Standortpolitik

Die Standortpolitik ist ein Instrument vom Handelsmarketing. Handelsbetriebe haben nur ein begrenztes Einzugsgebiet. Der Standort entscheidet über das Umsatzpotenzial des Betriebes.

Formen der Standortpolitik:

- Standortwahl
- Standortanpassung
- Standortspaltung
- Sicherung neuer Standorte

Für expandierende Unternehmen und kooperative Gruppen, werden durch Standortpolitik Wachstumsziele verwirklicht.

Standorte sind durch lokal unterschiedliche Bedingungen geprägt, die im Standortfaktorenkatalog festgehalten werden. Je nach Anforderungen des Betriebes werden diese bewertet.

Der Standort, welcher die größte Übereinstimmung mit den ausgewählten Kriterien hat, wird präferiert.

Großen Einfluss auf die Standortpolitik hat die regionale Infrastrukturpolitik.

Nach §11 III der Baunutzungsverordnung müssen insbesondere großflächige Handelsbetriebe in ausgewiesenen Sondergebieten angesiedelt werden.

Die Vermutung legt nahe, dass Einzelhandelsbetriebe eine Mindestfläche von 1200m² für die Eröffnung benötigen.

Hohe Grundstückspreise und Baukosten muss die Standortpolitik mit der Finanzierungs- und Investitionspolitik abgestimmt werden.

Quellen:

Springer Gabler Verlag (Herausgeber), Gabler

Wirtschaftslexikon, Stichwort: Standortpolitik, online im Internet: https://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/57334/standortpolitik-v5.html