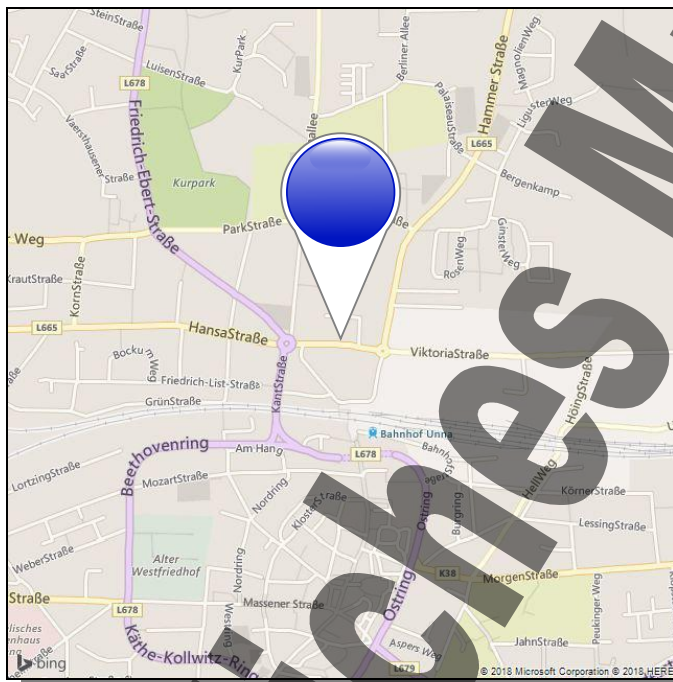


# Standortcheck

## für das Objekt Autowaschanlage Musteranalyse



Viktoriastraße 2B  
59425 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, 2017  
Statistische Daten (Gemeindedaten, Branchenlisten) © Destatis 2017, Regionaldatenbank Deutschland; Gebietsstand der Gemeinden 31.12.2016.

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 aus. Die gb consite GmbH schließt weiterhin 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

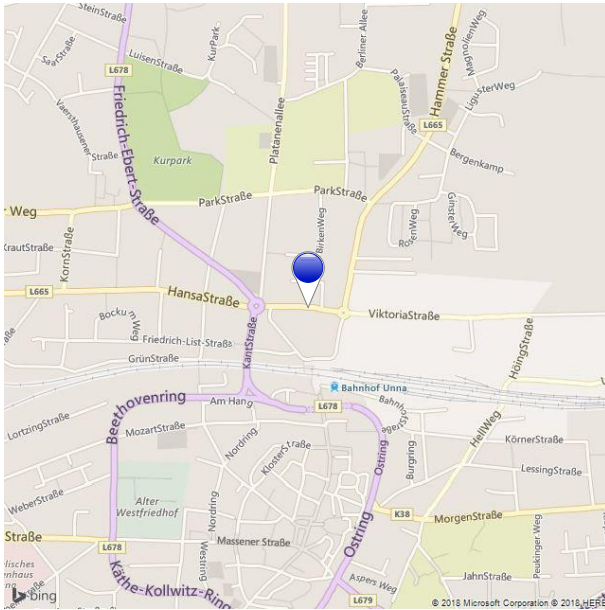
Sitz  
Oberschleißheim

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

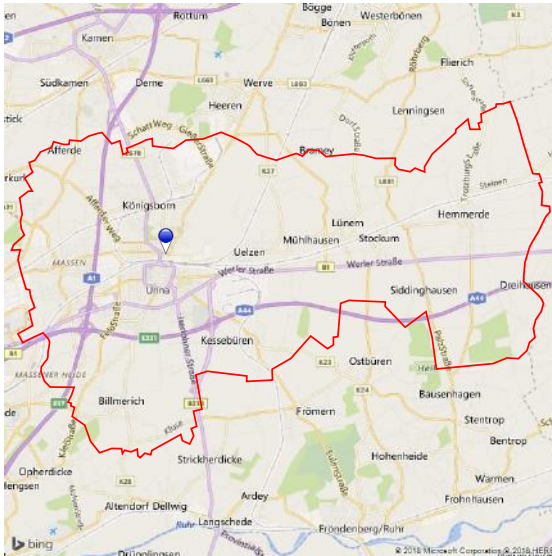
Fon: +49-89-30905297-0  
Fax: +49-89-30905297-9  
E-Mail: info@gbconsite.de  
Internet: www.gbconsite.de



Objekt	Autowaschanlage Musteranalyse
Adresse	Viktoriastraße 2B 59425 Unna
Geschäftsart	Dienstleistung
Branche	Kfz Dienstleistung
Dienstleistung	Autowaschanlage
Fläche	150 m <sup>2</sup>
Analyse-ID	13957
Anmeldename	michael.terwesten@gbconsite.de
Paket	Basis
PayPal Transaktions ID	
Preis	(inkl. MwSt.)
Datum	29.06.2018

## Inhaltsverzeichnis

Titel	Seite
Inhalt	2
<b>1. Marktcharakteristik</b>	
Ihr Standort Autowaschanlage Musteranalyse in Unna	3
Ihr Einzugsgebiet zu Standort "Autowaschanlage Musteranalyse"	4
Wettbewerber im Einzugsgebiet zu Standort "Autowaschanlage Musteranalyse"	5
<b>2. Potenzialprognosen</b>	
Abrufwahrscheinlichkeit Ihrer Leistung am Standort "Autowaschanlage Musteranalyse"	7
Ihr Kundenpotenzial für Standort "Autowaschanlage Musteranalyse"	8
Gesamtes Kundenpotenzial für alle Marktteilnehmer	9
Prognose der Marktanteile der Wettbewerber im Einzugsgebiet	10
<b>3. Kundenmagnete und Kooperationspartner</b>	
Infrastruktur und Frequenzbringer – Definition und Erläuterungen	12
Infrastruktur – Öffentliche Parkmöglichkeiten	13
Infrastruktur – ÖPNV	14
Frequenzbringer – Einkaufszentren, Warenhäuser und Supermärkte	16
Frequenzbringer – Gastronomie	17
Frequenzbringer – Bildungseinrichtungen	18
Frequenzbringer – Behörden	19
Frequenzbringer – Bäckereien und Konditoreien	20
Frequenzbringer – Sport und Fitness	21
Frequenzbringer – Ärzte	22
Frequenzbringer – Apotheken	23
Frequenzbringer – Banken und Geldautomaten	24
Standortcheck – Zusammenfassung	25



Die Raumstrukturtypen des Bundesamtes für Bauwesen und Raumordnung gliedern die Gemeinden nach Zentrenreichbarkeit (Zentral-, Zwischen- und Periphererraum) 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 km<sup>2</sup>. 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 km<sup>2</sup> um ein Vielfaches höher als diejenigen des äußeren Zentralraums mit rund 500 Einwohnern je km<sup>2</sup> der relativ hoch verdichtet ist.

### Standortfaktoren für Unna

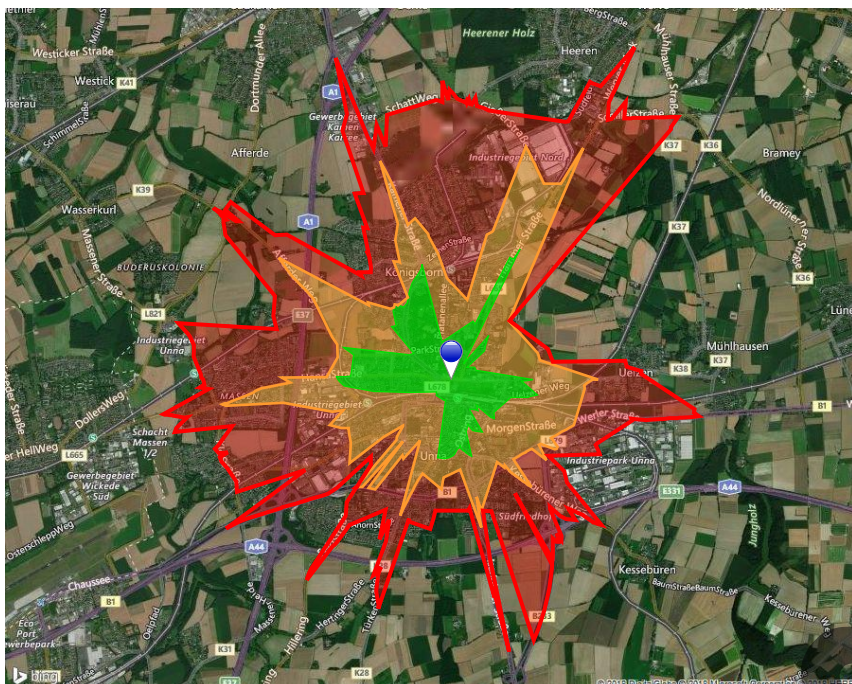
Merkmal		Unna	BRD	Anteil/Vergleich
Bevölkerung	gesamt	59.111	82.175.684	0,0719 %
	Anteil der 0-15 jährigen	12,79 %	13,24 %	<b>-0,45 %</b>
	Anteil der 15-65 jährigen	64,86 %	65,71 %	<b>-0,85 %</b>
	Anteil der über 65 jährigen	22,35 %	21,05 %	<b>+1,30 %</b>
	Einkünfte je Steuerpflichtigem(r)	33.460,22 €	32.284,81 €	<b>+3,64 %</b>
	Bevölkerungsdichte [Einwohner/km <sup>2</sup> ]	667	230	<b>+190,30 %</b>
	Zuwanderung bezogen auf Gesamtbevölkerung	7,88 %	7,82 %	<b>+0,06 %</b>
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	Abwanderung bezogen auf Gesamtbevölkerung	6,81 %	6,43 %	<b>+0,38 %</b>
	gesamt	21.660	30.604.587	0,0708 %
Beschäftigte	Bezogen auf 15-65 Jährige	56,50 %	56,68 %	<b>-0,18 %</b>
	Ausländer von gesamt	6,34 %	8,84 %	<b>-2,50 %</b>
	Beschäftigtendichte [Beschäftigte/km <sup>2</sup> ]	244,58	85,63	<b>+185,63 %</b>
Arbeitslose	gesamt	2.177	2.690.975	0,0809 %
	Bezogen auf 15-65 Jährige	5,68 %	4,98 %	<b>+0,69 %</b>
	Ausländer von gesamt	18,93 %	23,39 %	<b>-4,46 %</b>
Landwirtschaft	Betriebe gesamt	100	374.514	0,0267 %
	Betriebe bezogen auf 1000 Einwohner	1,69	4,56	<b>-62,88 %</b>
	Anteil landwirtschaftlicher Nutzfläche	64,35 %	51,57 %	<b>+12,78 %</b>
Verarbeitendes Gewerbe	Betriebe gesamt	43	45.406	0,0947 %
	Beschäftigte bezogen auf Gesamtbevölkerung	6,60 %	7,45 %	<b>-0,85 %</b>
	Beschäftigte bezogen auf 15-65 Jährige	10,18 %	11,34 %	<b>-1,16 %</b>
Gebäude	gesamt	13.410	18.110.835	0,0740 %
	Wohnungen	29.248	40.318.513	0,0725 %
	durchschn. Wohnfläche [m <sup>2</sup> ]	84,77	85,00	<b>-0,23 %</b>
Tourismus	Beherbergungsbetriebe	6	51.419	0,0117 %
	Gästebetten	410	3.576.904	0,0115 %
	Gästeübernachtungen gesamt	46.853	436.232.801	0,0107 %
	Gästeübernachtungen je Einwohner	0,79	5,31	<b>-85,07 %</b>
	gesamt	307	389.167	0,0789 %
Straßenverkehrsunfälle	bezogen auf 1000 Einwohner	5,19	4,74	<b>+9,67 %</b>
	Steuern und Politik in der Gemeinde	Steuern und steuerähn. Einnahmen je Einw.	Keine Angabe	967,30 €
Steuern und Politik in der Gemeinde	Gewerbesteuerhebesatz	470 %	399 %	<b>71 %</b>
	Grundsteuer B	762 %	455 %	<b>307 %</b>
	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 2017, Regionaldatenbank Deutschland

Für infrastrukturelle Standortfaktoren wie DSL-Verfügbarkeit, Gas-, oder Strompreise empfehlen wir Ihnen Portale wie [www.verivox.de](http://www.verivox.de).





Legende



Ihr Standort



Einzugsgebiet



3 Fahrminuten



5 Fahrminuten

7 Fahrminuten

Marktinformationen für Ihr Einzugsgebiet

Merkmal	3 Minuten	5 Minuten	7 Minuten	Einzugsgebiet	BRD
Einwohner	14.539	17.203	16.609	48.352	81.197.537
Büroarbeitsplätze	5.839	3.919	4.084	13.842	18.302.765
Bevölkerungsdichte [Einwohner/km²]	2.832	1.787	933	1.485	230
Anteil der 0-15 jährigen [%]	9,23	11,24	12,63	11,10	11,71
Anteil der 15-25 jährigen [%]	10,02	9,03	9,36	9,45	9,49
Anteil der 25-50 jährigen [%]	30,90	27,07	26,84	28,16	29,54
Anteil der 50-65 jährigen [%]	19,82	20,86	22,10	20,97	19,60
Anteil der über 65 jährigen [%]	18,69	22,09	19,39	20,13	18,74
Anteil der Frauen [%]	45,94	46,87	46,82	46,57	45,38
Ausländeranteil [%]	9,20	9,80	5,40	8,11	9,38
Anzahl der Haushalte	7.736	8.528	7.775	24.038	41.158.978
Einwohner pro Haushalte	1,9	2,0	2,1	2,0	2,0
Anteil der Erwerbstätigen [%]	52,14	51,43	51,77	51,76	51,06
Arbeitslosenquote [%]	7,95	7,08	6,32	7,09	5,93
Index der allgemeinen Kaufkraft	84,91	90,12	100,46	92,10	100,00
Zentralitätsindex	207,87	133,36	131,70	154,09	100,00

Erläuterung

Gemäß Ihren eigenen Angaben erwarten Sie ein **Einzugsgebiet von bis zu 7 Minuten Fahrweg um Ihren Standort.**

**Dieses Einzugsgebiet ist dreigeteilt**, wobei nach den Grundsätzen der Handelsforschung von Kunden der inneren Zone (0-3 Minuten) der weitaus größte Teil Ihres Umsatzes (bis zu 70%) hervorgerufen wird. Von Kunden der zweiten Zone (3-5 Minuten) sind ca. 20% Umsatzanteil, von Kunden der dritten, äußeren Zone (5-7 Minuten) nur ca. 10% Umsatzanteil zu erwarten.

Das in diesem Standortcheck ermittelte **Umsatzpotenzial** (Seite (in diesem Paket nicht enthalten)) 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.

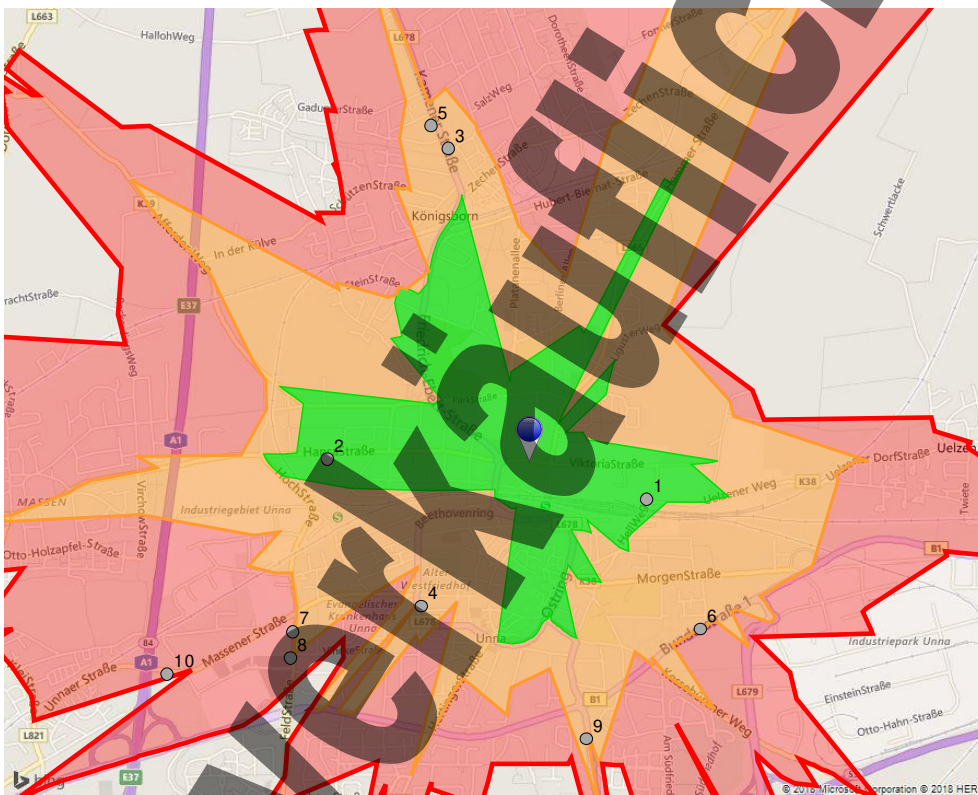
Datenquelle: panadress marketing intelligence GmbH 2017



Legende

-  Ihr Standort
-  1 Wettbewerber-ID
-  Standorte Ihrer Wettbewerber
-  **Einzugsgebiet**  
3 Fahrminuten
-  5 Fahrminuten
-  7 Fahrminuten
-  14 Fahrminuten

Wettbewerber im gesamten Einzugsgebiet



Wettbewerber im Nahbereich des Standortes





Liste der Wettbewerber

Name	Straße	PLZ	Ort	Fläche	Wegstrecke	Zeit
1 B1 Tankstelle Biermann	Höingstraße 2	59425	Unna	100 m <sup>2</sup>	0,9 km	2 Min
2 IMO Car Wash	Hansastraße 80	59425	Unna	100 m <sup>2</sup>	1,1 km	2 Min
3 Jet	Kamener Str. 27	59425	Unna	120 m <sup>2</sup>	2,1 km	4 Min
4 Star	Massener Str. 56	59423	Unna	150 m <sup>2</sup>	2,2 km	4 Min
5 HEM	Kamener Str. 38	59425	Unna	120 m <sup>2</sup>	2,4 km	4 Min
6 ARAL	Bundesstr. 1	59423	Unna	100 m <sup>2</sup>	2,3 km	4 Min
7 Tankcenter	Feldstr. 7	59423	Unna	80 m <sup>2</sup>	2,6 km	5 Min
8 Shell	Feldstr. 11	59423	Unna	80 m <sup>2</sup>	2,7 km	6 Min
9 Total	Iserlohner Str. 45	59423	Unna	100 m <sup>2</sup>	2,1 km	6 Min
10 Car Wash Unna GmbH	Massener Str 144	59423	Unna	150 m <sup>2</sup>	3,2 km	7 Min
11 Petter Ingrid LKW-Waschanlage	Dortmunder Str 90	59427	Unna	200 m <sup>2</sup>	4,5 km	8 Min
12 Markant	Zur alten Kolonie 1	59439	Holzwickede	200 m <sup>2</sup>	7,3 km	12 Min
13 Esso	Nordstr. 111	59439	Holzwickede	80 m <sup>2</sup>	7,7 km	13 Min

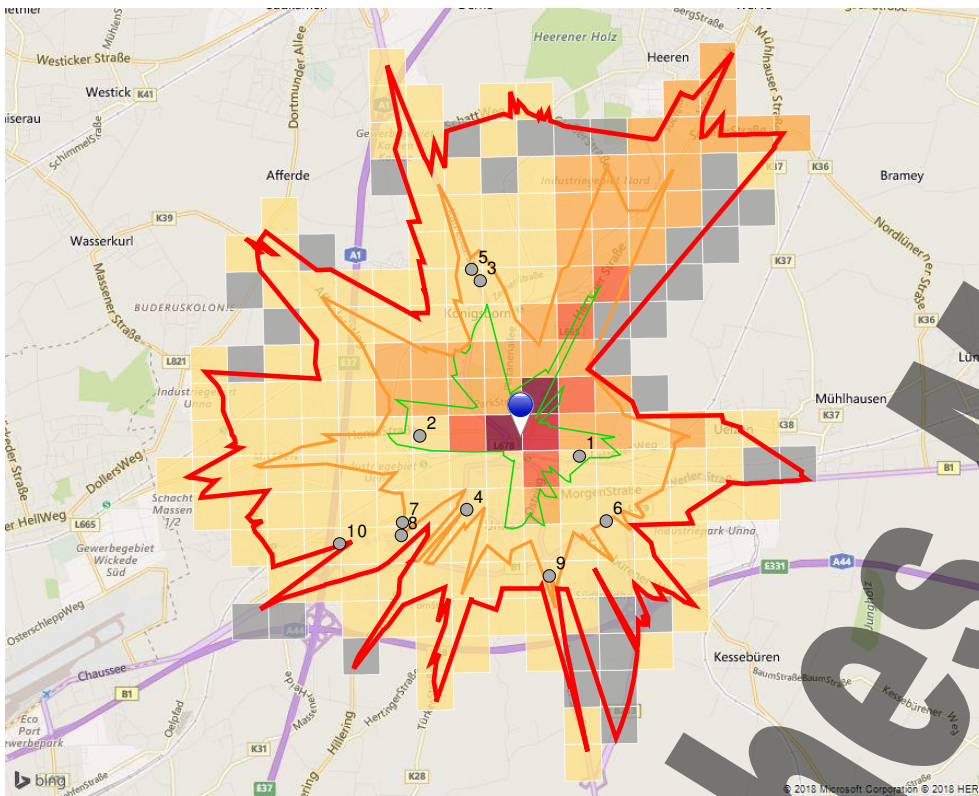
Erläuterung

**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**.

Unverkäuflich



**Legende**

- Ihr Standort
- Wettbewerber-ID
- Standorte Ihrer Wettbewerber
- Einzugsgebiet**
- 3 Fahrminuten
- 5 Fahrminuten
- 7 Fahrminuten
- Abrufwahrscheinlichkeit (%)**
- 0,63 - 17,13
- 17,13 - 33,64
- 33,64 - 50,15
- 50,15 - 66,66
- 66,66 - 83,16
- Teilfläche ohne Besiedlung

**Abrufwahrscheinlichkeit - Tops**

Standort	Wahrscheinlichkeit gesamt	Tops	Teilfläche	Wahrscheinlichkeit
Einzugsgebiet Autowaschanlage Musteranalyse	13,92 %	1	Kantstraße (Unna)	83,16 %
		2	Döbelner Straße (Unna)	68,16 %
		3	Hammer Straße (Unna)	60,18 %
		4	An der Katharinenkirche (Unna)	45,22 %
		5	Dresdener Straße (Unna)	41,72 %
		6	Ligusterweg (Unna)	36,74 %
		7	Bornstraße (Unna)	35,48 %
		8	Hammer Straße (Unna)	35,11 %
		9	Platanenallee (Unna)	31,74 %
		10	Salinenstraße, Vaersthäuser Straße (Unna)	30,57 %
		11	Hammer Straße (Unna)	30,57 %
		12	Döbelner Straße (Unna)	29,53 %
		13	Zechenstraße (Unna)	28,87 %
		14	Afferder Weg (Unna)	28,50 %
		15	Gießelstraße (Unna)	28,08 %

Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit
1	B1 Tankstelle Biermann	100 m <sup>2</sup>	2 Min
2	IMO Car Wash	100 m <sup>2</sup>	2 Min
3	Jet	120 m <sup>2</sup>	4 Min
4	Star	150 m <sup>2</sup>	4 Min
5	HEM	120 m <sup>2</sup>	4 Min
6	ARAL	100 m <sup>2</sup>	4 Min
7	Tankcenter	80 m <sup>2</sup>	5 Min
8	Shell	80 m <sup>2</sup>	6 Min
9	Total	100 m <sup>2</sup>	6 Min
10	Car Wash Unna GmbH	150 m <sup>2</sup>	7 Min

**Erläuterung**

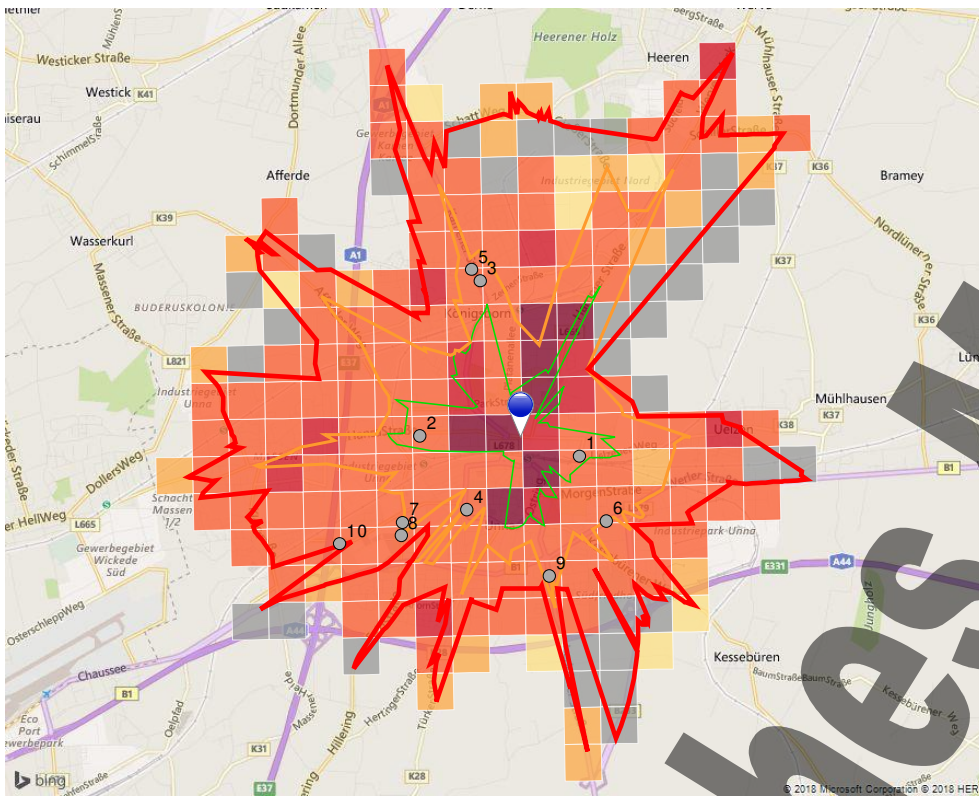
Die **Abrufwahrscheinlichkeit** gibt an, zu welchem Prozentsatz die Einwohner des Einzugsgebietes voraussichtlich an Ihrem Standort Dienstleistungen abrufen werden.

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**
- 3 Fahrminuten
- 5 Fahrminuten
- 7 Fahrminuten
- Kundenpotenzial**
- 0 - 0
- 0 - 1
- 1 - 82
- 82 - 162
- 162 - 764
- Teilfläche ohne Besiedlung

**Kundenpotenzial für Ihren Standort - Tops**

Kundenbindung Ihres Standortes		Kunden	Tops	Teilfläche	Kundenpotenzial
Einzugsgebiet Autowaschanlage Musteranalyse		7.033	1	Kantstraße (Unna)	764
			2	Döbelner Straße (Unna)	370
			3	Bornstraße (Unna)	367
			4	Kieler Straße (Unna)	295
			5	Krummfuß (Unna)	220
			6	An der Katharinenkirche (Unna)	213
			7	Döbelner Straße (Unna)	181
			8	Dresdener Straße (Unna)	171
			9	Salinenstraße, Vaersthäuser Straße (Unna)	158
			10	Josef-Ströthoff-Straße (Unna)	157
			11	Hammer Straße (Unna)	139
			12	Eichendorfstraße (Kamen)	120
			13	Gertrudenstraße (Unna)	113
			14	Ulmenstraße (Unna)	94
			15	Alteheide (Unna)	89

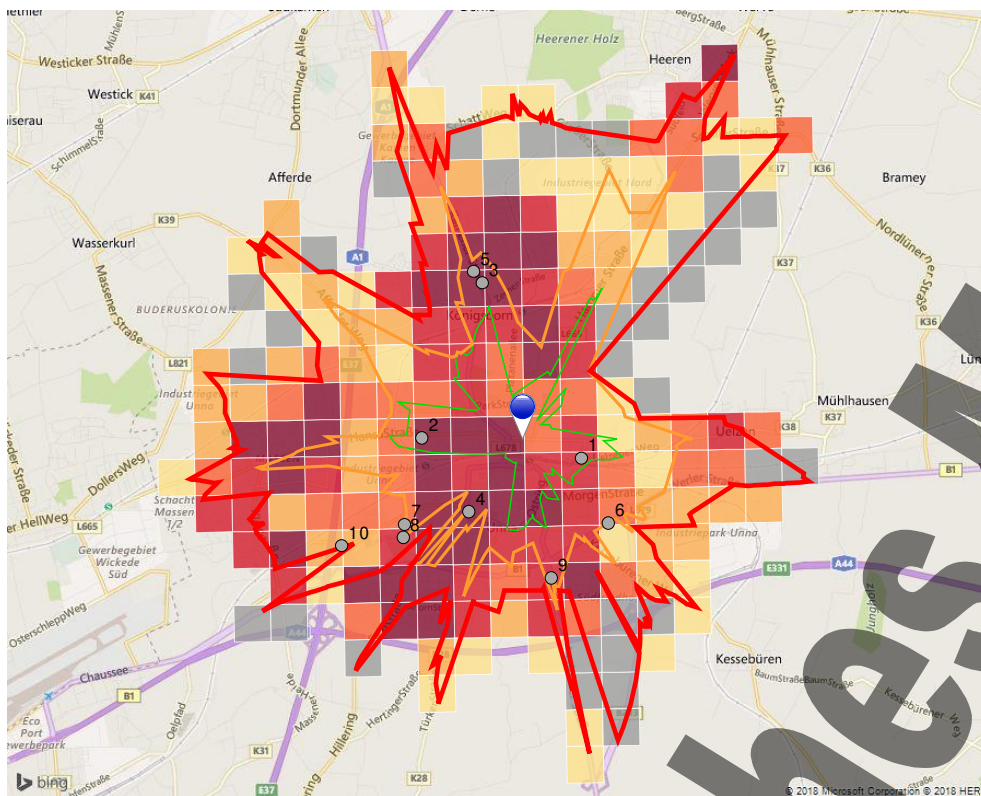
  

Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit
1	B1 Tankstelle Biermann	100 m <sup>2</sup>	2 Min
2	IMO Car Wash	100 m <sup>2</sup>	2 Min
3	Jet	120 m <sup>2</sup>	4 Min
4	Star	150 m <sup>2</sup>	4 Min
5	HEM	120 m <sup>2</sup>	4 Min
6	ARAL	100 m <sup>2</sup>	4 Min
7	Tankcenter	80 m <sup>2</sup>	5 Min
8	Shell	80 m <sup>2</sup>	6 Min
9	Total	100 m <sup>2</sup>	6 Min
10	Car Wash Unna GmbH	150 m <sup>2</sup>	7 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 Abruflwahrscheinlichkeit 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 Werbemitelesatz 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**
- 3 Fahrminuten
- 5 Fahrminuten
- 7 Fahrminuten
- Kundenpotenzial**
- 0 - 21
- 21 - 87
- 87 - 285
- 285 - 569
- 569 - 1.514
- Teilfläche ohne Besiedlung

Kundenpotenzial für alle Wettbewerber - Tops

Kundenbindung aller Wettbewerber		Kundenpotenzial	Tops	Teilfläche	Kundenpotenzial
Einzugsgebiet Autowaschanlage		48.352	1	Krummfuß (Unna)	1.514
Musteranalyse			2	Kieler Straße (Unna)	1.377
			3	Döbelner Straße (Unna)	1.253
			4	Ulmenstraße (Unna)	1.064
			5	Bornstraße (Unna)	1.033
			6	Kantstraße (Unna)	919
			7	Friedensstraße (Unna)	824
			8	Eibenweg (Unna)	806
			9	Feldstraße (Unna)	798
			10	Hansastraße (Unna)	789
			11	Nelkenstraße, Schwarzes Gold (Unna)	765
			12	Am Südfriedhof (Unna)	749
			13	Hermannstraße (Unna)	728
			14	Kamener Straße (Unna)	724
			15	Kiefernweg (Unna)	714

Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit
1	B1 Tankstelle Biermann	100 m <sup>2</sup>	2 Min
2	IMO Car Wash	100 m <sup>2</sup>	2 Min
3	Jet	120 m <sup>2</sup>	4 Min
4	Star	150 m <sup>2</sup>	4 Min
5	HEM	120 m <sup>2</sup>	4 Min
6	ARAL	100 m <sup>2</sup>	4 Min
7	Tankcenter	80 m <sup>2</sup>	5 Min
8	Shell	80 m <sup>2</sup>	6 Min
9	Total	100 m <sup>2</sup>	6 Min
10	Car Wash Unna GmbH	150 m <sup>2</sup>	7 Min

Erläuterung

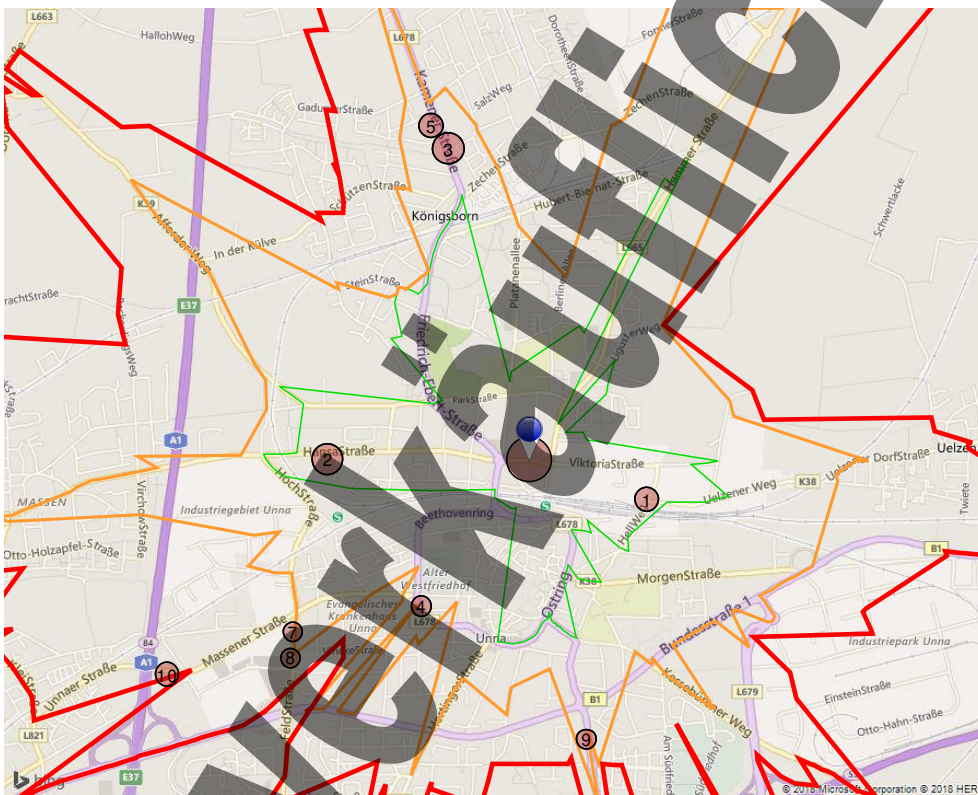
Das Kundenpotenzial für das **gesamte Einzugsgebiet** gibt an, wie viele zu erwartende Kunden **alle Wettbewerber in Summe** erwarten können. Die Prognose wurde ermittelt aus der Einkaufswahrscheinlichkeit und der, den Teilflächen Ihres Einzugsgebietes zu Grunde liegenden **Einwohnerzahl**. Die erste 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 Werbemittleinsatz, 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
- 1** Wettbewerber-ID
- Standorte Ihrer Wettbewerber
- Einzugsgebiet**
- 3 Fahrminuten
- 5 Fahrminuten
- 7 Fahrminuten
- 14 Fahrminuten
- Prognostizierter Marktanteil (%)**
- 5
- 10
- 15
- 20
- 25

Marktanteile im gesamten Einzugsgebiet



Marktanteile im Nahbereich des Standortes



Marktanteile der Wettbewerber in Ihrem Einzugsgebiet

Kundenbindung aller Wettbewerber	Kundenpotenzial
Einzugsgebiet Autowaschanlage	48.352
Musteranalyse	

Standort	Fläche	Zeit	Kundenpotenzial	Marktanteil
Autowaschanlage Musteranalyse	150 m <sup>2</sup>	0,0 Min	7.033	14,55 %

Nr.	Die 10 stärksten Wettbewerber im Einzugsgebiet + eigene Marke	Fläche	Zeit	Kundenpotenzial	Marktanteil
3	Jet	120 m <sup>2</sup>	3,7 Min	4.983	10,31 %
2	IMO Car Wash	100 m <sup>2</sup>	2,1 Min	4.810	9,95 %
5	HEM	120 m <sup>2</sup>	4,3 Min	3.811	7,88 %
1	B1 Tankstelle Biermann	100 m <sup>2</sup>	2,0 Min	3.722	7,70 %
10	Car Wash Unna GmbH	150 m <sup>2</sup>	6,7 Min	3.633	7,51 %
11	Petter Ingrid LKW-Waschanlage	200 m <sup>2</sup>	8,3 Min	3.185	6,59 %
4	Star	150 m <sup>2</sup>	4,0 Min	3.104	6,42 %
9	Total	100 m <sup>2</sup>	5,6 Min	3.102	6,42 %
8	Shell	80 m <sup>2</sup>	5,6 Min	3.035	6,28 %
7	Tankcenter	80 m <sup>2</sup>	5,4 Min	2.984	6,17 %
6	ARAL	100 m <sup>2</sup>	4,4 Min	2.514	5,20 %
12	Markant	200 m <sup>2</sup>	11,6 Min	1.616	3,34 %
13	Esso	80 m <sup>2</sup>	12,8 Min	819	1,69 %
	Summe eigene Marke			0	0,00 %

Szenario: Einzugsgebiet ohne neuen Standort

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

Erläuterung

Die Darstellung der **Marktanteile der Wettbewerber** gibt an, wie hoch der Anteil am zu erwartenden **Kunden im gesamten Einzugsgebiet** ausfallen kann. Die Prognose wurde ermittelt aus dem nunmehr auf alle Wettbewerber bezogenen **Kundenpotenzial für das gesamte Einzugsgebiet** (Seite 9). Auch hier wird nur das **lokale Kundenpotenzial** ohne Kaufkraftzufluss betrachtet.

Die erste Tabelle gibt wieder das Kundenpotenzial 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 Kundenpotenzial 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 9).

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!



## 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.

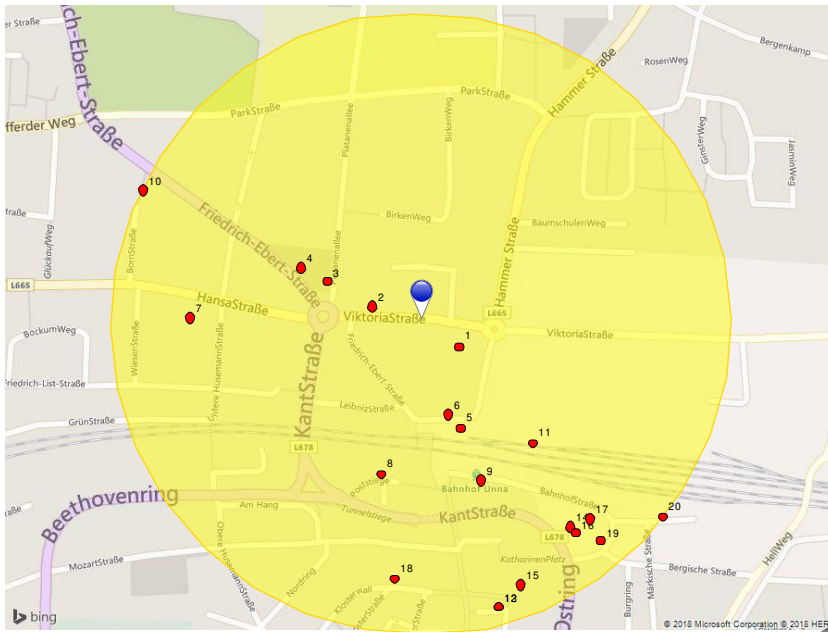
Während die Infrastruktureinrichtungen nur als solche zur besseren Erreichbarkeit verstanden werden, also als reine „Kunden-Zubringer“, werden die hier als Frequenzbringer bezeichneten Einrichtungen nicht nur als **Kundenmagneten**, sondern auch als mögliche **Kooperations- und Werbepartner** für eine 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 (in diesem Paket nicht enthalten), „Umsatzpotenzial für Standort "Autowaschanlage Musteranalyse““, **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 – Öffentliche Parkmöglichkeiten
- Infrastruktur – ÖPNV
- Frequenzbringer – Einkaufszentren, Warenhäuser und Supermärkte
- Frequenzbringer – Gastronomie
- Frequenzbringer – Bildungseinrichtungen
- Frequenzbringer – Behörden
- Frequenzbringer – Bäckereien und Konditoreien
- Frequenzbringer – Sport und Fitness
- Frequenzbringer – Ärzte
- Frequenzbringer – Apotheken
- Frequenzbringer – Banken und Geldautomaten



Legende



Ihr Standort

Öffentliche Parkmöglichkeit-ID

Öffentliche Parkmöglichkeit

Umkreis von 500m

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

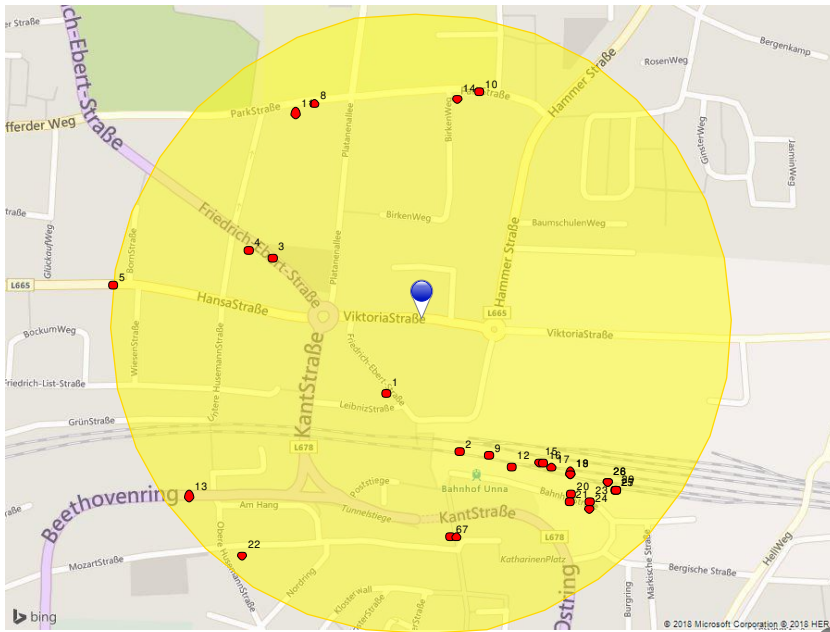
Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Parkmöglichkeit	Hainbuchenweg 2	59425	Unna	innere	0,1 km	0,8 Min
2	Parkmöglichkeit	Friedrich-Ebert-Straße 13	59425	Unna	innere	0,1 km	0,9 Min
3	Parkmöglichkeit	Platanenallee 7	59425	Unna	innere	0,2 km	2,5 Min
4	Parkmöglichkeit	Friedrich-Ebert-Straße 17A	59425	Unna	innere	0,2 km	2,9 Min
5	Parkmöglichkeit	Hammer Straße 4	59425	Unna	innere	0,3 km	3,3 Min
6	Parkmöglichkeit	Hammer Straße 4	59425	Unna	innere	0,3 km	3,5 Min
7	Parkmöglichkeit für Kunden: Kundenparkplatz Getränkemarkt	Hansastraße 16	59425	Unna	innere	0,4 km	4,7 Min
8	Mühle Bremme	Poststiege	59423	Unna	innere	0,5 km	6,5 Min
9	Parkmöglichkeit	Bahnhofstraße 76	59423	Unna	innere	0,5 km	6,6 Min
10	Parkmöglichkeit	Friedrich-Ebert-Straße 46	59425	Unna	innere	0,6 km	6,6 Min
11	Parkmöglichkeit	Bahnhofstraße 74	59425	Unna	innere	0,6 km	7,5 Min
12	Parkmöglichkeit für Kunden: Sparkasse Kundenparkplatz	Burgstraße 7	59423	Unna	innere	0,7 km	8,3 Min
13	Parkmöglichkeit für Kunden: Sparkasse Kundenparkplatz	Burgstraße 7	59423	Unna	innere	0,7 km	8,3 Min
14	Parkmöglichkeit	Bahnhofstraße 55	59423	Unna	innere	0,7 km	8,4 Min
15	Parkmöglichkeit	Burgstraße 8	59423	Unna	innere	0,7 km	8,5 Min
16	Tiefgarage am Bahnhof	Bahnhofstraße 63	59423	Unna	innere	0,7 km	8,7 Min
17	Parkmöglichkeit	Bahnhofstraße 55	59423	Unna	innere	0,7 km	8,8 Min
18	Parkmöglichkeit	Klosterstraße 9	59423	Unna	innere	0,7 km	9,0 Min
19	Parkmöglichkeit	Bahnhofstraße 57	59423	Unna	innere	0,8 km	9,6 Min
20	Parkmöglichkeit	Märkische Straße 17	59423	Unna	innere	0,9 km	10,3 Min

Erläuterung

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

Für die zusammenfassende Bewertung der infrastrukturellen Standortfaktoren (Seite 25) wird daher nur das Vorhandensein von Parkmöglichkeiten im inneren Einzugsgebiet positiv bewertet.

Diese Auflistung enthält keine Straßenparkbuchten und in der Regel auch keine Privatparkplätze des Einzelhandels oder sonstigen privaten Institutionen, sondern nur öffentlich zugängliche Parkplätze, Parkhäuser und Tiefgaragen.



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 Königsborner Tor	Friedrich-Ebert-Straße 6	59425	Unna	innere	0,2 km	2,9 Min
2	Haltestelle Unna	Bahnhofstraße 54	59423	Unna	innere	0,3 km	3,3 Min
3	Bushaltestelle Kreishaus	Friedrich-Ebert-Straße 26	59425	Unna	innere	0,3 km	3,4 Min
4	Bushaltestelle Kreishaus	Friedrich-Ebert-Straße 28	59425	Unna	innere	0,3 km	3,9 Min
5	Bushaltestelle Wiesenstraße	Bornstraße 2	59425	Unna	innere	0,5 km	6,2 Min
6	Bushaltestelle Rathaus	Bahnhofstraße 44	59423	Unna	innere	0,5 km	6,4 Min
7	Bushaltestelle Rathaus	Bahnhofstraße 44	59423	Unna	innere	0,5 km	6,5 Min
8	Bushaltestelle Märkische Berufsschule	Parkstraße 22	59425	Unna	innere	0,6 km	6,7 Min
9	Haltestelle Unna	Bahnhofstraße 76	59423	Unna	innere	0,6 km	6,7 Min
10	Bushaltestelle Parkstraße	Parkstraße 39	59425	Unna	innere	0,6 km	7,0 Min
11	Bushaltestelle Märkische Berufsschule	Parkstraße 22	59425	Unna	innere	0,6 km	7,0 Min
12	Unna (Bahnhof/ Haltestelle)	Bahnhofstraße 74	59423	Unna	innere	0,6 km	7,2 Min
13	Bushaltestelle Obere Husemannstraße	Beethovenring 11	59423	Unna	mittlere	0,6 km	7,3 Min
14	Bushaltestelle Parkstraße	Parkstraße 37	59425	Unna	innere	0,6 km	7,5 Min
15	Haltestelle Unna	Bahnhofstraße 74	59423	Unna	innere	0,6 km	7,7 Min
16	Haltestelle Unna	Bahnhofstraße 76	59423	Unna	innere	0,6 km	7,8 Min
17	Unna (Bahnhof/ Haltestelle)	Bahnhofstraße 77	59423	Unna	innere	0,7 km	7,9 Min
18	Haltestelle Unna	Bahnhofstraße 78	59423	Unna	innere	0,7 km	8,3 Min
19	Haltestelle Unna	Bahnhofstraße 49	59423	Unna	innere	0,7 km	8,3 Min
20	Bushaltestelle Bahnhof	Bahnhofstraße 49	59423	Unna	innere	0,7 km	8,3 Min
21	Bushaltestelle Bahnhof	Bahnhofstraße 55	59423	Unna	innere	0,7 km	8,3 Min
22	Bushaltestelle Mozartstraße	Mozartstraße 14	59423	Unna	mittlere	0,7 km	8,4 Min
23	Bushaltestelle Bahnhof	Bahnhofstraße 55	59423	Unna	innere	0,7 km	8,7 Min
24	Bushaltestelle Bahnhof	Bahnhofstraße 55	59423	Unna	innere	0,7 km	8,8 Min
25	Haltestelle Unna	Bahnhofstraße 55	59423	Unna	innere	0,7 km	9,0 Min
26	Haltestelle Unna	Bahnhofstraße 55	59423	Unna	innere	0,7 km	9,0 Min
27	Haltestelle Unna	Bahnhofstraße 55	59423	Unna	innere	0,7 km	9,0 Min
28	Haltestelle Unna	Bahnhofstraße 78	59423	Unna	innere	0,7 km	9,0 Min
29	Haltestelle Unna	Bahnhofstraße 78	59423	Unna	innere	0,7 km	9,0 Min



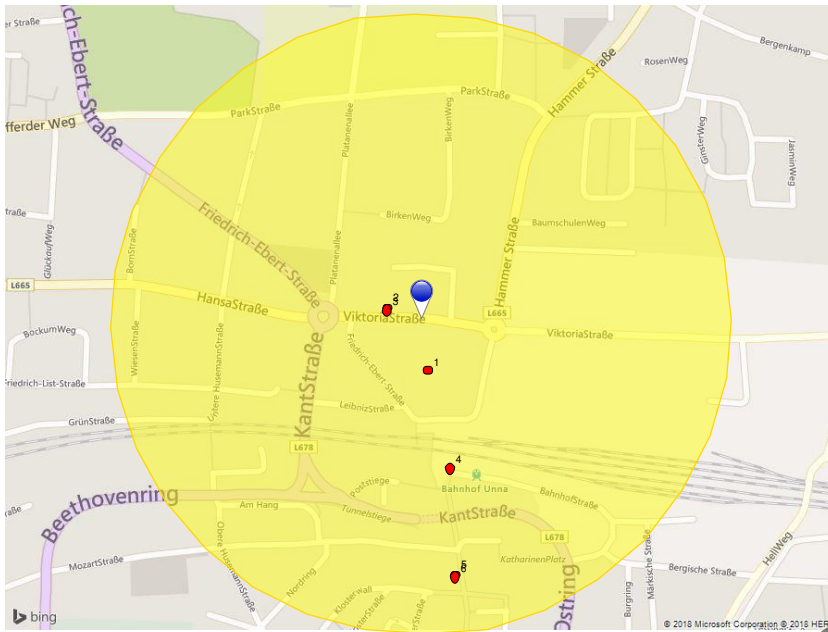
## Erläuterung

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 25) 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.

Unverkäufliches Muster



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	Einzelhandel	Viktoriastraße 2	59425	Unna	innere	0,0 km	0,1 Min
2	Einzelhandel	Hainbuchenweg 12	59425	Unna	innere	0,1 km	0,6 Min
3	netto	Viktoriastraße 2A	59425	Unna	innere	0,1 km	0,7 Min
4	SnC Kiosk	Bahnhofstraße 52	59423	Unna	innere	0,5 km	6,0 Min
5	Euroshop	Bahnhofstraße 38	59423	Unna	innere	0,6 km	7,2 Min
6	Euroshop	Bahnhofstraße 38	59423	Unna	innere	0,6 km	7,2 Min

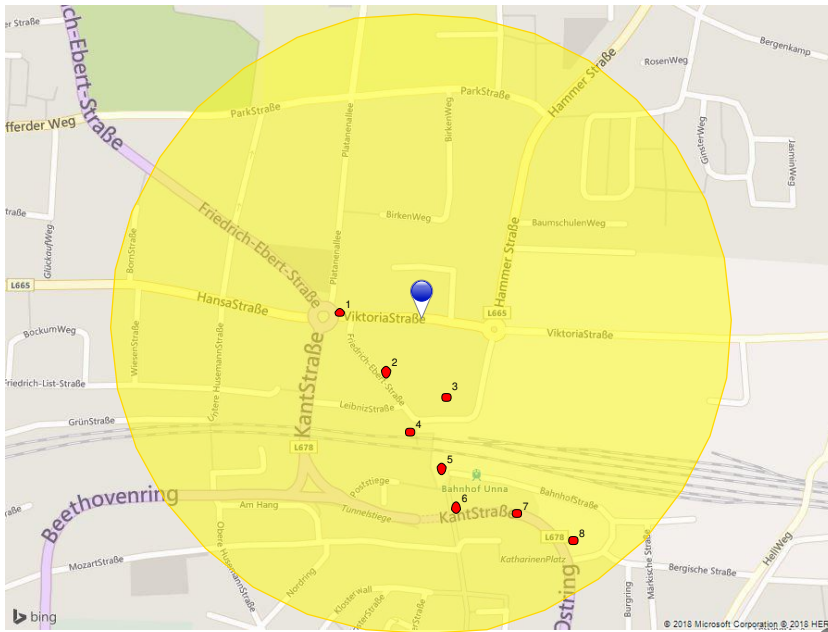
Erläuterung

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.

Unverkäufliches Muster



Legende



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

Liste der Gastronomie-Standorte (im Umkreis von 500m, Ausgabe als Gehzeit)

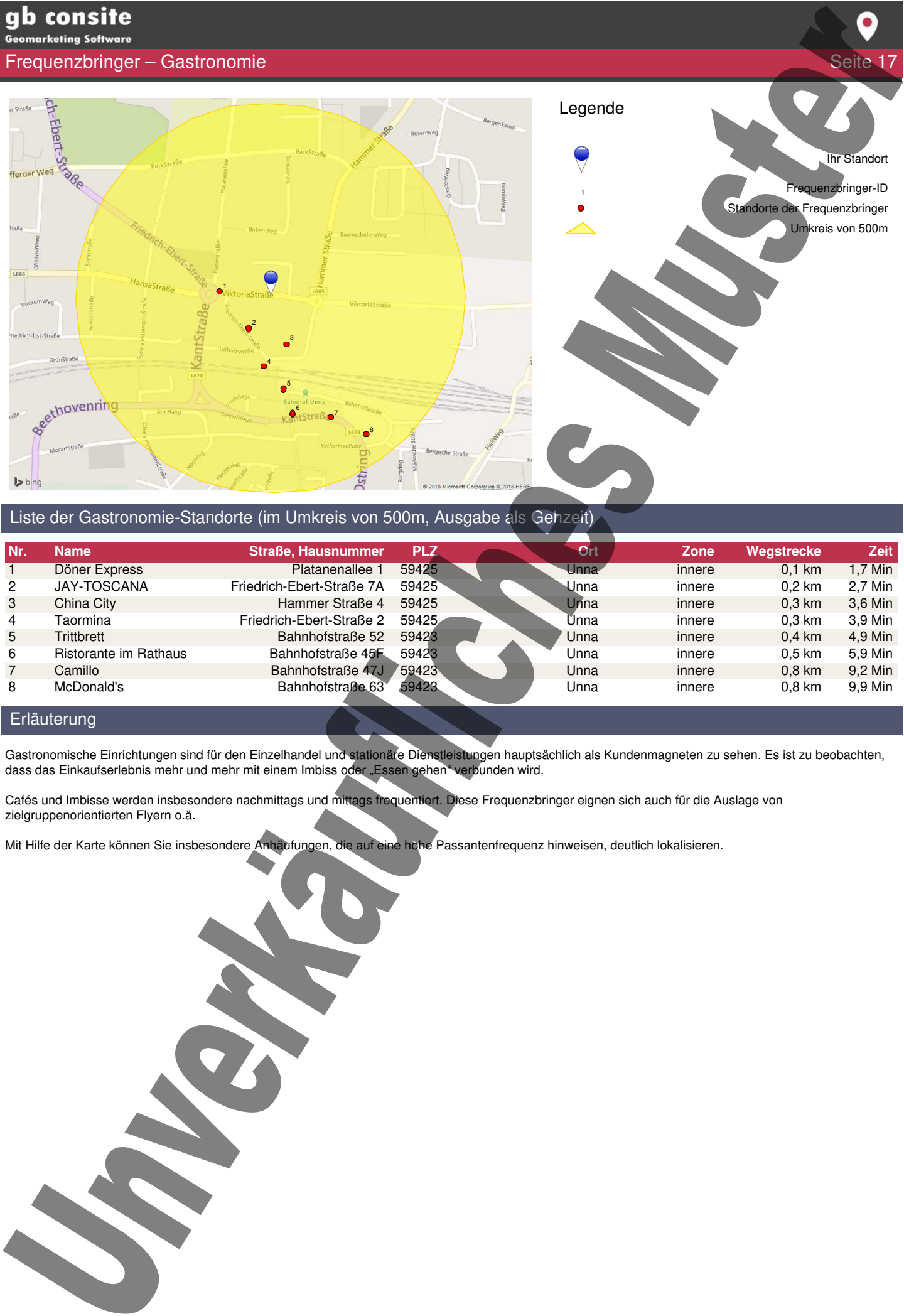
Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Döner Express	Platanenallee 1	59425	Unna	innere	0,1 km	1,7 Min
2	JAY-TOSCANA	Friedrich-Ebert-Straße 7A	59425	Unna	innere	0,2 km	2,7 Min
3	China City	Hammer Straße 4	59425	Unna	innere	0,3 km	3,6 Min
4	Taormina	Friedrich-Ebert-Straße 2	59425	Unna	innere	0,3 km	3,9 Min
5	Trittbrett	Bahnhofstraße 52	59423	Unna	innere	0,4 km	4,9 Min
6	Ristorante im Rathaus	Bahnhofstraße 45F	59423	Unna	innere	0,5 km	5,9 Min
7	Camillo	Bahnhofstraße 47J	59423	Unna	innere	0,8 km	9,2 Min
8	McDonald's	Bahnhofstraße 63	59423	Unna	innere	0,8 km	9,9 Min

Erläuterung

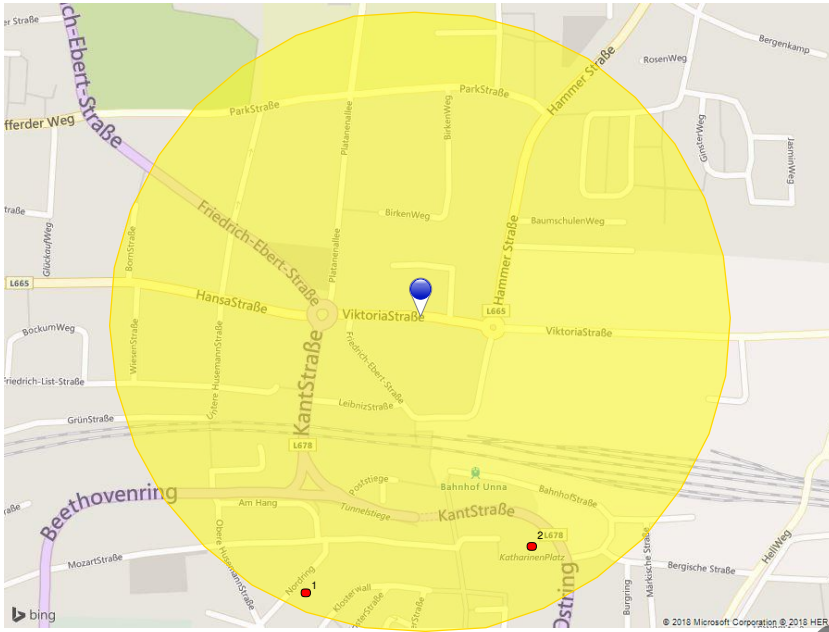
Gastronomische Einrichtungen sind für den Einzelhandel und stationäre Dienstleistungen hauptsächlich als Kundenmagneten zu sehen. Es ist zu beobachten, dass das Einkaufserlebnis mehr und mehr mit einem Imbiss oder „Essen gehen“ verbunden wird.

Cafés und Imbisse werden insbesondere nachmittags und mittags frequentiert. Diese Frequenzbringer eignen sich auch für die Auslage von zielgruppenorientierten Flyern o.ä.

Mit Hilfe der Karte können Sie insbesondere Anhäufungen, die auf eine hohe Passantenfrequenz hinweisen, deutlich lokalisieren.







Legende



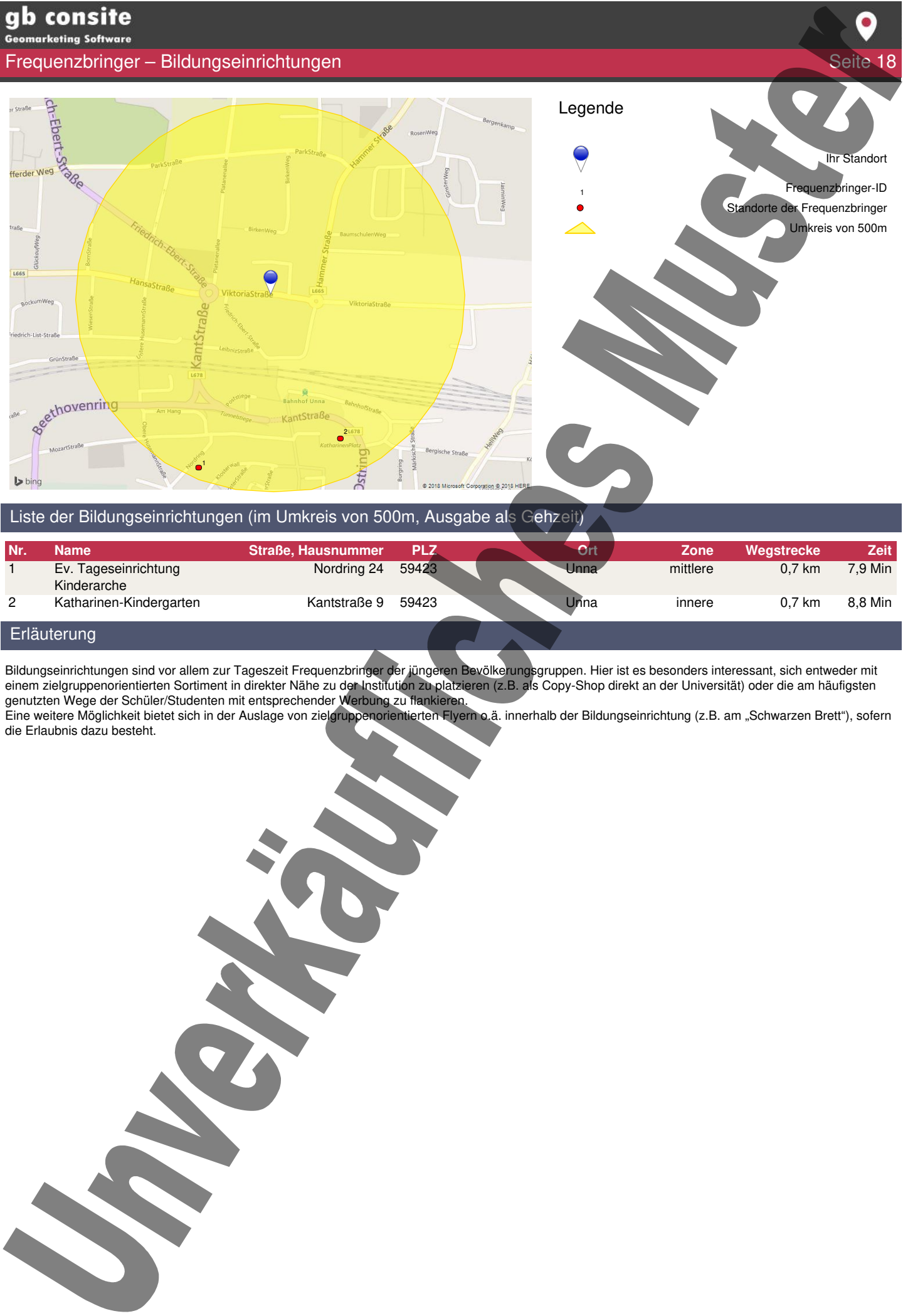
Ihr Standort  
Frequenzbringer-ID  
Standorte der Frequenzbringer  
Umkreis von 500m

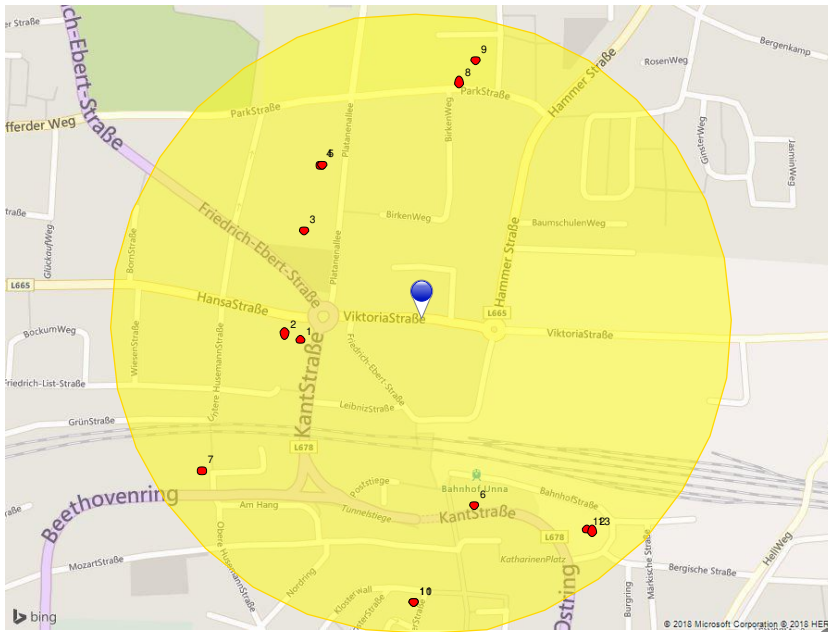
Liste der Bildungseinrichtungen (im Umkreis von 500m, Ausgabe als Gehzeit)

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Ev. Tageseinrichtung Kinderarche	Nordring 24	59423	Unna	mittlere	0,7 km	7,9 Min
2	Katharinen-Kindergarten	Kantstraße 9	59423	Unna	innere	0,7 km	8,8 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

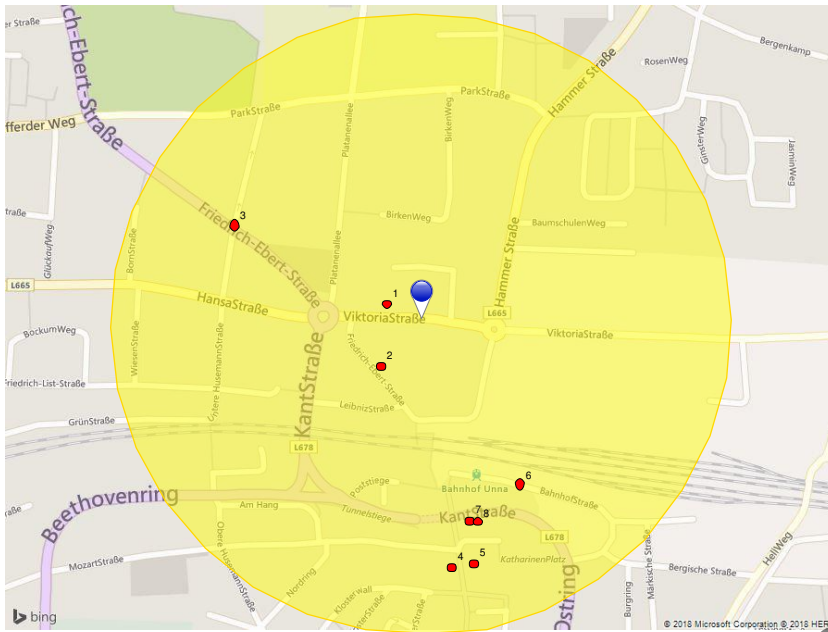
Liste der Behörden (im Umkreis von 500m, Ausgabe als Gehzeit)

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Kreisverwaltung (Kinder u. Jugend)	Hansastraße 30	59425	Unna	innere	0,2 km	2,5 Min
2	Objekt ohne bekannte Bezeichnung	Hansastraße 6	59425	Unna	innere	0,2 km	2,8 Min
3	Kreishaus Unna	Platanenallee 8A	59425	Unna	innere	0,3 km	3,3 Min
4	Natur u. Umwelt / Gesundheit u. Verbraucherschutz	Platanenallee 16	59425	Unna	innere	0,4 km	4,7 Min
5	Gesundheitsamt Kreis Unna	Platanenallee 16	59425	Unna	innere	0,4 km	4,7 Min
6	Rathaus	Bahnhofstraße 45D	59423	Unna	innere	0,5 km	6,5 Min
7	Polizeiwache Unna	Obere Husemannstraße 14	59423	Unna	mittlere	0,6 km	6,7 Min
8	Objekt ohne bekannte Bezeichnung	Parkstraße 40A	59425	Unna	innere	0,6 km	7,4 Min
9	Medienzentrum	Parkstraße 42	59425	Unna	innere	0,7 km	8,3 Min
10	Standesamt Unna	Schäferstraße 52	59423	Unna	innere	0,7 km	8,6 Min
11	Standesamt Unna	Schäferstraße 52	59423	Unna	innere	0,7 km	8,6 Min
12	Objekt ohne bekannte Bezeichnung	Bahnhofstraße 55	59423	Unna	innere	0,7 km	8,8 Min
13	Objekt ohne bekannte Bezeichnung	Bahnhofstraße 55	59423	Unna	innere	0,7 km	9,0 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.



Legende



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

Liste der Bäckereien und Konditoreien (im Umkreis von 500m, Ausgabe als Gehzeit)

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Sondermann	Hainbuchenweg 12	59425	Unna	innere	0,1 km	0,7 Min
2	Konditorei Grote	Friedrich-Ebert-Straße 7B	59425	Unna	innere	0,2 km	2,6 Min
3	Café Koch	Friedrich-Ebert-Straße 27	59425	Unna	innere	0,4 km	4,5 Min
4	Grobe	Bahnhofstraße 40	59423	Unna	innere	0,6 km	7,0 Min
5	Pralinothek	Bahnhofstraße 45	59423	Unna	innere	0,6 km	7,1 Min
6	Backhaus Unna	Bahnhofstraße 74	59423	Unna	innere	0,6 km	7,3 Min
7	Eissalon Rialto	Bahnhofstraße 45F	59423	Unna	innere	0,7 km	8,3 Min
8	Alimentari	Bahnhofstraße 45F	59423	Unna	innere	0,7 km	8,4 Min

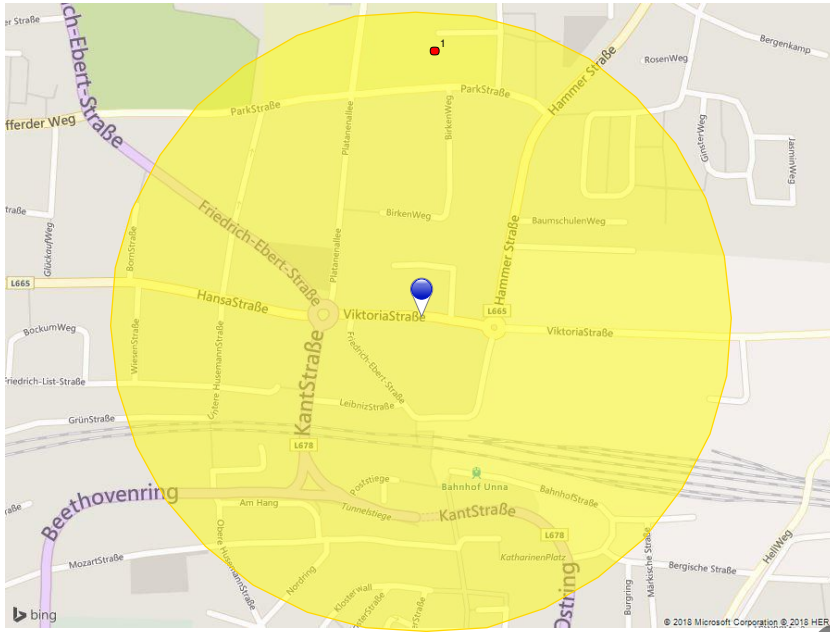
Erläuterung

Bäckereien und Konditoreien werden von allen Bevölkerungsgruppen regelmäßig frequentiert, sodass eine gewisse Passantenfrequenz gewährleistet ist. Denken Sie auch darüber nach, in Kooperation mit diesen Geschäften Ihr Sortiment zu bewerben.

Vergleichen Sie mit dem Umsatzpotenzial für das gesamte Einzugsgebiet (Nur Pluspaket). Befindet sich ein Bäcker in einer Teilfläche mit auffällig hohem Umsatzpotenzial? Dann macht so eine Werbe-Kooperation besonders Sinn, auch wenn diese Teilfläche Ihren eigenen Wettbewerbern näher ist. Teilflächen mit hohem Umsatzpotenzial haben auch ein hohes Eroberungspotenzial!

Unverkäufliches Muster





Legende



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

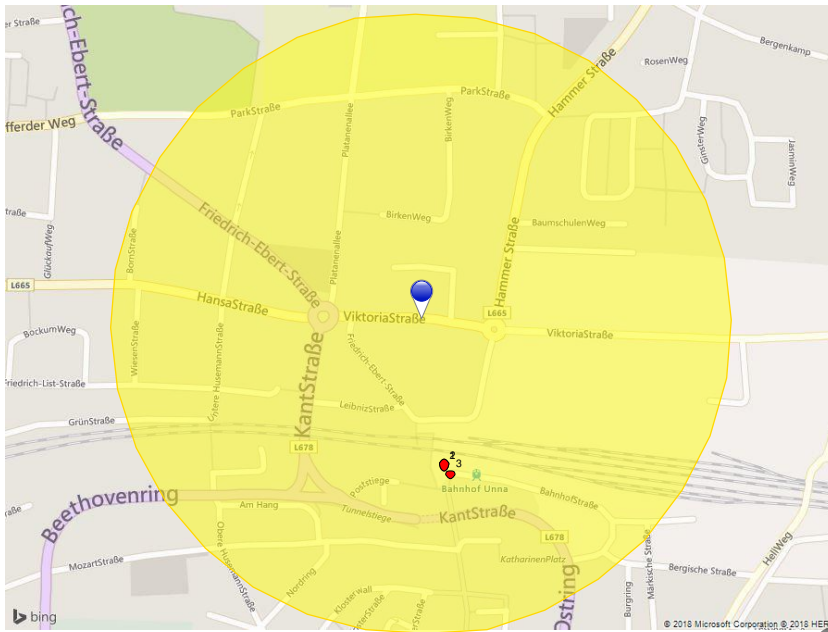
Liste der Einrichtungen für Sport und Fitness (im Umkreis von 500m, Ausgabe als Gehzeit)

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Sportzentrum	Parkstraße 40A	59425	Unna	innere	0,8 km	9,0 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.

Unverkäuflich



Legende



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

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

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Dr. Dufentester	Bahnhofstraße 51	59423	Unna	innere	0,4 km	4,8 Min
2	Dr. Dufentester	Bahnhofstraße 68	59423	Unna	innere	0,4 km	4,8 Min
3	Objekt ohne bekannte Bezeichnung	Bahnhofstraße 68	59423	Unna	innere	0,5 km	6,0 Min

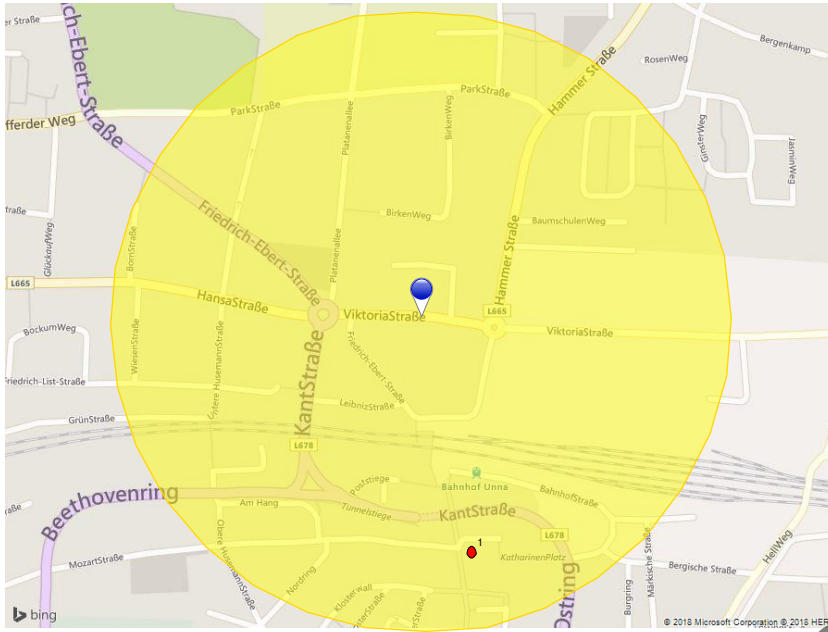
Erläuterung

Ärzte und andere Gesundheitseinrichtungen sind zur Tageszeit Frequenzbringer von mittleren und älteren Bevölkerungsgruppen. Die Passantenfrequenzen können mitunter beachtlich sein, da vermehrt Gemeinschaftspraxen, Ärztehäuser oder Gesundheitszentren entstehen. Denken Sie auch darüber nach, in Kooperation mit diesen Einrichtungen Ihr Sortiment zu bewerben.

Befindet sich ein Arzt o.ä. in einem Teilgebiet mit auffällig hohem Umsatzpotenzial? Dann macht so eine Werbe-Kooperation besonders Sinn, auch wenn dieses Teilgebiet Ihren eigenen Wettbewerbern näher ist. Teilgebiete mit hohem Umsatzpotenzial haben auch ein hohes Eroberungspotenzial!

Mit Hilfe der Karte können Sie insbesondere Anhäufungen, die auf eine hohe Passantenfrequenz hinweisen, deutlich lokalisieren.

Unverkäufliches Muster



Legende



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

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

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Ring-Apotheke	Rathausplatz 1	59423	Unna	innere	0,6 km	7,2 Min

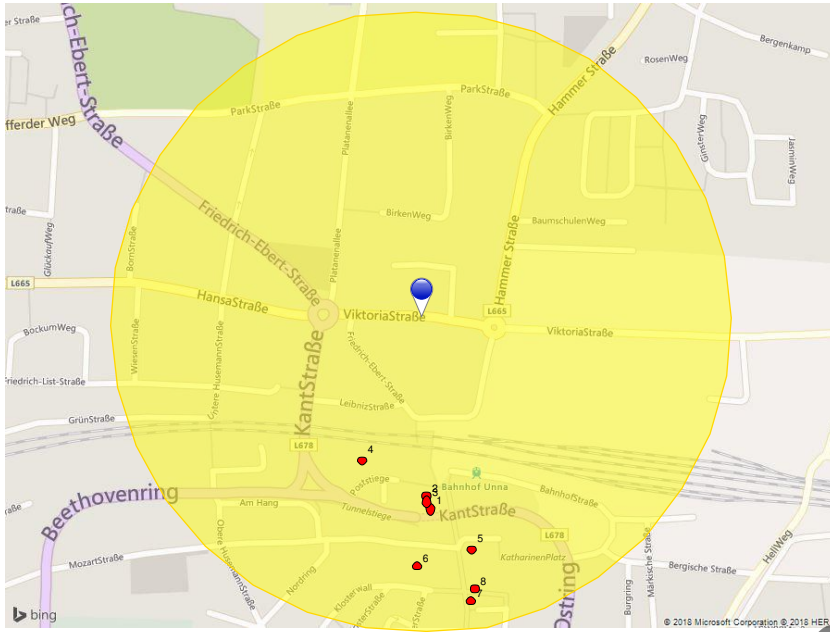
Erläuterung

Apotheken sind sehr häufig in der Nähe von Ärzten anzutreffen, daher gilt in Bezug auf Passantenfrequenz und Werbung das gleiche wie für die Ärzte.

Die Apothekendichte ist allerdings deutlich geringer als diejenige von Ärzten, dadurch ist die Frequenz also noch konzentrierter.

Unverkäuflich





Legende



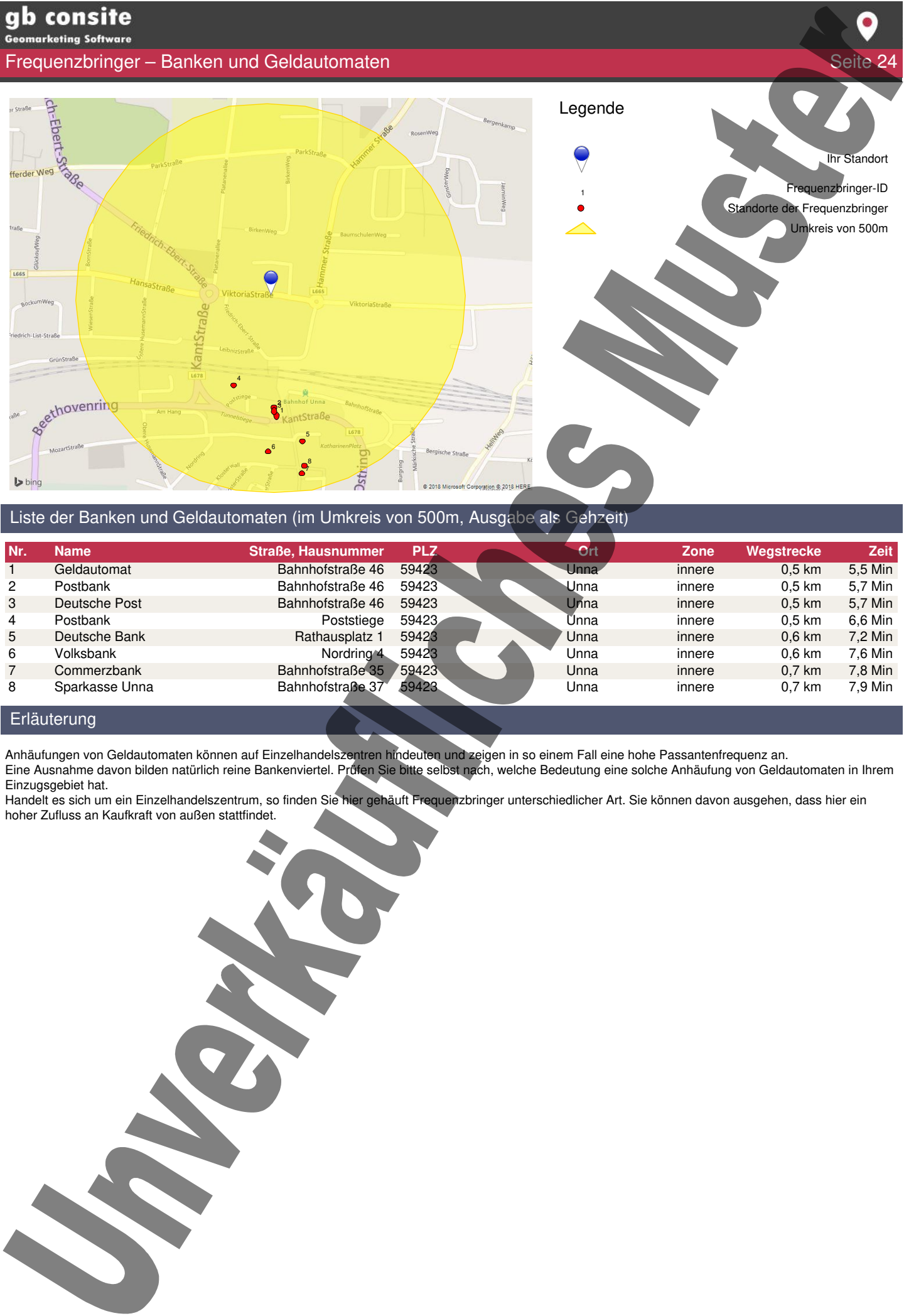
Ihr Standort  
Frequenzbringer-ID  
Standorte der Frequenzbringer  
Umkreis von 500m

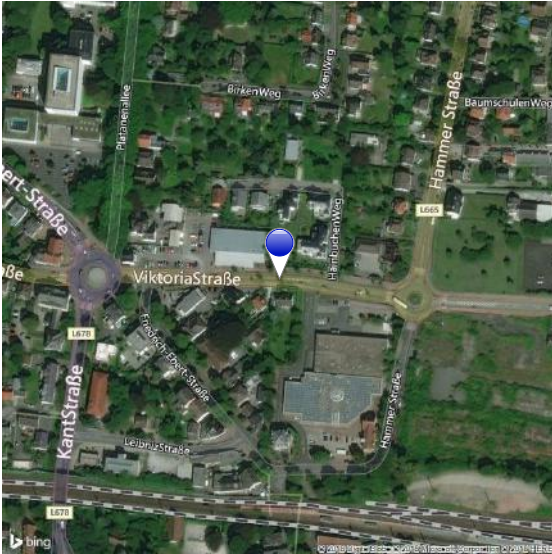
Liste der Banken und Geldautomaten (im Umkreis von 500m, Ausgabe als Gehzeit)

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Geldautomat	Bahnhofstraße 46	59423	Unna	innere	0,5 km	5,5 Min
2	Postbank	Bahnhofstraße 46	59423	Unna	innere	0,5 km	5,7 Min
3	Deutsche Post	Bahnhofstraße 46	59423	Unna	innere	0,5 km	5,7 Min
4	Postbank	Poststiege	59423	Unna	innere	0,5 km	6,6 Min
5	Deutsche Bank	Rathausplatz 1	59423	Unna	innere	0,6 km	7,2 Min
6	Volksbank	Nordring 4	59423	Unna	innere	0,6 km	7,6 Min
7	Commerzbank	Bahnhofstraße 35	59423	Unna	innere	0,7 km	7,8 Min
8	Sparkasse Unna	Bahnhofstraße 37	59423	Unna	innere	0,7 km	7,9 Min

Erläuterung

Anhäufungen von Geldautomaten können auf Einzelhandelszentren hindeuten und zeigen in so einem Fall eine hohe Passantenfrequenz an. Eine Ausnahme davon bilden natürlich reine Bankenviertel. Prüfen Sie bitte selbst nach, welche Bedeutung eine solche Anhäufung von Geldautomaten in Ihrem Einzugsgebiet hat. Handelt es sich um ein Einzelhandelszentrum, so finden Sie hier gehäuft Frequenzbringer unterschiedlicher Art. Sie können davon ausgehen, dass hier ein hoher Zufluss an Kaufkraft von außen stattfindet.





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 Peripherräumen.

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.