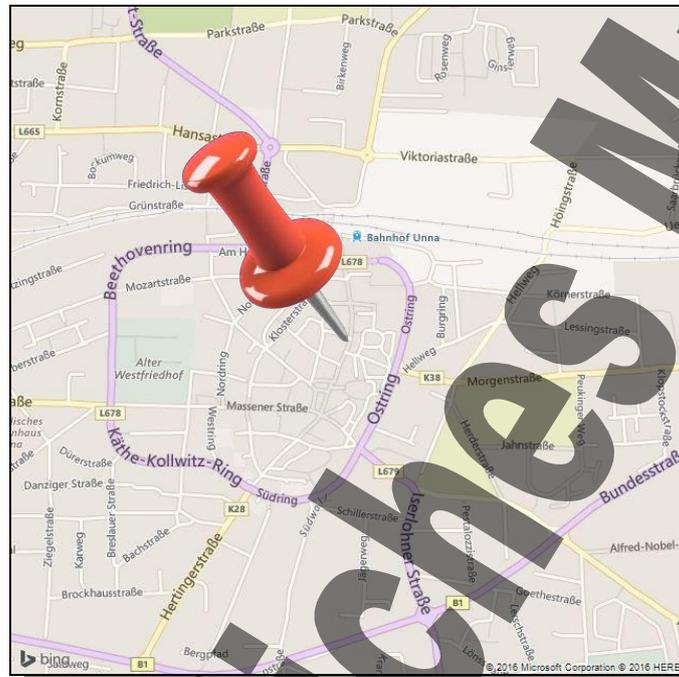


Standortcheck für das Objekt Haar-SPITZE



Bahnhofstraße 20
59423 Unna

Inhalt:

1. Marktcharakteristik
2. Potenzialprognosen
3. Kundenmagnete und Kooperationspartner

Haftungsausschluss

"Der Online Standortcheck" und "Der City Check" sind Services der gb consite GmbH. Vervielfältigung und Weiterverkauf dieses Berichtes, auch auszugsweise, sind strengstens untersagt. Geodaten © OpenStreetMap und © Microsoft Bing Maps oder © Google Inc. Marktinformationen (einzelhandelsrelevante Kaufkraft, allgemeine Kaufkraft, Zentralität) © panadress marketing intelligence GmbH, 2014. Statistische Daten (Gemeindedaten, Branchenlisten) © Destatis 2014, Regionaldatenbank Deutschland; Gebietsstand der Gemeinden 31.12.2012.

Es gelten die allgemeinen Vertrags- und Nutzungsbedingungen der gb consite GmbH in der aktuellen Form.

Die gb consite übernimmt grundsätzlich keine Gewährleistung für die von ihren Nutzern zur Verfügung gestellten Informationen oder getätigten Aussagen. Trotz größtmöglicher Sorgfalt bei der Erstellung haftet gb consite nicht für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der für die Analyse verwendeten und im Rahmen der Analysen erzeugten Zahlen und Daten. Für die genutzten Daten der panadress marketing intelligence GmbH schließen gb consite und panadress marketing intelligence GmbH jegliche Gewährleistungspflicht aus. Die gb consite GmbH schließt weiterhin jegliche Gewährleistungspflicht für Daten von Microsoft Bing Maps, Google, OpenStreetMap und Destatis aus.

gb consite GmbH
Mittenheimer Straße 58
85764 Oberschleißheim

Geschäftsführer
Malte Geschwinder
Knut Büscher

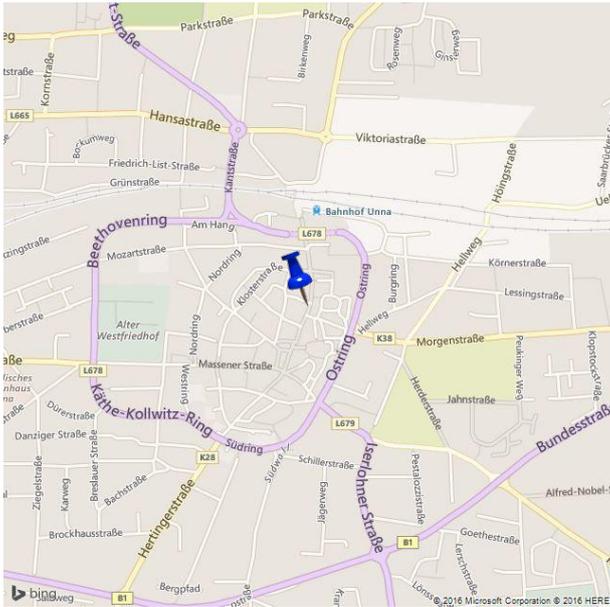
Sitz
Oberschleißheim

Amtsgericht München
HRB 168433

Ust-ID Nr.: DE254841920
Steuernr.: 143/139/70729

Bankverbindung
Kreissparkasse München Starnberg
BLZ: 702 501 50
Konto: 0022362933
IBAN: DE69 70250150 0022362933
SWIFT-BIC: BYLADEM1KMS

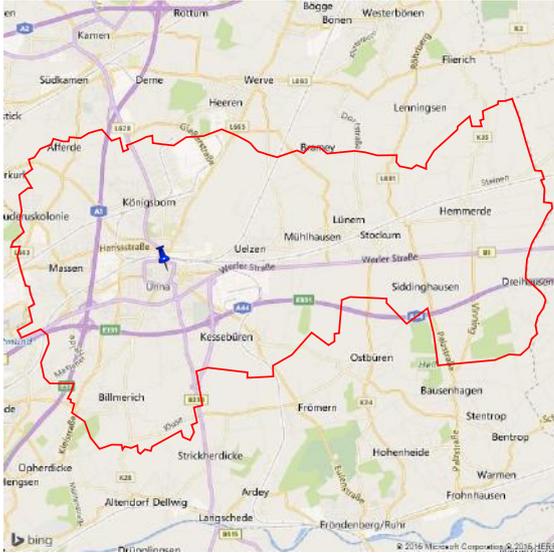
Fon: +49-89-30905297-0
Fax: +49-89-30905297-9
E-Mail: info@gbconsite.de
Internet: www.gbconsite.de



Objekt	Haar-SPITZE
Adresse	Bahnhofstraße 20 59423 Unna
Geschäftsart	Dienstleistung
Branche	Beauty, Wellness, Fitness
Dienstleistung	Friseursalon
Fläche	75 m²
Analyse-ID	11559
Anmeldename	michael.terwesten@gbconsite.de
Paket	Plus
PayPal Transaktions ID	
Preis	(inkl. MwSt.)
Datum	12.01.2017

Inhaltsverzeichnis

Titel	Seite
Inhalt	2
1. Marktcharakteristik	
Ihr Standort Haar-SPITZE in Unna	3
Ihr Einzugsgebiet zu Standort "Haar-SPITZE"	4
Wettbewerber im Einzugsgebiet zu Standort "Haar-SPITZE"	5
2. Potenzialprognosen	
Abrufwahrscheinlichkeit Ihrer Leistung am Standort "Haar-SPITZE"	7
Ihr Kundenpotenzial für Standort "Haar-SPITZE"	8
Gesamtes Kundenpotenzial für alle Marktteilnehmer	9
Ihr Umsatzpotenzial für Standort "Haar-SPITZE"	10
Gesamtes Umsatzpotenzial für alle Marktteilnehmer	11
Prognose der Marktanteile der Wettbewerber im Einzugsgebiet	12
3. Kundenmagnete und Kooperationspartner	
Infrastruktur und Frequenzbringer – Definition und Erläuterungen	14
Frequenzbringer – Einkaufszentren, Warenhäuser und Supermärkte	15
Frequenzbringer – Bildungseinrichtungen	16
Frequenzbringer – Behörden	17
Frequenzbringer – Sport und Fitness	18
Frequenzbringer – Hotels	19
Standortcheck – Zusammenfassung	20



Die Raumstrukturtypen des Bundesamtes für Bauwesen und Raumordnung gliedern die Gemeinden nach Zentrenreichbarkeit (Zentral-, Zwischen- und Peripherium) sowie Bevölkerungsdichte.
Die Gemeinde **Unna** ist demnach "**Äußerer Zentralraum**".

Die Zentralräume sind große, zusammenhängende städtische Siedlungsgebiete und Siedlungs- und Verkehrskorridore, die sich nicht nur durch hohe Bevölkerungskonzentrationen, sondern auch durch ihr gebündeltes Angebot an Beschäftigungsmöglichkeiten und Versorgungseinrichtungen auszeichnen. Insbesondere spielt das Netz der Fernstraßen eine wesentliche Rolle für die Zugänglichkeit und damit für die Vermittlung räumlicher **Standortattraktivität**.

Auf lediglich elf Prozent der Fläche des Bundesgebietes konzentrieren sich 49 % der Bevölkerung und sogar 57 % der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. Die durchschnittliche Bevölkerungsdichte beträgt hier ca. 1.000 Einwohner je km². Der Zentralraum nimmt damit eine herausragende Stellung im Raumgefüge ein. In den Zentralräumen sind es die Kernstädte, die einen inneren Zentralraum herausbilden. Die Bevölkerungsdichten des inneren Zentralraums liegen mit knapp 1.700 Einwohnern je km² um ein Vielfaches höher als diejenigen des äußeren Zentralraums mit rund 500 Einwohnern je km² der relativ hoch verdichtet ist.

Standortfaktoren für Unna

Merkmal		Unna	BRD	Anteil/Vergleich
Bevölkerung	gesamt	66.202	81.843.743	0,0809 %
	Anteil der 0-15 jährigen	12,73 %	13,24 %	-0,51 %
	Anteil der 15-65 jährigen	66,60 %	66,14 %	+0,46 %
	Anteil der über 65 jährigen	20,68 %	20,63 %	+0,05 %
	Einkünfte je Steuerpflichtigem(r)	32.946,76 €	31.659,02 €	+4,07 %
	Bevölkerungsdichte [Einwohner/km ²]	748	229	+226,34 %
	Zuwanderung bezogen auf Gesamtbevölkerung	4,25 %	5,89 %	-1,64 %
Abwanderung bezogen auf Gesamtbevölkerung		4,07 %	5,44 %	-1,37 %
	gesamt	21.161	29.970.480	0,0706 %
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	Bezogen auf 15-65 Jährige	48,00 %	55,37 %	-7,37 %
	Ausländer von gesamt	4,81 %	7,18 %	-2,37 %
	Beschäftigtendichte [Beschäftigte/km ²]	239,03	83,91	+184,86 %
Arbeitslose	gesamt	2.578	2.950.250	0,0874 %
	Bezogen auf 15-65 Jährige	5,85 %	5,45 %	+0,40 %
	Ausländer von gesamt	15,71 %	17,10 %	-1,39 %
Landwirtschaft	Betriebe gesamt	100	374.514	0,0267 %
	Betriebe bezogen auf 1000 Einwohner	1,51	4,58	-66,99 %
	Anteil landwirtschaftlicher Nutzfläche	64,87 %	52,21 %	+12,66 %
Verarbeitendes Gewerbe	Betriebe gesamt	44	45.274	0,0972 %
	Beschäftigte bezogen auf Gesamtbevölkerung	5,89 %	7,31 %	-1,42 %
	Beschäftigte bezogen auf 15-65 Jährige	8,84 %	11,06 %	-2,21 %
Gebäude	gesamt	13.465	18.204.355	0,0740 %
	Wohnungen	29.335	40.473.823	0,0725 %
	durchschn. Wohnfläche [m ²]	84,88	85,15	-0,28 %
Tourismus	Beherbergungsbetriebe	8	53.246	0,0150 %
	Gästebetten	461	3.564.213	0,0129 %
	Gästeübernachtungen gesamt	47.920	407.259.922	0,0118 %
	Gästeübernachtungen je Einwohner	0,72	4,98	-85,45 %
	gesamt	321	397.927	0,0807 %
bezogen auf 1000 Einwohner		4,85	4,86	-0,27 %
	Steuern und Politik in der Gemeinde			
Steuern und steuerähn. Einnahmen je Einw.	Keine Angabe	908,41 €	Keine Angabe	
Gewerbesteuerhebesatz	450 %	393 %	57 %	
Grundsteuer B	475 %	425 %	50 %	
letzte Bundestagswahl vor 10/2009	SPD		37,92 %	
letzte Landtagswahl vor 05/2011	SPD		47,74 %	

Erläuterung

Die statistischen Daten repräsentieren verschiedene **Standortfaktoren** der Gemeinde Ihres Standortes und stellen diese den durchschnittlichen Werten für die Bundesrepublik Deutschland gegenüber. Sie können so z.B. leicht ablesen, ob an Ihrem Standort überdurchschnittlich viele junge oder alte Menschen zu erwarten sind, ob die Einkünfte höher oder der Anteil arbeitsloser Ausländer niedriger ist.
Alle Faktoren, die im Zusammenhang mit den Einwohnern stehen, geben auch wichtige Hinweise auf die zu erwartende **Zielgruppe** an Ihrem Standort!
Einen wichtigen **Kostenfaktor** stellen die Gewerbesteuern dar. Oben stehende Tabelle zeigt den Gewerbesteuerhebesatz sowie die Grundsteuer B (für Eigentümer von Gewerbeimmobilien) im Vergleich zum Bundesdurchschnitt.
Anteile (bezogen auf die BRD) werden schwarz, vergleichende Werte (mehr oder weniger im Vergleich zur BRD) werden **blau** und **kursiv** dargestellt.
Datenquelle: Destatis 2014, Regionaldatenbank Deutschland

Für infrastrukturelle Standortfaktoren wie DSL-Verfügbarkeit, Gas-, oder Strompreise empfehlen wir Ihnen Portale wie www.verivox.de.



Legende

-  Ihr Standort
-  4 Gehminuten
-  8 Gehminuten
-  12 Gehminuten

Marktinformationen für Ihr Einzugsgebiet

Merkmal	4 Minuten	8 Minuten	12 Minuten	Einzugsgebiet	BRD
Einwohner	2.651	2.863	4.818	10.333	80.523.746
Büroarbeitsplätze	2.368	1.002	1.040	4.410	17.852.412
Bevölkerungsdichte [Einwohner/km²]	5.508	3.104	3.080	3.481	229
Anteil der 0-15 jährigen [%]	6,66	9,67	10,95	9,50	13,29
Anteil der 15-25 jährigen [%]	9,61	10,73	9,41	9,82	11,01
Anteil der 25-50 jährigen [%]	37,93	38,10	29,04	33,83	34,16
Anteil der 50-65 jährigen [%]	23,11	20,92	23,50	22,68	20,85
Anteil der über 65 jährigen [%]	22,69	20,58	27,10	24,16	20,68
Anteil der Frauen [%]	52,17	52,16	52,10	52,13	51,08
Ausländeranteil [%]	17,54	10,62	9,62	11,93	8,16
Anzahl der Haushalte	1.529	1.504	2.466	5.498	39.930.676
Einwohner pro Haushalte	1,7	1,9	2,0	1,9	2,0
Anteil der Erwerbstätigen [%]	51,14	51,98	46,60	49,25	50,11
Arbeitslosenquote [%]	12,48	10,29	10,28	10,88	6,51
Allgemeine Kaufkraft pro Einwohner pro Jahr [€]	18.380	21.396	21.960	20.885	22.013
Kaufkraft für Ihre Dienstleistung pro Einwohner pro Jahr [€]	66	77	79	75	80
Index der allgemeinen Kaufkraft	83,49	97,20	99,76	94,87	100,00
Zentralitätsindex	1.105,12	108,55	63,58	322,68	100,00

Erläuterung

Gemäß unserem Regelwerk, das sich auf die Handelsforschung und auf die Erfahrungswerte zahlreicher Fachleute stützt, ergibt sich aus dem Raumstrukturtyp "Außerer Zentralraum" zusammen mit den von Ihnen angegebenen Dienstleistungen oder Kernsortimenten der Bedarfsfristigkeit "kurzfristig (nicht täglich)", ein **Einzugsgebiet von bis zu 12 Minuten Fußweg um Ihren Standort**.

Dieses Einzugsgebiet ist dreigeteilt, wobei nach den Grundsätzen der Handelsforschung von Kunden der inneren Zone (0-4 Minuten) der weitaus größte Teil Ihres Umsatzes (bis zu 70%) hervorgerufen wird. Von Kunden der zweiten Zone (4-8 Minuten) sind ca. 20% Umsatzanteil, von Kunden der dritten, äußeren Zone (8-12 Minuten) nur ca. 10% Umsatzanteil zu erwarten.

Das in diesem Standortcheck ermittelte **Umsatzpotenzial** (Seite 10) wird diese pauschale Einteilung Ihres Einzugsgebietes in Abhängigkeit vom Wettbewerb differenzierter darstellen, sodass Sie sehr genau sehen können, von wo genau innerhalb Ihres Einzugsgebietes Sie den meisten Umsatz zu erwarten haben.

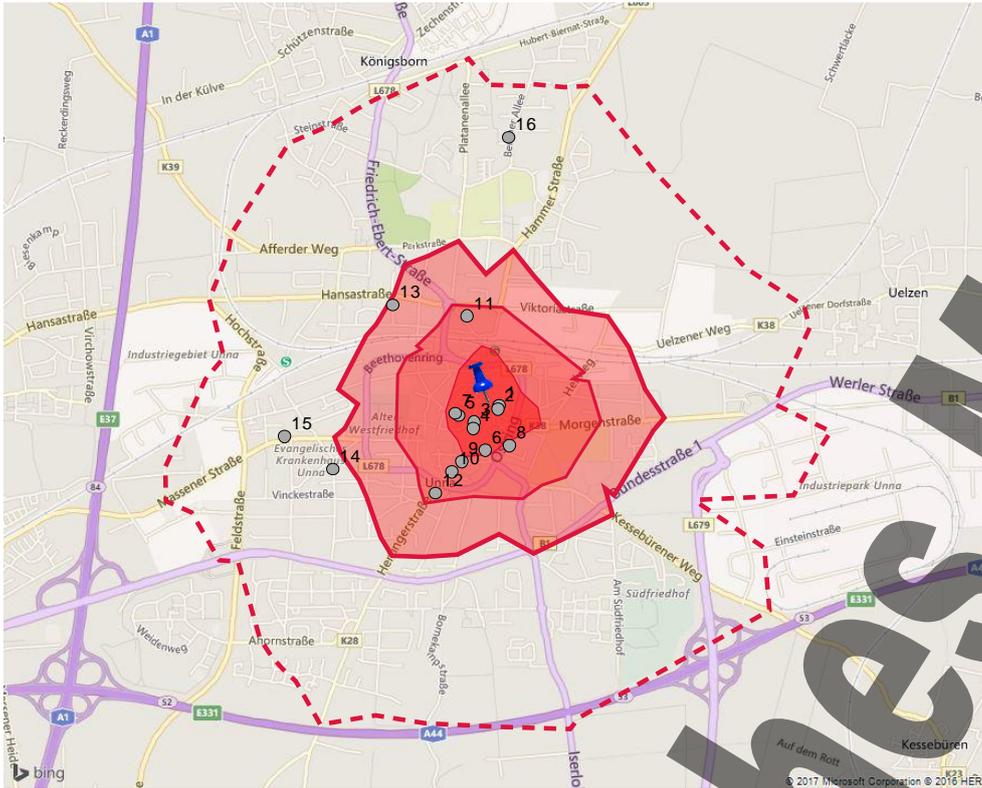
Die **Marktinformationen** oben stehender Tabelle werden für Ihr Einzugsgebiet angegeben und den Durchschnittswerten der BRD gegenüber gestellt.

Unter dem hier verwendeten Begriff **Kaufkraft** wird der Anteil des "verfügbaren Einkommens" der Wohnbevölkerung verstanden, wie es das Statistische Bundesamt in Wiesbaden definiert. Basis ist die Erfassung des Nettoeinkommens inklusive erhaltene Transferleistungen der privaten Haushalte. Steuern und gesetzliche Sozialabgaben sind nicht enthalten.

Die Kaufkraft wird am Wohnort erfasst und sagt somit nicht aus, wo das verfügbare Geld ausgegeben wird.

Alle Indexwerte stellen jeweils den prozentualen Vergleich zur BRD (=100) als Pro-Kopf-Index dar.

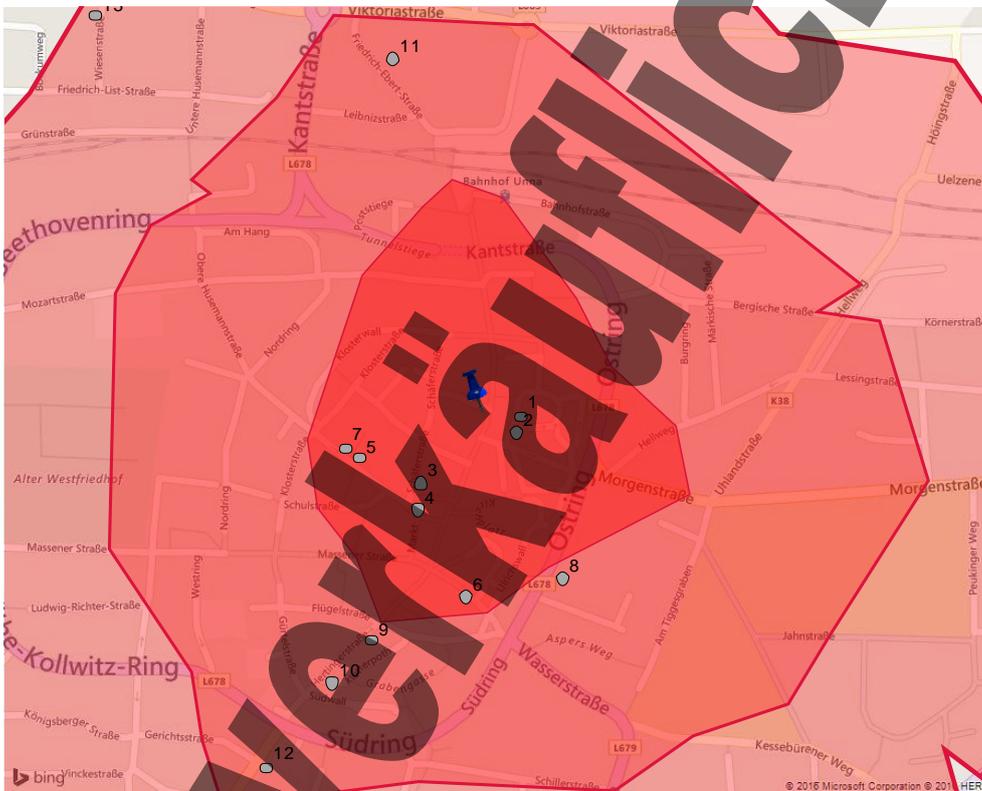
Datenquelle: panadress marketing intelligence GmbH 2014



Legende

-  Ihr Standort
-  Wettbewerber-ID
-  Standorte Ihrer Wettbewerber
- Einzugsgebiet**
-  4 Gehminuten
-  8 Gehminuten
-  12 Gehminuten
-  24 Gehminuten

Wettbewerber im gesamten Einzugsgebiet



Wettbewerber im Nahbereich des Standortes



Liste der Wettbewerber

Name	Straße	PLZ	Ort	Fläche	Wegstrecke	Zeit
1 Friseursalon Hair Club Lusaka	Kleine Burgstr. 3	59423	Unna	40 m ²	0,1 km	1 Min
2 Haarpunzel	Kleine Burgstr. 1	59423	Unna	50 m ²	0,1 km	1 Min
3 Friseurmeisterin Anja Zobel	Schäferstr. 3	59423	Unna	50 m ²	0,2 km	2 Min
4 Friseursalon Emde	Markt 15	59423	Unna	50 m ²	0,2 km	2 Min
5 Isa Oglou Ennteri Friseur	Gerhart-Hauptmann-Str. 17a	59423	Unna	50 m ²	0,3 km	3 Min
6 Mein Friseur Sandra Twiehaus	Wasserstr. 11	59423	Unna	50 m ²	0,3 km	4 Min
7 Deifuß Anne Friseursalon	Gerhart-Hauptmann-Str. 21	59423	Unna	50 m ²	0,3 km	4 Min
8 Bösken Anke Friseur	Ostring 9	59423	Unna	50 m ²	0,3 km	4 Min
9 FRIMOD Frisiersalon	Hertingerstr. 20	59423	Unna	50 m ²	0,4 km	4 Min
10 Karin Thrun Friseursalon	Hertingerstr. 30	59423	Unna	50 m ²	0,5 km	6 Min
11 Salon Haarscharf	Friedrich-Ebert-Str. 7B	59425	Unna	50 m ²	0,5 km	6 Min
12 Hairlounge	Hertinger Str. 46	59423	Unna	50 m ²	0,6 km	7 Min
13 Hairdesign J & A Inh. Jo. und Antje Bösken	Wiesenstr. 8	59425	Unna	50 m ²	1,0 km	12 Min
14 Haarstudio Hagewiesche Friseur	Ziegelstr. 1	59423	Unna	50 m ²	1,1 km	13 Min
15 Walter Ketzler	Massener Str. 89	59423	Unna	50 m ²	1,3 km	15 Min
16 Haar Deluxe	Berliner Allee 20	59425	Unna	50 m ²	1,7 km	20 Min

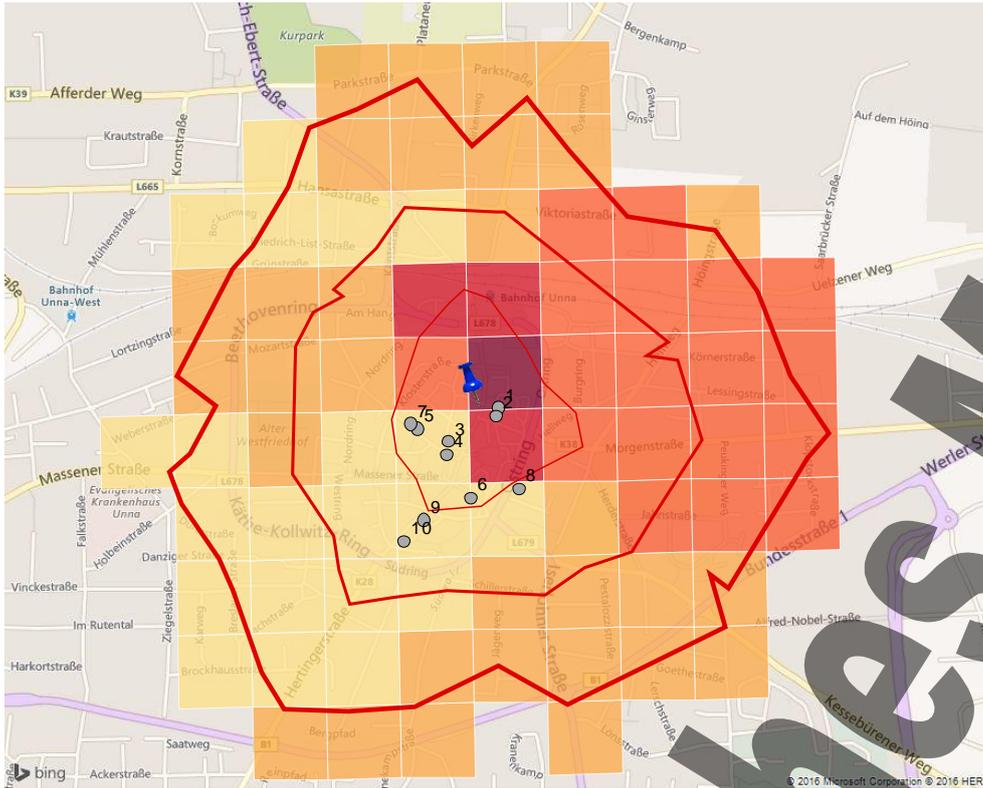
Erläuterung

Wettbewerber sind Unternehmen, die innerhalb des Einflussbereiches Ihres Standortes vergleichbare Dienstleistungen wie Sie anbieten. Diese Wettbewerber und deren **relevante Fläche zur Dienstleistungserbringung** haben Sie selbst über den Online Standortcheck bestimmt. Die relevante Fläche ist diejenige, die der Wettbewerber für die auch von Ihnen angebotenen **Kerndienstleistungen** einsetzt.

Erfasst wurden sowohl Wettbewerber innerhalb des Einzugsgebietes als auch solche, die zwar außerhalb der Reichweite Ihres Standortes liegen, aber durchaus für einige Ihrer potenziellen Kunden bequem erreichbar sein können. In der Regel ist diese Erreichbarkeit begrenzt durch die **verdoppelte Geh- oder Fahrzeit Ihres gesamten Einzugsgebietes**, da sich maximal so Ihr Einzugsgebiet mit dem eines Wettbewerbers überschneiden kann. Diese Zone ist in der Karte durch die äußere, **gestrichelte Linie** gekennzeichnet.

Für die Bestimmung der Wahrscheinlichkeit der Inanspruchnahme der Dienstleistung bzw. des Kunden- und Umsatzpotenzials (nur Pluspaket) wurde die Fahrzeit zwischen diesen Wettbewerbsstandorten und den Teilflächen innerhalb Ihres gesamten Einzugsgebietes ermittelt und durch eine Modellberechnung mit dem Attraktivitätsmerkmal (Fläche) der Konkurrenten sowie der sortimentsbezogenen Kaufkraft kombiniert. Hierbei sind die stärksten Konkurrenten die, die **Ihrem Standort am nächsten** sind und mit einer großen Fläche und somit **einem umfangreichen Dienstleistungsangebot Kunden anziehen**.

Unverkäufliches Muster



Legende

- Ihr Standort
- Wettbewerber-ID
- Standorte Ihrer Wettbewerber
- Einzugsgebiet**
- 4 Gehminuten
- 8 Gehminuten
- 12 Gehminuten
- Abrufwahrscheinlichkeit (%)**
- 0,11 - 5,67
- 5,67 - 11,22
- 11,22 - 16,78
- 16,78 - 22,33
- 22,33 - 27,89
- Teilfläche ohne Besiedlung

Abrufwahrscheinlichkeit - Tops

Standort	Wahrscheinlichkeit gesamt	Tops	Teilfläche	Wahrscheinlichkeit
Einzugsgebiet Haar-SPITZE	8,89 %	1	An der Katharinenkirche (Unna)	27,89 %
		2	Katharinenplatz, Ringtunnel (Unna)	21,35 %
		3	Kantstraße, Ostring (Unna)	19,80 %
		4	Morgenstraße (Unna)	19,04 %
		5	Hellweg (Unna)	16,72 %
		6	Mozartstraße, Nordring (Unna)	16,61 %
		7	Unna, Bahnhof (Unna)	16,01 %
		8	Hermann-Hesse-Straße (Unna)	15,25 %
		9	Hellweg, Märkische Straße (Unna)	15,21 %
		10	Bergische Straße, Hellweg (Unna)	14,70 %
		11	Freiligrathstraße, Hermann-Hesse-Straße (Unna)	14,12 %
		12	Jahnstraße, Peukinger Weg (Unna)	13,88 %
		13	Freiligrathstraße, Lessingstraße (Unna)	13,62 %
		14	Hellweg (Unna)	13,28 %
		15	Körnerstraße, Morgenstraße (Unna)	13,21 %

Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit
1	Friseursalon Hair Club Lusaka	40 m ²	1 Min
2	Haarpunzel	50 m ²	1 Min
3	Friseurmeisterin Anja Zobel	50 m ²	2 Min
4	Friseursalon Emde	50 m ²	2 Min
5	Isa Oglou Ennteri Friseur	50 m ²	3 Min
6	Mein Friseur Sandra Twiehaus	50 m ²	4 Min
7	Deifuß Anne Friseursalon	50 m ²	4 Min
8	Bösken Anke Friseur	50 m ²	4 Min
9	FRIMOD Frisiersalon	50 m ²	4 Min
10	Karin Thrun Friseursalon	50 m ²	6 Min

Erläuterung

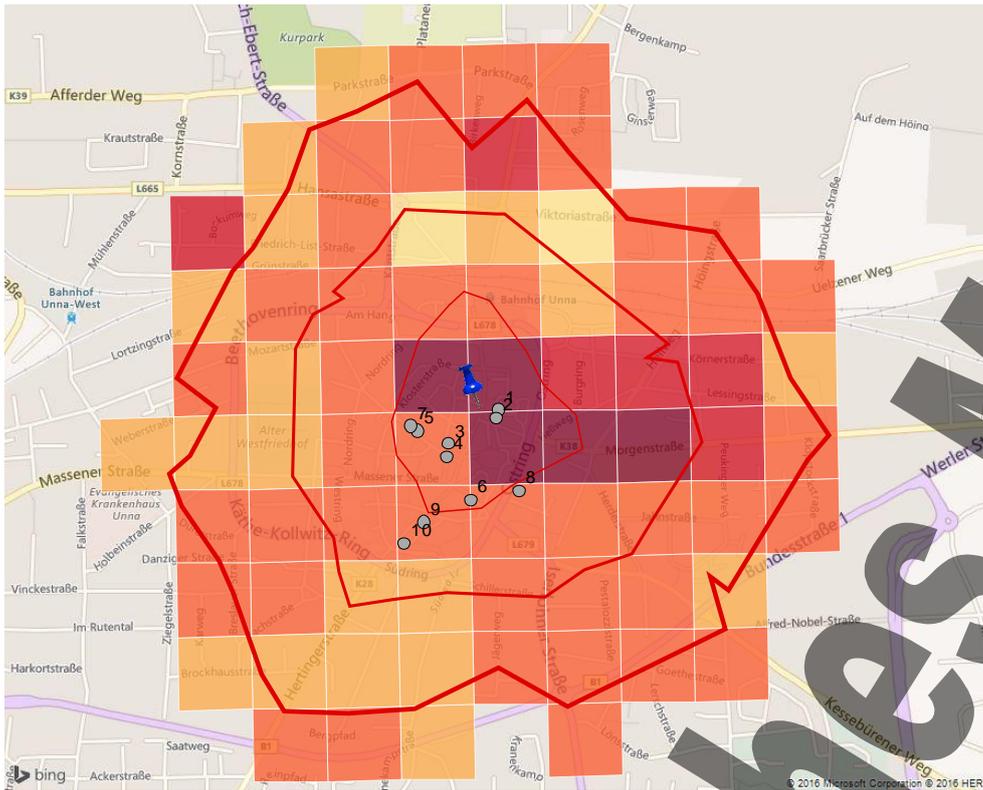
Die **Abrufwahrscheinlichkeit** gibt an, zu welchem Prozentsatz die Einwohner des Einzugsgebietes voraussichtlich an Ihrem Standort Dienstleistungen abrufen werden.

Die erste Tabelle gibt die Gesamtwahrscheinlichkeit des gesamten Einzugsgebietes für den Abruf bei Ihnen an, die Abrufwahrscheinlichkeiten für alle Wettbewerber in Summe ergibt 100%.

Die **Tops** zeigen die Teilgebiete innerhalb des Einzugsgebietes mit den höchsten Abrufwahrscheinlichkeiten. Diese Teilgebiete sind auch in der Karte unterschiedlich stark eingefärbt. Je **dunkler eine Teilfläche** ist, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass deren Einwohner an Ihrem Standort Dienstleistungen abrufen und Sie dieses Gebiet mit einem **hohen Marktanteil** belegen können.

Die Abrufwahrscheinlichkeit ist keine gewichtete Größe, sondern das abstrakte Ergebnis der Modellberechnung nach der Huff-Methode. Die Kernaussage ist: „**von wo kommen meine Kunden?**“; die Frage, wie viele es sein werden oder wie viel Umsatz durch diese erzielt werden kann, wird anschließend mit dem **Kunden- bzw. Umsatzpotenzial** (Umsatzpotenzial nur im Pluspaket) beantwortet.

Der Mehrwert der Kartendarstellung liegt vor allem in der Verdeutlichung der Konkurrenzsituation; das Kräftespiel zwischen Ihnen und Ihren Wettbewerbern wird sehr gut erkennbar.



Legende

- Ihr Standort
- Wettbewerber-ID
- Standorte Ihrer Wettbewerber
- Einzugsgebiet**
- 4 Gehminuten
- 8 Gehminuten
- 12 Gehminuten
- Kundenpotenzial**
- 0 - 0
- 0 - 5
- 5 - 18
- 18 - 30
- 30 - 67
- Teilfläche ohne Besiedlung

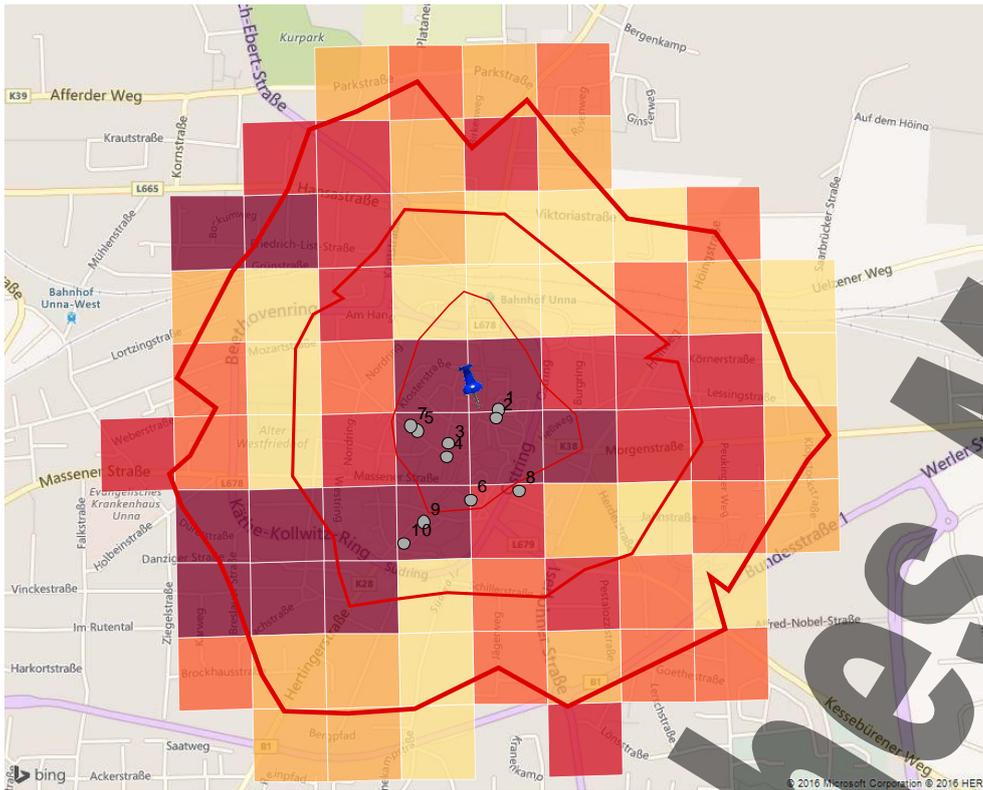
Kundenpotenzial für Ihren Standort - Tops

Kundenbindung Ihres Standortes		Kunden	Tops	Teilfläche	Kundenpotenzial
Einzugsgebiet Haar-SPITZE		852	1	An der Katharinenkirche (Unna)	67
			2	Mozartstraße, Nordring (Unna)	65
			3	Morgenstraße (Unna)	50
			4	Hellweg (Unna)	36
			5	Hermann-Hesse-Straße (Unna)	31
			6	Bergische Straße, Hellweg (Unna)	30
			7	Hellweg, Märkische Straße (Unna)	27
			8	Freiligrathstraße, Hermann-Hesse-Straße (Unna)	24
			9	Freiligrathstraße, Lessingstraße (Unna)	24
			10	Bockumweg, Friedrich-List-Straße (Unna)	20
			11	Baumschulenweg, Hammer Straße (Unna)	19
			12	Iserlohner Straße, Lönnsstraße (Unna)	15
			13	Hellweg (Unna)	14
			14	Peukinger Weg (Unna)	13
			15	Herderstraße, Kessebürener Weg (Unna)	13

Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit
1	Friseursalon Hair Club Lusaka	40 m ²	1 Min
2	Haarpunzel	50 m ²	1 Min
3	Friseurmeisterin Anja Zobel	50 m ²	2 Min
4	Friseursalon Emde	50 m ²	2 Min
5	Isa Oglou Ennteri Friseur	50 m ²	3 Min
6	Mein Friseur Sandra Twiehaus	50 m ²	4 Min
7	Deifuß Anne Friseursalon	50 m ²	4 Min
8	Bösken Anke Friseur	50 m ²	4 Min
9	FRIMOD Frisiersalon	50 m ²	4 Min
10	Karin Thrun Friseursalon	50 m ²	6 Min

Erläuterung

Das Kundenpotenzial für Ihren Standort gibt an, wie viele potenzielle Kunden innerhalb Ihres Einzugsgebietes zu erwarten sind. Die Prognose wurde ermittelt aus der Abruftwahrscheinlichkeit und der, den Teilflächen Ihres Einzugsgebietes zu Grunde liegenden **Einwohnerzahl**. Die erste Tabelle gibt das Kundenpotenzial des gesamten Einzugsgebietes an. Die **Tops** zeigen die Teilgebiete innerhalb des Einzugsgebietes mit dem höchsten Kundenpotenzial. Diese Teilgebiete sind auch in der Karte unterschiedlich stark eingefärbt. Je **dunkler eine Teilfläche** ist, desto höher ist Ihr Kundenpotenzial bzw. Ihr zu erwartender Marktanteil. Das **Kundenpotenzial** liefert eine **absolute Größe**. Die Kernaussage ist: „**von wo kommen die meisten Kunden?**“. Dies beantwortet aber nicht unbedingt die Frage „von wo kommt der meiste Umsatz?“, da es z.B. durchaus Teilflächen mit vorrangig wohlhabender Bevölkerung geben kann, die trotz geringem Kundenpotenzial (wenig Einwohner) ein hohes Umsatzpotenzial bieten können (wegen höherer Einkommen). Der Mehrwert der Kartendarstellung liegt vor allem in der Verdeutlichung Ihrer **Potenzialgebiete für Stammkundschaft**. Für einen gezielten und effizienten Werbemittelinsatz empfehlen wir Ihnen die Auswertung „**Umsatzpotenzial**“ aus dem **Pluspaket** des Online Standortcheck. Nutzen Sie **Frequenzbringer** (z.B. Ärzte) in den kundenstarken Gebieten als Multiplikatoren, indem Sie Flyer auslegen! **Sprechen Sie mit Ihrem Anzeigenblatt oder der örtlichen Agentur für Prospektverteilung vor Ort!** In der Regel ist es kostengünstig möglich, nur Ihre Top-Gebiete mit Flyern o.ä. zu versorgen. In diesem Fall kommen Aktionen in Frage, die besonders Ihre (potenzielle) Stammkundschaft ansprechen wird.



Legende

- Ihr Standort
- Wettbewerber-ID
- Standorte Ihrer Wettbewerber
- Einzugsgebiet**
- 4 Gehminuten
- 8 Gehminuten
- 12 Gehminuten
- Kundenpotenzial**
- 2 - 71
- 71 - 96
- 96 - 136
- 136 - 207
- 207 - 464
- Teilfläche ohne Besiedlung

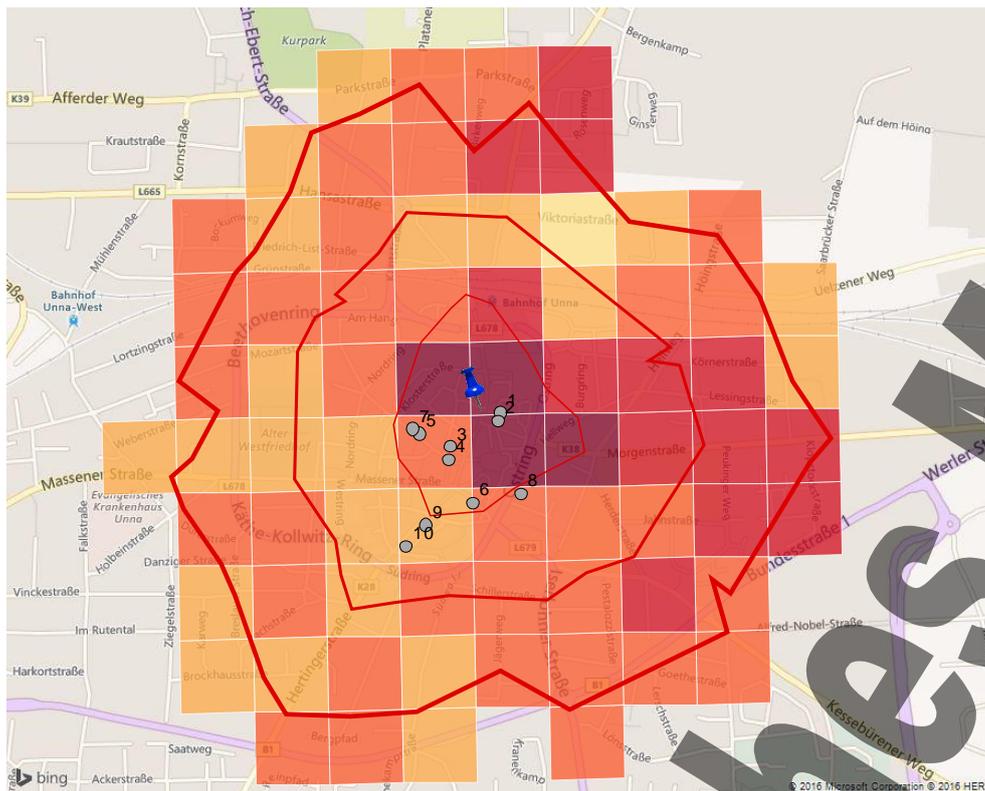
Kundenpotenzial für alle Wettbewerber - Tops

Kundenbindung aller Wettbewerber		Kundenpotenzial	Tops	Teilfläche	Kundenpotenzial
Einzugsgebiet Haar-SPITZE		10.333	1	Krummfuß (Unna)	464
			2	Bockumweg, Friedrich-List-Straße (Unna)	404
			3	Mozartstraße, Nordring (Unna)	393
			4	Hertingerstraße, Kletterpoth (Unna)	309
			5	Flügelstraße, Hertingerstraße (Unna)	301
			6	Breslauer Straße, Dürerstraße (Unna)	298
			7	Bockumweg, Friedrich-List-Straße (Unna)	276
			8	Morgenstraße (Unna)	261
			9	An der Katharinenkirche (Unna)	242
			10	Gerichtsstraße, Hertingerstraße (Unna)	234
			11	Käthe-Kollwitz-Ring, Rembrandtstraße (Unna)	233
			12	Breslauer Straße, Vinckestraße (Unna)	224
			13	Hellweg (Unna)	218
			14	Gerichtsstraße, Königsberger Straße (Unna)	218
			15	Bergische Straße, Hellweg (Unna)	207

Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit
1	Friseursalon Hair Club Lusaka	40 m ²	1 Min
2	Haarpunzel	50 m ²	1 Min
3	Friseurmeisterin Anja Zobel	50 m ²	2 Min
4	Friseursalon Emde	50 m ²	2 Min
5	Isa Oglou Ennteri Friseur	50 m ²	3 Min
6	Mein Friseur Sandra Twiehaus	50 m ²	4 Min
7	Deifuß Anne Friseursalon	50 m ²	4 Min
8	Bösken Anke Friseur	50 m ²	4 Min
9	FRIMOD Frisiersalon	50 m ²	4 Min
10	Karin Thrun Friseursalon	50 m ²	6 Min

Erläuterung

Das Kundenpotenzial für das **gesamte Einzugsgebiet** gibt an, wie viele zu erwartende Kunden **alle Wettbewerber in Summe** erwarten können. Die Prognose wurde ermittelt aus der Einkaufswahrscheinlichkeit und der, den Teilflächen Ihres Einzugsgebietes zu Grunde liegenden **Einwohnerzahl**. Die erste Tabelle gibt das Kundenpotenzial des gesamten Einzugsgebietes an. Die **Tops** zeigen die Teilgebiete innerhalb des Einzugsgebietes mit dem höchsten Kundenpotenzial. Diese Teilgebiete sind auch in der Karte unterschiedlich stark eingefärbt. Je **dunkler eine Teilfläche** ist, desto höher ist das gesamte **Kundenpotenzial für alle Wettbewerber**. Auch hier liefert das Kundenpotenzial eine **absolute Größe**. Die Kernaussage ist: „**von wo kommen die meisten zusätzlichen Kunden?**“. Vergleichen Sie mit Seite 8 und finden Sie so **zusätzliche Kundenschwerpunkte**. Mit dieser Darstellung können Sie aber auch prüfen, ob Ihr Standort insgesamt günstig gewählt ist. Sinnvollerweise sind die stärksten Potenzialgebiete in Ihrer unmittelbaren Nähe und somit stärksten Kundenzone, also in oder nahe der inneren Zone des Einzugsgebietes. Der Mehrwert dieser Kartendarstellung liegt also vor allem in der **Bewertung des Standortes für den Absatzmarkt** sowie in der Verdeutlichung Ihrer **Potenzialgebiete für zusätzliche, vom Wettbewerb eroberte Kundschaft**. Für einen gezielten und effizienten Werbemittelausatz, der Ihnen noch genauer ermöglicht, diese Kundengruppe erfolgreich zu akquirieren, empfehlen wir Ihnen die Auswertung „**Umsatzpotenzial für alle Wettbewerber**“ aus dem **Pluspaket** des Online Standortcheck.



Legende

- Ihr Standort
- Wettbewerber-ID
- Standorte Ihrer Wettbewerber
- Einzugsgebiet**
- 4 Gehminuten
- 8 Gehminuten
- 12 Gehminuten
- Umsatzpotenzial**
- 0,00 - 4,88
- 4,88 - 462,57
- 462,57 - 1.375,37
- 1.375,37 - 2.288,18
- 2.288,18 - 4.707,65
- Teilfläche ohne Besiedlung

Umsatzpotenzial für Ihren Standort - Tops

Umsatzquelle	Umsatzpotenzial	Tops	Teilfläche	Umsatzpotenzial €
Einzugsgebiet Haar-SPITZE	68.003,97 €	1	An der Katharinenkirche (Unna)	4.707,65 €
Kaukraftzufluss über Laufkunden	219.500,59 €	2	Morgenstraße (Unna)	4.355,43 €
Summe	287.504,55 €	3	Mozartstraße, Nordring (Unna)	3.959,99 €
		4	Hellweg (Unna)	2.345,05 €
		5	Freiligrathstraße, Hermann-Hesse-Straße (Unna)	2.220,44 €
		6	Rosenweg (Unna)	2.188,17 €
		7	Hermann-Hesse-Straße (Unna)	2.062,15 €
		8	Bergische Straße, Hellweg (Unna)	2.036,30 €
		9	Peukinger Weg (Unna)	1.926,95 €
		10	Freiligrathstraße, Lessingstraße (Unna)	1.846,28 €
		11	Hellweg, Märkische Straße (Unna)	1.835,88 €
		12	Herderstraße, Kessebürener Weg (Unna)	1.591,16 €
		13	Baumschulenweg (Unna)	1.493,03 €
		14	Körnerstraße, Morgenstraße (Unna)	1.474,05 €
		15	Hebbelstraße (Unna)	1.425,10 €

Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit
1	Friseursalon Hair Club Lusaka	40 m ²	1 Min
2	Haarpunzel	50 m ²	1 Min
3	Friseurmeisterin Anja Zobel	50 m ²	2 Min
4	Friseursalon Emde	50 m ²	2 Min
5	Isa Oglou Ennteri Friseur	50 m ²	3 Min
6	Mein Friseur Sandra Twiehaus	50 m ²	4 Min
7	Deifuß Anne Friseursalon	50 m ²	4 Min
8	Bösken Anke Friseur	50 m ²	4 Min
9	FRIMOD Frisiersalon	50 m ²	4 Min
10	Karin Thrun Friseursalon	50 m ²	6 Min

Erläuterung

Das Umsatzpotenzial für Ihren Standort gibt an, wie hoch der zu erwartende **Bruttoumsatz für Ihr Unternehmen im Jahr** ausfallen kann. Die Prognose wurde ermittelt aus der Einkaufswahrscheinlichkeit und der, den Teilflächen Ihres Einzugsgebietes zu Grunde liegenden **Kaukraft für Ihre Kernsortimente**. Die erste Tabelle gibt das Umsatzpotenzial des gesamten Einzugsgebietes an, der **Kaukraftzufluss** von Kunden außerhalb Ihres Einzugsgebietes wurde hier entsprechend der Einkaufswahrscheinlichkeit am Standort hinzugerechnet.

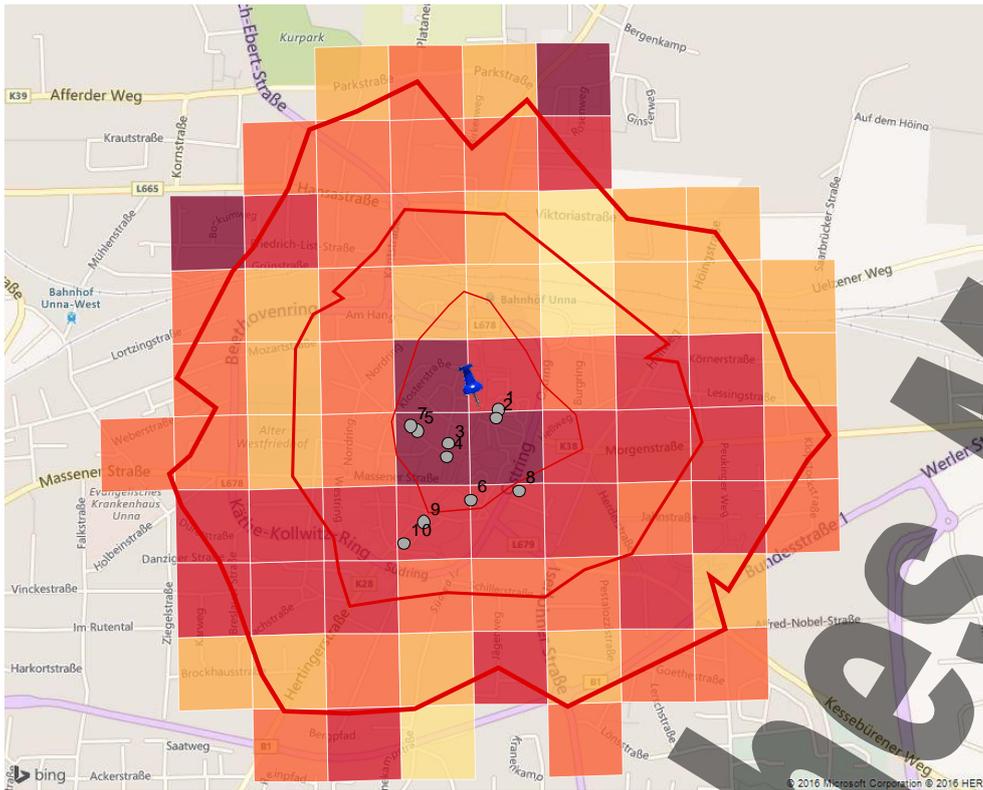
Die **Tops** zeigen die Teilgebiete innerhalb des Einzugsgebietes mit dem höchsten Umsatzpotenzial. Diese Teilgebiete sind auch in der Karte unterschiedlich stark eingefärbt. Je **dunkler eine Teilfläche** ist, desto höher ist Ihr Umsatzpotenzial bzw. Ihr zu erwartender Marktanteil.

Das **Umsatzpotenzial** liefert eine **absolute Größe**. Die Kernaussage ist: „**von wo kommt der meiste Umsatz?**“.

Der Mehrwert der Kartendarstellung liegt vor allem in der Verdeutlichung Ihrer **Potenzialgebiete für Stammkundschaft und für gezielten und effizienten Werbemittelinsatz**. Sollte das Umsatzpotenzial zu niedrig ausfallen, können Sie über eine Sortimentserweiterung nachdenken. Legen Sie neue Analysen mit erweiterten Sortimenten an, **wir bieten Ihnen weitere Standortchecks zu vergünstigten Konditionen an!**

Nutzen Sie **Frequenzbringer** (z.B. Ärzte) in den umsatzstarken Gebieten als Multiplikatoren, indem Sie Flyer auslegen!

Sprechen Sie mit Ihrem Anzeigenblatt oder der örtlichen Agentur für Prospektverteilung vor Ort! In der Regel ist es kostengünstig möglich, nur Ihre Top-Gebiete mit Flyern o.ä. zu versorgen. In diesem Fall kommen Aktionen in Frage, die besonders Ihre (potenzielle) Stammkundschaft ansprechen wird.



Legende

- Ihr Standort
- Wettbewerber-ID
- Standorte Ihrer Wettbewerber
- Einzugsgebiet**
- 4 Gehminuten
- 8 Gehminuten
- 12 Gehminuten
- Umsatzpotenzial**
- 41,66 - 2.088,97
- 2.088,97 - 7.720,74
- 7.720,74 - 13.352,51
- 13.352,51 - 18.984,27
- 18.984,27 - 28.051,05
- Teilfläche ohne Besiedlung

Umsatzpotenzial für alle Wettbewerber - Tops

Umsatzquelle		Umsatzpotenzial gesamt	Tops	Teilfläche	Umsatzpotenzial €
Einzugsgebiet Haar-SPITZE		779.710,12 €	1	Krummfuß (Unna)	28.051,05 €
Summe		779.710,12 €	2	Mozartstraße, Nordring (Unna)	23.841,78 €
			3	Morgenstraße (Unna)	22.879,98 €
			4	Rosenweg (Unna)	21.951,68 €
			5	Bockumweg, Friedrich-List-Straße (Unna)	19.611,83 €
			6	Hertingerstraße, Kletterpoth (Unna)	18.616,25 €
			7	An der Katharinenkirche (Unna)	16.881,90 €
			8	Gerichtsstraße, Königsberger Straße (Unna)	16.601,12 €
			9	Herderstraße, Kessebürener Weg (Unna)	16.533,72 €
			10	Gerichtsstraße, Hertingerstraße (Unna)	15.973,24 €
			11	Freiligrathstraße, Hermann-Hesse-Straße (Unna)	15.730,60 €
			12	Flügelstraße, Hertingerstraße (Unna)	15.705,30 €
			13	Jägerweg (Unna)	15.121,67 €
			14	Peukinger Weg (Unna)	14.996,48 €
			15	Josef-Ströthoff-Straße (Unna)	14.842,04 €

Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit
1	Friseursalon Hair Club Lusaka	40 m²	1 Min
2	Haarpunzel	50 m²	1 Min
3	Friseurmeisterin Anja Zobel	50 m²	2 Min
4	Friseursalon Emde	50 m²	2 Min
5	Isa Oglou Ennteri Friseur	50 m²	3 Min
6	Mein Friseur Sandra Twiehaus	50 m²	4 Min
7	Deifuß Anne Friseursalon	50 m²	4 Min
8	Bösken Anke Friseur	50 m²	4 Min
9	FRIMOD Frisiersalon	50 m²	4 Min
10	Karin Thrun Friseursalon	50 m²	6 Min

Erläuterung

Das Umsatzpotenzial für **das gesamte Einzugsgebiet** gibt an, wie hoch der zu erwartende **Bruttoumsatz aller Wettbewerber in Summe** pro Jahr ausfallen kann.

Die Prognose wurde ermittelt aus der Einkaufswahrscheinlichkeit und der, den Teilflächen Ihres Einzugsgebietes zu Grunde liegenden **Kaufkraft für Ihre Kernsortimente**.

Die erste Tabelle gibt das Umsatzpotenzial des gesamten Einzugsgebietes an, der **Kaufkraftzufluss** von Kunden außerhalb Ihres Einzugsgebietes wurde hier **nicht hinzugerechnet**, um eine objektive Betrachtung der räumlichen Verteilung des **lokalen Umsatzpotenzials** zu ermöglichen.

Die **Tops** zeigen die Teilgebiete innerhalb des Einzugsgebietes mit dem höchsten Umsatzpotenzial. Diese Teilgebiete sind auch in der Karte unterschiedlich stark eingefärbt. Je **dunkler eine Teilfläche** ist, desto höher ist das gesamte **Umsatzpotenzial für alle Wettbewerber**.

Auch hier liefert das Umsatzpotenzial eine **absolute Größe**. Die Kernaussage ist: „**von wo kommt der meiste zusätzliche Umsatz?**“. Vergleichen Sie mit Seite 10 und finden Sie so **zusätzliche Umsatzschwerpunkte**. Mit dieser Darstellung können Sie aber auch prüfen, ob Ihr Standort insgesamt günstig gewählt ist. Sinnvollerweise sind die stärksten Potenzialgebiete in Ihrer unmittelbaren Nähe und somit stärksten Umsatzzone, also in oder nahe der inneren Zone des Einzugsgebietes.

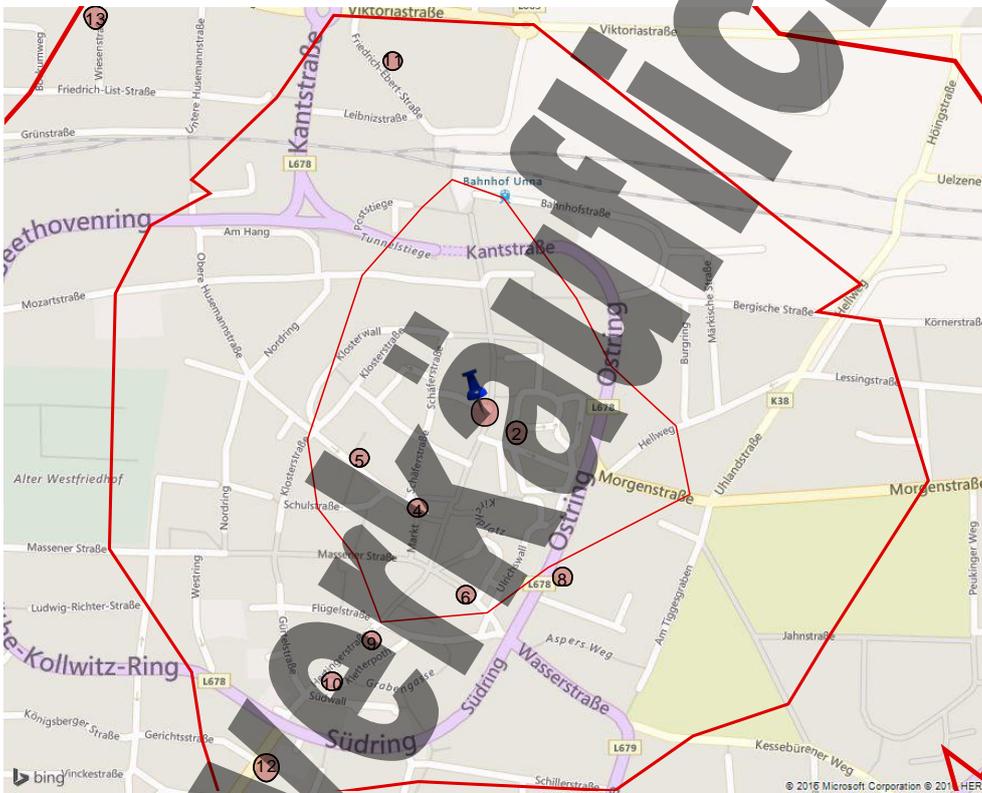
Der Mehrwert dieser Kartendarstellung liegt also vor allem in der **Bewertung des Standortes für den Absatzmarkt** sowie in der Verdeutlichung Ihrer **Potenzialgebiete für zusätzliche, vom Wettbewerb eroberte Kundschaft und für gezielten und effizienten Werbemiteileinsatz**, um diese Kundengruppe zu akquirieren.



Legende

-  Ihr Standort
-  Wettbewerber-ID
-  Standorte Ihrer Wettbewerber
- Einzugsgebiet**
-  4 Gehminuten
-  8 Gehminuten
-  12 Gehminuten
-  24 Gehminuten
- Prognostizierter Marktanteil (%)**
-  5
-  10
-  15
-  20
-  25

Marktanteile im gesamten Einzugsgebiet



Marktanteile im Nahbereich des Standortes

Marktanteile der Wettbewerber in Ihrem Einzugsgebiet

Umsatzquelle	Umsatzpotenzial gesamt
Einzugsgebiet Haar-SPITZE	779.710,12 €

Standort	Fläche	Zeit	Umsatz	Marktanteil
Haar-SPITZE	75 m ²	0,0 Min	68.003,97 €	8,72 %

Nr.	Die 10 stärksten Wettbewerber in Ihrem Einzugsgebiet	Fläche	Zeit	Umsatz	Marktanteil
12	Hairlounge	50 m ²	7,0 Min	64.104,59 €	8,22 %
13	Hairdesign J & A Inh. Jo. und Antje Böskes	50 m ²	12,2 Min	57.840,72 €	7,42 %
10	Karin Thrun Friseursalon	50 m ²	5,5 Min	51.437,98 €	6,60 %
2	Haarpunzel	50 m ²	1,2 Min	51.112,16 €	6,56 %
4	Friseursalon Emde	50 m ²	2,5 Min	50.798,22 €	6,52 %
6	Mein Friseur Sandra Twiehaus	50 m ²	3,5 Min	48.946,09 €	6,28 %
8	Böskes Anke Friseur	50 m ²	4,0 Min	48.652,05 €	6,24 %
5	Isa Oglou Ennteri Friseur	50 m ²	3,5 Min	47.891,52 €	6,14 %
9	FRIMOD Frisiersalon	50 m ²	4,2 Min	47.784,13 €	6,13 %
11	Salon Haarscharf	50 m ²	6,3 Min	46.646,05 €	5,98 %

Erläuterung

Die Darstellung der **Marktanteile der Wettbewerber** gibt an, wie hoch der Anteil am zu erwartenden **Umsatz im gesamten Einzugsgebiet** ausfallen kann. Die Prognose wurde ermittelt aus dem nunmehr auf alle Wettbewerber bezogenen **Umsatzpotenzial für das gesamte Einzugsgebiet** (Seite 11). Auch hier wird nur das **lokale Umsatzpotenzial** ohne Kaufkraftzufluss betrachtet.

Die erste Tabelle gibt wieder das Umsatzpotenzial des gesamten Einzugsgebietes an.

In der Karte symbolisieren größere Kreise einen höheren Marktanteil, in der großen Tabelle können Sie die exakten Werte Ihres Standortes und Ihrer Konkurrenten ablesen.

Die Kernaussagen sind: „**wer ist mein stärkster Wettbewerber in meinem Einzugsgebiet?**“ und „**ist mein Marktanteil in meinem Einzugsgebiet ausreichend?**“. Hinterfragen Sie auffällig hohes Umsatzpotenzial und Marktanteile der Konkurrenten. Ursache kann z.B. ein ungünstig gewählter eigener Standort in Bezug auf den Absatzmarkt sein (zu große Entfernung zu den Potenzialgebieten, siehe auch Seite 11).

Der Mehrwert dieser Kartendarstellung liegt vor allem in der Verdeutlichung Ihrer **Position gegenüber Ihren Wettbewerbern**.

Beachten Sie aber, dass die Modellberechnung keine Unterschiede der Art und Weise der Geschäftsführung vornimmt. Mit entsprechendem Engagement im Eroberungswettbewerb, z.B. durch gezielten Einsatz von Werbung in die Potenzialgebiete der Konkurrenten, kann der **Marktanteil deutlich erhöht** werden!

Unverkäuflich

Definition

Als Frequenzbringer werden Kundenmagnete bezeichnet, die zahlreiche Kunden aus unterschiedlichen Käufergruppen anziehen und somit Kundenströme erzeugen.

Für die umliegenden, für sich allein genommen weniger stark frequentierten Geschäfte ergeben sich hieraus meist wertvolle Mitnahmeeffekte.

- Frequenzbringer haben eine wichtige Funktion im Branchenmix, indem sie Kaufkraft binden und Mitnahmeeffekte für anliegende Geschäfte erzeugen.
- Je nach Größe einer Stadt und der Struktur des Einzelhandelsbesatzes kann ein Frequenzbringer ganz unterschiedlich definiert sein. Klassische Frequenzbringer sind Kauf- und Warenhäuser mit einem breiten und/oder tiefen Warensortiment und mit einer relativ großen Verkaufsfläche. Aber auch größere Filialisten, Fachmärkte und Parkhäuser besitzen in Klein- und Mittelstädten eine derartige Funktion.
- Neben Handelseinrichtungen können auch Freizeit-, Dienstleistungs- oder Kultureinrichtungen als Frequenzbringer fungieren. Aber auch Wochenmärkte, Cafés, Parkhäuser oder Bushaltestellen können als innerstädtische Anziehungspunkte erhöhte Frequenzen (Kundenströme) für ihren Standort erzeugen.
- Die Ansiedlung von großflächigen Frequenzbringern, wie Einkaufszentren allein, ist noch keine Garantie für die Wiederbelebung eines Geschäftszentrums. Ist (beispielsweise aufgrund eines langjährigen Investitionsstaus) der ortsansässige Einzelhandel nicht konkurrenzfähig, können die Auswirkungen auch unabhängig vom Centerkonzept negativ für den gesamten Einzelhandelsstandort Innenstadt ausfallen.

Vom Verlust eines Frequenzbringers sind vorwiegend Klein- und Mittelstädte betroffen, da sich gerade hier der Ersatz oder die Nachnutzung als sehr schwierig erweist. Neben dem Wegfall kann auch eine Verlagerung eines Frequenzbringers erhebliche Auswirkungen haben: Die Passantenströme am Standort werden geringer, die Umsätze im Einzelhandel gehen zurück und die Kaufkraftbindung der Innenstadt nimmt ab.

Seit einigen Jahren werden großflächige Frequenzbringer, wie Einkaufszentren, zunehmend nicht mehr in Randgebieten, sondern an innerstädtischen Standorten angesiedelt. Wesentliche stadtentwicklungspolitische Strategie hierbei ist die Belebung der Innenstädte. Der gewünschte Effekt, dass der Gesamtstandort Innenstadt von der Ansiedlung und den neu gewonnenen Kundenströmen profitiert, kann jedoch nur dann eintreten, wenn der Frequenzbringer nicht bloß in räumlicher Nähe zur Innenstadt liegt, sondern wirklich in diese integriert ist. Dies trifft insbesondere für Einkaufszentren zu.

(Quelle: Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft, 2009)

Erläuterung

Dieser Ergebnisbericht der Standortanalyse zeigt Infrastruktureinrichtungen und Frequenzbringer auf, wobei den letztgenannten eine Doppelfunktion zugewiesen wird.

Während die Infrastruktureinrichtungen nur als solche zur besseren Erreichbarkeit verstanden werden, also als reine „Kunden-Zubringer“, werden die hier als Frequenzbringer bezeichneten Einrichtungen nicht nur als **Kundenmagneten**, sondern auch als mögliche **Kooperations- und Werbepartner** für eine aktive, strategische Marktbearbeitung verstanden.

In jedem Fall dient die Visualisierung der Frequenzbringer der **Identifizierung von Einzelhandelszentren**, die eine hohe Anziehungskraft ausüben.

Prüfen Sie, welcher Frequenzbringer auf Ihre Zielgruppe die höchste Anziehungskraft ausübt und gleichzeitig in einem Teilgebiet mit hohem Umsatzpotenzial zu finden ist (siehe Seite 10, „Umsatzpotenzial für Standort "Haar-SPITZE"“, **nur Pluspaket**). Dort macht eine gezielte Kundenansprache über Werbematerialien besonders Sinn. Lesen Sie die Erläuterungen auf den folgenden Seiten, um entsprechende Tipps zu erhalten.

Folgende Infrastruktureinrichtungen und Frequenzbringer werden dargestellt:

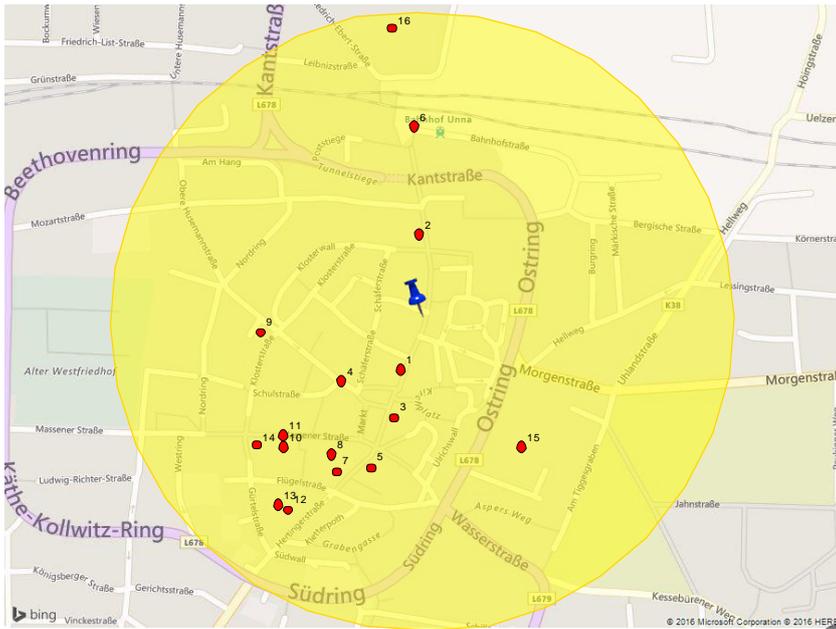
Frequenzbringer – Einkaufszentren, Warenhäuser und Supermärkte

Frequenzbringer – Bildungseinrichtungen

Frequenzbringer – Behörden

Frequenzbringer – Sport und Fitness

Frequenzbringer – Hotels



Legende



Ihr Standort
Frequenzbringer-ID
Standorte der Frequenzbringer
Umkreis von 500m

Liste der Einkaufszentren, Warenhäuser und Supermärkte (im Umkreis von 500m, Ausgabe als Gehzeit)

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Tchibo	Bahnhofstraße 10	59423	Unna	innere	0,1 km	1,1 Min
2	Euroshop	Bahnhofstraße 38	59423	Unna	innere	0,1 km	1,7 Min
3	T€Di	Markt 3	59423	Unna	innere	0,2 km	2,0 Min
4	Einzelhandel	Gerhart-Hauptmann-Straße 7	59423	Unna	innere	0,2 km	2,8 Min
5	Reformhaus Kümper	Hertingerstraße 4	59423	Unna	innere	0,3 km	3,0 Min
6	Snk Kiosk	Bahnhofstraße 62	59423	Unna	mittlere	0,3 km	3,5 Min
7	Kaufhaus Schnückel	Hertingerstraße	59423	Unna	innere	0,3 km	3,6 Min
8	Schnückel	Massener Straße 8	59423	Unna	innere	0,3 km	3,6 Min
9	Smak Polski	Gerhart-Hauptmann-Straße 30	59423	Unna	mittlere	0,4 km	4,3 Min
10	Woolworth	Massener Straße 20	59423	Unna	mittlere	0,4 km	4,6 Min
11	Bio Central	Massener Straße 13	59423	Unna	mittlere	0,4 km	4,6 Min
12	Rewe	Flügelstraße 1	59423	Unna	mittlere	0,4 km	4,9 Min
13	Einkaufszentrum	Flügelstraße 17	59423	Unna	mittlere	0,4 km	5,1 Min
14	Der Senfladen	Massener Straße 24	59423	Unna	mittlere	0,4 km	5,1 Min
15	Hellweg Center	Ostring	59423	Unna	mittlere	0,5 km	6,5 Min
16	Einzelhandel	Viktoriastraße 2	59425	Unna	mittlere	0,8 km	9,1 Min

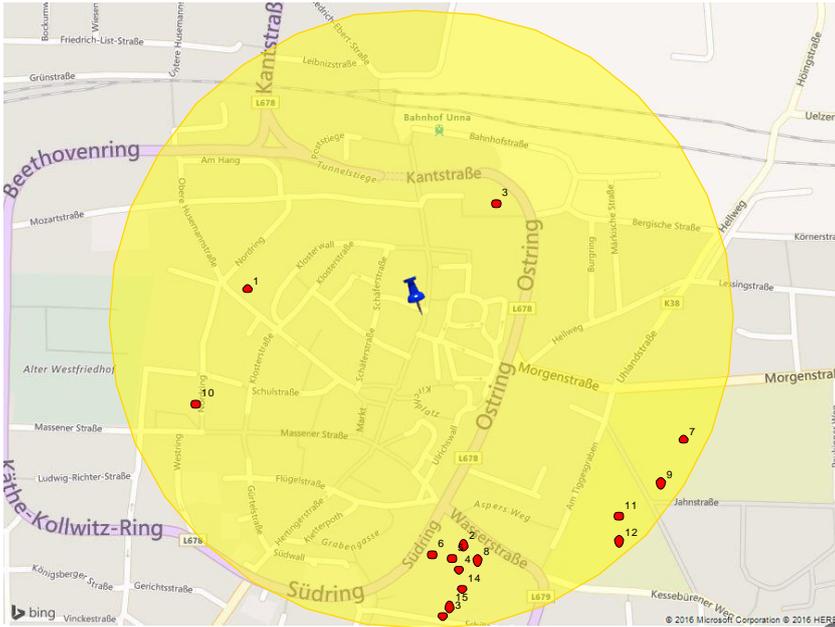
Erläuterung

Warenhäuser sowie insbesondere Shopping Center und Shopping Malls sind die Frequenzbringer schlechthin.

Ebenso wie die Shopping Center und Shopping Malls mit ihrem großen Spektrum an Sortimentsvielfalt (auch spezialisierter Einzelhandel) üben die Warenhäuser, Supermärkte und Discounter mit ihren umfassenden, aber in der Regel nicht besonders spezialisierten Sortimenten eine große Anziehungskraft aus.

Insbesondere der spezialisierte Einzelhandel sowie spezialisierte, stationäre Dienstleistungen können von Warenhäusern, Supermärkten und Discountern im Umfeld profitieren, da komplementäre Bedürfnisse befriedigt werden.

Supermärkte und Discounter bedienen den kurzfristigen Bedarf und bedingen daher in jedem Fall eine hohe Passantenfrequenz über den gesamten Tag.



Legende

-  Ihr Standort
-  Frequenzbringer-ID
-  Standorte der Frequenzbringer

Umkreis von 500m

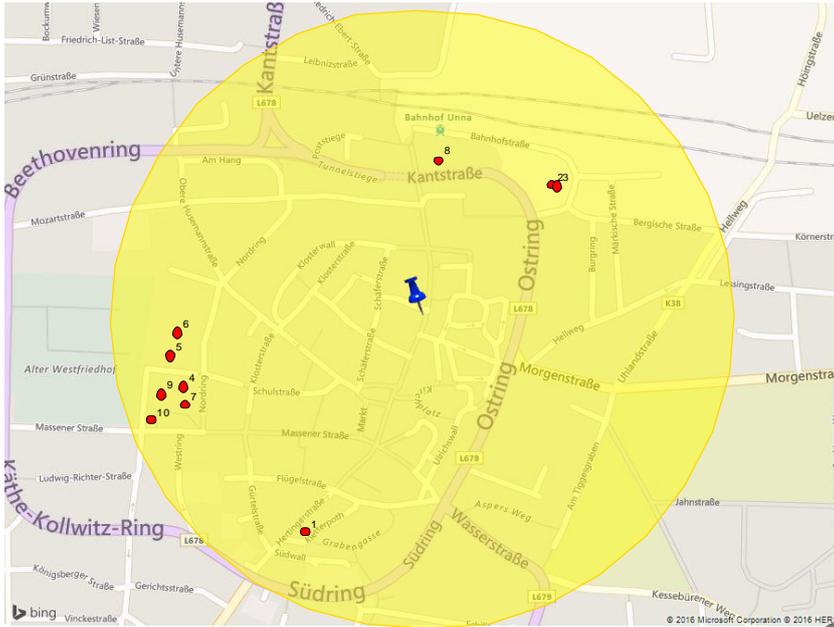
Liste der Bildungseinrichtungen (im Umkreis von 500m, Ausgabe als Gehzeit)

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Schule	Gerhart-Hauptmann-Straße	59423	Unna	mittlere	0,4 km	4,7 Min
2	Schule	Wasserstraße 27	59423	Unna	mittlere	0,4 km	5,2 Min
3	Katharinen-Kindergarten	Kantstraße 9	59423	Unna	mittlere	0,4 km	5,3 Min
4	Schule	Wasserstraße 27	59423	Unna	mittlere	0,5 km	5,4 Min
5	Schule	Wasserstraße 27	59423	Unna	mittlere	0,5 km	5,4 Min
6	Schule	Südring 37	59423	Unna	mittlere	0,5 km	5,5 Min
7	Schulbuecherei	Morgenstraße 41	59423	Unna	mittlere	0,5 km	5,7 Min
8	Unter'm Himmelszelt	Wasserstraße 29	59423	Unna	mittlere	0,5 km	5,7 Min
9	Schule	Herderstraße 7	59423	Unna	mittlere	0,6 km	6,7 Min
10	Stadtbibliothek	Nordring 43	59423	Unna	mittlere	0,6 km	6,8 Min
11	Peter-Weiss-Gesamtschule	Jahnstraße 16	59423	Unna	mittlere	0,6 km	6,8 Min
12	Schule	Jahnstraße 16	59423	Unna	mittlere	0,6 km	6,8 Min
13	Schule	Schillerstraße 16	59423	Unna	mittlere	0,8 km	9,0 Min
14	Schule	Schillerstraße 12	59423	Unna	mittlere	0,8 km	9,5 Min
15	Schule	Schillerstraße 16	59423	Unna	mittlere	0,8 km	9,5 Min

Erläuterung

Bildungseinrichtungen sind vor allem zur Tageszeit Frequenzbringer der jüngeren Bevölkerungsgruppen. Hier ist es besonders interessant, sich entweder mit einem zielgruppenorientierten Sortiment in direkter Nähe zu der Institution zu platzieren (z.B. als Copy-Shop direkt an der Universität) oder die am häufigsten genutzten Wege der Schüler/Studenten mit entsprechender Werbung zu flankieren. Eine weitere Möglichkeit bietet sich in der Auslage von zielgruppenorientierten Flyern o.ä. innerhalb der Bildungseinrichtung (z.B. am „Schwarzen Brett“), sofern die Erlaubnis dazu besteht.





Legende



Ihr Standort
 Frequenzbringer-ID
 Standorte der Frequenzbringer
 Umkreis von 500m

Liste der Behörden (im Umkreis von 500m, Ausgabe als Gehzeit)

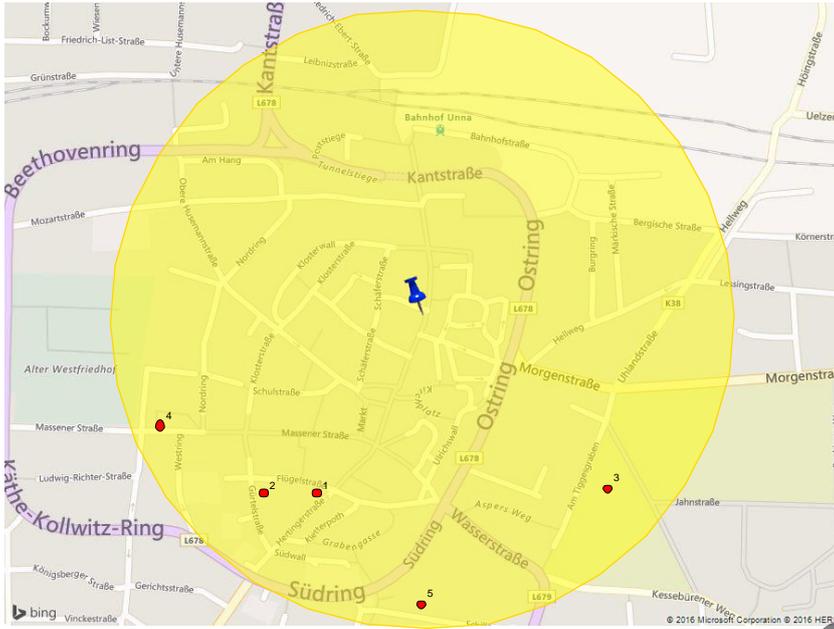
Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Sellmann & Eimer Personal GmbH & Co. KG	Hertingerstraße 30	59423	Unna	mittlere	0,4 km	4,8 Min
2	Objekt ohne bekannte Bezeichnung	Bahnhofstraße	59423	Unna	mittlere	0,5 km	5,7 Min
3	Objekt ohne bekannte Bezeichnung	Bahnhofstraße	59423	Unna	mittlere	0,5 km	5,7 Min
4	Objekt ohne bekannte Bezeichnung	Platz der Kulturen 43	59423	Unna	mittlere	0,5 km	5,9 Min
5	Öffentliches Gebäude	Platz der Kulturen	59423	Unna	mittlere	0,5 km	6,2 Min
6	Marie-Juchacz-Seniorenzentrum	Nordring 37	59423	Unna	mittlere	0,5 km	6,3 Min
7	ZIB	Nordring 43	59423	Unna	mittlere	0,6 km	6,6 Min
8	Rathaus	Kantstraße	59423	Unna	innere	0,6 km	6,8 Min
9	Lindenbrauerei	Rio-Reiser-Weg	59423	Unna	mittlere	0,6 km	7,0 Min
10	Objekt ohne bekannte Bezeichnung	Rio-Reiser-Weg	59423	Unna	mittlere	0,6 km	7,2 Min

Erläuterung

Behörden bringen vor allem zur Tageszeit Passantenfrequenzen mittlerer und älter Bevölkerungsgruppen. Interessant sind aber nicht nur die „Kunden“ der Behörden, sondern auch deren Mitarbeiter, die besonders vor und nach Dienstschluss sowie in der Mittagspause in ihrer unmittelbaren Umgebung konsumieren.

Wenn Sie Ihre Zielgruppe insbesondere in Behörden finden, können diese evtl. nach Vereinbarung genutzt werden, um Flyer o.ä. auszulegen.

Unverkäufliches Muster



Legende



Ihr Standort
Frequenzbringer-ID
Standorte der Frequenzbringer
Umkreis von 500m

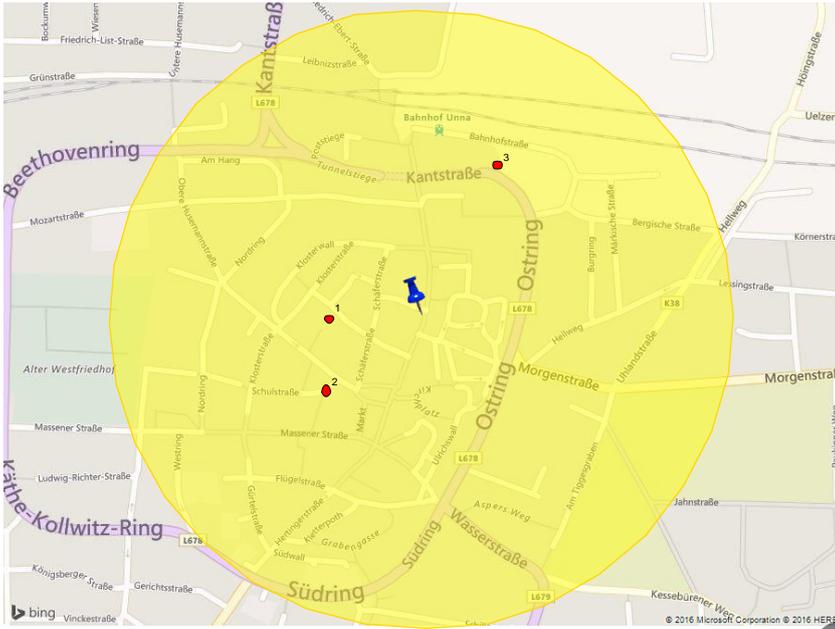
Liste der Einrichtungen für Sport und Fitness (im Umkreis von 500m, Ausgabe als Gehzeit)

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Bowling-Center Unna	Flügelstraße 4	59423	Unna	mittlere	0,4 km	4,3 Min
2	Freestyle Fitness	Flügelstraße 1	59423	Unna	mittlere	0,4 km	5,3 Min
3	Dreifachturnhalle	Am Tiggesgraben 10	59423	Unna	mittlere	0,5 km	5,9 Min
4	Mrs. Sporty	Massener Straße 33	59423	Unna	mittlere	0,6 km	7,3 Min
5	ADTV Tanzschule Kochtokrax	Schillerstraße 16	59423	Unna	mittlere	0,7 km	8,6 Min

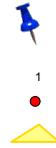
Erläuterung

Einrichtungen für Sport und Fitness bringen zur Tageszeit und in den Abendstunden Passantenfrequenzen von Bevölkerungsgruppen mittleren Alters mit zumeist sportlichen Interesse.
Entspricht dieses Klientel Ihrer Zielgruppe? Dann können Sie natürlich auch hier eine Werbe-Kooperation abschließen.

Unverkäufliches Muster



Legende



Ihr Standort
Frequenzbringer-ID
Standorte der Frequenzbringer
Umkreis von 500m

Liste der Hotels (im Umkreis von 500m, Ausgabe als Gehzeit)

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Hotel Kraka	Gesellschaftsstraße 10	59423	Unna	innere	0,2 km	2,4 Min
2	Hotel Nachtwächter	Schulstraße 1	59423	Unna	innere	0,3 km	3,2 Min
3	Hotel Katharinenhof	Kantstraße 49	59423	Unna	mittlere	0,5 km	5,7 Min

Erläuterung

Unverkäufliches Muster



Die **Standortfaktoren** sind die für die Standortwahl maßgeblichen Einflussgrößen, die sich aus den gegebenen Sachverhalten und Bedingungen ergeben, d.h. sie beschreiben die Ausstattung des Standortes mit bestimmten Merkmalen (Quelle: IHK München, 2008).

Dieser **Standortcheck** liefert Ihnen bei weitem nicht alle Standortfaktoren, die Sie für eine Standortentscheidung kennen müssen. Es sind aber vor allem die Standortfaktoren enthalten, die Sie ohne ansonsten komplexe, zeit- und kostenintensive Untersuchungen nicht bestimmen könnten, nämlich die **abgabeorientierten** und vor allem die wichtigsten **absatzorientierten Standortfaktoren** am Makro- und insbesondere am Mikrostandort.

Insbesondere, wenn Sie diesen Standortcheck für die Optimierung eines bestehenden Standortes nutzen, bietet Ihnen die räumliche Differenzierung innerhalb Ihres Einzugsgebietes ein einmaliges Instrument zur **Effizienzsteigerung**.

Für eine **Standortentscheidung** empfehlen wir Ihnen, die unten aufgelisteten Standortfaktoren in Ihre eigene Bewertungsmatrix mit weiteren relevanten Faktoren, die den **Standortanforderungen Ihres Unternehmens** entsprechen, zu kombinieren und dann eine abschließende Bewertung durchzuführen.

Zusammenfassende Bewertung der Standortfaktoren

Makro-Analyse (Umland und Gemeinde)

Kategorie		Merkmal	Wert	Bewertung
Beschaffungsorientierte Standortfaktoren	Verkehrsanbindung für Anlieferung	Zentrenreichbarkeit	hoch	+
Absatzorientierte Standortfaktoren	Absatzpotenzial	Zentrenreichbarkeit	hoch	+
		Bevölkerungsdichte	hoch	+
	Ertragspotenzial	Einkünfte je Steuerpflichtigem(r)	hoch	+
Arbeitsorientierte Standortfaktoren	Arbeitsmarkt	Arbeitslosenquote	hoch	-
Abgabeorientierte Standortfaktoren	Steuern	Grundsteuer B	hoch	-
		Gewerbesteuer	hoch	-
Infrastrukturelle Standortfaktoren	Verkehrsanbindung für Kunden	Zentrenreichbarkeit	hoch	+

Mikro-Analyse (Einzugsgebiet und Standort)

Kategorie		Merkmal	Wert	Bewertung
Absatzorientierte Standortfaktoren	Umsatzpotenzial	Index der allgemeinen Kaufkraft im inneren Einzugsgebiet	niedrig	-
		Zentralitätsindex im inneren Einzugsgebiet	hoch	+
Infrastrukturelle Standortfaktoren	Erreichbarkeit	Öffentliche Parkplätze in 400m Umkreis	ja	+
		Haltestellen in 400m Umkreis	ja	+

Erläuterung

Die Standortfaktoren werden für den Großraum (Makro-Analyse) und für den unmittelbaren Wirkungsbereich (Mikro-Analyse) dargestellt. Normalerweise wird zuerst die Makro-Analyse für die Prüfung der grundsätzlichen Standorteignung und anschließend die Mikroanalyse für die Ermittlung des exakten Standortes vorgenommen. Es kann aber, z.B. je nach Spezialisierungsgrad des Geschäftsmodells auch Ausnahmen davon geben, sodass bestimmte Makro-Faktoren in den Hintergrund treten.

Die Ausprägung eines Wertes für ein Standortfaktor-Merkmal richtet sich in der Regel nach dem Vergleichswert für die Bundesrepublik Deutschland.

Die Zentrenreichbarkeit ist hoch in den Zentralräumen, mittel in den Zwischenräumen und niedrig in den Peripherieräumen.

Bevölkerungsdichte und Einkommen sind hoch, wenn diese Werte über dem Bundesschnitt liegen.

Arbeitslosenquote, Grundsteuer B und Gewerbesteuer sind niedrig, wenn diese Werte unter dem Bundesschnitt liegen.

Die Indizes des Umsatzpotenzials am Standort sind hoch, wenn diese über dem Bundesschnitt liegen (>100).

Die Erreichbarkeit wird positiv bewertet, wenn Parkplätze oder Haltestellen jeweils in ca. fünf Gehminuten Umkreis (400 m) um den Standort vorhanden sind.