

Veröffentlicht in
Existenzgründerrating
(Achleitner/Everling)

2004

“Standortfaktoren im Existenzgründerrating“

Seiten 67-87

Mit freundlicher Genehmigung der
Gabler | GWV Fachverlage, Wiesbaden
(www.gabler.de)

Standortfaktoren im Existenzgründerrating

Ulrich Blum / Werner Gleißner / Armin Schaller

1. Erfordernis und Einordnung

Die allgemeinen Ratinggrundsätze der großen Agenturen wie Moody's, Standard & Poor's und Fitch besagen, dass das Rating eines Unternehmens an seinem Standort nie besser sein kann als das Rating des Sitz-Landes. Ist diese Aussage auch auf das Rating auf regionaler Ebene zu übertragen? Möglicherweise sind bereits Zweifel bei der zuerst genannten Festlegung angebracht, denn ein internationales Unternehmen kann durchaus an einem spezifischen Standort besser aufgestellt sein als das Land – insbesondere dann, wenn dieses gerade, wie für südamerikanische Standorte üblich, eine Krise durchlebt. Darüber hinaus ist zu fragen, in welche Güterklasse die erstellten Produkte einzuordnen sind. Sind es handelbare Güter, dann kann sich das Unternehmen weit leichter über die örtlichen Standortprobleme hinwegsetzen, als wenn es regionale oder lokale Güter erstellt. Umgekehrt gilt für die Standortkonkurrenz: Bei lokalen und regionalen Gütern ist sie sehr genau zu spezifizieren, weil ein Unternehmen eben vor Ort existent ist oder zumindest in den Markt eintreten kann. Bei internationalen Gütern ist diese Übersicht kaum zu erlangen.

Für Existenzgründer sind die genannten Rahmenbedingungen v. a. vor dem Hintergrund der erforderlichen Unternehmerleistung (besser: Entrepreneurleistung) von großer Bedeutung.¹ Selbst wenn das Unternehmen für den internationalen Markt produziert, also auf der Absatzseite völlig frei agieren kann, und wenn dieser Absatz auch gewährleistet ist, so wird es weit stärker von den lokalen Standortbedingungen im Hinblick auf Arbeitskräfte und Finanzierungen abhängig sein als ein international aufgestelltes Unternehmen. Insofern kann die Festlegung, das Unternehmen könne (zumindest anfangs) nicht besser geratet werden als der Standort, durchaus Plausibilität besitzen. Die Analyse geht daher wie folgt vor:²

- Standortrating betrachtet zunächst die „objektiven“ Rahmenbedingungen einer Unternehmung bzw. einer Existenzgründung. Deshalb wird im zweiten Abschnitt beleuchtet, welche Bedeutung dem Standort aus Sicht des Existenzgründers sowie der Banken zukommt. Dies geschieht, um zu verdeutlichen, wie wichtig das Standortrating für die Unternehmen ist und welche Faktoren eine besondere Rolle spielen.

¹ Vgl. dazu Blum/Leibbrand (2001) sowie Schaller (2001).

² Vgl. auch das Vademecum von Blum/Gleißner/Schaller (2004), auf das sich Teile der Ausführungen beziehen.

- Im dritten Abschnitt wird die Infrastruktur betrachtet und anschließend das Förderumfeld beleuchtet, dem sich der Existenzgründer gegenüber sieht. Neben fiskalischen Hilfen spielt die indirekte Förderung eine bedeutende Rolle, auch weil sie nicht innerhalb einer Fördergebietskulisse angesiedelt ist.
- In einem vierten Abschnitt wird aus drei Blickwinkeln – einer übergeordneten „weltwirtschaftlichen“ Sicht, einer Unternehmenssicht und einer Regionensicht – die Frage gestellt, welche spezifischen Vor- oder Nachteile ein gegebener Standort besitzt. Hierbei wird eine spezielle Filtermethodik vorgestellt, mit deren Hilfe die Vorteilhaftigkeit bezogen auf ein spezifisches Gründungsprofil angegeben werden kann. Da der Zielpunkt auch der regionalen Sicht letztlich der Unternehmenswert ist, löst sich die Frage des Blickwinkels – des Gründers, der Bank, der Region – auf.
- Das Rating eines Standorts bezieht sich auf den Erfolgsbeitrag für die Unternehmen. Daher werden im fünften Abschnitt Grundstrukturen der Bewertung vor dem Hintergrund der Unternehmenswerttheorie aufgezeigt. Die Erfahrung lehrt, dass jedes Unternehmen die entsprechenden Faktoren anders bewerten wird, so dass kein allgemein gültiges Verfahren angegeben werden soll und kann; vielmehr sind die relevanten Grundstrukturen zu identifizieren und zu beschreiben.

2. Beurteilung des Standortes im Existenzgründungsrating

2.1 Beurteilung aus Sicht des Existenzgründers

Existenzgründer müssen bei der Gründung des Unternehmens viele grundsätzliche Überlegungen anstellen. Dazu zählen die Art der Finanzierung, die Unternehmensform oder der generelle Marktauftritt. Eine der wichtigsten Entscheidungen betrifft jedoch die Wahl des Standortes, von dem aus der Markt angegangen werden soll. Dabei geht es hier jedoch nicht vordergründig um die Überlegung, ob Verbote existieren, die eine Ausübung an einem bestimmten (nationalen) Standort unmöglich machen (als Beispiel sei hier die Internetapotheke Doc Morris genannt), sondern darum, ob und wie die (regionalen) Rahmenbedingungen eines Standortes die Standortwahl des Existenzgründers beeinflussen. Behrens teilt die Standortfaktoren den drei betrieblichen Hauptfunktionen Beschaffung, Produktion/Transformation und Absatz zu³ und unterscheidet in:

- Beschaffungskontakte (Ausstellungen, Börsen etc.),
- Beschaffungspotenzial (Arbeit, Anlagegüter etc.),
- Transformation (technische Agglomeration, Klima etc.),
- Absatzkontakte (Makler, Werbeagenturen etc.) und
- Absatzpotenzial (Bedarf, Kaufkraft etc.).

³ Vgl. Behrens (1971).

Zahlreiche Ratgeber für Existenzgründer mahnen deshalb auch zur „richtigen“ Standortwahl, um dauerhaft Erfolg zu haben. Als Faktoren nennen diese v. a. immer wieder die Nähe zum Absatzmarkt, die Konkurrenzsituation oder die Höhe des Gewerbesteuer-Hebesatzes. In der Praxis wurde jedoch beispielsweise in einem Projekt der Universität Osnabrück festgestellt, dass die Existenzgründer in der überwiegenden Zahl als entscheidenden Faktor die Nähe zum Wohnort ansehen und den Standort auch am Wohnort wählen, ohne weitere Überlegungen anzustellen. Dies mag auch daran liegen, dass für viele Existenzgründungen die Nähe zum Absatzmarkt unkritisch ist (nur etwa jeder fünfte Existenzgründer bezeichnet diesen Faktor als entscheidend). Ebenso ist das persönliche und berufliche Netzwerk, in das ein potenzieller Gründer eingebunden ist, von ganz erheblichem Einfluss auf die Gründungsentscheidung. Dieses Netzwerk ist primär regional und weniger national geprägt.

Die Einbeziehung alternativer (internationaler) Standorte ist bei der Standortwahl also zwar (noch) nicht stark ausgeprägt, jedoch gibt es auch Existenzgründer, die bei der Standortwahl umfassende Vergleiche anstellen. Der Anteil derer, die bei der Existenzgründung alternative (internationale) Standorte einbeziehen, wird mit der Erweiterung der Europäischen Union weiter zunehmen, v. a. in den Grenzregionen.

Zudem lässt sich sagen, dass die Entscheidung für oder gegen einen Standort zunächst eine Entscheidung für oder gegen eine Existenzgründung ist, d. h. in einem existenzgründungsfreundlichen Umfeld werden sich mehr Menschen überlegen, ein Unternehmen zu gründen. Wer die Chancen für eine Existenzgründung in seiner Region als hoch einstuft, hat zunächst auch keine Veranlassung, den Standort an einem anderen Ort zu wählen.

Es sind also zwei Ebenen von Bedeutung: Zum einen muss die Region im Wettbewerb der Standorte versuchen, attraktiv für Ansiedlungen in die Region zu sein, zum anderen muss sie Existenzgründungen aus der Region heraus zu fördern in der Lage sein. Es gilt also für die Regionen, als Standort für Unternehmensgründungen – sei es für Existenzgründer aus der Region oder aus anderen Regionen – attraktiv zu bleiben oder zu werden.

2.2 Beurteilung aus Sicht der Bank

Fast alle Existenzgründer müssen einen Teil des notwendigen Kapitalbedarfs fremd finanzieren. Sowohl bei den traditionellen Bankkrediten als auch bei Fördermitteln muss die Wahrscheinlichkeit für die Gewährleistung des Kapitalsdienstes abgeschätzt werden. Auch Existenzgründer benötigen somit ein Rating. Ihr Rating unterscheidet sich jedoch in einigen Aspekten grundlegend von üblichen Ratings im Firmenkundenbereich. Das wesentliche Unterscheidungsmerkmal besteht darin, dass bei Existenzgründungen keine Vergangenheitsdaten vorliegen. Das Existenzgründerrating basiert damit praktisch ausschließlich auf Prognosen. Diese Prognosen sind Teil des Geschäftsplans und sollten alle wesentlichen Informationen zur geplanten Existenzgründung enthalten. Der Geschäftsplan sollte unter anderem Informationen zu Liquiditätsplanung, Kapitalbedarfsplanung und Ergebnisplanung enthalten.⁴

¹ Die Einschätzung der Kapitaldienstfähigkeit von Existenzgründern wird beispielsweise in einem Projekt der TU Ilmenau im so genannten Investor-Relations-Spiegel behandelt.

Der Aufbau eines (idealtypischen) Ratingansatzes für junge Unternehmen, wie Füser ihn vorsieht,⁵ beinhaltet als wesentlichen Punkt die Detailprüfung des Geschäftsplans und mit dieser Prüfung eine Bewertung des Standorts, des Marktes, der Produkte/Branche, der Konkurrenz und der wirtschaftlichen Tragfähigkeit. Der Standort ist somit eine ebenso wichtige Einflussgröße für das Rating wie die Konkurrenzsituation oder das Branchenrating. Als Kriterien zur Bewertung der Standortqualität seien genannt:

- Einzugsgebiet,
- Nachfragpotenzial,
- Versorgungs- und Konkurrenzsituation sowie
- die Verkehrslage.

Daneben existieren noch Einflussgrößen wie die behördlichen Auflagen, die Grundstückskosten oder die Arbeitskräfte. Diese Faktoren sind jedoch einzelfallbezogen zu sehen. So wird es für eine Internetfirma unbedeutend sein, wie hoch die örtliche Kaufkraft ist oder wie teuer Grundstücke in den Haupteinkaufsstraßen sind, während genau dies ein Einzelhändler beachten müsste.

Es zeigt sich also, dass die Qualität eines Standortes nicht nur Auswirkungen auf die grundsätzliche Entscheidung zur Gründung eines Unternehmens bzw. auf die Entscheidung zur Gründung in einer bestimmten Region hat. Der Existenzgründer muss die Entscheidung in seinem Geschäftsplan detailliert darlegen und begründen und dies hat Auswirkungen auf sein Rating.

Ein positives Rating des Standortes hat auch eine positive Wirkung auf das zu ratende Unternehmen. Wie können nun Regionen helfen, das Rating der Unternehmen durch ein positives Standortrating zu verbessern? Diese Frage wird in den nächsten Abschnitten geklärt.

2.3 Grundlagen: Standortfaktoren als Determinanten des Ratings

Standortfaktoren werden hier als wesentliche Treiber von Unternehmenswert und Rating angesehen. Der Unternehmenswert selbst ist definiert als die Summe der auf dem Gegenwartswert diskontierten, erwarteten Netto-Cashflows.

Den Unternehmenswert kann man dann wie folgt aufteilen:⁶

$$\text{Unternehmenswert} = \sum_{t=1}^{\infty} \text{FCF}_t \cdot (1 + \text{WACC})^{-t}$$

⁵ Vgl. zum Folgenden Füser (2001).

⁶ Dabei steht FCF für Free Cashflow, also den Cashflow vor Zinsen und nach Abzug von Steuern und betriebsnotwendigen Investitionen, und WACC für Weighted Average Cost of Capital, das ist der durchschnittliche, risikoabhängige Kapitalkostensatz aus Fremdkapitalkostensatz und Eigenkapitalkostensatz (Diskontierungsfaktor).

Die freien Cashflows werden über den Umsatz- und den Kostenprozess generiert und mit den risikoabhängigen Kapitalkostensätzen bewertet. Beide Determinanten des Unternehmenswertes sind von Standortfaktoren abhängig. Die Produktivität des Kapitalstocks beispielsweise ist in erheblichem Maße vom Standort geprägt; darüber hinaus ist der Umsatzprozess eine Frage der Wettbewerbsfähigkeit. Also spielen hier neben den Kapitalkosten weitere Determinanten des betrieblichen Leistungsprozesses wie die Qualität des Humankapitals, die Art der Organisation, die Wettbewerbsposition usw. hinein.

Mit ihrer Wirkung auf den Unternehmenswert ergibt sich unmittelbar auch eine Wirkung der Standortfaktoren auf Insolvenzwahrscheinlichkeit und Rating.⁷ Der KMV-Ansatz⁸ verdeutlicht den Zusammenhang zwischen Unternehmenswert und Rating. Der Ansatz (Asset-Value-Modell) basiert auf der Idee, dass man den Wert der Aktiva eines Unternehmens (also den Marktwert von Eigen- und Fremdkapital) sowie dessen Volatilität (Risiko) bestimmt und auf dieser Grundlage berechnet, wie wahrscheinlich das Unterschreiten eines bestimmten Mindestwerts (z. B. Wert des Fremdkapitals) ist. Im Grundsatz versucht der KMV-Ansatz die Frage zu beantworten, mit welcher Wahrscheinlichkeit der Wert der Aktiva unter den Wert des Fremdkapitals (Default-Point) fällt. In dieser Situation wird das Eigenkapital Null und das Unternehmen ist (zu Marktwerten bewertet) überschuldet.

$$\text{Distance to Default} = (\text{Werte der Aktiva} - \text{Default-Point}) / \sigma_{\text{Aktiva}}$$

Die Asset-Volatilität (Aktiva) kann dabei aus der erwarteten Volatilität der Gewinne (und der sie determinierenden Risiken, etwa der Volatilität des Umsatzes) abgeleitet werden.

Insgesamt zeigt sich, dass Standortfaktoren über ihre Wirkung auf die Cashflows und die risikoabhängigen Kapitalkostensätze sowohl den Unternehmenswert als auch das Rating beeinflussen. Sie sind damit als Kriterien des Existenzgründerratings grundsätzlich relevant, was allerdings noch nichts über ihre relative Bedeutung aussagt. Im Folgenden sollen die möglichen Einflussfaktoren noch etwas näher betrachtet werden.

Abbildung 1 zeigt die „Synapsen“ des Unternehmens in Bezug auf die Region, also die Verbindung von Standortfaktoren und den unmittelbaren Determinanten von Unternehmenswert (Eigentümergeperspektive) und Rating (Gläubigerperspektive).

Dieses Bild lässt sich wie folgt in Bezug auf die den Wertschöpfungsprozess treibenden Standorteigenschaften weiter detaillieren:

⁷ Zur Ableitung der theoretisch relevanten Determinanten eines Ratings vgl. Gleißner (2002).

⁸ Vgl. Merten (1974).

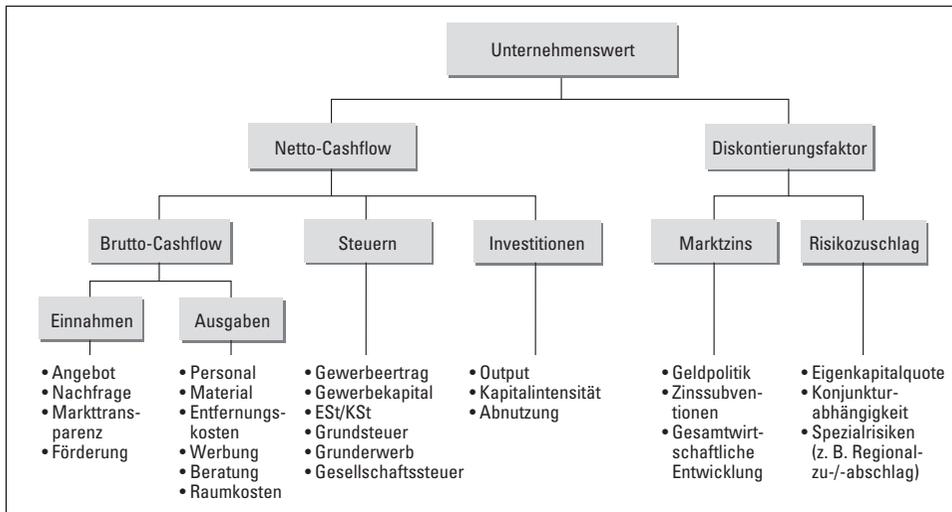


Abbildung 1: Struktur der standortbezogenen Determinanten des Unternehmenswertes



Abbildung 2: Detaillierung der standortbezogenen Determinanten des Unternehmenswertes

Grundsätzlich sind alle genannten Standortfaktoren relevante Kriterien im Gründerrating, wobei die jeweilige Bedeutung von den Anforderungen des Unternehmens abhängt (vgl. Abschnitt 4.4).

Der Ist-Zustand der Standortfaktoren beschreibt den Status quo, für Existenzgründer sind aber v. a. auch die Veränderungen der regionalen Entwicklungsperspektiven von Interesse.

Aus dieser Sicht sind wesentliche Charakteristika für Standortfaktoren:

- die Möglichkeit ihrer Beeinflussung,
- die Träger der Beeinflussung (Unternehmen, staatliche Instanzen),
- die zeitliche und intensitätsmäßige Wirkung bei Veränderungen,
- die Wirkungsweise der Standortfaktoren (regional, überregional, international).

3. Standortausstattung und Standortförderung

3.1 Infrastrukturpolitik und wettbewerblicher Rahmen

Staatliche Standortpolitik realisiert sich in der kurzen Sicht v. a. durch einzelbetriebliche Förderung, in der mittleren Sicht durch Infrastrukturinvestitionen und in der langen Sicht in der Gestaltung des ordnungspolitischen Rahmens. Da der Wettbewerb zentrale Grundlage der Wirtschaft in Deutschland und Europa ist, ist die Überwachung der Spielregeln von zentraler Bedeutung.

Der Grundsatz, dass der Wirtschaftsraum der Europäischen Union dem Wettbewerbsprinzip unterliegen soll, findet seine Entsprechung in den beihilferechtlichen Regelungen der Europäischen Kommission, für deren Einhaltung und Durchsetzung das Wettbewerbskommissariat in Brüssel zuständig ist. Durch dieses wird die Zuwendung finanzieller Mittel auf den Nachteilsausgleich bzw. auf vorwettbewerbliche Fördertatbestände beschränkt. Ziel ist es, einen Förder- bzw. Subventionswettbewerb innerhalb der Länder der Europäischen Union zu vermeiden.

In diesem Abschnitt werden zum einen die Infrastrukturpolitik und zum anderen die sonstigen Fördermöglichkeiten des Staats betrachtet.

3.2 Infrastrukturen

3.2.1 Einteilung

Als Infrastruktur bezeichnet man solche Güter, die Voraussetzung für Produktion und Konsumtion sind. Im einfachsten Fall ist dies das öffentliche Sachvermögen in Form von Verkehrswegen nebst entsprechenden Einrichtungen, öffentlichen Institutionen, Stätten der Humankapitalproduktion, institutionellen Arrangements der staatlichen Ordnung und schließlich dem Normen- und Rechtsrahmen. Viele dieser Infrastrukturen werden als öffentliche Güter angeboten. Man sieht daran deutlich, dass es ein Kontinuum von materiellen zu immateriellen Infrastrukturen gibt. Dabei ist die Komplementarität von materieller und immaterieller Infrastruktur auffällig: Institutionelle Arrangements äußern sich beispielsweise in einem Bildungswesen, das ebenso Gebäude sowie Lehr- und Lernmittel benötigt wie auch Curricula und qualifiziertes Lehrpersonal.

3.2.2 Materielle Infrastruktur

Die materielle Infrastruktur zerfällt in drei Kategorien: Netzsysteme, Knotenpunkte und Agglomerationsinfrastrukturen. Typische Netzsysteme dienen dem Verkehr und der Kommunikation. Ihre Qualität definiert sich somit über ihre Kapazität und die mit ihr verbundene Erreichbarkeit. Aus ökonomischer Sicht impliziert dies ein Denken und Entscheiden in Isochronen.⁹ Dort, wo sich Netzachsen überschneiden, entstehen Knotenpunkte, die oft Zugang zu anderen Netzsystemen darstellen.

Agglomerationsinfrastrukturen werden vor allen Dingen durch die Raumordnung in ihrer Ausprägung vorgegeben. Das Konzept der „zentralen Orte“ sieht eine Gliederung des Raumes in Oberzentren, Mittelzentren, Unterzentren, Kleinzentren usw. vor. Ziel ist es, öffentliche Güter so bereitzustellen, dass im Umland eine überkritische Angebotsmenge vorhanden ist. Die zu versorgende komplementäre Region wird folglich nach Art der bereitgestellten Leistung der Größe nach variieren. So sind Oberzentren beispielsweise mit Hochschulen bestückt, Mittelzentren mit Gymnasien und Kleinzentren mit Haupt- und Realschulen.

Netz-, Knotenpunkt- und Agglomerationsinfrastrukturen erzeugen ein komplexes Netzwerk ökonomischer Systeme. Die Art der Ausgestaltung kann für die Entwicklungsmöglichkeiten einer Region maßgeblich sein. Insbesondere können Netzwerkexternalitäten bedeutsam werden.

Nimmt man die durchschnittliche Produktivität einer derartigen Infrastruktur oder eines derartigen Infrastruktursystems zum Maßstab, so ist die Höhe des regionalen Entwicklungspotenzials berechenbar.¹⁰ Man könnte auch, im Sinne der ökonomischen Theorie, die maximale Produktivität verwenden; da aber Infrastrukturen in der Regel eine Kapazität darstellen, macht dies meist wenig Sinn – der maximale Beitrag ist nämlich dann erreicht, wenn die Kapazität gerade erschöpft wird, beispielsweise bei Stau. Dieser Zustand besitzt aber infolge hoher Zeitkosten wenig ökonomische Zweckmäßigkeit, weshalb insbesondere Bereiche von Interesse sind, bei denen der Zuwachs an Produktivität nicht durch einen Zuwachs an Zeitkosten kompensiert wird. Einfach gewendet: In die Produktionsfunktion ist auch die Zeitkomponente einzubeziehen. Durch Infrastrukturinvestitionen lassen sich auch die Qualität des Standorts und damit schlussendlich die Unternehmenswerte im Hinblick auf ihr Entwicklungspotenzial beeinflussen.

3.2.3 Immaterielle Infrastruktur

Während die Netz- und Knotenpunktinfrastruktur in der Regel durch private Sachanlagen „genutzt“ wird, benötigt die hauptsächlich öffentliche Agglomerationsinfrastruktur komplementäre soziale Infrastrukturen, Normen und anderweitige institutionelle Arrangements. Hieraus wird deutlich, dass die Art der Organisation des öffentlichen Raums direkte Folgen für die Standortqualität besitzen kann. Die Verfügbarkeit einer Infrastruktur ist

⁹ Damit ist ein Denken in zeitlichen Abständen, insbesondere in Reisezeiten, und nicht in kilometrischen Entfernungen gemeint.

¹⁰ Vgl. Blum (1982).

in diesem allgemeinen Sinne eine notwendige, aber keine hinreichende Bedingung für ökonomischen Erfolg: Es muss auch gefragt werden, wie sie genutzt wird, und dies hängt wieder von der Art ihrer Organisation ab.

3.3 Direkte (fiskalische) Förderung

3.3.1 Gemeinschaftsaufgabe

Das Ziel der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“, also der regionale Nachteilsausgleich, realisiert sich neben der Förderung der wirtschaftsnahen Infrastruktur auch in der einzelbetrieblichen Förderung in Form von Hilfen für Ansiedlungen, Neuinvestitionen oder Umstrukturierungen vorhandener Unternehmen bzw. Betriebsstätten, die einen überregionalen Absatz erzielen. Diese Förderung ist heute weitgehend auf die Neuen Bundesländer beschränkt. Es werden entsprechende Zuschüsse zu den förderfähigen Investitionen (insbesondere in Anlagen) gegeben, die aber den Gewinn erhöhen, d. h. auf die Ertragskraft des Unternehmens – und damit das Rating – einwirken.

Die von der Landesregierung zu bewilligenden Zuschüsse dieses Bund-Länder-Gemeinschaftsprogramms können durch komplementäre EU-Mittel aus der europäischen Regional- und Sozialförderung ergänzt werden. Darüber hinaus sind derartige Mittel auch teilweise frei verfügbar für Sonderprogramme (so genannte „entkoppelte“ EU-Mittel).

3.3.2 Mittelstandsförderung

Die Bundesrepublik Deutschland, v. a. in Gestalt der Förderbanken (Kreditanstalt für Wiederaufbau) sowie die Länder in Gestalt ihrer Aufbaubanken, stellen im Rahmen der Mittelstandsförderung Mittel bereit, um die Gründung von Unternehmen, insbesondere aber auch die Erweiterung derselben zu unterstützen. Hier spielen zinsverbilligte Darlehen eine besondere Rolle, und da diese in den Ländern unterschiedlich strukturiert sind, ergibt sich eine Differenzierung in Bezug auf die Bewertung eines Standortes.

3.3.3 Technologie- und Innovationsförderung

Entsprechend ihrer technologischen Geschichte vergeben der Bund und die Bundesländer unterschiedliche Hilfen zur Technologieförderung.¹¹ Darüber hinaus existieren entsprechende Programme auf der Bundesebene, die durchaus regional differenzierend wirken, weil sie teilweise nur in bestimmten Regionen zugänglich sind, die einen wirtschaftlichen Nachholbedarf besitzen, und weil auch Regionen einen spezifischen Branchenbesatz besitzen.

Grundsätzlich zu unterscheiden ist zwischen horizontalen und vertikalen Programmen. Vertikale Programme versuchen, mittelständischen Unternehmen und damit auch Exis-

¹¹ Für eine ausführliche Darstellung vgl. Blum (2001) und Blum et al. (2001); insbesondere spielen die Umfeldbedingungen für die Art der Treiber der Innovationen eine Rolle, wie Tidd/Bessant/Pavitt (1997) ausführen.

tenzgründern durch Förderung der Zusammenarbeit mit Forschungsinstituten die Markteinführung eines Produktes zu erleichtern. Horizontale Programme haben das Ziel, den Unternehmen die anwendungsnahe Forschung nutzbar zu machen, also Basisprobleme, die für eine Anzahl von Unternehmen von Bedeutung sind, im Rahmen einer Forschungs-kooperation zu lösen. Die Zugänglichkeit derartiger Netze kann für junge Unternehmen entscheidend sein, rechtzeitig technologische Impulse zu erfahren.

3.4 Indirekte (qualitative) Förderung

3.4.1 Netzwerkmanagement

Wie später ausführlich dokumentiert wird, spielen regionale Netzwerke und regionale Cluster für den Erfolg von Standorten eine entscheidende Rolle. Die Regionalökonomie hat diese Vorteile der Mischung und der Ballung¹² oder der regionalen Cluster¹³ als wesentliche Treiber des ökonomischen Erfolges identifiziert. Dabei spielt insbesondere die Verflechtungsintensität in der Region eine bestimmende Rolle, und diese besitzt nicht nur eine materielle Struktur im Sinne von Lieferungen und Leistungen, sondern auch eine immaterielle auf der Ebene der „Face-to-Face-Beziehungen“.

Damit orientieren sich erfolgreiche Regionen an Clustern mit spezifischen technologischen Kompetenzen. Oft besitzt eine durchaus aufgegliederte sektorale Struktur gemeinsame technologische Wurzeln, die durch Kooperationsnetzwerke befruchtet werden.

3.4.2 Verwaltungsprozesse

Der bereits erwähnten Hilfe aus der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ kommt die Aufgabe des Nachteilsausgleichs zu. Allerdings kann man sich fragen: Welche Art des Nachteils? Es ist offensichtlich, dass mit einer einmaligen Zahlung kaum ein standortbedingtes erhöhtes Risiko im Betriebsprozess abgegolten werden kann, denn damit würde unternehmerisches Handeln entwertet werden. Vielmehr muss es sich um einmalig zu kompensierende Standortnachteile handeln. Zu den wichtigsten Standortnachteilen zählen aber neben den fehlenden, bereits weiter oben diskutierten materiellen Infrastrukturen vor allen Dingen ineffiziente Verwaltungshandlungen. Eine Beihilfe in Höhe von 20 Prozent der Investitionskosten ist schnell verwirtschaftet, wenn das Unternehmen mit halbjähriger Verspätung am Markt ist, weil ein Genehmigungsverfahren „hängengeblieben“ ist. Für das Standortrating ist also die Geschwindigkeit, mit der die „Existenzfragen des Existenzgründers“ gelöst werden, als ein entscheidender Wettbewerbsaspekt zu erfassen. Erste Einblicke in eine derartige Standortbewertung ergibt bereits die Art der Organisation der regionalen Wirtschaftsförderung: Ist sie unabhängig? Kann sie überhaupt leistungsorientiert arbeiten oder ist sie Teil der Bürokratie? Welche Vollmachten besitzt sie?

¹² Vgl. Lösch (1962).

¹³ Vgl. Porter (1990).

3.4.3 Immaterielle Förderung als weicher Standortfaktor

Klassisch werden vor allen Dingen humankapitalbezogene Ausstattungen einer Region zu den wichtigen immateriellen Standortfaktoren gezählt, also beispielsweise die Qualität der beruflichen Bildungseinrichtung der Schulen oder der Hochschulen vor Ort. Mit Hilfe eines geeigneten Instrumentariums können Sozialindikatoren gebildet werden, die als Kriterium der Standortbewertung herangezogen werden können. Es fragt sich aber, ob dies die Realität eines Standorts wirklich erfasst. Maßgeblich ist bekannterweise nicht die bloße Existenz eines spezifischen Forschungsinstitutes, sondern die Frage, ob es sich in die Region einbringen will. Es geht mithin um die Netzwerke. Gleiches gilt für die Orientierung der Berufsschule an den Bedürfnissen der örtlichen Wirtschaft im Rahmen dessen, was als freies Curriculum gestaltet werden kann. Welche Sicht haben die örtlichen Banken auf die örtliche Wirtschaft – oder haben sie sich inzwischen von dieser emanzipiert?

Ebenso zu den weichen Standortfaktoren kann die Einstellung gegenüber Entrepreneuren gezählt werden. So wird im „Global Entrepreneurship Monitor“ zur Erfassung des Umfelds von Existenzgründungen nach dem Ansehen von Entrepreneuren gefragt. Hier kann eine Region z. B. durch die Vergabe von Preisen oder die Hervorhebung unternehmerischen Engagements die wirtschaftliche Entwicklung fördern. Nicht zu unterschätzen ist zudem die Rolle des Sozialkapitals, das sich v. a. im Vertrauensniveau in der Bevölkerung niederschlägt und als immaterieller Standortfaktor wirkt. Problematisch sind diese beiden Punkte v. a. deshalb, weil eine direkte Förderung nur schwer oder gar nicht möglich ist, sondern bestenfalls Impulse gegeben werden können.

Eine Standortbewertung muss in diesem Sinne zur Verbesserung des Standortratings die Vernetzung der immateriellen Faktoren berücksichtigen, und dies gelingt nur, wenn man eine präzise Bestandsaufnahme durchführt. Der folgende Abschnitt befasst sich mit einer entsprechenden Vorgehensweise.

4. Bewertung der strategischen Positionierung einer Region im Rahmen eines Existenzgründerratings

4.1 Sequentielle Filter als Entscheidungsinstrument

Die Bewertung einer Region erfordert zunächst das Identifizieren und Operationalisieren der wesentlichen Indikatoren, die den Standort qualifiziert zu beschreiben in der Lage sind. Es geht in einem sehr allgemeinen Sinne um die Frage, welche komparativen Vorteile und darauf aufbauenden Entwicklungspotenziale eine Region besitzt und welche regionalen Kompetenzprofile ihre Entsprechung in der sektoralen Struktur der Region finden. Aus Sicht der Bank stellt sich beim Standortrating hier z. B. auch die Frage, ob das Unternehmen in die sektorale Struktur der Region passt. Hier findet der Gedanke des Clusters

wieder seine Entsprechung. Erfolgreiche Cluster befördern die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit einer Region; sie stellen aber als dominante Wirtschaftsbereiche durchaus ein Risiko dar, denn bei Veränderung der allgemeinen Umfeldbedingungen kann diese spezifische Ausrichtung zu einer erheblichen Belastung werden.¹⁴ Auch auf Regionenebene ist daher die Bewertung nach den Kategorien „Rendite“ und „Risiko“ vorzunehmen. Offensichtlich tragen die Standortfaktoren und sonstigen Standorteigenschaften zum Unternehmenswert bei, der damit als Zielgröße des Standortratings anzusehen ist.

Drückt die Verfügbarkeit von Infrastruktur und Fördermöglichkeiten in einem allgemeinen Sinne einschließlich materieller und immaterieller Bestandteile v. a. die objektive Sicht auf die Region aus, so definiert deren Interaktion mit dem „Rest der Welt“ das letztendlich maßgebliche Standortprofil. Drei Bewertungsschritte erscheinen zu dessen Beschreibung erforderlichlich.

- In einem ersten Schritt sind die grundsätzlichen (von Regionen unabhängigen) Zukunftsperspektiven der Branchen zu erfassen, z. B. in Bezug auf ihr Wachstum, ihre Rentabilität und ihre Geschäftserwartungen: Damit werden die wirtschaftlichen Umfeldbedingungen und Perspektiven definiert, die schließlich eine Entsprechung in der Region finden müssen.
- In einem zweiten Schritt ist die Bedeutung der Unternehmen für die Region zu untersuchen, also die Verflechtung im Sinne von Lieferbeziehungen vor Ort. Erfolgreiche Regionen sollten eine relevante Exportbasis haben, mit Hilfe derer sie Nachfrage von außen auf die Region konzentrieren und diese möglichst weitgehend durch eine intensive Lieferverflechtung in regionale Wertschöpfung verwandeln.
- In einem dritten Schritt ist die der Qualität der Region aus Sicht der Unternehmen zu prüfen: Denn die Leistungsfähigkeit einer Region hängt auch davon ab, dass der Unternehmensbesatz die Attraktivität des Standortes für derart bedeutsam hält, dass Abwanderungen nicht stattfinden. Existenzgründer, die sich in einem solchen Milieu niederlassen, verfügen über ein relevantes autostabilisierendes Umfeld, das ihre Überlebenschancen und damit das angemessene Rating, vor allen Dingen am Anfang der Geschäftstätigkeit, nachhaltig verbessert.

4.2 Erster Filter: Wirtschaftliche Attraktivität von Branchen

4.2.1 Überblick

Der Branchenbesatz einer Region spielt für deren Standortbewertung (und damit für das Rating des Unternehmens) eine entscheidende Rolle. Insofern wird in einem ersten Schritt überprüft, wie einzelne Branchen aus übergeordneter Sicht einzustufen sind. Im einfachsten Fall geschieht dies mittels Auswertung von Branchenanalysen. Nimmt man

¹⁴ Porter sieht zwar in seinen jüngsten Untersuchungen keinen Beweis für die erhöhte Anfälligkeit von Regionen, die sich auf einige wenige Cluster fokussieren, dennoch bleibt dies unter Wissenschaftlern umstritten. Vgl. Porter (2003).

die „Branchennoten“ und die sektoralen Anteile der Region als Gewichte, so kann man aus Branchensicht einen Bewertungsindikator ermitteln. Darüber hinaus erscheint es als zweckmäßig, die Wettbewerbsposition einer Branche zu klassifizieren (traditionelles Branchenrating) und diese vor den regionalen Potenzialen zu spiegeln (Standortrating). Diese beiden Verfahren werden in den folgenden Abschnitten weiter betrachtet. Schließlich kann es erforderlich sein, auch die langfristigen Trends explizit zu berücksichtigen.¹⁵

4.2.2 Branchenportfolio

In einem ersten Schritt ist es zweckmäßig, Branchen nach wesentlichen Eigenschaften zu klassifizieren und daraus eine Bewertung abzuleiten. Es bietet sich dabei an, Einflussfaktoren auf die Marktattraktivität im Sinne von Rendite- und Risikowirkungen zu identifizieren. Basierend auf dem Wettbewerbskonzept von Porter könnte dies wie folgt aussehen:¹⁶

Tabelle 1: Einflussfaktoren der Marktattraktivität

Einflussfaktoren auf die Marktattraktivität gemäß Porter	Renditewirkung	Risikowirkung¹⁷
Erwartetes Marktwachstum	+	–
Wettbewerbsintensität	–	+
Risiken durch Kalkulationsfehler, unerwartet niedrige Arbeitsproduktivität	–	+
Preisempfindlichkeit („Elastizität“) der Nachfrage	–	+
Möglichkeiten zur Produkt- bzw. Leistungsdifferenzierung	+	–
Konjunkturrempfindlichkeit	–	+
Notwenige Kapitalbindung, Fixkostenbelastung	–	+
Möglichkeit der Kundenbindung	+	–
Verhandlungsmacht der Kunden	–	+
Verhandlungsmacht der Lieferanten	–	+
Verfügbarkeit von Substitutionsprodukten	–	+
Markteintrittshemmnisse für neue Wettbewerber	+	–
Abwehrreaktionen etablierter Unternehmen	+	–

¹⁵ Vgl. Blum/Gleißner (2001).

¹⁶ Vgl. Porter (1990).

¹⁷ Risiko wird als Streuung um den Mittelwert identifiziert. Nimmt man den Gewinn als Beispiel, so ist eine Streuung in dem negativen Bereich als Schaden (Gefahr), in dem positiven Bereich als Nutzen (Chance) zu identifizieren. Da eine Streuung definitionsgemäß um einen mittleren Wert gemessen wird, existieren keine rein positiven und keine rein negativen Streuungen. Je höher die Streuung liegt, desto schwieriger wird es, Unternehmensprozesse zu kalkulieren.

Anstelle eines entsprechenden branchenorientierten Risiko-Rendite-Portfolios, dessen Erstellung einen sehr hohen Aufwand bedeutet, ist es auch möglich, aus allgemein verfügbaren Unterlagen ein nutzbares Regionalportfolio zu erstellen, das beispielsweise das Branchenwachstum und die Ertrags expectation (Brancheneinschätzung) verbindet. Im Branchenwachstum konkretisiert sich der historische Erfolg, in der Brancheneinschätzung das gegenwärtige Ertrags- und Risikokalkül der Experten. Dies könnte beispielsweise wie folgt aussehen:

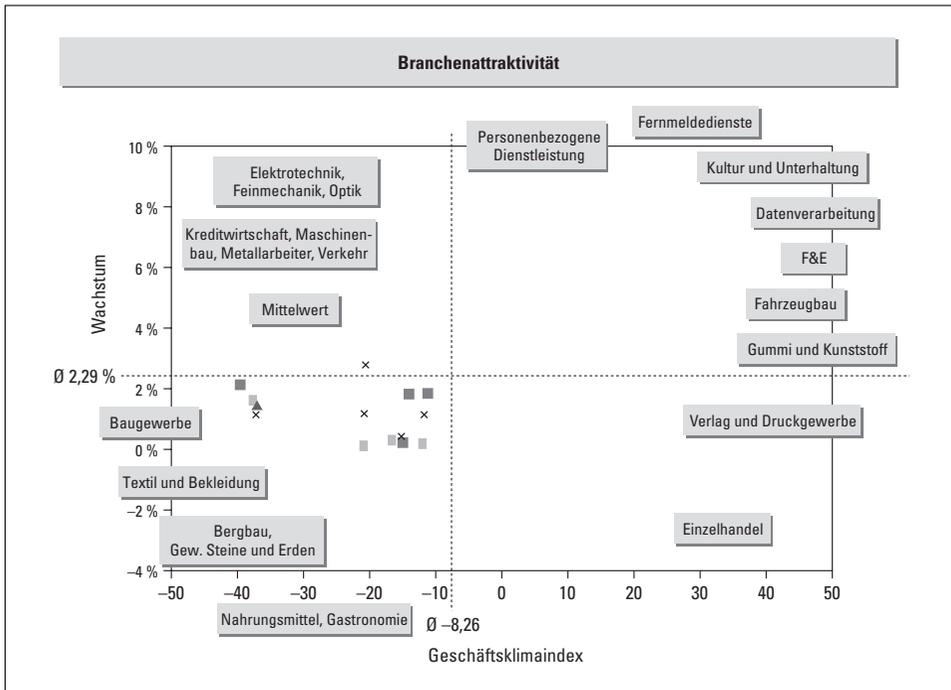


Abbildung 3: Portfolio attraktiver Branchen

Hoch attraktiv erscheinen in diesem einfachen Ansatz Branchen, die hohes Wachstum mit einer günstigen Ertragskraft (Geschäftsklima oder auch Umsatzrentabilität) verbinden (rechts oben im Diagramm).

4.2.3 Bekundete komparative Vorteile

Eine alternative oder ergänzende Bewertung der ökonomischen Branchenattraktivität basiert auf der Beurteilung ihrer Exportleistung. Hier wird die Position einer einzelnen Branche im Hinblick auf ihre internationale Wettbewerbsfähigkeit klassifiziert. Hintergrund ist die klassische Außenhandelstheorie, derzufolge Länder diejenigen Güter exportieren, bei denen sie relative Kostenvorteile besitzen. Alternativ kann dieser Vorteil aber auch als Folge staatlicher Interventionen gesehen werden, die beispielsweise durch fiska-

liche Förderprogramme die Wettbewerbsfähigkeit eines Standorts nachhaltig unterstützen sollen. Wenn die Exportquote der betrachteten Branche höher liegt als diejenige der gesamten Volkswirtschaft, besitzt dieser Wirtschaftszweig offenbar relative Vorteile im internationalen Wettbewerb. Mit diesem Verfahren des Vergleichs von Exportquoten lässt sich analog auf die relativen Vorteile einer Region an einem spezifischen Standort schließen (vgl. Filter 2 in Abschnitt 4.3).

4.3 Zweiter Filter: Attraktivität einer Branche für eine Region – Verflechtungs- und Schlüsselsektoranalyse

4.3.1 Überblick

Die Schlüsselsektoranalyse wertet die Verflechtungsstruktur einer Region durch Nutzung von Input-Output-Tabellen aus. Ziel ist es, solche Sektoren zu identifizieren, bei denen ein wertmäßiger Anstoß zu einer überdurchschnittlichen Wertschöpfung führt und die über eine hohe Beschäftigtenzahl die regionale Wirtschaft insgesamt befördert.

Die bloße Bewertung der Branche mittels eines Branchenratings (z. B. das FERI-Branchen-Rating) reicht für ein Existenzgründerrating nicht aus. Es muss vielmehr betrachtet werden, wie die regionale Struktur beschaffen ist, d. h. wie diese Branche an einem bestimmten Standort aufgestellt ist. Wie der Ansatz von Füser zeigt, gibt es durchaus auch bei den Banken Vorschläge, die Bewertung des Standortes in das Existenzgründerrating mit einzubeziehen. Dies heißt nicht, dass nur Extremfälle wie die Ansiedlung einer Werft in Oberbayern nicht positiv bewertet würden, sondern dass vielmehr für jeden Standort die regionale Struktur berücksichtigt wird, in die sich das neue Unternehmen eingliedern muss. Im Verlauf des Ratings wird geprüft, ob die Anforderungen, die eine Ansiedlung an den Standort stellt, in der Region erfüllt werden können.

4.3.2 Regionales Portfolio

Im regionalen Portfolio werden Sektoren nach dem Grad ihrer Binnenverflechtung der Größe der Sektoren gegenübergestellt. Schlüsselsektoren werden am Kriterium der Höhe des ausgelösten Wertschöpfungsimpulses gemessen, der durch das Ausgeben einer zusätzlichen Geldeinheit ausgelöst wird. Offensichtlich ist es für die Region interessant, über Sektoren zu verfügen, die Nachfrage von außerhalb befriedigen und diese mit hoher Wertschöpfung erstellen – und zwar direkt im Unternehmen, aber auch indirekt über die Lieferverflechtung. Letzteres ist bedeutsam, weil zum einen die Art der Betriebsorganisation (hierarchisch, schlank) keinen Einfluss haben soll – es kommt nur darauf an, dass eben die Wertschöpfung vor Ort geschieht. Zum anderen sind auch die weiteren Verflechtungen, beispielsweise über das Ausgeben des Arbeitslohns, zu berücksichtigen. Obige Aussage macht deutlich, dass lokale Produktion nur in dem Maß von Interesse ist, wie sie von überregionaler Produktion als Zulieferer oder durch den privaten Verbrauch angestoßen wird. Andernfalls würde nur umverteilt, obschon etwa zwei Drittel aller Beschäftigten in der lokalen Produktion beschäftigt sind. Schließlich wird als zweite Dimension die Sek-

torgroße herangezogen; sie würde idealtypisch mit Hilfe der Wertschöpfung gemessen. Da dies oft nicht möglich ist, sollte dann die Beschäftigung verwendet werden. Umsätze sind ungeeignet, weil sie infolge unterschiedlicher Fertigungstiefe keine eindeutige Aussage ermöglichen.

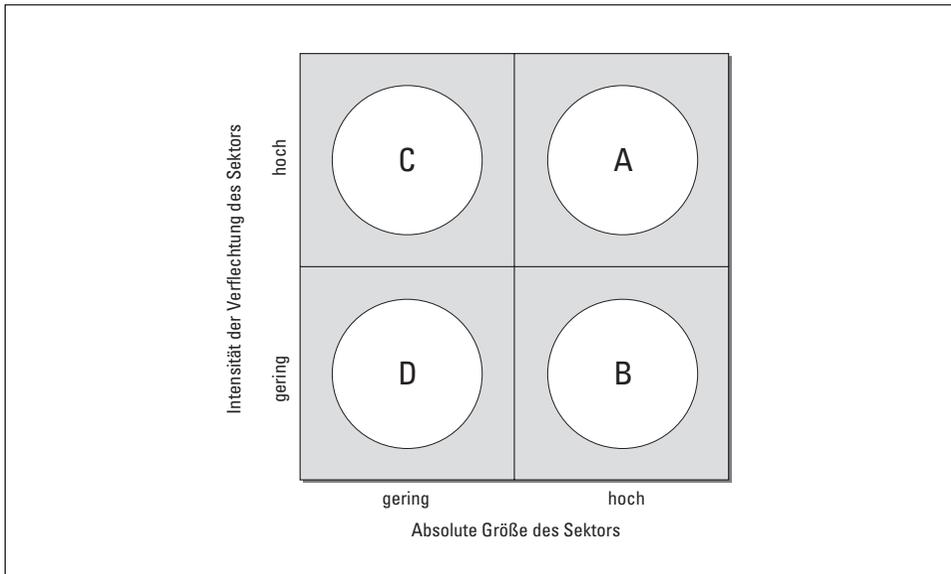


Abbildung 4: Portfolio der regionalen Verflechtung

Abbildung 4 zeigt, dass A-Branchen für die Region von besonderer Bedeutung sind. Wenig verflechtungsintensive, aber große B-Branchen besitzen einen hohen Grad an regionaler Unabhängigkeit, was unter Risikogesichtspunkten durchaus erforderlich sein kann, um eine einseitige Ausrichtung zu vermeiden. (Andererseits sind gerade diese Branchen nicht in der Region „verwurzelt“, meist nicht in lokalem Besitz und daher eher ortsungebunden.) Sie stellen für den Existenzgründer nur dann eine Hilfe dar, wenn er im Sinne eines „missing link“ dort als Zulieferer auftreten kann. Die Bereiche C und D sind von eher untergeordneter Bedeutung, wobei zu prüfen ist, ob der Bereich C durch gezielte Maßnahmen in den Bereich A überführt werden kann. Man kann dann eine Rangfolge der Bewertungen erstellen, um zu Ratingnoten zu gelangen.

Eine Region sollte v. a. in der Lage sein, Branchen mit hohen Wertschöpfungsanteilen innerhalb der Region anzusiedeln, die in andere Regionen exportieren. Dies hilft einerseits den Unternehmen, risikosenkend zu diversifizieren, und andererseits der Region, deren Standortrating sich verbessert und so attraktiv für weitere Ansiedlungen wird (von Einnahmenverbesserungen wie z. B. aus der Gewerbesteuer abgesehen).

Branchen, die für die Region attraktiv sind, sollten mehr Unterstützung erhalten, was sich tendenziell positiv auf die Unternehmensratings auswirken sollte.

4.4 Dritter Filter: Attraktivität der Region für die Branchen – Standortfaktoren aus Sicht der Unternehmen

Wie attraktiv sind die Standortbedingungen einer Region für bestimmte Branchen oder Unternehmen, insbesondere Existenzgründer? Die Verantwortlichen werden nur Unternehmen aus Branchen gewinnen können, die in der Region adäquate Standortbedingungen vorfinden. Hierzu ist eine genaue Analyse der entsprechenden Anforderungen erforderlich, die niemand besser kennt als die Unternehmen vor Ort.

Um zu vermeiden, dass eine derartige Befragung vorgefasste Meinungen wiedergibt, sollte in einem ersten Schritt ein offenes Meinungsbild erhoben werden, beispielsweise indem die Unternehmen ihre fünf wichtigsten standortbezogenen Erfolgsfaktoren und ihre fünf größten Probleme angeben. Dies kann man in einer zweiten Befragungsrunde strukturiert erfassen. Dann sind diese Antworten im Hinblick auf die regionale Gestaltungsfähigkeit zu ordnen. Eine Diskrepanzanalyse und damit die Bewertung eines Handlungsbedarfs ist immer dann möglich, wenn man gleichzeitig die Bedeutung eines Standortfaktors für das Unternehmen und die Einschätzung seiner Qualität abfragt. Besitzt ein solcher Faktor eine hohe Bedeutung, wird aber seine Qualität als problematisch eingestuft, dann ist Handlungsbedarf gegeben. Ratingnoten können durch Abstandsmaße festgelegt werden. Typische Aspekte der Bewertung sind – nach Abfragen von Firmencharakteristika einschließlich Entscheidungsverhalten und Regeln im Unternehmen zur späteren Ordnung der Daten und Hypothesenbildung – Angaben zu:

- Kostenstrukturen,
- Beschaffungsstrukturen (einschließlich Entfernung zu den Beschaffungsquellen),
- Absatzstrukturen (einschließlich Innovationsfähigkeit sowie Entfernung der Märkte),
- Erfordernis („Bedarf“) und Einschätzung („Zufriedenheit“) der materiellen und immateriellen Standortfaktoren.

Aus der Bewertung dieser Faktoren lässt sich anschließend ein Standortrating ableiten, in dem die Stärken und Schwächen der Region zum Ausdruck kommen.

Welche Standortfaktoren konkret für Unternehmen entscheidend sind, war beispielsweise Untersuchungsgegenstand eines Forschungsprojekts 2002 der Visionmetrics GmbH¹⁸ für eine Region in den Neuen Bundesländern. Es wurden dabei sowohl monetäre Aspekte (Förderung, Tarifunterschiede, Entsorgungsgebühren, Miet-/Kaufpreise) als auch infrastrukturelle Aspekte (kommunale Infrastruktur, Verkehrsinfrastruktur, Bildungseinrichtungen, Flächenangebot) und wettbewerbliche Gegebenheiten (Arbeitskräfteangebot, Konkurrenz, Kundennähe) genannt. Die detaillierte Auflistung der Faktoren zeigt dabei, dass viele Standortfaktoren, die als wichtig erachtet werden, auch direkt von einer Region beeinflusst werden können.

¹⁸ Visionmetrics kooperiert mit der WIMA GmbH und dem Institut für angewandte Wirtschaftsberatung und Wirtschaftsforschung.

Die folgende Grafik zeigt die Ergebnisse der Befragung im Detail.

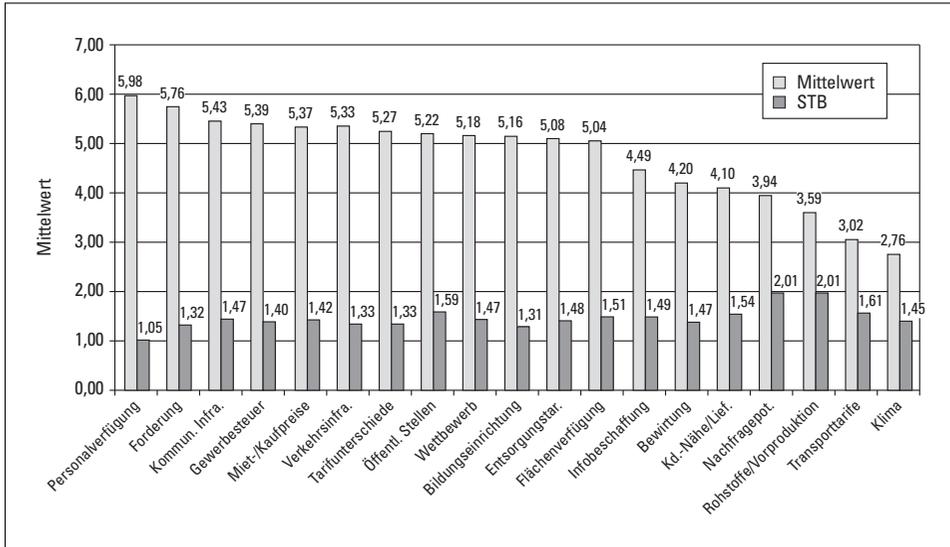


Abbildung 5: Bedeutung regionaler Standortfaktoren (Quelle: Blum/Gleißner/Schaller 2004)

Insgesamt sollte es sich günstig auf ein Existenzgründerrating auswirken, wenn der Gründer die individuell wichtigen Standortfaktoren am gewählten Standort tatsächlich vorfindet.

4.5 Synthese: Das Branchenportfolio

Existenzgründer besitzen die größten Chancen in Bereichen, die

- ökonomisch nachhaltig erfolgreich sind,
- für eine Region eine hohe Attraktivität besitzen und
- Standortanforderungen aufweisen, denen die Region weitgehend genügen kann.

Damit stellt sich der genannte Filter wie in Abbildung 6 dar.

Auch dieses kann in ein Portfolio transformiert werden, das die Voraussetzungen für erfolgreiches „Existenzgründen“ quantifizierbar macht. Gegenübergestellt wird die Attraktivität der Region für die Branche und die Attraktivität der Branche für die Region, also der dritte Filter dem ersten und dem zweiten. Besonders erfolgreich müssten offensichtlich Gründer dann sein, wenn sie im Bereich A tätig werden (vgl. Abbildung 7). Besitzt das Unternehmen einen sehr überregionalen Markt, dann kann es auch im Bereich B gut leben. Eine Gründung in C kann erfolgreich sein, verbessert aber die Struktur der Region nicht nachhaltig. Gründungen in D stehen einem hohen Risiko gegenüber.

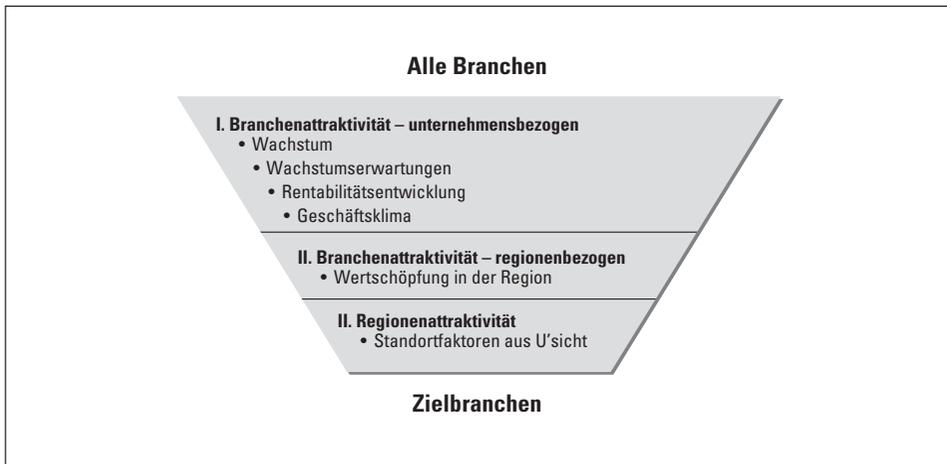


Abbildung 6: Sequentielle Filter

Diese vier Gruppen lassen sich für die Existenzgründung als Aktivitätsfelder aus Sicht der Wirtschaftsförderung beschreiben:

- Gruppe A: „Stars“. Branchen, die zur Gruppe A gehören, sind für die Region attraktiv, und zugleich passen die Standortbedingungen der Region gut zu den Anforderungen, die Unternehmen dieser Branche stellen. Auf Unternehmen und insbesondere auf Existenzgründer dieser Branchen sollten die Regionalverantwortlichen den Schwerpunkt ihrer Wirtschaftsförderungsaktivitäten konzentrieren, da sowohl die Unternehmen wie auch die Region profitieren können. Eine Positionierung in Gruppe A sollte eine günstige Auswirkung auf das Rating der Gründer ausweisen.
- Gruppe B: „Lost Stars“. Auch die Branchen der Gruppe B wären für eine Region prinzipiell attraktiv, weil sie sowohl eine günstige wirtschaftliche Entwicklung in der Zukunft erwarten lassen als auch eine erhebliche Multiplikatorwirkung für die Region hätten. Da aber die Standortfaktoren, die die Region zu bieten hat, nicht gut zu den Anforderungen der Branche passen, erscheint es relativ wenig aussichtsreich, Unternehmen dieser Branchen für die Region gewinnen zu können. Existenzgründer müssten Abschläge beim Rating erwarten.
- Gruppe C: „Mitnahme-Branchen“. Branchen aus der Gruppe C sind für eine Region weniger attraktiv, weil entweder die wirtschaftlichen Zukunftsperspektiven nicht positiv zu beurteilen sind oder weil relativ wenig Wertschöpfung – Multiplikatorwirkung – aus diesen Branchen zu erwarten ist. Existenzgründer werden weniger Unterstützung aus der regionalen Wirtschaftsförderung zu erwarten haben, aber auf Grund der grundsätzlich geeigneten regionalen Rahmenbedingungen ist trotzdem eine positive Bewertung der standortbezogenen Ratingkriterien möglich.
- Gruppe D: „Poor Dogs“. Existenzgründer in diesem Feld müssen mit wenig regionaler Unterstützung und standortbezogenen Abschlägen beim Rating rechnen.

Die Einordnung in diesem Portfolio wird auch Auswirkungen auf das Existenzgründerrating haben: Dieses wird positiv ausfallen, wenn die Region für eine Branche attraktiv ist (Felder A und C). Ist die Branche jedoch attraktiv für eine Region, ohne dass diese Region für die Branche attraktiv ist, wird die Bewertung des Standortes negativ ausfallen (Felder B und D).

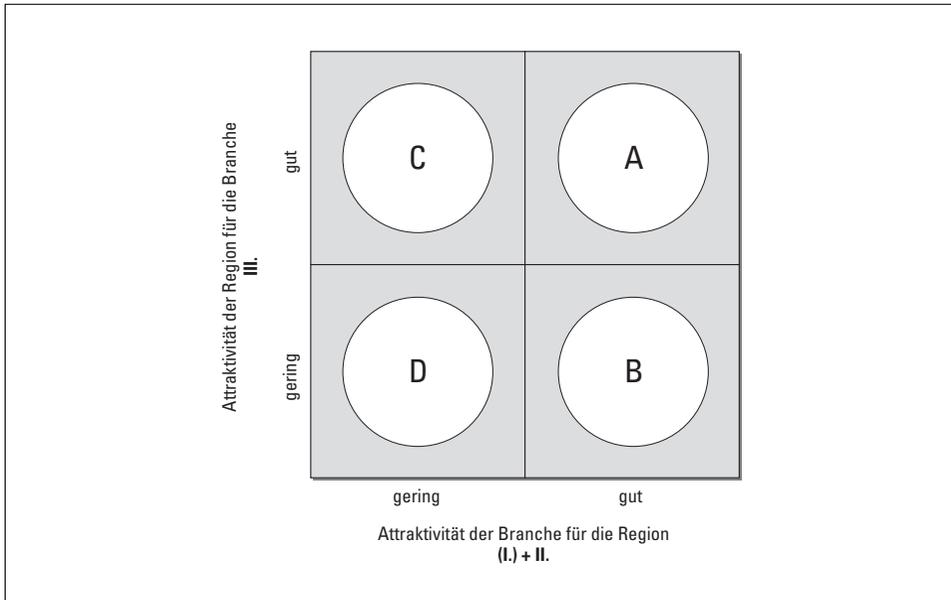


Abbildung 7: Attraktivitäts-Portfolio

6. Zusammenfassung

In der Zusammenfassung wird deutlich, dass das Standortrating Auswirkungen auf die Unternehmen, auf die Banken und auf die Region selbst hat.

- Für die Unternehmen beeinflusst die Wahl des Standortes direkt den Unternehmenswert und das Rating, weil die Standortfaktoren die erwarteten Erträge und die Risiken eines Unternehmens beeinflussen. Die gesamte Bedeutung von Standortfaktoren ist dabei unternehmensspezifisch sehr unterschiedlich. Indirekt können Standortfaktoren zudem als Kriterien des Existenzgründerratings eine Wirkung haben (vgl. Abschnitt 2).
- Banken haben beim Rating von Existenzgründern Standortfaktoren grundsätzlich zu beachten, weil sie die erwartete Ertragskraft und die Risiken eines geplanten Unternehmens und damit die wesentlichen Determinanten eines Ratings beeinflussen. Ent-

scheidend ist jedoch, dass es keine per se „guten“ oder „schlechten“ Standorte (und damit Zu- oder Abschläge beim Existenzgründerrating) geben sollte. Vielmehr muss jeweils beim Rating auf die Erfüllung der spezifischen Standortanforderungen einer Branche oder eines Unternehmens Bezug genommen werden. Standort- und Branchenrating müssen daher im Existenzgründerrating verbunden werden, weil sie nicht unabhängig voneinander sind. Diese Anforderung erfüllen Existenzgründerratings heute häufig noch nicht.

- Die Regionen können durch die Verbesserung der Rahmenbedingungen das Standortrating verbessern und so Einfluss auf die Ansiedlung von Existenzgründungen ausüben. Sie werden sich sinnvollerweise auf Branchen konzentrieren, die grundsätzlich günstige Zukunftsperspektiven aufweisen, attraktiv für die Region (hohe regionale Wertschöpfung) sind und in der Region bereits günstige Standortbedingungen vorfinden. Dies bringt positive Effekte für die gesamte Region mit sich.

Literatur

- ALBACH, H./BOCK, K./WARNKE, T. (1985): Kritische Wachstumsschwellen in der Unternehmensentwicklung, Stuttgart 1985.
- BEHRENS, K. Ch. (1971): Allgemeine Standortbestimmungslehre, Westdeutscher Verlag, Köln 1971.
- BLUM, U. (1982): Regionale Wirkungen von Infrastrukturinvestitionen, in: R. FUNCK (Hrsg.): Karlsruher Beiträge zur Wirtschaftspolitik und Wirtschaftsforschung 8. Loeper Verlag, Karlsruhe 1982.
- BLUM, U. (2001): Standortwettbewerb und staatliche Förderung, in: BLUM, LEIBBRAND (2001), S. 399–424.
- BLUM, U./LEIBBRAND, F. (2001) (Hrsg.): Entrepreneurship und Unternehmertum, Gabler, Wiesbaden 2001.
- BLUM, U. (Vors.)/BERTEIT, H./DRAUGELATES, U./KLEIN-KNECHT, A./LEONARDT, W./RUHRMANN, W./Scheibner, H./WECK, M. (2001): Endbericht der Kommission „Systemevaluation der Wirtschaftsintegrierenden Forschungsförderung“, Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, Berlin 2001.
- BLUM, U./GLEISSNER, W. (2001): Trends und Frühaufklärung: das fundierte Orakel, in: BLUM/LEIBBRAND (2001), S. 163–186.
- BLUM, U./GLEISSNER, W./SCHALLER, A. (2004): Vademecum für Standortrating und regionale Wirtschaftspolitik, Gabler, Wiesbaden 2004.
- FÜSER, K. (2001): Intelligentes Scoring und Rating, Gabler, Wiesbaden 2001.
- GLEISSNER, W. (2001): Erfolgsfaktoren, Strategien und Geschäftspläne von Entrepreneuren, in: BLUM/LEIBBRAND (2001), S. 235–320.
- GLEISSNER, W. (2002): Wertorientierte Analyse der Unternehmensplanung auf Basis des Risikoamanagements, in: FinanzBetrieb 7/8, 2002.
- GLEISSNER, W./FÜSER, K. (2003): Leitfaden Rating, 2. Auflage, Vahlen, München 2003.
- LÖSCH, A. (1962): Die räumliche Ordnung der Wirtschaft, Gustav Fischer Verlag, Stuttgart 1962.
- PORTER, M. E. (1990): Wettbewerbsstrategie, Campus, Frankfurt/Main 1990.
- PORTER, M. E. (2003): The Economic Performance of Regions, in: Regional Studies 37/2003, S. 549–578.
- SCHALLER, A. (2001): Entrepreneurship oder wie man ein Unternehmen denken muss, in: BLUM/LEIBBRAND (2001), S. 3–56.
- TIDD, J./BESSANT, J./PAVITT, K. (1997): Managing Innovation, J. Wiley, Chichester 1997.