei Standortfragen bearbeitet werden.

Standortfaktoren sind im Kernlehrplan der Sekundarstufen I und II verankert. In der Sekundarstufe I des Gymnasiums kann man die vorliegende Einheit im Inhaltsfeld 1 und dort im Schwerpunkt Wachstum und nachhaltige Entwicklung verorten. In der Realschule ist die nachhaltige Entwicklung in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft in Inhaltsfeld 2 festgeschrieben. Demzufolge sollen die Schülerinnen und Schüler „Möglichkeiten zu Wachstum und Ressourceneffizienz“ bewerten, „unternehmerische Bedürfnisse und standortgebundene Gegebenheiten mit Blick auf langfristigen Wachstum“ bewerten und „Entscheidungskriterien“ diskutieren. Im Hinblick auf die vorliegende Unterrichtseinheit sind diese Ziele exemplarisch anhand der Standortauswahl erreichbar: Die Schülerinnen und Schüler beurteilen hier anhand selbst gesetzter Bewertungskriterien einer Nutzwertanalyse, in wie weit ein spezieller Standort in Frage kommt. Dabei werden verschiedene Möglichkeiten sowie die Bedürfnisse des Unternehmens in Betracht gezogen. Erst am Ende des Unterrichtsvorhabens sollen die Schülerinnen und Schüler die zuvor verarbeiteten Wissensbestände systematisieren (nach dem Prinzip: vom Konkreten zum Abstrakten) und die Region Südwestfalen als Ganzes hinsichtlich der Attraktivität als Wirtschaftsstandort beurteilen.

Lernvoraussetzungen: Es bietet sich an, dass die Schülerinnen und Schüler methodisch in der Lage sind, sich in einer digitalen Karte zurechtzufinden und die dort verfügbaren Informationen auswerten können. Das Beherrschen der Grundrechenarten für die Durchführung der Nutzwertanalyse sind von Vorteil. Auf der Ebene des Sachwissens bietet es sich an, dass die Schülerinnen und Schüler Ziele, Funktionen und Organisationsformen von Unternehmen bereits kennen. Einfache Rahmenbedingungen, wie die infrastrukturelle Anbindung, sollten aus der Lebenswelt der Schülerinnen und Schüler bekannt sein. Weitere Standortfaktoren können sich die Schülerinnen und Schüler aus dem Material erschließen. Auf der Ebene der Urteilskompetenz sollten die Schülerinnen und Schüler darin geübt sein, dass Sachurteile einer Begründung bedürfen. Andernfalls kann dies in der vorliegenden Unterrichtseinheit gelernt und auf der Methodenebene thematisiert werden.

Inhaltliche Hinweise: Die Standortwahl eines Unternehmens zeichnet sich durch eine hohe Komplexität aus. Eine übliche Systematisierung der dabei entscheidenden Faktoren ist die Einteilung in weiche und harte Standortfaktoren. Je nach Unternehmensziel sind unterschiedliche Faktoren zur Betrachtung heranzuziehen. Als Beispiel dient dazu ein Bäckereiunternehmen, das drei verschiedene Unternehmensteile anzusiedeln anstrebt, wobei jeweils unterschiedliche Fakto-

Lehrerhandreichung



ren berücksichtigt werden müssen. So ist es beispielsweise für die Wahl des Hauptsitzes oder des Produktionsortes, anders als bei der Verkaufsfiliale, wenig relevant, wie hoch die Kundenfrequenz an Laufkundschaft am Standort ist. Für den Hauptsitz hingegen sind weiche Standortfaktoren wie die Lebensqualität in der Umgebung wichtiger als bei einem Produktionsstandort. Südwestfalen ist ein derart vielfältiger Wirtschaftsraum, dass er für alle drei Unternehmensteile Entfaltungspotentiale bietet. Eine nachhaltige Unternehmensentwicklung setzt voraus, dass unternehmerische Entscheidungen langfristig gedacht werden. Die Schülerinnen und Schüler erarbeiten im Material Unternehmensziele und entscheiden basierend darauf über den am besten geeigneten Standort.



Übersicht der Unterrichtseinheiten

Nr.	Thema	Inhalte	Kompetenzerwartung
1 a.	Was sind die Unternehmensziele und -anforderungen?	Datenauswertung	<p>... analysieren die präsentierten Unternehmenssituationen</p> <p>... beurteilen die Informationen nach Relevanz und filtern irrelevante Informationen heraus</p> <p>... arbeiten das Problem der Standortwahl aus der Ausgangssituation heraus</p>
1 b.	Welche Standorte stehen zur Auswahl?	Kartenanalyse, Lage, Kosten, Kundenfrequenz	<p>... analysieren Karten und Informationen über die möglichen Standorte</p> <p>... bereiten die Informationen aus der Karte auf</p>
1 c.	Wie kann man sinnvoll eine Standortentscheidung treffen?	Nutzwertanalyse	<p>... sortieren die gesammelten Informationen</p> <p>... nehmen eine begründete Gewichtung der Kriterien vor</p> <p>... berechnen den geeignetsten Standort für die Anforderungssituation</p> <p>... entscheiden sich begründet für einen Standpunkt</p>
2	Wie kann man Standortfaktoren systematisieren?	harte und weiche Standortfaktoren	<p>... ordnen die verwendeten/angegebenen Faktoren nach harten und weichen Standortfaktoren ein</p> <p>... vergleichen Unterschiede und Gemeinsamkeiten der benötigten Kriterien innerhalb verschiedener Anforderungssituationen</p>
3	Welche Vor- und Nachteile hat die Region Südwestfalen als Standort im Vergleich zu anderen Regionen?	Regionalsteckbriefe der Regionen Deutschlands	<p>... vergleichen kriteriengeleitet verschiedene Regionen miteinander</p> <p>... beurteilen die Region Südwestfalen unter dem Gesichtspunkt der Standortwahl</p>

Übersicht der Unterrichtseinheiten



Didaktische Kommentare zu den einzelnen Einheiten

Vorbemerkung: In der vorliegenden Einheit lernen die Schüler*innen unterschiedliche Standortfaktoren kennen und führen eine Nutzwertanalyse zur Entscheidungsfindung durch. Sie betrachten die verschiedenen Expansionsmöglichkeiten eines Unternehmens und erfahren die variable Gewichtung der Faktoren.

Einheit 1: In der ersten Einheit werden die SuS mit den unterschiedlichen Situationen konfrontiert und arbeiten die Anforderungen des Unternehmens heraus. Wichtig ist, dass die SuS individuell auf ihre Möglichkeiten angepasste Situation bekommen. Je nach Lerngruppe ist diese frei wählbar oder wird von der Lehrperson zugewiesen. Danach erarbeiten sie sich aus dem Material die relevanten Standortfaktoren und arbeiten die jeweiligen Informationen dazu heraus. Sie führen eine Nutzwertanalyse mit selbst gewählter Gewichtung der Kriterien durch und begründen ihre Gewichtung. Der Abschluss der Nutzwertanalyse ist eine begründete Entscheidung über den Unternehmensstandort. Dies kann methodisch in Form einer Abschlusspräsentation vor der fiktiven Geschäftsführung des Bäckereiunternehmens TollBrot geschehen. Diese Einheit wird sich im Unterrichtsalltag über **mehrere Schulstunden** erstrecken.

Einheit 2: In der zweiten Einheit festigen sie ihr Gelerntes, indem sie alle zuvor angewendeten Faktoren nach harten und weichen Faktoren einteilen und so die bisher verarbeiteten Standortfaktoren systematisieren. Dabei verarbeiten sie die Informationen aus der ersten großen Einheit. Dies folgt dem Grundsatz „vom Konkreten zum Abstrakten“.

Einheit 3: Abschließend vergleichen sie ausgewählte Regionen Deutschlands anhand ihrer Standortfaktoren miteinander und finden Gemeinsamkeiten und Unterschiede. Der Kernpunkt dabei ist, dass die Region Südwestfalen die Balance zwischen Wirtschaft und Industrie sowie Natur und Naherholung bietet. Zwar nehmen Unternehmen in Kauf, dass die ländliche Region zu noch nicht vollständig ausgebauter Breitbandversorgung und längeren Fahrtwegen führt, genießen aber im Ausgleich dazu eine lebenswerte Umwelt in der Natur für ihre, durch nahe Universitäten und Hochschulen gut ausgebildeten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Dieser Standortvergleich wurde auf wenige Faktoren reduziert, damit er Schülerinnen und Schülern der Sekundarstufe I bearbeitbar und nachvollziehbar ist. Der Lehrkraft bleibt es selbstverständlich überlassen, den Vergleich mit weiteren Daten anzureichern.

Einheit 1 a: Situation Filiale



Das Unternehmen hat schon angekündigt, dass es die erste Filiale in Soest eröffnen möchte. Allerdings steht noch nicht fest, wo genau. Die Filiale soll nicht nur leckere Backwaren verkaufen, sondern auch noch ein kleines Café haben, in dem die Gäste verweilen und Kaffee und Kuchen genießen können. Es wäre wünschenswert, den Gästen eine nette Aussicht bieten zu können, bei der sie entspannen können. Da man die Kette hier nur dem Namen nach kennt und es noch keine Stammkundschaft gibt, ist eine gute Erreichbarkeit für Laufkundschaft wünschenswert.

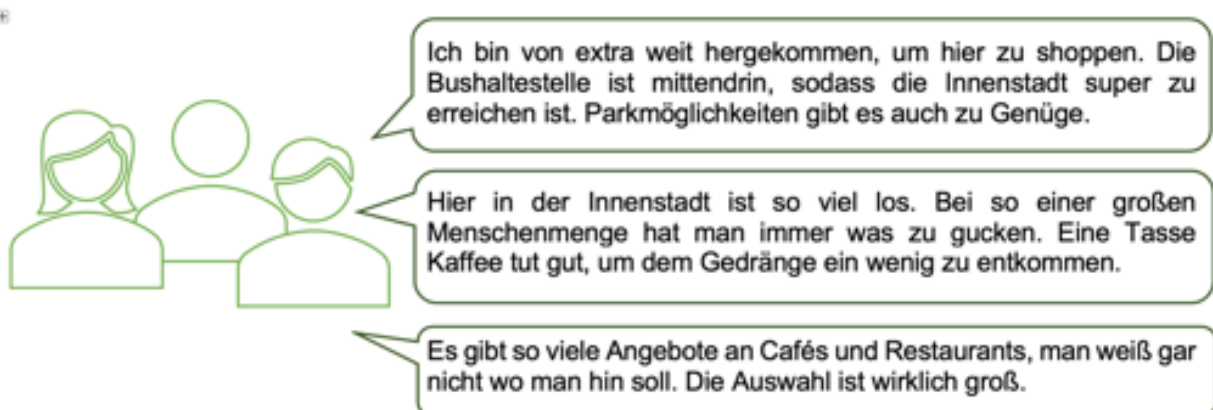
M1: Interaktive Karte:



<https://www.google.de/maps/@51.5781619,8.0828666,13z/data=!3m1!4b1!4m2!6m1!1s1KsOgRs-NczDUbCV9c7ANoDNWYFlImty6l>

M2: Aussagen von befragten Passanten:

In der Innenstadt:



Einheit 1 a: Situation Filiale



Im Stadtpark:



Leider gibt es nicht besonders viele Auswahlmöglichkeiten an Cafés oder Ähnlichem. Es wäre schön, wenn man sich eine Kleinigkeit zu Essen kaufen könnte, ohne dafür in die Stadt fahren zu müssen.

Ich wohne in der Stadt und komme gerne zum Spazieren mit dem Hund hierher. Der Park ist super zu erreichen und mir gefällt der Mitmachgarten besonders gut!

Ich komme von Auswärts und arbeite in der Stadt. Meine Mittagspause verbringe ich sehr gerne hier im Grünen.

Im Wohngebiet:



Wir wohnen schon seit Jahren hier, die Gegend ist wirklich sehr ruhig und es gibt nur wenig Verkehr. Nur wünschen meine Familie und ich uns so gerne eine Bäckerei in der Nähe, bei der wir unsere Frühstücksbrötchen kaufen können.

Unsere Kinder nutzen täglich die nahegelegene Bushaltestelle, um zur Schule zu fahren. Die Gegend ist zwar ruhig, aber gut zu erreichen.

Die Vorgärten hier sind so schön und gepflegt. Das ist wirklich eine super Gegend zum Wohnen.

Einheit 1 a:
Situation Filiale



M3: Nutzwertanalyse

		Bewertung der Kriterien (1=sehr schlecht, 10=sehr gut)					
		Berechnung der Kriterien mit Gewichtung					
	Gewichtung der Kriterien	A	=	B	=	C	=
	= 100						
Beispiel	30	8	240	2	60	5	150

Arbeitsaufträge:

1. Erarbeitet euch die jeweiligen Informationen zu den Standorten aus der interaktiven Karte und den Passantenaussagen. Legt 5 Standortfaktoren fest, die ihr für Eure Entscheidung als relevant erachtet.
2. Tragt die Faktoren mit den jeweiligen Informationen in die Tabelle ein. Nehmt nun eine prozentuale Gewichtung der einzelnen Faktoren vor.
3. Vergebt danach Punkte, inwieweit die Faktoren an den drei Standorten erfüllt sind. Vergebt 10 Punkte (sehr gut) bis 1 Punkt (sehr schlecht).
4. a) Führt eine Nutzwertanalyse durch, indem ihr anhand der Gewichtungen einen Punktwert für jeden Faktor und jeden Standort berechnet sowie die gewichteten Punkte für jeden Standort summiert.
b) Entscheidet Euch dann begründet für einen Standort.

Hinweis: Eine Hilfe für die Durchführung einer Nutzwertanalyse findet Ihr im Zusatzmaterial.

Einheit 1 a: Situation Filiale



Hilfekarte zur Erklärung

Beispiel: Ihr wollt ein Auto kaufen und habt zwei Modelle zur Verfügung und jeweils drei Merkmale/Kriterien.

1. Welches Kriterium ist euch am wichtigsten? Die Farbe? Oder doch der Motor oder die Ausstattung? Überlegt, wie wichtig euch jedes Kriterium ist. Beachtet dabei, dass am Ende alle Kriterien zusammen 100% ergeben müssen.
2. Dann betrachtet ihr eure beiden Autos und bewertet, wie euch etwas gefällt. Ihr vergebt Punkte von 1 (schlecht) bis 10 (sehr gut). Wenn euch beispielsweise die Farbe eines der beiden Autos sehr gut gefällt, dann tragt ihr dafür die "10" in der entsprechenden Zelle Farbe/Punkte ein. Am Ende habt ihr für jedes Kriterium eine Bepunktung vorgenommen.
3. Im Anschluss daran wird die Punktzahl jeweils mit der Gewichtung des Kriteriums multipliziert. Auto 1 hat 4 Punkte für die Farbe bekommen. Die Farbe hat eine Gewichtung von 15%. $4 \cdot 15 = 60$. Wenn ihr das für jedes Kriterium macht, habt ihr überall eine Punktzahl stehen.

Am Ende wird addiert: Rechnet alle Ergebnisse eines Autos zusammen (grüne Spalten) und bestimmt die Endpunktzahl. Das Auto mit der höchsten Endpunktzahl (im Beispiel unten also Auto 1 mit 705) ist der Gewinner der Nutzwertanalyse.

		Auto 1		Auto 2	
Merkmale	Gewichtung der Kriterien	Punkte	Ergebnis	Punkte	Ergebnis
Farbe	15	4	60	5	75
Motor	65	9	585	5	325
Ausstattung	20	3	60	10	200
	= 100	= 16	705	= 20	600

Beispielberechnung:

Farbe: Auto 1: $15 \cdot 4 = 60$; Auto 2: $15 \cdot 5 = 75$

Einheit 1 b:

Situation Produktion



Die Großbäckerei TollBrot hat nun, nachdem die Eröffnung der ersten Filiale so erfolgreich war, viele weitere Filialen in Südwestfalen eröffnet und verkauft mittlerweile gleichmäßig verteilt über die Region ihre Backwaren. Um diese neuen Geschäftsstellen besser mit frischen Backwaren zu versorgen, soll nun auch die Produktion nach Südwestfalen verlegt werden.

Allerdings sind viele unterschiedliche Entscheidungsfaktoren zu berücksichtigen, die Einfluss auf die Wahl des neuen Produktionsstandortes haben. So sind neben den zahlenbasierten Kriterien wie dem Mietpreis oder Gewerbesteuerhebesätzen* auch weniger offensichtliche Kriterien zu beachten. Beispielsweise muss genügend potenzielles Personal für die unterschiedlichen Berufe innerhalb der Standorte zur Verfügung stehen. Dieses kann einerseits schon fertig ausgebildet oder studiert ins Unternehmen kommen. Andererseits bieten das Unternehmen auch Praktika und Ausbildungsplätze an. Möglicherweise werden einige Mitarbeiter aus einem anderen Produktionsstandort mit in die Region wechseln. Speziell für diese wünscht sich TollBrot eine angenehme Wohngegend mit interessanten Freizeitangeboten, welche einen Umzug in eine andere Region ansprechender gestalten sollen.

Um alle Filialen gut versorgen zu können, braucht es eine große Produktionsfläche. Des Weiteren fahren täglich fast 50 LKW die Produktionsstätte an, um Rohstoffe für die Produktion zu liefern oder fertige Backwaren an die Filialen zu verteilen.

* Gewerbesteuerhebesatz: Ist der von der jeweiligen Gemeinde festgelegte Steuersatz, der mit dem allgemein üblichen Gewerbesteuermesszahl (3,5%) multipliziert wird, um zu ermitteln, wie hoch die jeweilige Steuerlast eines Gewerbebetriebes ist.

Quelle: <https://www.gewerbeanmeldung.de/gewerbesteuer-hebesatz>

M4: Interaktive Karte

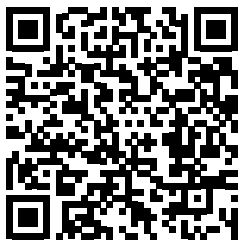


<https://www.google.de/maps/@51.2624457,8.4398911,12z/data=!3m1!4b1!4m2!6m1!1s1ponZ24lwE-moL96IWbUMvuKP2cLxhSX4R>

Einheit 1 b: **Situation Produktion**



M5: Link Gewerbesteuerhebesätze



<https://www.gewerbesteuer.de/gewerbesteuerhebesatz/nordrhein-westfalen>

M6: Lohnkosten in Südwestfalen

Das Landesamt für Statistik hat Zahlen Studie zum Leben und Arbeiten in der Region Südwestfalen veröffentlicht. Daraus geht hervor, dass sich die Lebensbedingungen in den fünf Kreisen der Region insgesamt verbessert haben. Sichtbar wird dies unter anderem an den Jahr für Jahr steigenden Lohnkosten. Diese variieren derzeit in den unterschiedlichen Kreisen Südwestfalens von 35.133 EUR im Hochsauerlandkreis bis hin zu dem Spitzenreiter Kreis Siegen-Wittgenstein mit 40.095 EUR. Im Mittelfeld liegt der Kreis Olpe mit durchschnittlichen Lohnkosten von 36.709 EUR jährlich. Besser verdient man, neben Siegen, nur noch in dem industriell sehr starken Märkischen Kreis. Dort verdienen Erwerbstätige durchschnittlich 39.213 EUR im Jahr. Die zweitgeringsten Lohnkosten haben Unternehmen im Kreis Soest mit Arbeitnehmerentgelten von 35.865 EUR jährlich.

Quelle: https://www.it.nrw/sites/default/files/atoms/files/44_17.pdf

Einheit 1 b: Situation Produktion



M7: Nutzwertanalyse

		Bewertung der Kriterien (1=sehr schlecht, 10=sehr gut)					
		Berechnung der Kriterien mit Gewichtung					
	Gewichtung der Kriterien	A	=	B	=	C	=
	= 100						
Beispiel	30	8	240	2	60	5	150

Arbeitsaufträge:

1. Sichtet das gegebene Material (interaktive Karte und Zeitungsartikel) und stellt die 5 wichtigsten Standortfaktoren mit den jeweiligen Informationen heraus. Begründet, warum ihr euch für diese Faktoren entschieden habt jeweils in einem kurzen Satz.
2. Wählt auf der Karte 5 Standorte aufgrund der Gegebenheiten aus, die ihr für die weitere Nutzwertanalyse verwenden wollt.
3. Erstellt eine Tabelle mit den ausgewählten Standorten und den dazugehörigen Standortfaktoren.
4. Beurteilt eure Kriterien nach Relevanz und führt eine Nutzwertanalyse durch.
5. Wählt den Eurer Meinung nach am besten geeigneten Standort aus und begründet Eure Entscheidung.

für die Schnellen:

- Begründet, warum die nicht in die Nutzwertanalyse eingegangenen Standortfaktoren dort nicht eingegangen sind.
- Inwieweit würde sich die Entscheidung verändern, wenn ihr die Kriterienbewertung verändert?

Einheit 1 c:

Situation Hauptsitz



Nachdem sich nun viele Filialen und der Produktionsstandort erfolgreich in Südwestfalen angesiedelt haben, hat sich das Unternehmen dazu entschlossen, seinen Hauptsitz ebenfalls in diese Region zu verlagern.

Der neue Hauptsitz dient nicht nur dazu, alle Verwaltungstätigkeiten zu organisieren, sondern soll vor allem auch als Forschungs- und Entwicklungsstandort dienen. Ein weiterer Zweck wird sein, dass dort alle aktuellen und zukünftigen Geschäftspartner empfangen und beherbergt werden. Da TollBrot in nächster Zukunft auch ins nahe Osteuropa expandieren will, werden dort somit nicht nur nationale, sondern auch internationale Lieferanten und Kunden erwartet. Zudem sollten die Führungskräfte leicht zu den geplanten Produktionsstätten in Osteuropa gelangen können. TollBrot hofft, neue, auch hoch qualifizierte Mitarbeiter aus der Region akquirieren und einstellen zu können und plant darüber hinaus, schon bestehendes Personal durch ein lebenswertes Umfeld zu einem Umzug nach Südwestfalen motivieren zu können. Führungskräfte mögen ein Umfeld mit reichem kulturellen Angebot, guten Gestaltungsmöglichkeiten für die Freizeit und attraktiven Angeboten für ihre Familien.

M8: Hilfekarte



<https://www.google.com/maps/@51.2138317,7.2575618,8z/data=!3m1!4b1!4m2!6m1!1s1E3OgyNR-ICMRqq6FPZNx5lGHO1jsDd6g>

Einheit 1 c:
Situation Hauptsitz



M9: Tragt in die folgende Tabelle eure drei favorisierten Standorte mit den jeweiligen Informationen zu den Faktoren ein

Standortfaktoren	Standort 1	Standort 2	Standort 3
Bildung			
Gewerbesteuerhebesatz			
Infrastruktur			
Freizeit			
BIP			

M10: Tabelle zur Nutzwertanalyse

Standortfaktoren	Bewertung in %	Standort 1		Standort 2		Standort 3	
		Punkte	Ergebnis	Punkte	Ergebnis	Punkte	Ergebnis
Bildung							
Gewerbesteuerhebesatz							
Infrastruktur							
Freizeit							
Mieten							
Gesamtergebnis	= 100%						

Einheit 1 c: Situation Hauptsitz

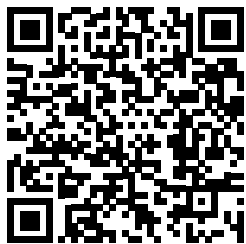


M11: Link Interaktive Karte



<https://www.google.de/maps/@51.2031421,7.2889982,8z/data=!3m1!4b1!4m2!6m1!1s1whebPCv1A-sE-dHaYUVtAqzZNOnnvBTlj>

M12: Link Gewerbesteuerhebesätze



<https://www.gewerbesteuer.de/gewerbesteuerhebesatz/nordrhein-westfalen>

Arbeitsaufträge:

1. Sichtet die Materialien (Situationsbeschreibung und interaktive Karte) und ermittelt, was Standortfaktoren sein können. Überlegt, welche Informationen ihr für die spätere Entscheidung benötigt. Diskutiert untereinander und plant anschließend euer Vorgehen.
2. Informiert Euch über die einzelnen Standortfaktoren mit Hilfe des Materials. Recherchiert auch im Internet. (Benutzt die Links unten als Hilfe). Was sind Standortfaktoren? Welche Faktoren gibt es (listet zehn auf)?
3. Konzentriert euch auf drei mögliche Standorte und maximal 5-6 Standortfaktoren.
4. Führt anhand der gesammelten Informationen eine Nutzwertanalyse durch und begründet anschließend eure Entscheidung.

Einheit 2:

Wie kann man Standortfaktoren systematisieren?



Erschließungsaufgaben:

Arbeitsaufträge:

1. –Schaut Euch den Unternehmensteil an, den Ihr bearbeitet habt und...
 - a. listet die Vorteile auf, die das Unternehmen an dem Standort hat.
 - b. Versucht die Liste mit Vorteilen zu ordnen!

M13: Einteilung von Standortfaktoren

Vorteile, die ein Unternehmen an einem Standort hat, nennt man allgemein auch gute Standortfaktoren. Diese Standortfaktoren werden benutzt, um zu beurteilen, ob ein Standort für ein Unternehmen vorteilhaft ist oder nicht. Sie können auch genutzt werden, um Standorte miteinander zu vergleichen. Dabei werden **harte und weiche Standortfaktoren** unterschieden.

Harte Standortfaktoren sind in Zahlen messbare Werte. Oft sind dies Gelder, die fließen, wie unter anderem in Form von Steuern der Unternehmen an den Staat oder Zahlungen des Staates an Unternehmen. Hinzu kommen öffentliche und private Leistungen, die an einem Standort verfügbar sind, beispielsweise Strom, Gas, (Ab-)Wasser, Abfallentsorgung, Miete, Steuern, Transport. Diese sind direkt in Kostenrechnung des Unternehmens integrierbar. Harte Standortfaktoren sind meist zeitlich stabiler und verändern sich nicht so schnell wie weiche Standortfaktoren.

Weiche Standortfaktoren betreffen zum einen die Lebensqualität der Menschen in der Region und damit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Unternehmens. Beispielsweise: Wie viele Krankenhäuser pro Einwohner gibt es, welche Bildungsangebote sind vorhanden? Zum anderen sind weiche Standortfaktoren solche Faktoren, von denen das Unternehmen profitieren kann, ohne dass dafür eine Gegenleistung des Unternehmens fällig ist. So kann z.B. ein Unternehmen von den stabilen politischen Verhältnissen in einem Staat profitieren, von effizienten Gerichten und Verwaltung, öffentliche Sicherheit; die Nähe zu Kunden, Lieferanten, Schulen, Universitäten und anderen Einrichtungen. Diese Informationen fließen nicht in die Kostenrechnung des Unternehmens des Unternehmens mit ein.

Einheit 2:

Wie kann man Standortfaktoren systematisieren?



M14: Tabelle Standortfaktoren

Standortfaktoren	
Harte Standortfaktoren	Weiche Standortfaktoren

Arbeitsaufträge:

1. Ordnet die von euch in der Situation (Filiale, Produktion oder Hauptsitz) erarbeiteten Faktoren den beiden Unterscheidungskriterien zu. Benutzt dazu die Tabelle in M14.
2. Haltet in einem Satz fest: Welche Standortfaktoren waren für Eure Situation (Filiale, Produktion oder Hauptsitz) besonders wichtig?
3. Tauscht Euch mit den anderen Gruppen aus und ergänzt Euch gegenseitig.

Einheit 3:

Welche Vor- und Nachteile hat die Region Südwestfalen als Standort im Vergleich zu anderen Regionen?



Erschließungsaufgabe:

1. Schaut in Eure Unterlagen über die Standortvorteile für die drei Situationen: Welche Standortvorteile würdet Ihr hauptsächlich mit der Region Südwestfalen in Verbindung bringen? Erstellt mit den Ergebnissen ein Kurzpräsentation und stellt Sie der Klasse vor!

Einheit 3:

Welche Vor- und Nachteile hat die Region Südwestfalen als Standort im Vergleich zu anderen Regionen?



M15: Uckermark



Foto: <https://www.busreisen.com/deutschland/brandenburg/uckermark>

Gewerbesteuerhebesatz	375
Durchschnittliche Mieten für Gewerbeimmobilien	Lager- und Produktionsfläche: 1,00 - 4,00 €/qm <small>https://www.ihk-ostbrandenburg.de/blueprint/servelet/resource/blob/4338352/68d2331ce57cd2158e0ab7ea8e2da790/gewerbemietpiegel-2019-data.pdf</small>
durchschnittliche Jahresgehälter	26.977 Euro pro Jahr <small>https://www.maz-online.de/Brandenburg/Gehaltsatlas-So-viel-oder-wenig-verdienen-die-Brandenburger</small>
Medianlohn, Vollzeitbeschäftigte, monatlich, 2019	2.587€
Freizeitangebote	Recherchiert bei google maps o.ä.
Schulen/Unis	
Infrastruktur	
Breitbandausbau Quelle: <small>https://www.bmvi.de/DE/Themen/Digitales/Breitbandausbau/Breitbandatlas-Karte/start.html</small>	90% d. Privathaushalte haben 30Mbits; 68% haben 100Mbits

Einheit 3:

Welche Vor- und Nachteile hat die Region Südwestfalen als Standort im Vergleich zu anderen Regionen?



M15: Gelsenkirchen

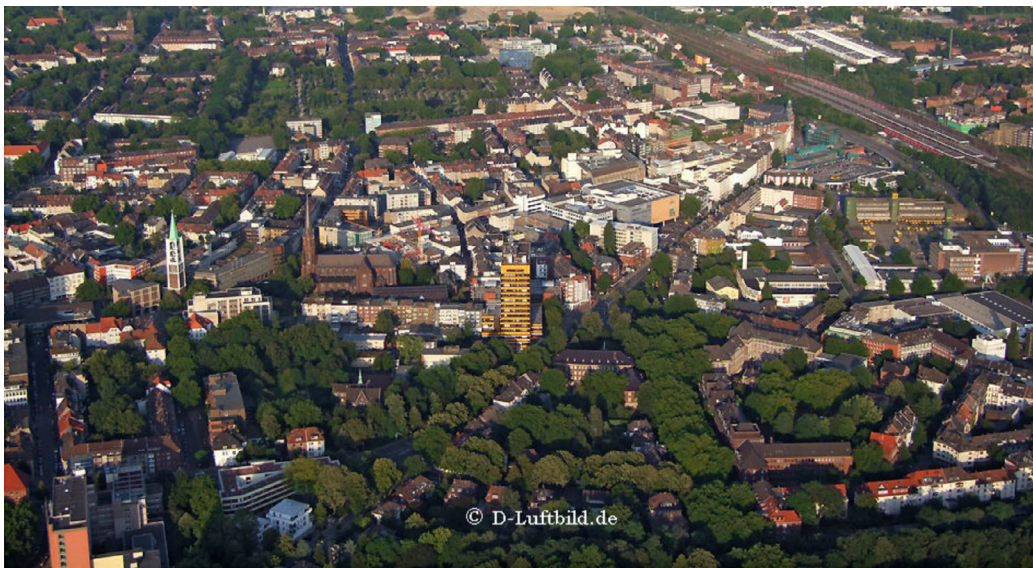


Foto: <http://www.luftbild-archiv.de/page-g22.htm>

Gewerbesteuerhebesatz	480
Durchschnittliche Mieten für Gewerbeimmobilien	Lager- und Produktionsfläche: 2,25 - 6,25 <small>https://www.ihk-nordwestfalen.de/blueprint/serviet/resource/blob/4537898/gdef09efd2e0b4e274ede264ed0ba16/gewerblicher-mietspiegel-2019-2020-data.pdf</small>
durchschnittliche Jahresgehälter	38.582 Euro pro Jahr <small>https://www.it.nrw/sites/default/files/atoms/files/44_17.pdf</small>
Medianlohn, Vollzeitbeschäftigte, monatlich, 2019	3.354€
Freizeitangebote	Recherchiert bei google maps o.ä.
Schulen/Unis	
Infrastruktur	
Breitbandausbau Quelle: <small>https://www.bmvi.de/DE/Themen/Digitales/Breitbandausbau/Breitbandatlas-Karte/start.html</small>	99% d. Privathaushalte haben 30Mbits; 99% haben 100Mbits

Einheit 3:

Welche Vor- und Nachteile hat die Region Südwestfalen als Standort im Vergleich zu anderen Regionen?



M16: Aachen



Foto: <https://www.dbb-nrw.de/verbaende/stadt-und-kreisverbaende/aachen/>

Gewerbesteuerhebesatz	475
Durchschnittliche Mieten für Gewerbeimmobilien	Lager- und Produktionsfläche: 4,00 - 7,00 €/qm <small>https://www.hausundgrund-aachen.de/fileadmin/aachen/media/pdfs/2020_Analyse_z_gewerbl_immoMarkt_AC_u_SR_AC_3.pdf</small>
durchschnittliche Jahresgehälter	38.223 Euro pro Jahr <small>https://www.it.nrw/sites/default/files/atoms/files/44_17.pdf</small>
Medianlohn, Vollzeitbeschäftigte, monatlich, 2019	3.549€
Freizeitangebote	Recherchiert bei google maps o.ä.
Schulen/Unis	
Infrastruktur	
Breitbandausbau Quelle: <small>https://www.bmvi.de/DE/Themen/Digitales/Breitbandausbau/Breitbandatlas_Karte/start.html</small>	99% d. Privathaushalte haben 30Mbits; 99% haben 100Mbits

Einheit 3:

Welche Vor- und Nachteile hat die Region Südwestfalen als Standort im Vergleich zu anderen Regionen?



Arbeitsaufträge:

1. Wählt aus den drei Regionen eine aus und...
 - a) beschreibt das dazugehörige Bild!
 - b) Analysiert die Daten in der Tabelle und verbindet sie mit Eurer Beschreibung des Bildes!
2. Vergleicht die Region mit Südwestfalen: Arbeitet
 - a) Gemeinsamkeiten und
 - b) Unterschiede heraus.
3. Wie würdet Ihr die Attraktivität der Region im Vergleich für Südwestfalen beurteilen?