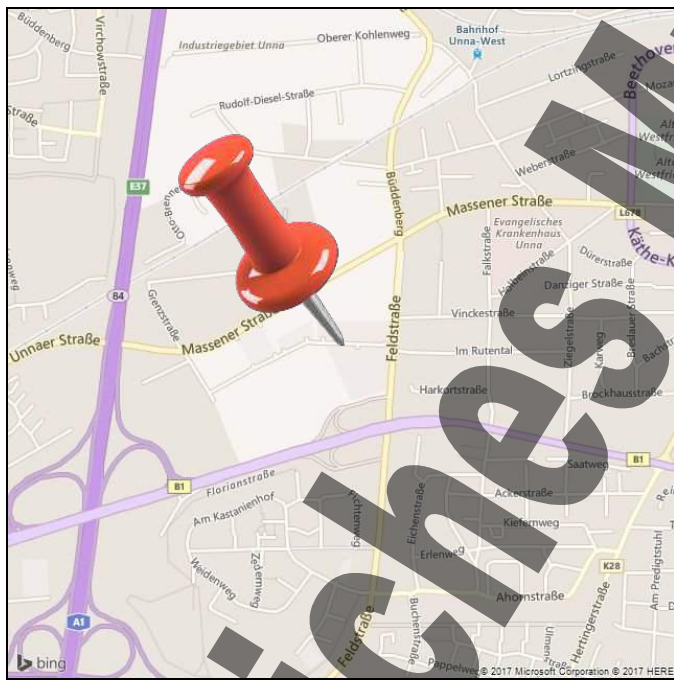


Standortcheck für das Objekt Zurbrüggen



Hans-Böckler-Straße 3
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, aus auszugsweise, sind strengstens untersagt. Geodaten © OpenStreetMap und © Microsoft Bing Maps oder © Google Inc.

Marktinformationen (einzelhandelsrelevante Kaufkraft, allgemeine Kaufkraft, Zentralität) © panadress marketing intelligence GmbH, 2016
Statistische Daten (Gemeindedaten, Branchen Daten) © Destatis 2016, Regionaldatenbank Deutschland; Gebietsstand der Gemeinden 31.12.2015.

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 jedwede 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

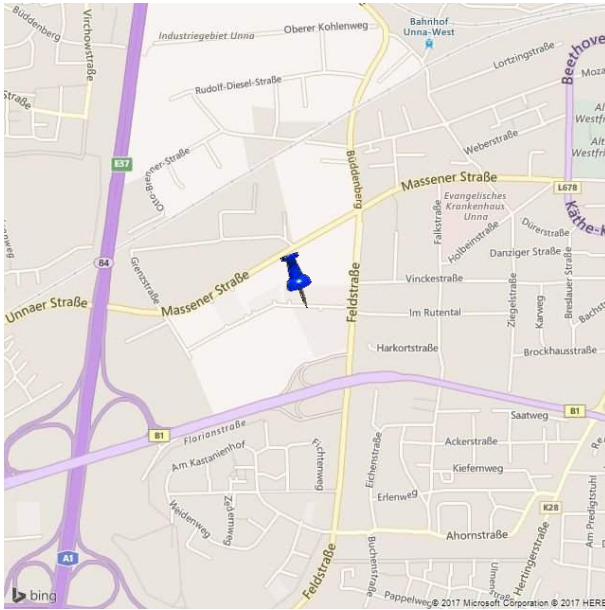
Sitz
Oberschleißheim

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

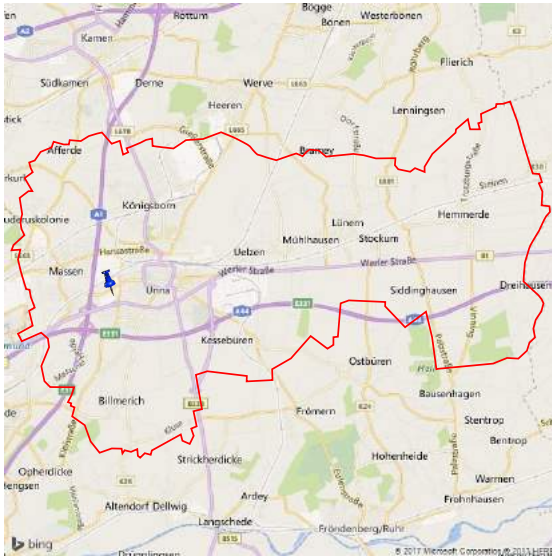


Objekt	Zurbrüggen
Adresse	Hans-Böckler-Straße 3 59423 Unna
Geschäftsart	Einzelhandel
Branche	Möbel, Küchen
Sortiment	Schlafzimmermöbel; Schränke, Regale, Kommoden
Fläche	37.500 m ²
Analyse-ID	12088
Anmeldename	michael.terwesten@gbconsite.de
Paket	Plus
PayPal Transaktions ID	
Preis	(inkl. MwSt.)
Datum	19.04.2017

Inhaltsverzeichnis

Titel	Seite
Inhalt	2
1. Marktcharakteristik	
Ihr Standort Zurbrüggen in Unna	3
Ihr Einzugsgebiet zu Standort "Zurbrüggen"	4
Wettbewerber im Einzugsgebiet zu Standort "Zurbrüggen"	5
2. Potenzialprognosen	
Wahrscheinlichkeit, dass am Standort "Zurbrüggen" eingekauft wird	8
Ihr Kundenpotenzial für Standort "Zurbrüggen"	9
Gesamtes Kundenpotenzial für alle Marktteilnehmer	10
Ihr Umsatzpotenzial für Standort "Zurbrüggen"	11
Gesamtes Umsatzpotenzial für alle Marktteilnehmer	12
Prognose der Marktanteile der Wettbewerber im Einzugsgebiet	13
3. Kundenmagnete und Kooperationspartner	
Infrastruktur und Frequenzbringer – Definition und Erläuterungen	16
Infrastruktur – ÖPNV	17
Frequenzbringer – Einkaufszentren, Warenhäuser und Supermärkte	18
Standortcheck – Zusammenfassung	19

Unverkäufliches Muster



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.

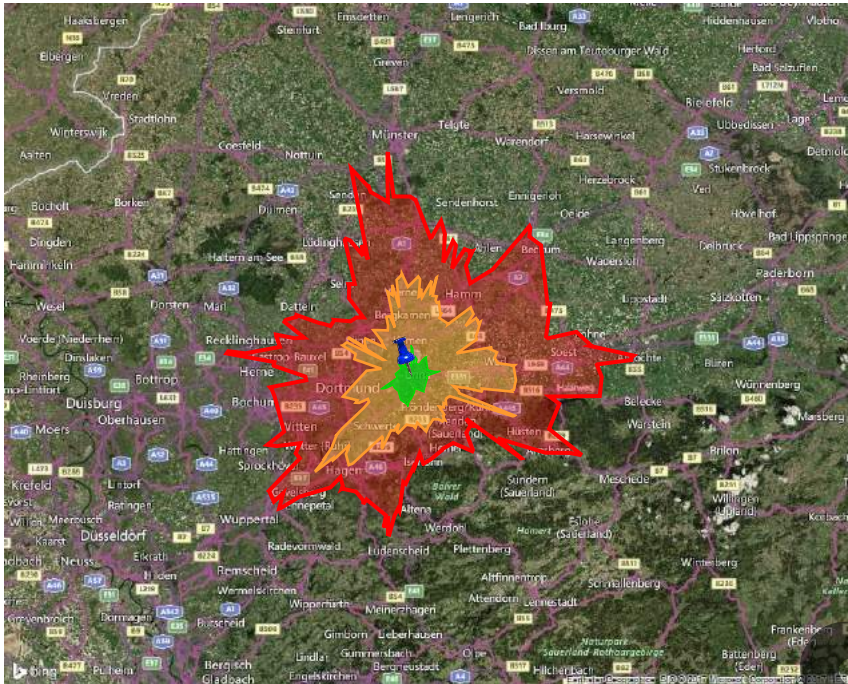
Standortfaktoren für Unna

Merkmal		Unna	BRD	Anteil/Vergleich
Bevölkerung	gesamt	58.724	81.197.537	0,0723 %
	Anteil der 0-15 jährigen	12,73 %	13,16 %	-0,43 %
	Anteil der 15-65 jährigen	64,98 %	65,79 %	-0,81 %
	Anteil der über 65 jährigen	22,28 %	21,05 %	+1,24 %
	Einkünfte je Steuerpflichtigem(r)	33.460,22 €	32.284,81 €	+3,64 %
	Bevölkerungsdichte [Einwohner/km ²]	663	227	+191,85 %
	Zuwanderung bezogen auf Gesamtbevölkerung	5,14 %	6,67 %	-1,53 %
Abwanderung bezogen auf Gesamtbevölkerung		5,08 %	5,99 %	-0,92 %
	gesamt	21.161	30.048.103	0,0704 %
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	Bezogen auf 15-65 Jährige	55,45 %	56,25 %	-0,79 %
	Ausländer von gesamt	5,69 %	8,21 %	-2,52 %
	Beschäftigtendichte [Beschäftigte/km ²]	238,95	84,08	+184,19 %
Arbeitslose	gesamt	2.346	2.794.664	0,0839 %
	Bezogen auf 15-65 Jährige	6,15 %	5,23 %	+0,92 %
	Ausländer von gesamt	18,24 %	20,16 %	-1,92 %
Landwirtschaft	Betriebe gesamt	100	374.514	0,0267 %
	Betriebe bezogen auf 1000 Einwohner	1,70	4,61	-63,08 %
	Anteil landwirtschaftlicher Nutzfläche	64,59 %	51,66 %	+12,93 %
Verarbeitendes Gewerbe	Betriebe gesamt	43	45.406	0,0947 %
	Beschäftigte bezogen auf Gesamtbevölkerung	6,64 %	7,54 %	-0,90 %
	Beschäftigte bezogen auf 15-65 Jährige	10,22 %	11,46 %	-1,24 %
Gebäude	gesamt	13.410	18.110.835	0,0740 %
	Wohnungen	29.248	40.318.513	0,0725 %
	durchschn. Wohnfläche [m ²]	84,77	85,00	-0,23 %
Tourismus	Beherbergungsbetriebe	7	51.865	0,0135 %
	Gästebetten	432	3.563.595	0,0121 %
	Gästeübernachtungen gesamt	48.579	424.061.525	0,0115 %
	Gästeübernachtungen je Einwohner	0,83	5,22	-84,16 %
	gesamt	307	389.167	0,0789 %
bezogen auf 1000 Einwohner		5,23	4,79	+9,08 %
	Steuern und Politik in der Gemeinde	Steuern und steuerähn. Einnahmen je Einw.	Keine Angabe	978,95 €
Gewerbesteuerhebesatz		470 %	399 %	71 %
	Grundsteuer B	762 %	455 %	307 %
	Bundestagswahl September 2013	SPD		37,92 %
	letzte Landtagswahl vor 2017	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 2016, Regionaldatenbank Deutschland

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



Legende

-  Ihr Standort
-  10 Fahrminuten
-  20 Fahrminuten
-  30 Fahrminuten

Marktinformationen für Ihr Einzugsgebiet

Merkmal	10 Minuten	20 Minuten	30 Minuten	Einzugsgebiet	BRD
Einwohner	64.504	669.861	1.590.563	2.324.928	81.197.537
Büroarbeitsplätze	20.730	121.239	311.457	453.425	18.056.947
Bevölkerungsdichte [Einwohner/km²]	987	901	742	787	227
Anteil der 0-15 jährigen [%]	12,20	13,48	12,63	12,86	13,15
Anteil der 15-25 jährigen [%]	10,63	11,26	11,31	11,27	10,65
Anteil der 25-50 jährigen [%]	23,22	22,97	24,28	23,87	24,87
Anteil der 50-65 jährigen [%]	31,51	30,70	30,34	30,48	30,29
Anteil der über 65 jährigen [%]	22,44	21,60	21,44	21,51	21,03
Anteil der Frauen [%]	51,88	51,29	51,33	51,33	50,94
Ausländeranteil [%]	7,38	9,85	11,06	10,61	9,22
Anzahl der Haushalte	31.128	320.307	783.130	1.134.565	40.225.798
Einwohner pro Haushalte	2,1	2,1	2,0	2,0	2,0
Anteil der Erwerbstätigen [%]	50,94	47,31	47,60	47,61	50,48
Arbeitslosenquote [%]	7,69	9,42	9,48	9,41	6,18
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Einwohner pro Jahr [€]	6.560	6.709	6.668	6.677	6.805
Kaufkraft für Ihr Sortiment pro Einwohner pro Jahr [€]	87	89	88	88	90
Index der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft	96,40	98,59	97,99	98,12	100,00
Einzelhandelsumsatz pro Einwohner pro Jahr [€]	8.994	5.403	6.828	6.477	6.352
Index des Einzelhandelsumsatzes	141,58	85,06	107,48	101,97	100,00
Kaufkraftzufluss in das Einzugsgebiet [Mio. €]	157.001	-874.769	254.577	-463.192	-36.734.060
Zentralitätsindex	147	86	110	104	100

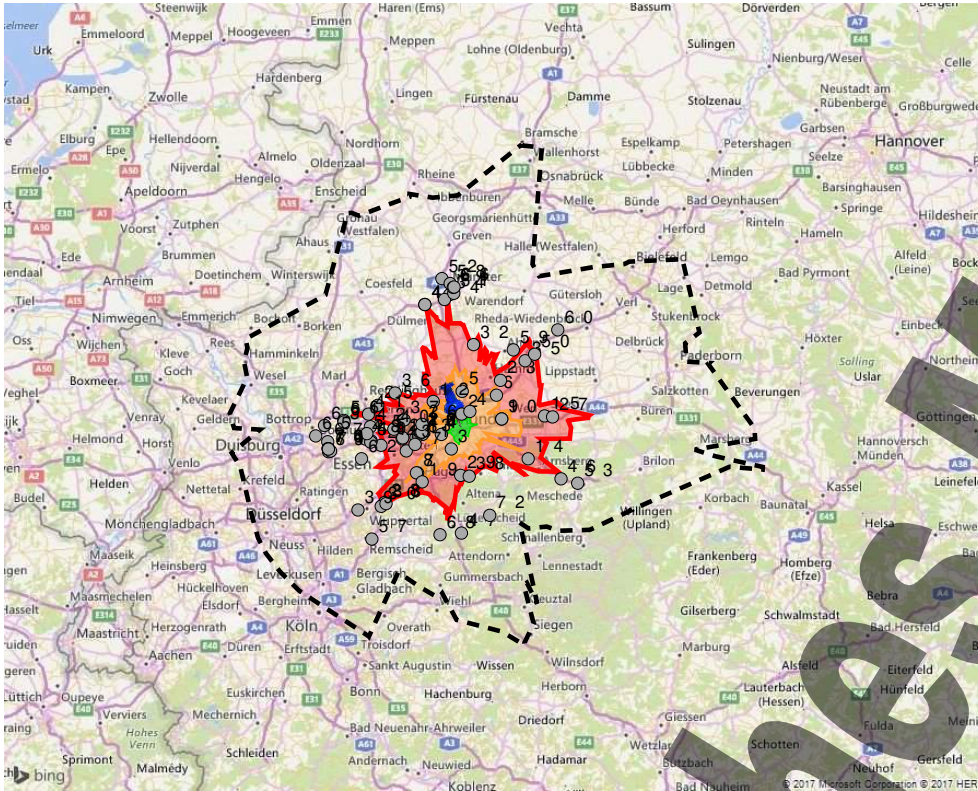
Erläuterung

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 Kernsortimenten der Bedarfsfristigkeit "langfristig", ein **Einzugsgebiet von bis zu 30 Minuten Fahrweg um Ihre Verkaufsstätte**.

Dieses Einzugsgebiet ist dreigeteilt, wobei nach den Grundsätzen der Handelsforschung von Kunden der inneren Zone (0-10 Minuten) der weitaus größte Teil Ihres Umsatzes (bis zu 70%) hervorgerufen wird. Von Kunden der zweiten Zone (10-20 Minuten) sind ca. 20% Umsatzanteil, von Kunden der dritten, äußeren Zone (20-30 Minuten) nur ca. 10% Umsatzanteil zu erwarten.

Das in diesem Standortcheck ermittelte **Umsatzpotenzial** (Seite 11) wird diese pauschale Einteilung Ihres Einzugsgebietes in Abhängigkeit vom Wettbewerb und den tatsächlichen Kundenpotenzialen differenzierter darstellen, sodass Sie sehr genau sehen können, von wo genau innerhalb Ihres Einzugsgebietes Sie den meisten Umsatz zu erwarten haben.

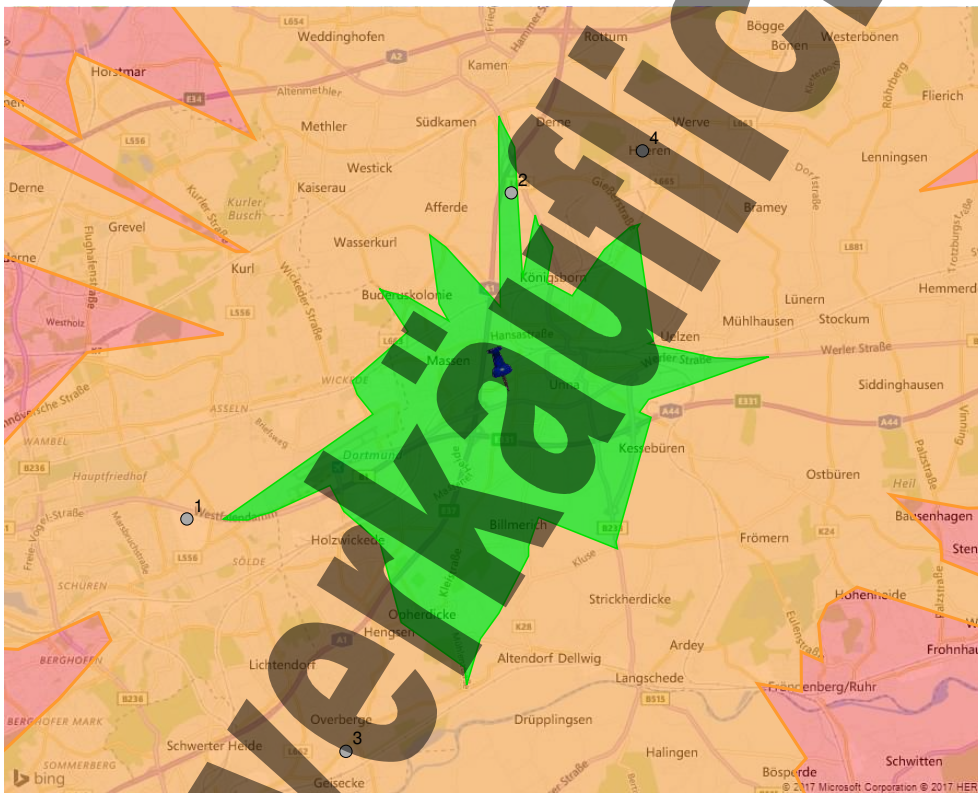
Die **Marktinformationen** oben stehender Tabelle werden für Ihr Einzugsgebiet angegeben und den Durchschnittswerten der BRD gegenüber gestellt. Unter der **einzelhandelsrelevanten Kaufkraft** versteht man dabei denjenigen Teil des "verfügbaren Einkommens", welcher der Wohnbevölkerung eines bestimmten Gebietes für Ausgaben im Einzelhandel (ohne Einzelhandel mit Kraftfahrzeugen, Kfz-Teilen, Brennstoffen, Tankstellen, mit den Umsätzen des Lebensmittelhandwerks) zur Verfügung steht. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft beträgt in der Bundesrepublik Deutschland derzeit knapp 30% der gesamten Kaufkraft. Die **Umsätze im Einzelhandel** wurden nach der amtlichen Klassifikation der Wirtschaftszweige erfasst und anhand der Umsatzentwicklungen aus der Umsatzsteuerstatistik unter Einbeziehung der Eröffnungen und Schließungen von Ladengeschäften fortgeschrieben. Die Relation aus Einzelhandelsumsatz zu einzelhandelsrelevanter Kaufkraft der Wohnbevölkerung bildet die **Einzelhandelszentralität**. Übersteigt der Umsatz im Einzelhandel die am Ort verfügbare Kaufkraft der Wohnbevölkerung, handelt es sich um ein Gebiet mit **Kaufkraftzufluss**, umgekehrt ein Gebiet mit **Kaufkraftabfluss**. Der Zentralitätsindex zeigt das Maß an Attraktivität ("Magnetwirkung") eines Gebiets für sein Umland.



Legende

-  Ihr Standort
-  Wettbewerber-ID
-  Standorte Ihrer Wettbewerber
-  Einzugsgebiet
-  10 Fahrminuten
-  20 Fahrminuten
-  30 Fahrminuten
-  60 Fahrminuten

Wettbewerber im gesamten Einzugsgebiet



Wettbewerber im Nahbereich des Standortes

Liste der Wettbewerber

Name	Straße	PLZ	Ort	Fläche	Wegstrecke	Zeit
1 Roller Dortmund	Schleefstr. 28	44287	Dortmund	15.000 m ²	9,2 km	12 Min
2 IKEA Kamen	Kamen Karree 1	59174	Kamen	29.100 m ²	6,2 km	12 Min
3 Wohnwelt Reuper	An der Silberkuhle 2	58239	Schwerte	10.000 m ²	10,4 km	14 Min
4 Einrichtungshaus Specht	Märkische Str. 5-9	59174	Kamen	5.000 m ²	7,6 km	15 Min
5 POCO Einrichtungsmarkt Bergkamen	Industriestr. 39	59192	Bergkamen	7.000 m ²	18,6 km	16 Min
6 Finke Filiale Hamm	Unnaer Str. 35	59069	Hamm	44.000 m ²	22,7 km	17 Min
7 Leeners	Herdecker Str. 2	58089	Hagen	2.000 m ²	25,9 km	19 Min
8 POCO Einrichtungsmarkt Hagen	Am Ringofen 21	58089	Hagen	7.000 m ²	25,7 km	19 Min
9 Taxx Möbel-Discount	Prozessionsweg 8	59457	Werl	23.500 m ²	22,7 km	21 Min
10 Möbel Turflon	Prozessionsweg 8	59457	Werl	46.500 m ²	22,7 km	21 Min
11 Systerior GmbH	Märkische Str. 60	44141	Dortmund	600 m ²	16,3 km	22 Min
12 Möbel Bäcker	Kamener Str. 10	44532	Lünen	10.000 m ²	22,3 km	22 Min
13 Ligne-Roset Dortmund	Rosemeyerstr. 14	44139	Dortmund	2.000 m ²	18,4 km	24 Min
14 POCO Einrichtungsmarkt Arnsberg	Arnsberger Str. 59	59759	Arnsberg	7.000 m ²	35,3 km	25 Min
15 Roller Möbel - Soest	Werler Landstr. 14	59494	Soest	7.000 m ²	36,3 km	25 Min
16 IKEA Dortmund	Borussiastr. 120	44149	Dortmund	29.000 m ²	32,8 km	25 Min
17 Ostermann Filiale Witten	Fredi-Ostermann-Str. 1	58454	Witten	50.000 m ²	30,1 km	25 Min
18 Bretz Store Dortmund	Hohe Str. 1	44139	Dortmund	2.000 m ²	17,6 km	25 Min
19 Olbrich Wohnen	Kampstr. 15a	58095	Hagen	1.000 m ²	29,4 km	26 Min
20 Chalet Dortmund	Wißstr. 14	44137	Dortmund	2.000 m ²	17,2 km	26 Min
21 Roller Dortmund-Oespel	Wulfshofstr. 6a	44149	Dortmund	7.000 m ²	33,2 km	26 Min
22 Wim Gelhard	Schliepstr. 12	44135	Dortmund	1.000 m ²	17,4 km	26 Min
23 Einrichtungshaus Wagner	Soester Str. 264	59071	Hamm	5.000 m ²	29,5 km	27 Min
24 Möbel Hardeck Bochum	Werner Hellweg 2-30	44803	Bochum	56.000 m ²	37,6 km	27 Min
25 Ostermann Filiale Recklinghausen	Schmalkalder Str. 14	45665	Recklinghausen	25.000 m ²	42,8 km	28 Min
26 POCO Einrichtungsmarkt Dortmund	Eisenhüttenweg 11	44145	Dortmund	6.200 m ²	20,8 km	28 Min
27 Möbel Wiemer	Martin-Opitz-Str. 2	59424	Soest	22.000 m ²	36,9 km	28 Min
28 Roller Schwelm	Talstr. 25	58332	Schwelm	7.000 m ²	44,5 km	28 Min
29 Möbel Sonneborn Iserlohn	Dröscheder Berg 2	58638	Iserlohn	13.000 m ²	26,2 km	29 Min
30 POCO Einrichtungsmarkt Wuppertal-Langerfeld	In der Fleute 157	42389	Wuppertal	7.000 m ²	44,6 km	29 Min
31 Möbel Dirkes	Deutsch-Luxemburger Str. 37	44225	Dortmund	940 m ²	20,7 km	30 Min
32 Möbel Gaßmüller	Bürener Str. 51	48317	Drensteinfurt	2.500 m ²	37,1 km	30 Min
33 Einrichtungshäuser Hüls	Bahnhofstr. 63	58332	Schwelm	4.000 m ²	45,4 km	31 Min
34 RvE Rincklake van Endert	Weseler Str. 253	48151	Münster	3.500 m ²	52,5 km	31 Min
35 Berkemeier Home Company	Elker 14	59269	Beckum	12.000 m ²	43,7 km	31 Min
36 Möbel Meyer Datteln	Zur Seilscheibe 1	45711	Datteln	3.000 m ²	41,5 km	31 Min
37 Möbel Drees	Bodelschwinger Str. 125	44357	Dortmund	2.500 m ²	39,1 km	31 Min
38 POCO Einrichtungsmarkt Iserlohn	Karnacksweg 29	58636	Iserlohn	7.000 m ²	26,0 km	32 Min
39 POCO Einrichtungsmarkt Wuppertal	Uellendahler Str. 70-72	42107	Wuppertal	7.000 m ²	50,2 km	32 Min
40 Möbel Tegro	Bockenfelder Str. 323	44577	Castrop-Rauxel	2.500 m ²	39,1 km	32 Min
41 Chalet Recklinghausen	Hochstr. 146a	45661	Recklinghausen	2.000 m ²	48,6 km	32 Min
42 Zurbrüggen Haus Herne	Am Westerfeld 1	44625	Herne	28.000 m ²	49,7 km	32 Min
43 Möbel Hardeck Senden	Bahnhofstr. 75	48308	Senden	36.000 m ²	53,8 km	32 Min
44 POCO Einrichtungsmarkt Münster	Weseler Str. 577-581	48163	Münster	7.000 m ²	53,2 km	32 Min
45 Roller Senden (Bösensell)	Bahnhofstr. 80	48308	Senden	7.000 m ²	53,9 km	33 Min
46 Domicil Einrichtungshaus Meschede-Freienöhl	Bahnhofstr. 39-41	59872	Meschede	4.000 m ²	52,7 km	33 Min
47 Möbel Sonneborn Lüdenscheid	Herscheider Landstr. 199	58515	Lüdenscheid	27.000 m ²	49,7 km	33 Min
48 YELLOW Möbel Bochum	Darpestr. 8	44793	Bochum	3.000 m ²	45,8 km	34 Min
49 Blennemann	Brückstr. 59-63	44787	Bochum	3.000 m ²	44,8 km	34 Min
50 Scharf Einrichten	Nordwall 33	59269	Beckum	3.000 m ²	48,7 km	34 Min
51 Ligne-Roset Münster	Friedrich-Ebert-Str. 127	48153	Münster	2.000 m ²	54,4 km	34 Min
52 Finke Filiale Münster	Haus Uhlenkotten 28	48159	Münster	44.000 m ²	58,5 km	34 Min
53 Möbel Knappstein Meschede	Schneidweg 8	59872	Meschede	5.000 m ²	56,3 km	34 Min
54 Möbelhaus Limpinsel	Westring 22	44787	Bochum	4.000 m ²	45,2 km	34 Min
55 POCO Einrichtungsmarkt Bochum	Riemker Str. 13-15	44809	Bochum	7.000 m ²	46,5 km	35 Min



Name	Straße	PLZ	Ort	Fläche	Wegstrecke	Zeit
56 Roller Gelsenkirchen	Willy-Brandt-Allee 66	45891	Gelsenkirchen	7.000 m ²	55,8 km	36 Min
57 Möbel Knappstein Remscheid	Neuenkamper Str. 71	42855	Remscheid	27.000 m ²	57,7 km	36 Min
58 YELLOW Möbel Münster	Grevener Str. 73	48159	Münster	4.000 m ²	60,5 km	37 Min
59 POCO Einrichtungsmarkt Ahlen	Kruppstr. 2+4	59227	Ahlen	5.900 m ²	54,0 km	37 Min
60 Zurbrüggen Haus Oelde	Zum Sundern 3-8	59302	Oelde	20.000 m ²	56,4 km	38 Min
61 POCO Einrichtungsmarkt Gelsenkirchen	Emscherstr. 24	45891	Gelsenkirchen	7.000 m ²	57,3 km	38 Min
62 Möbel Rodemann	Hättinger Str. 765	44879	Bochum	3.000 m ²	46,6 km	38 Min
63 Ostermann Filiale Bottrop	Ruhrölstr. 1	46240	Bottrop	35.000 m ²	63,9 km	40 Min
64 BoConcept Münster	Roggenmarkt 11	48143	Münster	5.000 m ²	57,2 km	41 Min
65 POCO Einrichtungsmarkt Bottrop	Essener Str. 237-253	46242	Bottrop	7.000 m ²	67,8 km	41 Min
66 Domicil Einrichtungshaus Münster	Hörsterstr. 43	48143	Münster	3.500 m ²	57,1 km	41 Min
67 POCO Einrichtungsmarkt Essen	Weigelwerkstr. 8	45326	Essen	7.000 m ²	65,9 km	42 Min
68 Natürlich Wohnen	Heerstr. 62	58553	Halver	2.500 m ²	53,3 km	43 Min
69 BoConcept Essen an der B224	Hans-Böckler-Str. 2	45127	Essen	5.000 m ²	60,3 km	44 Min
70 XXXL Kröger Essen	Hans-Böckler-Str. 80	45127	Essen	25.000 m ²	61,3 km	46 Min
71 ligne roset Essen Lindengalerie im Deutschlandhaus	Hirschlandplatz 1	45127	Essen	3.000 m ²	60,7 km	46 Min
72 Roller Plettenberg	Teindeln 22	58840	Plettenberg	7.000 m ²	59,2 km	47 Min
73 Roller Möbel - Essen	Altendorfer Str. 4	45127	Essen	7.000 m ²	61,4 km	47 Min
74 IKEA Essen	Altendorfer Str. 2	45127	Essen	22.800 m ²	61,5 km	49 Min

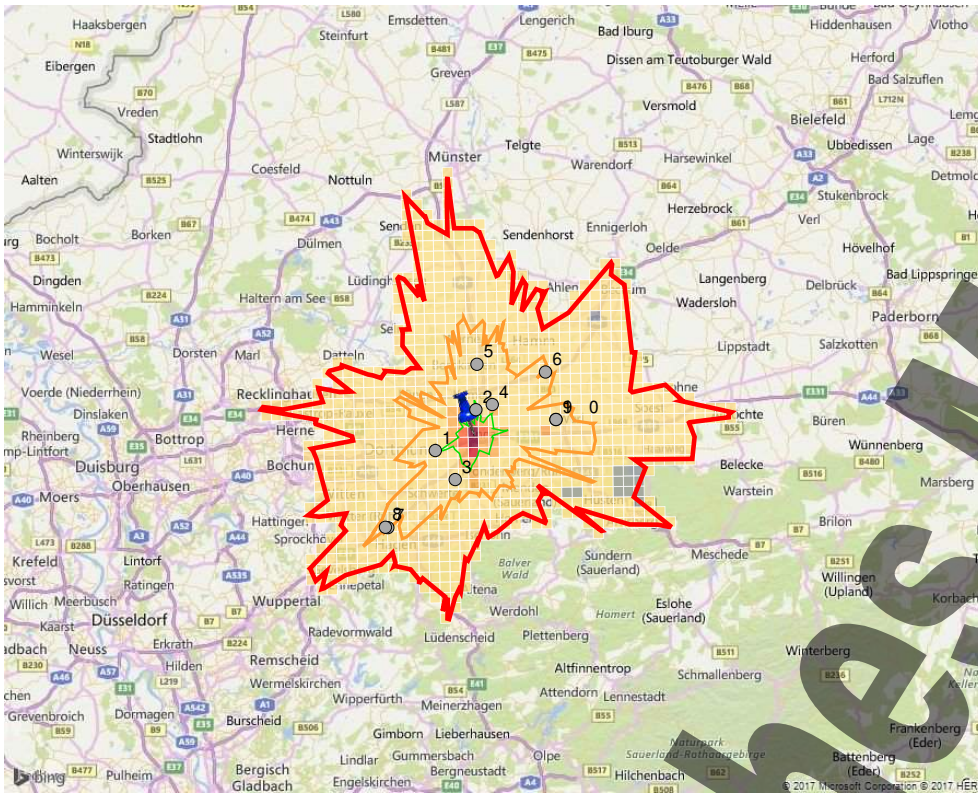
Erläuterung

Wettbewerber sind Unternehmen, die innerhalb des Einflussbereiches Ihres Standortes vergleichbare Kernsortimente wie Sie anbieten. Diese Wettbewerber und deren **relevante Verkaufsfläche** haben Sie selbst über den Online Standortcheck bestimmt. Die relevante Verkaufsfläche ist diejenige, die der Wettbewerber für die auch von Ihnen angebotenen **Kernsortimente** 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 Einkaufswahrscheinlichkeit 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 Warenangebot Kunden anziehen**.

Unverkäuflich



Einkaufswahrscheinlichkeit - Tops

Standort	Wahrscheinlichkeit gesamt	Tops	Teilfläche	Wahrscheinlichkeit
Einzugsgebiet Zurbrüggen	5,79 %	1	Massener Heide 3 (Unna)	70,16 %
		2	Massener Kirchweg (Unna)	56,75 %
		3	Buschstraße (Unna)	43,16 %
		4	Afferder Weg (Unna)	38,07 %
		5	Obermassener Heide (Holzwickede)	37,86 %
		6	Krummfuß (Unna)	35,76 %
		7	Am Freizeitbad 13 (Unna)	35,37 %
		8	Eibenstraße 5 (Holzwickede)	26,42 %
		9	Mehlhagen (Unna)	26,34 %
		10	Altendorfer Straße (Fröndenberg/Ruhr)	26,00 %
		11	Nadlerweg (Holzwickede)	25,50 %
		12	Roggenkamp 17 (Kamen)	22,28 %
		13	Hibbingser Weg (Unna)	21,79 %
		14	Brentweg (Kamen)	20,58 %
		15	Chaussee (Dortmund)	19,69 %

Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit
1	Roller Dortmund	15.000 m ²	12 Min
2	IKEA Kamen	29.100 m ²	12 Min
3	Wohnwelt Reuper	10.000 m ²	14 Min
4	Einrichtungshaus Specht	5.000 m ²	15 Min
5	POCO Einrichtungsmarkt Bergkamen	7.000 m ²	16 Min
6	Finke Filiale Hamm	44.000 m ²	17 Min
7	Leeners	2.000 m ²	19 Min
8	POCO Einrichtungsmarkt Hagen	7.000 m ²	19 Min
9	Taxx Möbel-Discount	23.500 m ²	21 Min
10	Möbel Turflon	46.500 m ²	21 Min

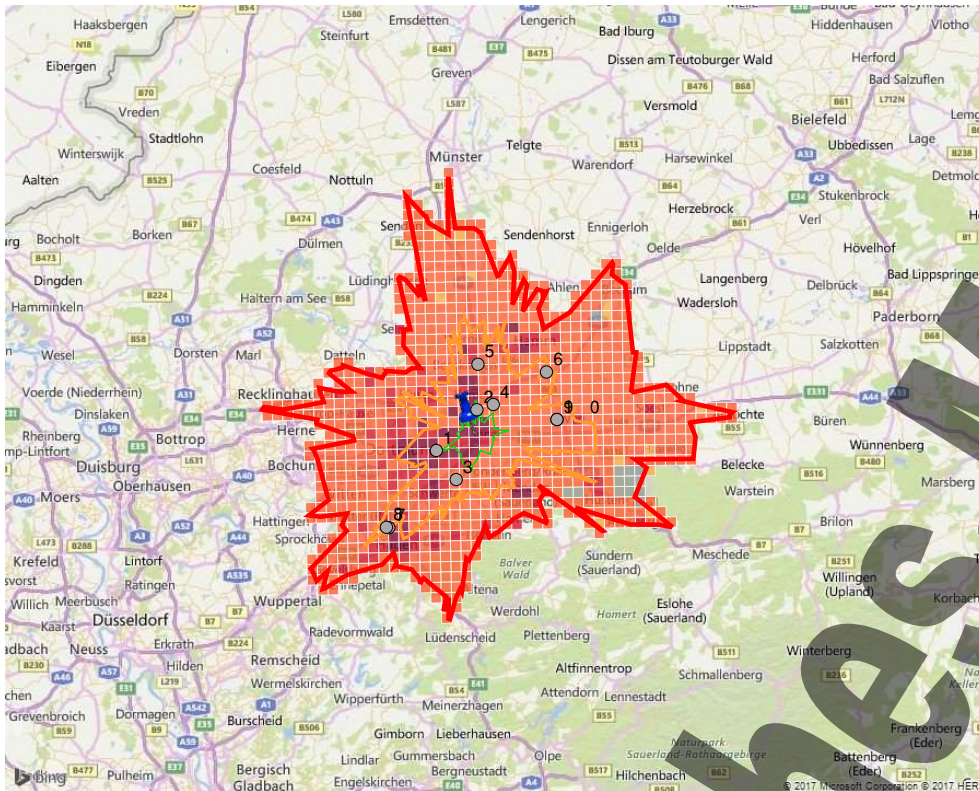
Erläuterung

Die **Einkaufswahrscheinlichkeit** gibt an, zu welchem Prozentsatz die Einwohner des Einzugsgebietes voraussichtlich an Ihrem Standort einkaufen werden. Die erste Tabelle gibt die Gesamtwahrscheinlichkeit des gesamten Einzugsgebietes für den Einkauf bei Ihnen an, die Einkaufswahrscheinlichkeiten für alle Wettbewerber in Summe ergibt 100%.

Die **Tops** zeigen die Teilgebiete innerhalb des Einzugsgebietes mit den höchsten Einkaufswahrscheinlichkeiten. 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 einkaufen und Sie dieses Gebiet mit einem **hohen Marktanteil** belegen können.

Die Einkaufswahrscheinlichkeit ist keine absolute 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**
- 10 Fahrminuten
- 20 Fahrminuten
- 30 Fahrminuten
- Kundenpotenzial**
- 0 - 0
- 0 - 0
- 0 - 295
- 295 - 596
- 596 - 4.329
- Teilfläche ohne Besiedlung

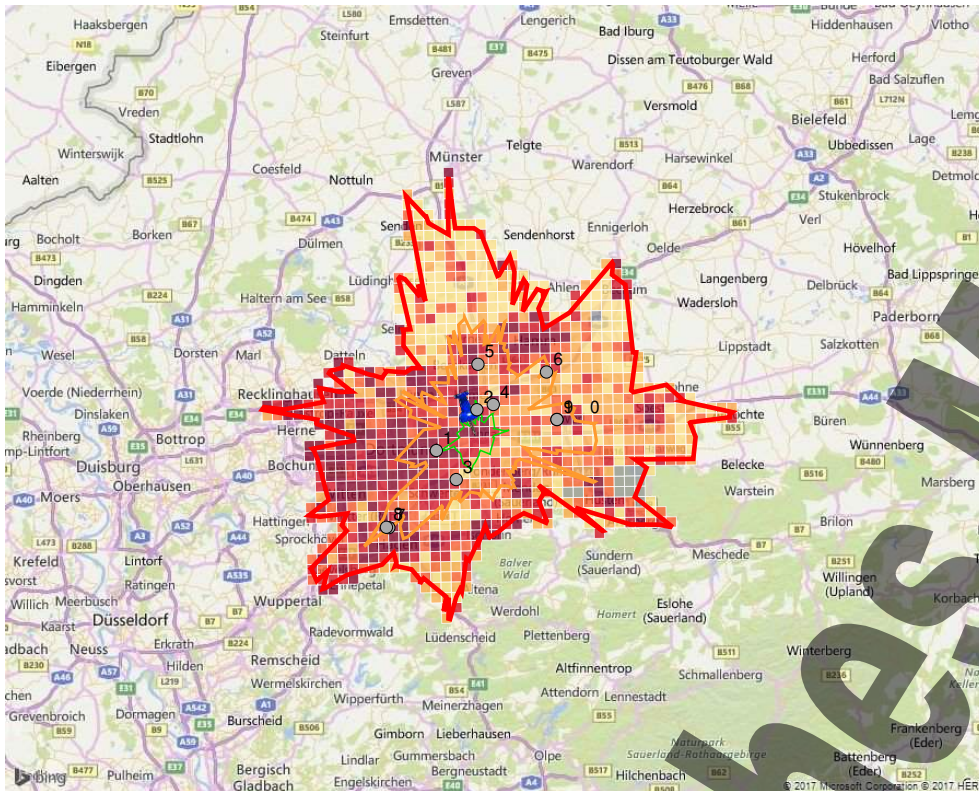
Kundenpotenzial für Ihren Standort - Tops

Kundenbindung Ihres Standortes		Kunden	Tops	Teilfläche	Kundenpotenzial
Einzugsgebiet Zurbrüggen		128.971	1	Krummfuß (Unna)	4.329
			2	Massener Kirchweg (Unna)	3.830
			3	Stemmering 5-7 (Dortmund)	2.338
			4	Am Freizeitbad 13 (Unna)	2.243
			5	Massener Heide 3 (Unna)	2.222
			6	Alteheide (Unna)	1.890
			7	Eisenacher Straße (Dortmund)	1.385
			8	Hannöversche Straße 18c (Dortmund)	1.317
			9	Afferder Weg (Unna)	1.297
			10	Am Kattenbrauck 35 (Dortmund)	1.070
			11	Jakob-Koenen-Straße (Kamen)	1.045
			12	Am Oelpfad (Dortmund)	1.027
			13	Am Wiehagen 35 (Bergkamen)	1.022
			14	Friedhofstraße 54 (Kamen)	996
			15	Johannes-Gronowski-Straße (Dortmund)	988

Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit
1	Roller Dortmund	15.000 m ²	12 Min
2	IKEA Kamen	29.100 m ²	12 Min
3	Wohnwelt Reuper	10.000 m ²	14 Min
4	Einrichtungshaus Specht	5.000 m ²	15 Min
5	POCO Einrichtungsmarkt Bergkamen	7.000 m ²	16 Min
6	Finke Filiale Hamm	44.000 m ²	17 Min
7	Leeners	2.000 m ²	19 Min
8	POCO Einrichtungsmarkt Hagen	7.000 m ²	19 Min
9	Taxx Möbel-Discount	23.500 m ²	21 Min
10	Möbel Turflon	46.500 m ²	21 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 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 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**
- 10 Fahrminuten
- 20 Fahrminuten
- 30 Fahrminuten
- Kundenpotenzial**
- 3 - 112
- 112 - 431
- 431 - 1.784
- 1.784 - 4.993
- 4.993 - 30.254
- Teilfläche ohne Besiedlung

Kundenpotenzial für alle Wettbewerber - Tops

Kundenbindung aller Wettbewerber		Kundenpotenzial	Tops		Teilfläche	Kundenpotenzial
Einzugsgebiet Zurbrüggen		2.324.928	1	Heinrich-Wenke-Straße 1-69 (Dortmund)		30.254
			2	Eisenacher Straße (Dortmund)		25.667
			3	An der Buschmühle (Dortmund)		23.733
			4	Hannöversche Straße 18c (Dortmund)		19.558
			5	Goldberghang 17-22 (Hagen)		17.992
			6	Schlachthofstraße 3 (Hagen)		17.253
			7	Westerholz 45 (Dortmund)		16.164
			8	Am Oelpfad (Dortmund)		15.234
			9	Radbod (Hamm)		13.912
			10	Boltestraße 35-39 (Witten)		13.740
			11	Stiller Weg 3 (Iserlohn)		13.717
			12	Wilhelmstraße (Hamm)		13.488
			13	Heiliger Weg (Dortmund)		13.478
			14	Weißenburgstraße (Recklinghausen)		13.213
			15	Johannes-Gronowski-Straße (Dortmund)		13.100

Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit
1	Roller Dortmund	15.000 m ²	12 Min
2	IKEA Kamen	29.100 m ²	12 Min
3	Wohnwelt Reuper	10.000 m ²	14 Min
4	Einrichtungshaus Specht	5.000 m ²	15 Min
5	POCO Einrichtungsmarkt Bergkamen	7.000 m ²	16 Min
6	Finke Filiale Hamm	44.000 m ²	17 Min
7	Leeners	2.000 m ²	19 Min
8	POCO Einrichtungsmarkt Hagen	7.000 m ²	19 Min
9	Taxx Möbel-Discount	23.500 m ²	21 Min
10	Möbel Turflon	46.500 m ²	21 Min

Erläuterung

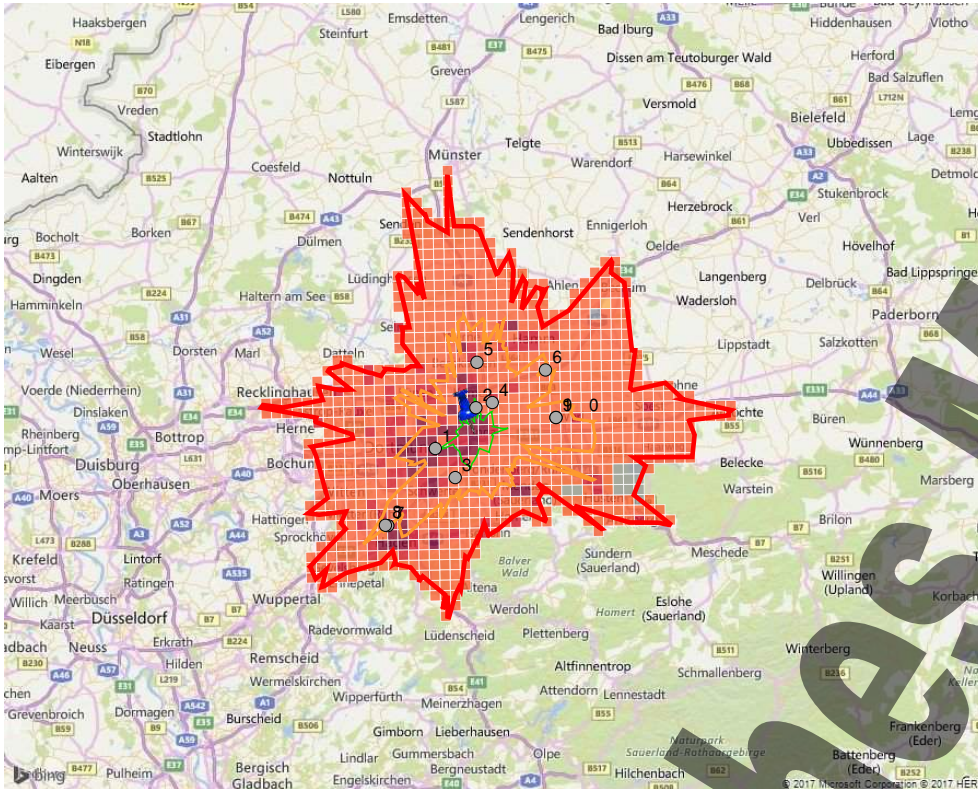
Das Kundenpotenzial für das **gesamte Einzugsgebiet** gibt an, wie viele zu erwartende Kunden **alle Wettbewerber in Summe** erwarten können. Die Prognose wurde ermittelt aus der Abrufwahrscheinlichkeit und der, den Teilflächen Ihres Einzugsgebietes zu Grunde liegenden **Einwohnerzahl**. Die erste Tabelle 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 9 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 Werbemitteleneinsatz, 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**
- 10 Fahrminuten
- 20 Fahrminuten
- 30 Fahrminuten
- Umsatzpotenzial**
- 0,00 - 0,00
- 0,00 - 11,11
- 11,11 - 25.878,11
- 25.878,11 - 52.147,59
- 52.147,59 - 383.036,79
- Teilfläche ohne Besiedlung

Umsatzpotenzial für Ihren Standort - Tops

Umsatzquelle	Umsatzpotenzial	Tops	Teilfläche	Umsatzpotenzial €
Einzugsgebiet Zurbrüggen	11.418.060,74 €	1	Krummfuß (Unna)	383.036,79 €
Kaukraftzufluss über Laufkunden	236.071,30 €	2	Massener Kirchweg (Unna)	330.498,69 €
Summe	11.654.132,03 €	3	Stemmering 5-7 (Dortmund)	193.566,28 €

Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit	Tops	Teilfläche	Umsatzpotenzial €
1	Roller Dortmund	15.000 m ²	12 Min	6	Alteheide (Unna)	151.701,72 €
2	IKEA Kamen	29.100 m ²	12 Min	7	Am Kattenbrauck 35 (Dortmund)	119.210,14 €
3	Wohnwelt Reuper	10.000 m ²	14 Min	8	Eisenacher Straße (Dortmund)	107.920,17 €
4	Einrichtungshaus Specht	5.000 m ²	15 Min	9	Afferder Weg (Unna)	105.605,11 €
5	POCO Einrichtungsmarkt Bergkamen	7.000 m ²	16 Min	10	Hannöversche Straße 18c (Dortmund)	104.844,31 €
6	Finke Filiale Hamm	44.000 m ²	17 Min	11	Jakob-Koenen-Straße (Kamen)	99.428,47 €
7	Leeners	2.000 m ²	19 Min	12	Johannes-Gronowski-Straße (Dortmund)	97.037,34 €
8	POCO Einrichtungsmarkt Hagen	7.000 m ²	19 Min	13	Schlesienstraße 13-17 (Menden (Sauerland))	87.663,88 €
9	Taxx Möbel-Discount	23.500 m ²	21 Min	14	Friedhofstraße 54 (Kamen)	87.399,06 €
10	Möbel Turflon	46.500 m ²	21 Min	15	Hohenleuchte (Holzwickede)	85.303,34 €

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 Abrufwahrscheinlichkeit und der, den Teilflächen Ihres Einzugsgebietes zu Grunde liegenden **Kaukraft für Ihre Kerndienstleistungen**. Die erste Tabelle gibt das Umsatzpotenzial des gesamten Einzugsgebietes an, der **Kaukraftzufluss** von Kunden außerhalb Ihres Einzugsgebietes wurde hier entsprechend der Abrufwahrscheinlichkeit am Standort hinzugerechnet.

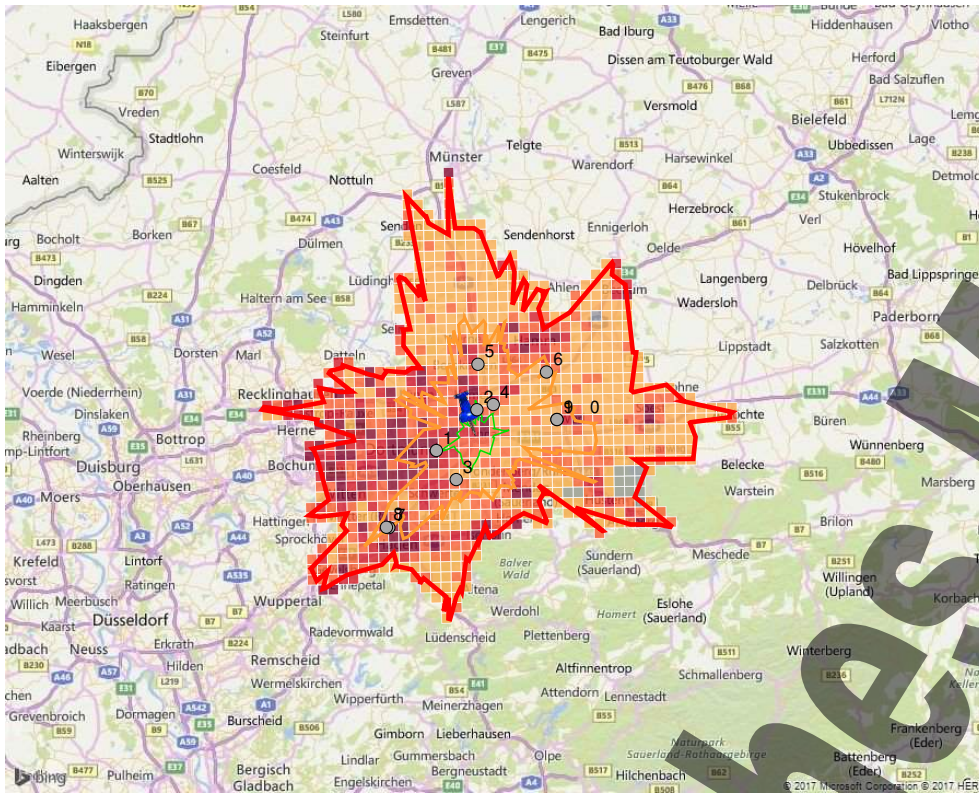
Die **Tops** zeigen die Teilgebiete innerhalb des Einzugsgebietes mit dem höchsten Umsatzpotenzial. Diese Teilgebiete sind auch in der Karte unterschiedlich stark eingefärbt. Je **dunkler eine Teilfläche** ist, desto höher ist Ihr Umsatzpotenzial bzw. Ihr zu erwartender Marktanteil.

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**
- 10 Fahrminuten
- 20 Fahrminuten
- 30 Fahrminuten
- Umsatzpotenzial**
- 0,00 - 320,32
- 320,32 - 73.046,75
- 73.046,75 - 385.155,62
- 385.155,62 - 697.264,50
- 697.264,50 - 2.273.263,05
- Teilfläche ohne Besiedlung

Umsatzpotenzial für alle Wettbewerber - Tops

Umsatzquelle	Umsatzpotenzial gesamt	Tops	Teilfläche	Umsatzpotenzial €
Einzugsgebiet Zurbrüggen	205.274.662,47 €	1	Heinrich-Wenke-Straße 1-69 (Dortmund)	2.273.263,05 €
Summe	205.274.662,47 €	2	Eisenacher Straße (Dortmund)	1.999.726,60 €
		3	An der Buschmühle (Dortmund)	1.740.015,92 €
		4	Goldberghang 17-22 (Hagen)	1.633.920,11 €
		5	Hannöversche Straße 18c (Dortmund)	1.557.314,68 €
		6	Schlachthofstraße 3 (Hagen)	1.309.675,95 €
		7	Stiller Weg 3 (Iserlohn)	1.307.470,25 €
		8	Johannes-Gronowski-Straße (Dortmund)	1.286.268,47 €
		9	Boltestraße 35-39 (Witten)	1.274.073,44 €
		10	Heiliger Weg (Dortmund)	1.256.227,95 €
		11	Ennepe (Hagen)	1.195.050,36 €
		12	Westerholz 45 (Dortmund)	1.184.515,63 €
		13	Ostenbergstraße (Dortmund)	1.176.531,63 €
		14	Rosenplätze 26 (Soest)	1.171.677,78 €
		15	Goethestraße (Gevensberg)	1.153.736,75 €

Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit
1	Roller Dortmund	15.000 m ²	12 Min
2	IKEA Kamen	29.100 m ²	12 Min
3	Wohnwelt Reuper	10.000 m ²	14 Min
4	Einrichtungshaus Specht	5.000 m ²	15 Min
5	POCO Einrichtungsmarkt Bergkamen	7.000 m ²	16 Min
6	Finke Filiale Hamm	44.000 m ²	17 Min
7	Leeners	2.000 m ²	19 Min
8	POCO Einrichtungsmarkt Hagen	7.000 m ²	19 Min
9	Taxx Möbel-Discount	23.500 m ²	21 Min
10	Möbel Turflon	46.500 m ²	21 Min

Erläuterung

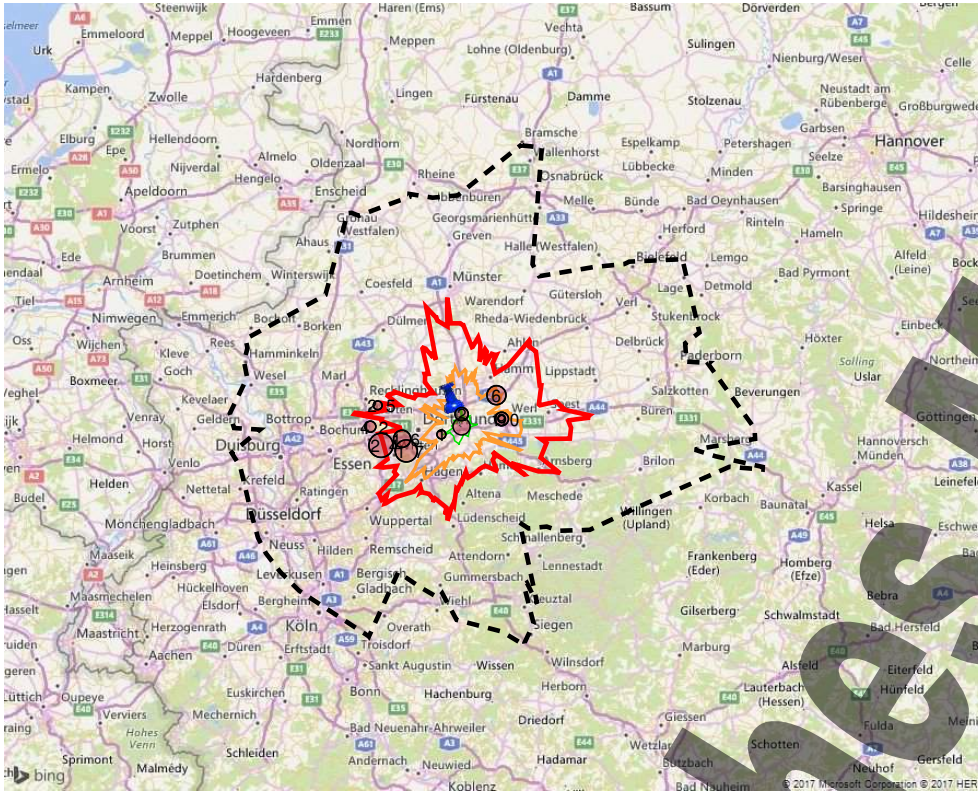
Das Umsatzpotenzial für **das gesamte Einzugsgebiet** gibt an, wie hoch der zu erwartende **Bruttoumsatz aller Wettbewerber in Summe** ausfallen kann. Die Prognose wurde ermittelt aus der Abrufwahrscheinlichkeit und der, den Teilflächen Ihres Einzugsgebietes zu Grunde liegenden **Kaufkraft für Ihre Kerndienstleistungen**.

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 11 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.

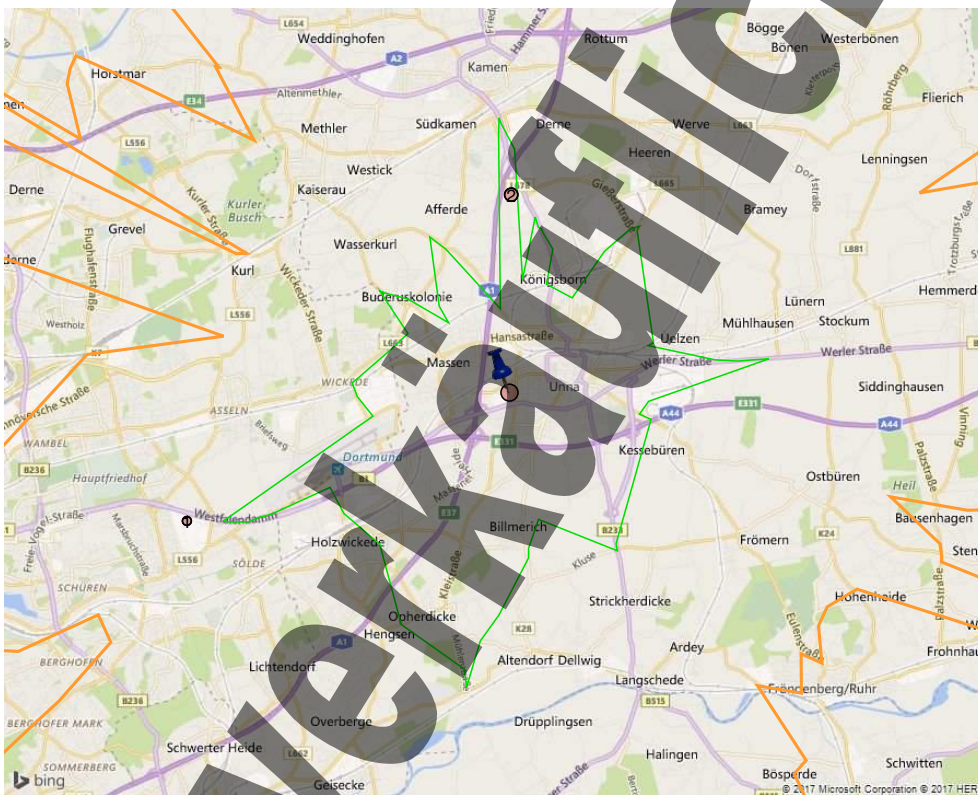
Der Mehrwert dieser Kartendarstellung liegt also vor allem in der **Bewertung des Standortes für den Absatzmarkt** sowie in der Verdeutlichung Ihrer **Potenzialgebiete für zusätzliche, vom Wettbewerb eroberte Kundschaft und für gezielten und effizienten Werbemiteileinsatz**, um diese Kundengruppe zu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



Legende

-  Ihr Standort
-  Wettbewerber-ID
-  Standorte Ihrer Wettbewerber
-  Einzugsgebiet
-  10 Fahrminuten
-  20 Fahrminuten
-  30 Fahrminuten
-  60 Fahrminuten
-  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 Zurbrüggen	205.274.662,47 €

Standort	Fläche	Zeit	Umsatz	Marktanteil
Zurbrüggen	37.500 m ²	0,0 Min	11.418.060,74 €	5,56 %

Nr.	Die 10 stärksten Wettbewerber im Einzugsgebiet + eigene Marke	Fläche	Zeit	Umsatz	Marktanteil
24	Möbel Hardeck Bochum	56.000 m ²	27,0 Min	16.127.311,32 €	7,86 %
17	Ostermann Filiale Witten	50.000 m ²	25,3 Min	14.742.961,10 €	7,18 %
6	Finke Filiale Hamm	44.000 m ²	16,9 Min	12.707.361,21 €	6,19 %
16	IKEA Dortmund	29.000 m ²	25,1 Min	11.474.487,25 €	5,59 %
9	Möbel Turflon	46.500 m ²	20,6 Min	9.030.145,29 €	4,40 %
2	IKEA Kamen	29.100 m ²	12,0 Min	8.822.779,12 €	4,30 %
42	Zurbrüggen Haus Herne	28.000 m ²	32,4 Min	7.354.008,30 €	3,58 %
1	Roller Dortmund	15.000 m ²	11,9 Min	5.947.978,15 €	2,90 %
25	Ostermann Filiale Recklinghausen	25.000 m ²	27,6 Min	5.853.937,38 €	2,85 %
10	Taxx Möbel-Discount	23.500 m ²	20,6 Min	4.885.940,30 €	2,38 %
29	Möbel Sonneborn Iserlohn	13.000 m ²	28,6 Min	4.753.038,19 €	2,32 %
12	Möbel Bäcker	10.000 m ²	22,0 Min	4.349.317,57 €	2,12 %
63	Ostermann Filiale Bottrop	35.000 m ²	39,9 Min	4.122.688,41 €	2,01 %
27	Möbel Wiemer	22.000 m ²	27,7 Min	3.964.424,78 €	1,93 %
52	Finke Filiale Münster	44.000 m ²	34,3 Min	3.815.328,36 €	1,86 %
47	Möbel Sonneborn Lüdenscheid	27.000 m ²	33,1 Min	3.806.092,64 €	1,85 %
43	Möbel Hardeck Senden	36.000 m ²	32,4 Min	3.724.476,87 €	1,81 %
8	POCO Einrichtungsmarkt Hagen	7.000 m ²	19,3 Min	3.441.364,52 €	1,68 %
57	Möbel Knappstein Remscheid	27.000 m ²	36,2 Min	3.376.567,28 €	1,64 %
3	Wohnwelt Reuper	10.000 m ²	14,4 Min	3.058.941,15 €	1,49 %
38	POCO Einrichtungsmarkt Iserlohn	7.000 m ²	31,8 Min	2.627.003,73 €	1,28 %
5	POCO Einrichtungsmarkt Bergkamen	7.000 m ²	16,0 Min	2.560.488,48 €	1,25 %
35	Berkemeier Home Company	12.000 m ²	30,9 Min	2.479.121,78 €	1,21 %
70	XXXL Kröger Essen	25.000 m ²	46,4 Min	2.296.634,47 €	1,12 %
21	Roller Dortmund-Oespel	7.000 m ²	25,9 Min	2.264.523,03 €	1,10 %
26	POCO Einrichtungsmarkt Dortmund	6.200 m ²	27,6 Min	2.247.373,50 €	1,09 %
28	Roller Schwelm	7.000 m ²	28,0 Min	2.051.461,33 €	1,00 %
74	IKEA Essen	22.800 m ²	48,8 Min	2.007.577,09 €	0,98 %
15	Roller Möbel - Soest	7.000 m ²	24,6 Min	1.913.887,48 €	0,93 %
18	Bretz Store Dortmund	2.000 m ²	25,4 Min	1.824.031,39 €	0,89 %
14	POCO Einrichtungsmarkt Arnsberg	7.000 m ²	24,6 Min	1.744.138,89 €	0,85 %
55	POCO Einrichtungsmarkt Bochum	7.000 m ²	35,5 Min	1.676.946,13 €	0,82 %
60	Zurbrüggen Haus Oelde	20.000 m ²	38,1 Min	1.668.536,20 €	0,81 %
23	Einrichtungshaus Wagner	5.000 m ²	26,8 Min	1.645.636,27 €	0,80 %
30	POCO Einrichtungsmarkt Wuppertal-Langerfeld	7.000 m ²	29,5 Min	1.520.317,60 €	0,74 %
4	Einrichtungshaus Specht	5.000 m ²	15,1 Min	1.327.614,68 €	0,65 %
33	Einrichtungshäuser Hüls	4.000 m ²	30,8 Min	1.257.020,71 €	0,61 %
61	POCO Einrichtungsmarkt Gelsenkirchen	7.000 m ²	38,4 Min	1.146.502,61 €	0,56 %
56	Roller Gelsenkirchen	7.000 m ²	36,2 Min	1.096.959,65 €	0,53 %
13	Ligne-Roset Dortmund	2.000 m ²	24,3 Min	1.075.247,00 €	0,52 %
39	POCO Einrichtungsmarkt Wuppertal	7.000 m ²	31,9 Min	1.070.173,09 €	0,52 %
36	Möbel Meyer Datteln	3.000 m ²	31,0 Min	1.060.236,33 €	0,52 %
7	Leeners	2.000 m ²	19,1 Min	999.335,94 €	0,49 %
40	Möbel Tegro	2.500 m ²	32,0 Min	991.449,68 €	0,48 %
37	Möbel Drees	2.500 m ²	31,2 Min	934.128,56 €	0,46 %
44	POCO Einrichtungsmarkt Münster	7.000 m ²	32,5 Min	925.255,49 €	0,45 %
65	POCO Einrichtungsmarkt Bottrop	7.000 m ²	41,1 Min	885.858,59 €	0,43 %
67	POCO Einrichtungsmarkt Essen	7.000 m ²	42,3 Min	845.906,80 €	0,41 %
45	Roller Senden (Bösensell)	7.000 m ²	32,6 Min	835.518,70 €	0,41 %
54	Möbelhaus Limpinsel	4.000 m ²	34,4 Min	824.253,92 €	0,40 %
41	Chalet Recklinghausen	2.000 m ²	32,4 Min	774.769,39 €	0,38 %
20	Chalet Dortmund	2.000 m ²	25,7 Min	748.185,15 €	0,36 %
59	POCO Einrichtungsmarkt Ahlen	5.900 m ²	37,3 Min	742.126,74 €	0,36 %
19	Olbrich Wohnen	1.000 m ²	25,6 Min	732.402,56 €	0,36 %
32	Möbel Gaßmüller	2.500 m ²	30,4 Min	721.148,73 €	0,35 %
73	Roller Möbel - Essen	7.000 m ²	47,4 Min	719.576,04 €	0,35 %
49	Blennemann	3.000 m ²	34,1 Min	647.905,05 €	0,32 %
48	YELLOW Möbel Bochum	3.000 m ²	33,8 Min	638.436,29 €	0,31 %
53	Möbel Knappstein Meschede	5.000 m ²	34,3 Min	624.757,12 €	0,30 %
69	BoConcept Essen an der B224	5.000 m ²	43,6 Min	592.564,65 €	0,29 %
34	RvE Rincklake van Endert	3.500 m ²	30,9 Min	576.119,23 €	0,28 %
46	Domicil Einrichtungshaus Meschede-Freienohl	4.000 m ²	32,9 Min	569.807,80 €	0,28 %
50	Scharf Einrichten	3.000 m ²	34,2 Min	545.280,23 €	0,27 %



Nr.	Die 10 stärksten Wettbewerber im Einzugsgebiet + eigene Marke	Fläche	Zeit	Umsatz	Marktanteil
72	Roller Plettenberg	7.000 m ²	46,6 Min	482.194,21 €	0,23 %
22	Wim Gelhard	1.000 m ²	25,9 Min	471.185,15 €	0,23 %
64	BoConcept Münster	5.000 m ²	40,7 Min	449.918,68 €	0,22 %
31	Möbel Dirkes	940 m ²	29,8 Min	403.232,73 €	0,20 %
62	Möbel Rodemann	3.000 m ²	38,4 Min	390.352,06 €	0,19 %
71	ligne roset Essen Lindengalerie im Deutschlandhaus	3.000 m ²	46,5 Min	360.267,15 €	0,18 %
11	Systerior GmbH	600 m ²	21,9 Min	359.505,45 €	0,18 %
58	YELLOW Möbel Münster	4.000 m ²	37,0 Min	349.692,31 €	0,17 %
66	Domicil Einrichtungshaus Münster	3.500 m ²	41,1 Min	284.632,71 €	0,14 %
51	Ligne-Roset Münster	2.000 m ²	34,3 Min	258.415,87 €	0,13 %
68	Natürlich Wohnen	2.500 m ²	43,3 Min	251.838,13 €	0,12 %
	Summe eigene Marke			0,00 €	0,00 %

Szenario: Einzugsgebiet ohne neuen Standort

Nr.	Wettbewerber der eigene Marke im Einzugsgebiet	Fläche	Zeit	Umsatz	Kannibalisierungsquote
	Summe eigene Marke			0,00 €	0,00 %

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 12). 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 12).

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.

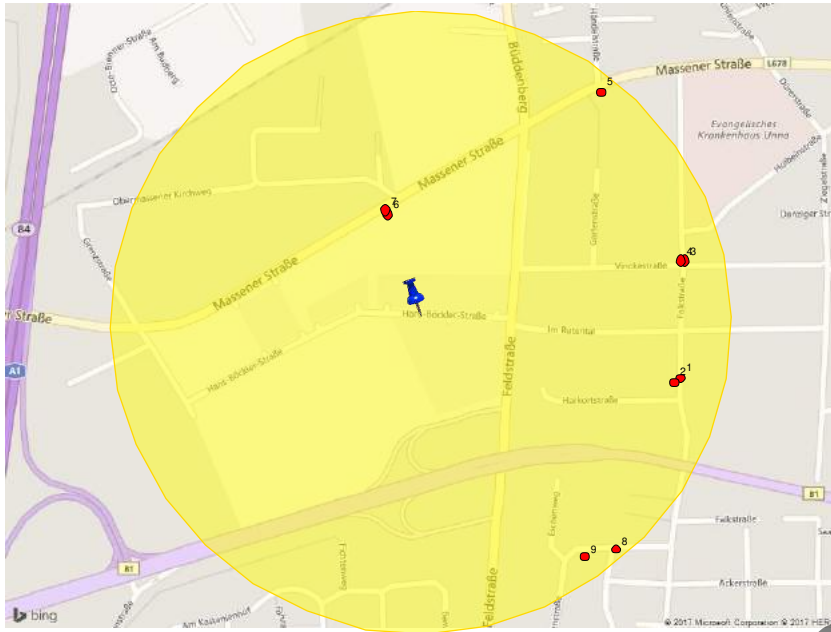
In jedem Fall dient die Visualisierung der Frequenzbringer der **Identifizierung von Einzelhandelszentren**, die eine hohe Anziehungskraft ausüben.

Prüfen Sie, welcher Frequenzbringer auf Ihre Zielgruppe die höchste Anziehungskraft ausübt und gleichzeitig in einem Teilgebiet mit hohem Umsatzpotenzial zu finden ist (siehe Seite 11, „Umsatzpotenzial für Standort "Zurbrüggen"", **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:

Infrastruktur – ÖPNV

Frequenzbringer – Einkaufszentren, Warenhäuser und Supermärkte



Legende



Ihr Standort
Haltestelle-ID
Haltestelle
Umkreis von 500m

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

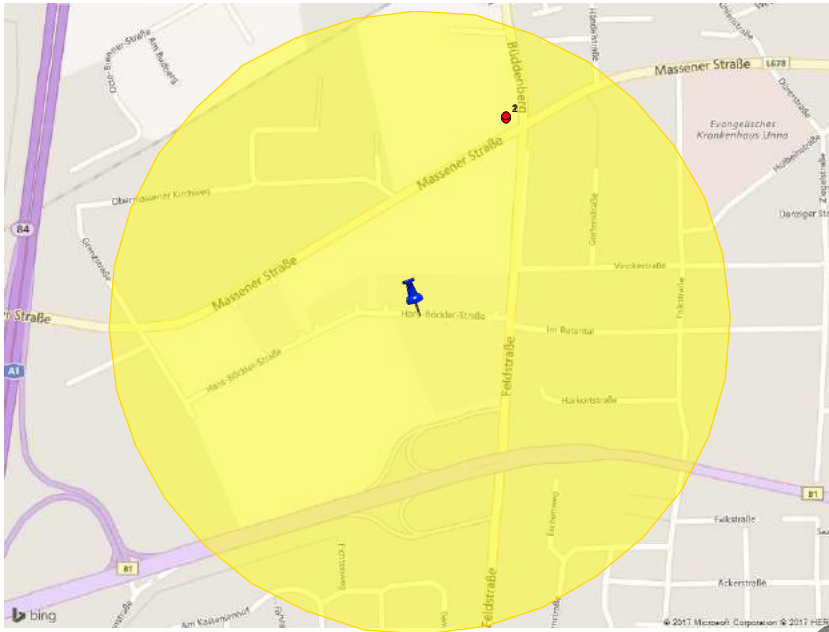
Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Bushaltestelle Harkortstraße	Falkstraße 16	59423	Unna	innere	0,5 km	5,9 Min
2	Bushaltestelle Harkortstraße	Falkstraße	59423	Unna	innere	0,5 km	6,0 Min
3	Bushaltestelle Vinckestraße	Falkstraße	59423	Unna	innere	0,5 km	6,1 Min
4	Bushaltestelle Vinckestraße	Falkstraße	59423	Unna	innere	0,5 km	6,1 Min
5	Bushaltestelle Falkschule	Massener Straße 102	59423	Unna	innere	0,6 km	7,0 Min
6	Bushaltestelle Obermassener Kirchweg	Massener Straße 126	59423	Unna	innere	0,7 km	8,4 Min
7	Bushaltestelle Obermassener Kirchweg	Massener Straße 127	59423	Unna	innere	0,7 km	8,4 Min
8	Bushaltestelle Eichenstraße	Eichenstraße	59423	Unna	innere	0,9 km	10,4 Min
9	Bushaltestelle Eichenstraße	Eichenstraße 6	59423	Unna	innere	0,9 km	10,9 Min

Erläuterung

Die Haltestellen, insbesondere im inneren Einzugsgebiet, sind besonders wichtig für Ihre Erreichbarkeit per ÖPNV. Auch wenn Ihre Sortimente dem kurzfristigen Bedarf zuzuordnen sind, werden Sie einen definierten Kundenanteil haben, der den ÖPNV nutzt, um zu Ihnen zu gelangen. Von daher sollten die Entfernungen zwischen den Haltestellen und Ihrem Standort generell möglichst gering sein.

Für die zusammenfassende Bewertung der infrastrukturellen Standortfaktoren (Seite 19) wird daher nur das Vorhandensein von Haltestellen im inneren Einzugsgebiet positiv bewertet.

Über Ihre Eigenschaft hinaus, Frequenzbringer zu sein, können Haltestellen auch immer als Werbepattformen dienen. Zum einen sind wartende Personen an Haltestellen in unmittelbarer Nähe zu Ihrem Standort für Ihr Sortiment zu interessieren, zum anderen können Sie z.B. durch großflächige Plakatwerbung direkt an der Haltestelle auf sich aufmerksam machen. Ein möglicher Anbieter von derartigen Werbeflächen ist z.B. die Deutsche Plakatunion.



Legende



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

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

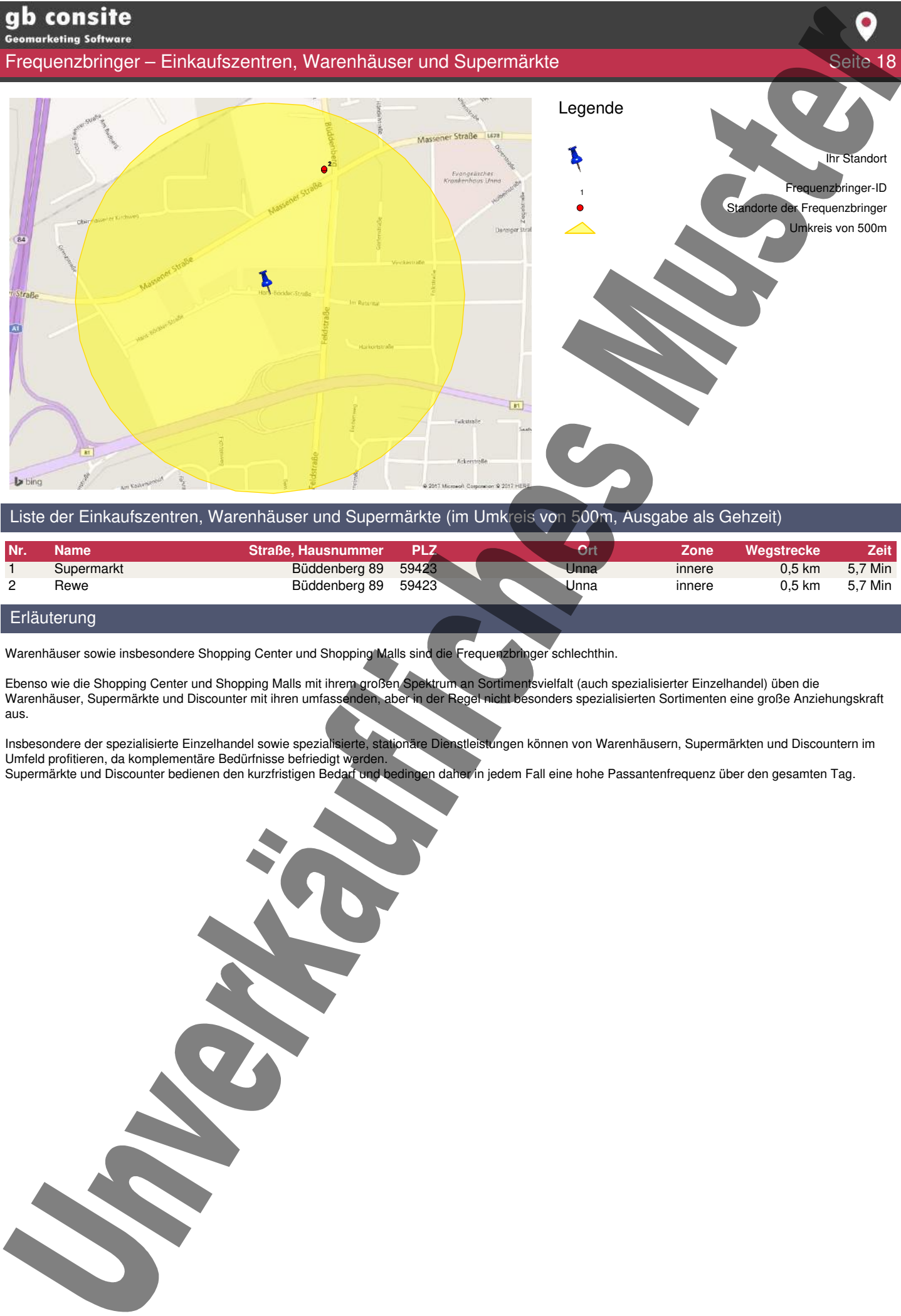
Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Supermarkt	Büddenberg 89	59423	Unna	innere	0,5 km	5,7 Min
2	Rewe	Büddenberg 89	59423	Unna	innere	0,5 km	5,7 Min

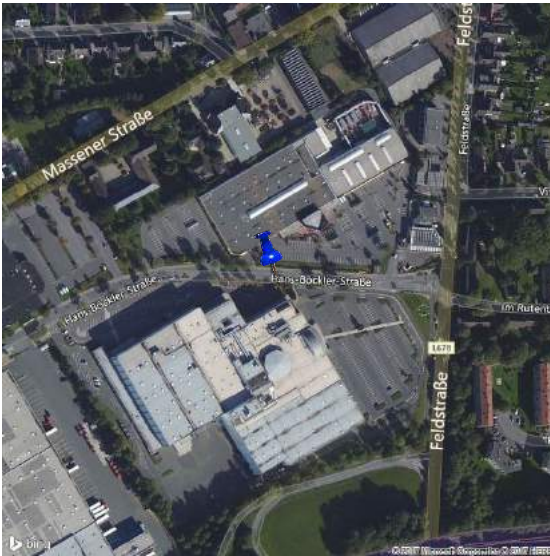
Erläuterung

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.





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 einzelhandelsrelevanten Kaufkraft im inneren Einzugsgebiet	niedrig	-
		Index des Einzelhandelsumsatzes im inneren Einzugsgebiet	hoch	+
		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 Peripheräräumen.

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.