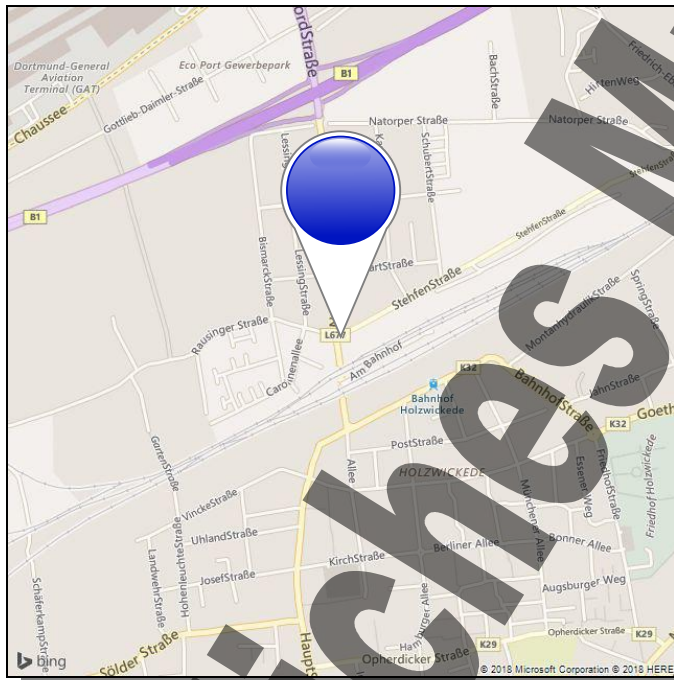


Standortcheck

für das Objekt Matratzen Concord



Stehfenstr 2A
59439 Holzwickede

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, Branchenstatistik) © 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 jegliche Gewährleistungspflicht aus. Die gb consite GmbH schließt weiterhin jegliche Gewährleistungspflicht für Daten von Microsoft Bing Maps, Google, OpenStreetMap und Destatis aus.

gb consite GmbH
Mittenheimer Straße 58
85764 Oberschleißheim

Geschäftsführer
Malte Geschwinder
Knut Büscher

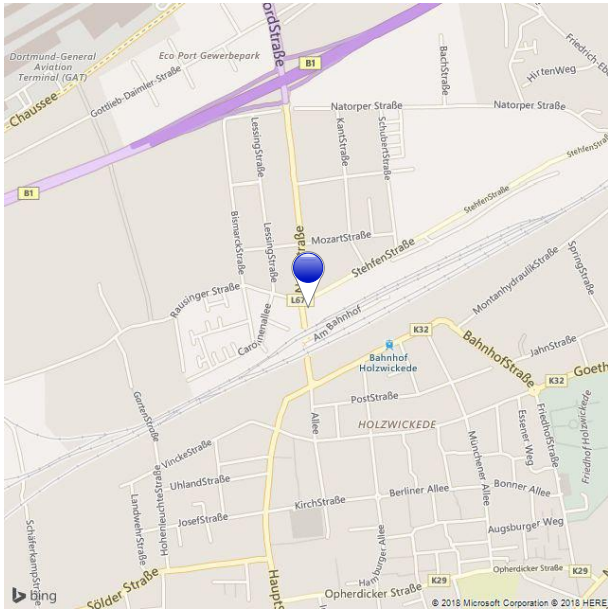
Sitz
Oberschleißheim

Amtsgericht München
HRB 168433

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

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

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



Objekt	Matratzen Concord
Adresse	Stehenstr 2A 59439 Holzwickede
Geschäftsart	Einzelhandel
Branche	Bekleidung, Textilwaren
Sortiment	Tischwäsche, Bad-, Bettwaren, Stoffe Möbel, Küchen Schlafzimmermöbel
Fläche	300 m ²
Analyse-ID	13783
Anmeldename	michael.terwesten@gbconsite.de
Paket	Plus
PayPal Transaktions ID	
Preis	(inkl. MwSt.)
Datum	09.05.2018

Inhaltsverzeichnis

Titel	Seite
Inhalt	2
1. Marktcharakteristik	
Ihr Standort Matratzen Concord in Holzwickede	3
Ihr Einzugsgebiet zu Standort "Matratzen Concord "	4
Wettbewerber im Einzugsgebiet zu Standort "Matratzen Concord "	5
2. Potenzialprognosen	
Wahrscheinlichkeit, dass am Standort "Matratzen Concord " eingekauft wird	7
Ihr Kundenpotenzial für Standort "Matratzen Concord "	8
Gesamtes Kundenpotenzial für alle Marktteilnehmer	9
Ihr Umsatzpotenzial für Standort "Matratzen Concord "	10
Gesamtes Umsatzpotenzial für alle Marktteilnehmer	11
Prognose der Marktanteile der Wettbewerber im Einzugsgebiet	12
3. Kundenmagnete und Kooperationspartner	
Infrastruktur und Frequenzbringer – Definition und Erläuterungen	14
Infrastruktur – Öffentliche Parkmöglichkeiten	15
Infrastruktur – ÖPNV	16
Frequenzbringer – Einkaufszentren, Warenhäuser und Supermärkte	17
Frequenzbringer – Bäckereien und Konditoreien	18
Frequenzbringer – Apotheken	19
Frequenzbringer – Banken und Geldautomaten	20
Standortcheck – Zusammenfassung	21



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

Merkmal		Holzwickede	BRD	Anteil/Vergleich
Bevölkerung	gesamt	17.085	82.175.684	0,0208 %
	Anteil der 0-15 jährigen	12,62 %	13,24 %	-0,62 %
	Anteil der 15-65 jährigen	62,87 %	65,71 %	-2,84 %
	Anteil der über 65 jährigen	24,51 %	21,05 %	+3,46 %
	Einkünfte je Steuerpflichtigem(r)	34.904,64 €	32.284,81 €	+8,11 %
	Bevölkerungsdichte [Einwohner/km ²]	764	230	+232,33 %
	Zuwanderung bezogen auf Gesamtbevölkerung	7,52 %	7,82 %	-0,30 %
Abwanderung bezogen auf Gesamtbevölkerung	5,05 %	6,43 %	-1,38 %	
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	gesamt	6.084	30.604.587	0,0199 %
	Bezogen auf 15-65 Jährige	56,64 %	56,68 %	-0,04 %
	Ausländer von gesamt	5,29 %	8,84 %	-3,55 %
	Beschäftigtendichte [Beschäftigte/km ²]	272,09	85,63	+217,76 %
Arbeitslose	gesamt	558	2.690.975	0,0207 %
	Bezogen auf 15-65 Jährige	5,20 %	4,98 %	+0,21 %
	Ausländer von gesamt	22,94 %	23,39 %	-0,45 %
Landwirtschaft	Betriebe gesamt	19	374.514	0,0051 %
	Betriebe bezogen auf 1000 Einwohner	1,11	4,56	-75,60 %
	Anteil landwirtschaftlicher Nutzfläche	44,99 %	51,57 %	-6,58 %
Verarbeitendes Gewerbe	Betriebe gesamt	8	45.406	0,0176 %
	Beschäftigte bezogen auf Gesamtbevölkerung	6,71 %	7,45 %	-0,74 %
	Beschäftigte bezogen auf 15-65 Jährige	10,67 %	11,34 %	-0,67 %
Gebäude	gesamt	3.852	18.110.835	0,0213 %
	Wohnungen	8.161	40.318.513	0,0202 %
	durchschn. Wohnfläche [m ²]	88,36	85,00	+3,36 %
Tourismus	Beherbergungsbetriebe	3	51.419	0,0058 %
	Gästebetten	209	3.576.904	0,0058 %
	Gästeübernachtungen gesamt	0	436.232.801	0,0000 %
	Gästeübernachtungen je Einwohner	0,00	5,31	-100,00 %
Straßenverkehrsunfälle	gesamt	75	389.167	0,0193 %
	bezogen auf 1000 Einwohner	4,39	4,74	-7,31 %
Steuern und Politik in der Gemeinde	Steuern und steuerähn. Einnahmen je Einw.	Keine Angabe	967,30 €	Keine Angabe
	Gewerbesteuerhebesatz	460 %	399 %	61 %
	Grundsteuer B	560 %	455 %	105 %
	Bundestagswahl September 2013	SPD		36,88 %
	letzte Landtagswahl vor 2017	SPD		46,76 %

Erläuterung

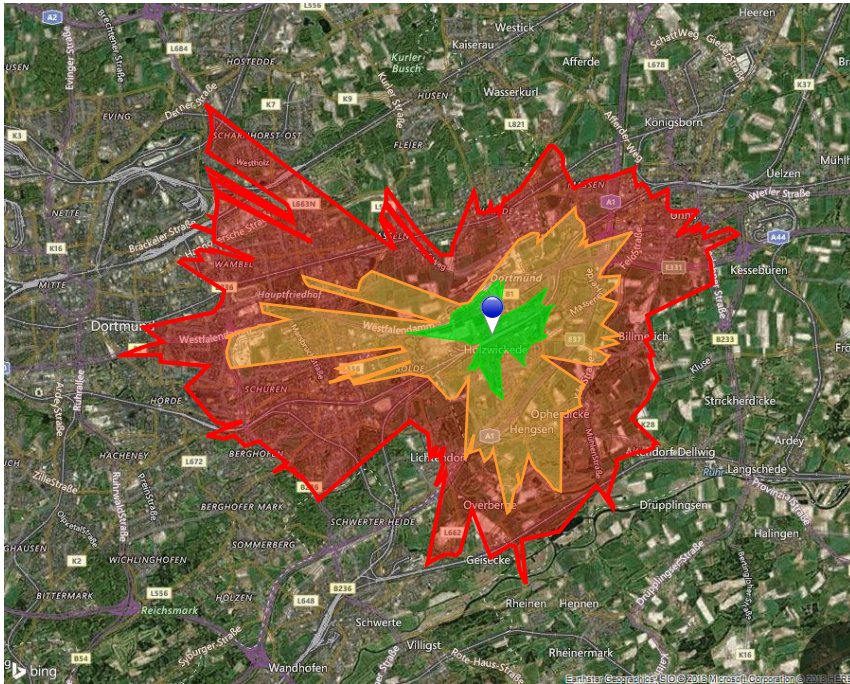
Die statistischen Daten repräsentieren verschiedene **Standortfaktoren** der Gemeinde Ihres Standortes und stellen diese den durchschnittlichen Werten für die Bundesrepublik Deutschland gegenüber. Sie können so z.B. leicht ablesen, ob an Ihrem Standort überdurchschnittlich viele junge oder alte Menschen 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.



Legende



Ihr Standort



Einzugsgebiet

4 Fahrminuten



8 Fahrminuten



12 Fahrminuten

Marktinformationen für Ihr Einzugsgebiet

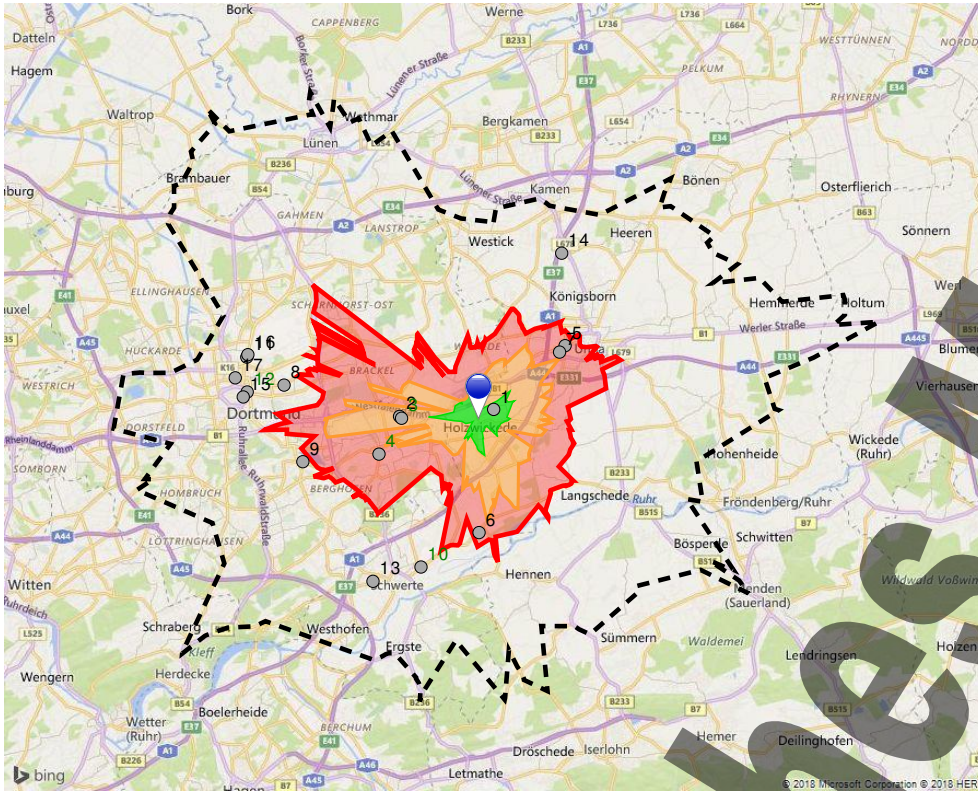
Merkmal	4 Minuten	8 Minuten	12 Minuten	Einzugsgebiet	BRD
Einwohner	11.780	34.664	136.174	182.618	81.197.537
Büroarbeitsplätze	4.912	8.740	31.639	45.290	18.302.765
Bevölkerungsdichte [Einwohner/km²]	1.631	1.075	1.870	1.626	230
Anteil der 0-15 jährigen [%]	10,82	13,20	12,32	12,39	11,71
Anteil der 15-25 jährigen [%]	9,90	9,49	10,00	9,90	9,49
Anteil der 25-50 jährigen [%]	27,00	26,87	26,86	26,87	29,54
Anteil der 50-65 jährigen [%]	20,14	20,16	20,37	20,32	19,60
Anteil der über 65 jährigen [%]	22,97	20,63	20,70	20,83	18,74
Anteil der Frauen [%]	46,86	46,69	46,51	46,57	45,38
Ausländeranteil [%]	8,23	9,16	11,17	10,60	9,38
Anzahl der Haushalte	5.553	16.964	69.121	91.638	41.158.978
Einwohner pro Haushalte	2,1	2,0	2,0	2,0	2,0
Anteil der Erwerbstätigen [%]	50,72	49,38	48,65	48,92	51,06
Arbeitslosenquote [%]	6,67	8,41	9,47	9,09	5,93
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Einwohner pro Jahr [€]	7.099	7.376	7.187	7.217	6.992
Index der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft	101,53	105,48	102,78	103,21	100,00
Kaufkraft für Ihr Sortiment pro Einwohner pro Jahr [€]	139	145	141	142	137
Einzelhandelumsatz pro Einwohner pro Jahr [€]	6.294	5.783	6.981	6.709	6.271
Index des Einzelhandelumsatzes	100,37	92,21	111,31	106,98	100,00
Kaufkraftzufluss in das Einzugsgebiet [Mio. €]	-9.480	-55.217	-28.016	-92.713	-58.531.448
Zentralitätsindex	99	87	108	104	100

Erläuterung

Gemäß Ihren eigenen Angaben erwarten Sie ein **Einzugsgebiet von bis zu 12 Minuten Fahrweg um Ihre Verkaufsstätte**. **Dieses Einzugsgebiet ist dreigeteilt**, wobei nach den Grundsätzen der Handelsforschung von Kunden der inneren Zone (0-4 Minuten) der weitaus größte Teil Ihres Umsatzes (bis zu 70%) hervorgerufen wird. Von Kunden der zweiten Zone (4-8 Minuten) sind ca. 20% Umsatzanteil, von Kunden der dritten, äußeren Zone (8-12 Minuten) nur ca. 10% Umsatzanteil zu erwarten. Das in diesem Standortcheck ermittelte **Umsatzpotenzial** (Seite 10) wird diese pauschale Einteilung Ihres Einzugsgebietes in Abhängigkeit vom Wettbewerb 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 Einzelhandelumsatz 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.

Alle Indexwerte stellen jeweils den prozentualen Vergleich zur BRD (=100) als Pro-Kopf-Index dar.
Datenquelle: panadress marketing intelligence GmbH 2017



Legende

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

Wettbewerber im gesamten Einzugsgebiet



Wettbewerber im Nahbereich des Standortes



Liste der Wettbewerber

Name	Straße	PLZ	Ort	Fläche	Wegstrecke	Zeit
1 Dänisches Bettenlager Holzwickede	August-Borsig-Str. 4	59439	Holzwickede	800 m ²	0,8 km	2 Min
2 Roller Dortmund	Schleefstr. 28	44287	Dortmund	5.000 m ²	4,2 km	6 Min
3 Matratzen Concord	Schleefstr 15	44287	Dortmund	300 m ²	4,3 km	6 Min
4 Matratzen Concord	Aplerbecker Marktplatz 11	44287	Dortmund	300 m ²	6,4 km	10 Min
5 Matratzen und Betten	Massener Straße 114	59423	Unna	400 m ²	5,5 km	10 Min
6 Wohnwelt Reuper	An der Silberkuhle 2	58239	Schwerte	10.000 m ²	5,8 km	10 Min
7 Zurbrüggen Haus Unna	Hans-Böckler-Str. 4	59423	Unna	40.000 m ²	5,4 km	10 Min
8 MFO	Hannöversche Straße 5	44143	Dortmund	250 m ²	11,8 km	13 Min
9 Dänisches Bettenlager Dortmund	Hermannstr. 108	44263	Dortmund	800 m ²	11,5 km	14 Min
10 Matratzen Concord	Schützenstraße 39	58239	Schwerte	300 m ²	8,9 km	14 Min
11 Dänisches Bettenlager Dortmund	Bornstr. 160	44145	Dortmund	800 m ²	14,6 km	19 Min
12 Matratzen Concord	Schwanenwall 10	44135	Dortmund	300 m ²	12,8 km	19 Min
13 Dänisches Bettenlager Schwerte	Rosenweg 38	58239	Schwerte	800 m ²	16,4 km	20 Min
14 IKEA Kamen	Kamen Karree 1	59174	Kamen	29.100 m ²	12,0 km	20 Min
15 Wim Gelhard	Schliepstr. 12	44135	Dortmund	1.000 m ²	12,5 km	20 Min
16 SB Möbel Boss Dortmund	Bornstr. 195	44145	Dortmund	3.000 m ²	15,1 km	20 Min
17 Kalvelage Betten	Münsterstr. 28	44145	Dortmund	3.000 m ²	15,7 km	21 Min

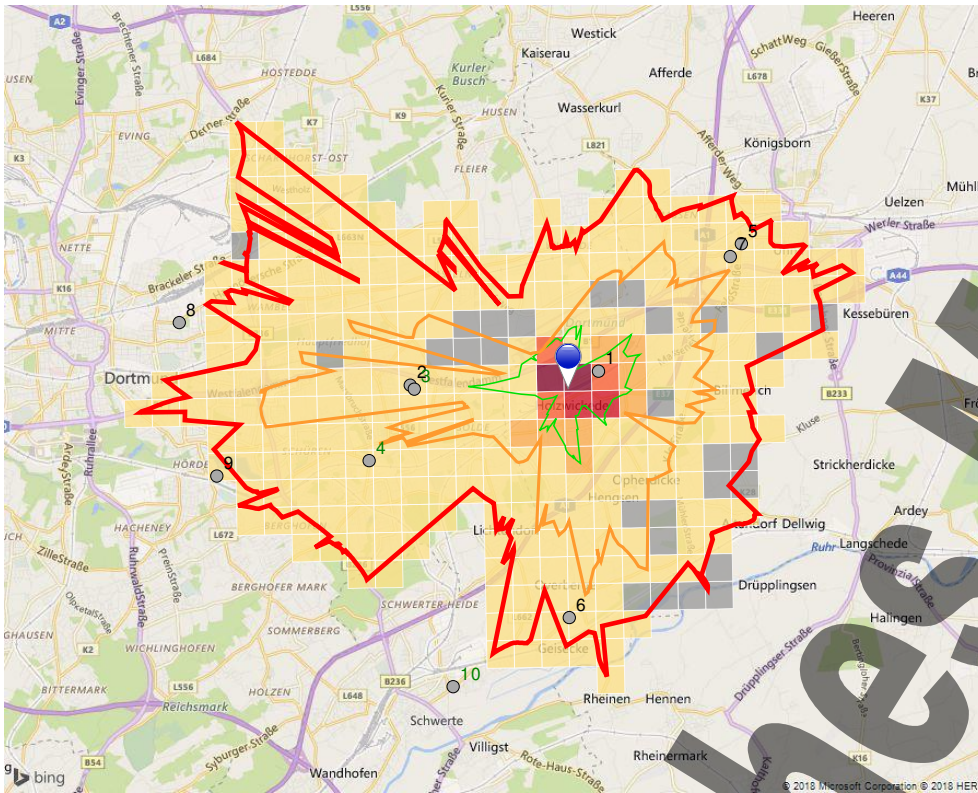
Erläuterung

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



Legende

- Ihr Standort
- Wettbewerber-ID
- Standorte Ihrer Wettbewerber
- Einzugsgebiet**
- 4 Fahrminuten
- 8 Fahrminuten
- 12 Fahrminuten
- Einkaufswahrscheinlichkeit (%)**
- 0,00 - 2,73
- 2,73 - 5,46
- 5,46 - 8,19
- 8,19 - 10,91
- 10,91 - 13,64
- Teilfläche ohne Besiedlung

Einkaufswahrscheinlichkeit - Tops

Standort	Wahrscheinlichkeit gesamt	Tops	Teilfläche	Wahrscheinlichkeit
Einzugsgebiet Matratzen Concord	1,10 %	1	Friedrichstraße (Holzwickede)	13,64 %
		2	Ruhrschnellweg (Holzwickede)	13,62 %
		3	Nordstraße (Holzwickede)	9,45 %
		4	Eibenstraße 5 (Holzwickede)	8,31 %
		5	Montanhydraulikstraße (Holzwickede)	7,14 %
		6	Carolinentallee (Holzwickede)	5,77 %
		7	Gottlieb-Daimler-Straße (Holzwickede)	5,48 %
		8	Allee (Holzwickede)	5,00 %
		9	Otto-Hue-Straße (Holzwickede)	4,49 %
		10	Sölder Straße (Holzwickede)	3,83 %
		11	Natorper Straße (Holzwickede)	3,35 %
		12	Emscherweg (Holzwickede)	3,25 %
		13	Massener Straße (Holzwickede)	3,21 %
		14	Massener Straße (Holzwickede)	2,80 %
		15	Am Stuckenber (Holzwickede)	2,76 %

Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit
1	Dänisches Bettenlager Holzwickede	800 m ²	2 Min
2	Roller Dortmund	5.000 m ²	6 Min
3	Matratzen Concord	300 m ²	6 Min
4	Matratzen Concord	300 m ²	10 Min
5	Matratzen und Betten	400 m ²	10 Min
6	Wohnwelt Reuper	10.000 m ²	10 Min
7	Zurbrüggen Haus Unna	40.000 m ²	10 Min
8	MFO	250 m ²	13 Min
9	Dänisches Bettenlager Dortmund	800 m ²	14 Min
10	Matratzen Concord	300 m ²	14 Min

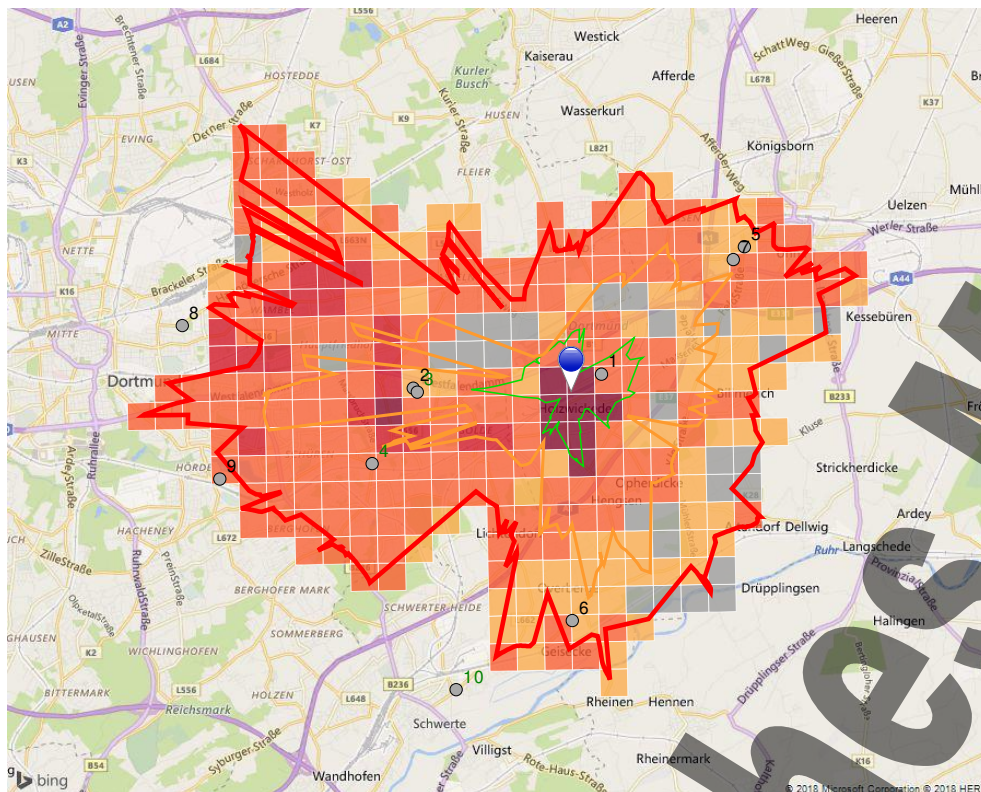
Erläuterung

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**
- 4 Fahrminuten
- 8 Fahrminuten
- 12 Fahrminuten
- Kundenpotenzial**
- 0 - 0
- 0 - 0
- 0 - 18
- 18 - 37
- 37 - 193
- Teilfläche ohne Besiedlung

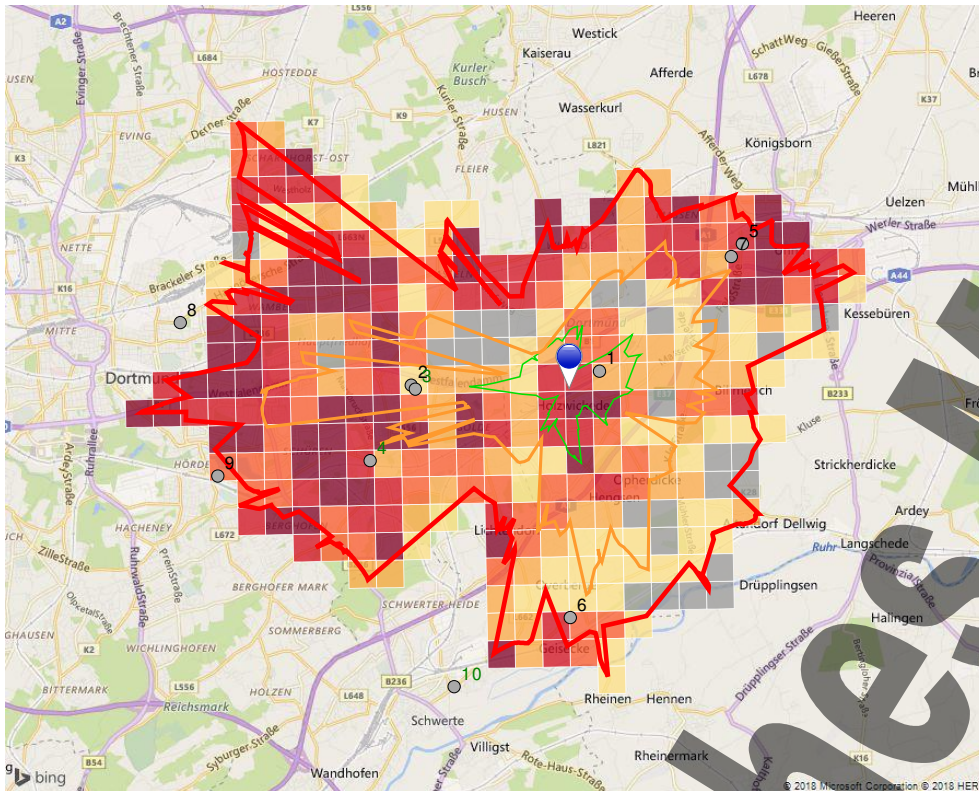
Kundenpotenzial für Ihren Standort - Tops

Kundenbindung Ihres Standortes		Kunden	Tops	Teilfläche	Kundenpotenzial
Einzugsgebiet Matratzen Concord		2.326	1	Nordstraße (Holzwickede)	193
			2	Friedrichstraße (Holzwickede)	157
			3	Ruhrschnellweg (Holzwickede)	119
			4	Eibenstraße 5 (Holzwickede)	116
			5	Allee (Holzwickede)	63
			6	Otto-Hue-Straße (Holzwickede)	61
			7	Carolinentallee (Holzwickede)	55
			8	Petershagenstraße (Dortmund)	39
			9	Emscherweg (Holzwickede)	38
			10	Hörder Straße (Dortmund)	36
			11	Am Rabensmorgen (Dortmund)	34
			12	Höhfuhr (Dortmund)	29
			13	Am Zehnthof (Dortmund)	27
			14	Körner Hellweg (Dortmund)	26
			15	Spiegelstraße (Dortmund)	25

Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit
1	Dänisches Bettenlager Holzwickede	800 m ²	2 Min
2	Roller Dortmund	5.000 m ²	6 Min
3	Matratzen Concord	300 m ²	6 Min
4	Matratzen Concord	300 m ²	10 Min
5	Matratzen und Betten	400 m ²	10 Min
6	Wohnwelt Reuper	10.000 m ²	10 Min
7	Zurbrüggen Haus Unna	40.000 m ²	10 Min
8	MFO	250 m ²	13 Min
9	Dänisches Bettenlager Dortmund	800 m ²	14 Min
10	Matratzen Concord	300 m ²	14 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 Werbemiteleininsatz empfehlen wir Ihnen die Auswertung „**Umsatzpotenzial**“ aus dem **Pluspaket** des Online Standortcheck. Nutzen Sie **Frequenzbringer** (z.B. Ärzte) in den kundenstarken Gebieten als Multiplikatoren, indem Sie Flyer auslegen! **Sprechen Sie mit Ihrem Anzeigenblatt oder der örtlichen Agentur für Prospektverteilung vor Ort!** In der Regel ist es kostengünstig möglich, nur Ihre Top-Gebiete mit Flyern o.ä. zu versorgen. In diesem Fall kommen Aktionen in Frage, die besonders Ihre (potenzielle) Stammkundschaft ansprechen wird.



Legende

- Ihr Standort
- Wettbewerber-ID
- Standorte Ihrer Wettbewerber
- Einzugsgebiet**
- 4 Fahrminuten
- 8 Fahrminuten
- 12 Fahrminuten
- Kundenpotenzial**
- 2 - 38
- 38 - 214
- 214 - 691
- 691 - 1.271
- 1.271 - 3.932
- Teilfläche ohne Besiedlung

Kundenpotenzial für alle Wettbewerber - Tops

Kundenbindung aller Wettbewerber		Kundenpotenzial	Tops		Teilfläche	Kundenpotenzial
Einzugsgebiet Matratzen Concord		182.618	1	Körner Hellweg (Dortmund)		3.932
			2	Am Rabensmorgen (Dortmund)		2.880
			3	Am Zehnthof (Dortmund)		2.757
			4	Krummfuß (Unna)		2.543
			5	Hörder Straße (Dortmund)		2.542
			6	Fuhrmannstraße (Dortmund)		2.448
			7	Höfhuhr (Dortmund)		2.296
			8	Petershagenstraße (Dortmund)		2.192
			9	Tannenweg (Unna)		2.116
			10	Nordstraße (Holzwickede)		2.047
			11	Wambeler Hellweg (Dortmund)		2.002
			12	Spiegelstraße (Dortmund)		1.949
			13	Märkische Straße (Dortmund)		1.899
			14	Herwingweg (Dortmund)		1.852
			15	Lortzingstraße (Unna)		1.843

Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit
1	Dänisches Bettenlager Holzwickede	800 m ²	2 Min
2	Roller Dortmund	5.000 m ²	6 Min
3	Matratzen Concord	300 m ²	6 Min
4	Matratzen Concord	300 m ²	10 Min
5	Matratzen und Betten	400 m ²	10 Min
6	Wohnwelt Reuper	10.000 m ²	10 Min
7	Zurbrüggen Haus Unna	40.000 m ²	10 Min
8	MFO	250 m ²	13 Min
9	Dänisches Bettenlager Dortmund	800 m ²	14 Min
10	Matratzen Concord	300 m ²	14 Min

Erläuterung

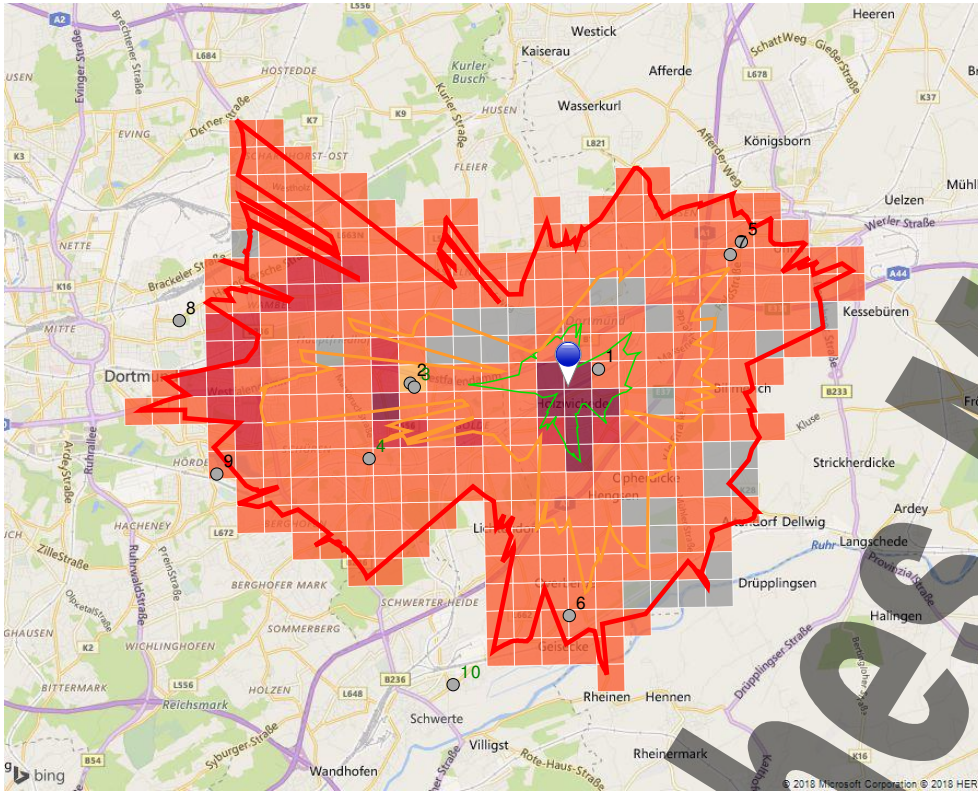
Das Kundenpotenzial für das **gesamte Einzugsgebiet** gibt an, wie viele zu erwartende Kunden **alle Wettbewerber in Summe** erwarten können. Die Prognose wurde ermittelt aus der Abrufwahrscheinlichkeit und der, den Teilflächen Ihres Einzugsgebietes zu Grunde liegenden **Einwohnerzahl**. Die erste Tabelle 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 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 Werbemittelleinsatz, der Ihnen noch genauer ermöglicht, diese Kundengruppe erfolgreich zu akquirieren, empfehlen wir Ihnen die Auswertung „**Umsatzpotenzial für alle Wettbewerber**“ aus dem **Pluspaket** des Online Standortcheck.



Legende

- Ihr Standort
- Wettbewerber-ID
- Standorte Ihrer Wettbewerber
- Einzugsgebiet**
- 4 Fahrminuten
- 8 Fahrminuten
- 12 Fahrminuten
- Umsatzpotenzial**
- 0,00 - 0,00
- 0,00 - 0,18
- 0,18 - 2.394,16
- 2.394,16 - 4.892,85
- 4.892,85 - 23.774,92
- Teilfläche ohne Besiedlung

Umsatzpotenzial für Ihren Standort - Tops

Umsatzquelle	Umsatzpotenzial	Tops	Teilfläche	Umsatzpotenzial €
Einzugsgebiet Matratzen Concord	325.124,92 €	1	Elbenstraße 5 (Holzwickede)	23.774,92 €
Kaufkraftzufluss über Laufkunden	34.154,47 €	2	Nordstraße (Holzwickede)	20.828,92 €
Summe	359.279,39 €	3	Friedrichstraße (Holzwickede)	16.532,93 €

Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit	Tops	Teilfläche	Umsatzpotenzial €
1	Dänisches Bettenlager Holzwickede	800 m ²	2 Min	6	Otto-Hue-Straße (Holzwickede)	7.144,78 €
2	Roller Dortmund	5.000 m ²	6 Min	7	Carolinentallee (Holzwickede)	7.080,37 €
3	Matratzen Concord	300 m ²	6 Min	8	Petershagenstraße (Dortmund)	5.855,03 €
4	Matratzen Concord	300 m ²	10 Min	9	Hörder Straße (Dortmund)	4.861,89 €
5	Matratzen und Betten	400 m ²	10 Min	10	Emscherweg (Holzwickede)	4.455,13 €
6	Wohnwelt Reuper	10.000 m ²	10 Min	11	Höhfuhr (Dortmund)	3.961,25 €
7	Zurbrüggen Haus Unna	40.000 m ²	10 Min	12	Am Rabensmorgen (Dortmund)	3.903,76 €
8	MFO	250 m ²	13 Min	13	Trapphofstraße (Dortmund)	3.624,98 €
9	Dänisches Bettenlager Dortmund	800 m ²	14 Min	14	Am Kattenbrauck 35 (Dortmund)	3.563,94 €
10	Matratzen Concord	300 m ²	14 Min	15	Freie-Vogel-Straße (Dortmund)	3.343,82 €

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 Kaufkraft für Ihre Kerndienstleistungen.

Die erste Tabelle gibt das Umsatzpotenzial des gesamten Einzugsgebietes an, der Kaufkraftzufluss von Kunden außerhalb Ihres Einzugsgebietes wurde hier entsprechend der Abrufwahrscheinlichkeit am Standort hinzugerechnet.

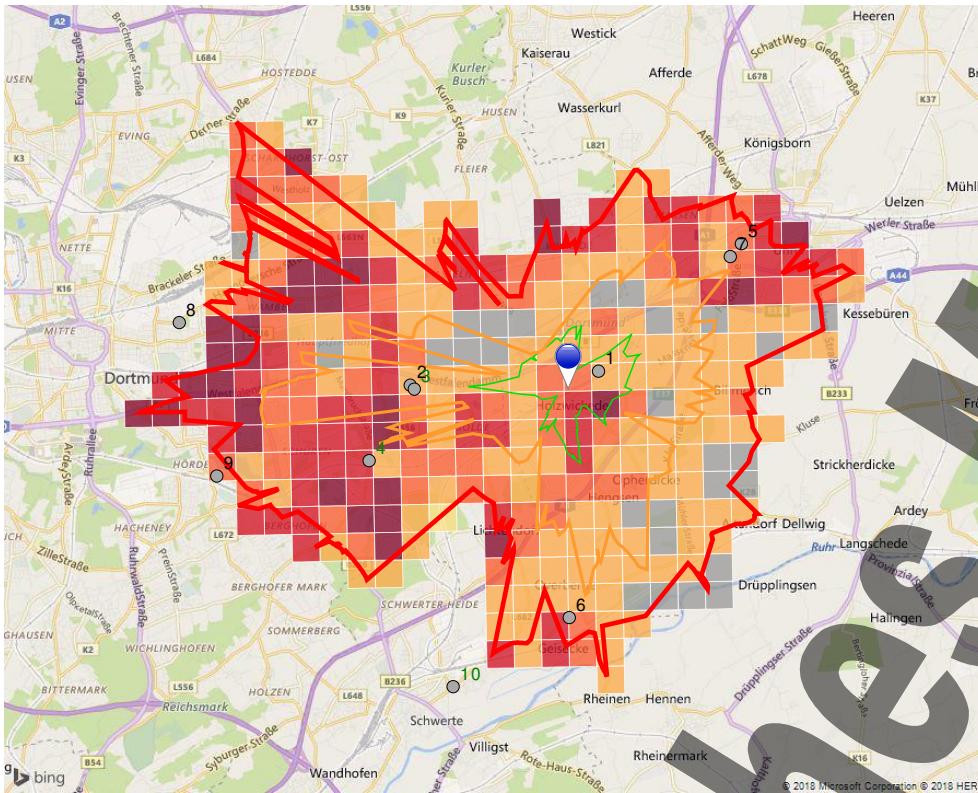
Die Tops zeigen die Teilgebiete innerhalb des Einzugsgebietes mit dem höchsten Umsatzpotenzial. Diese Teilgebiete sind auch in der Karte unterschiedlich stark eingefärbt. Je dunkler eine Teilfläche ist, desto höher ist Ihr Umsatzpotenzial bzw. Ihr zu erwartender Marktanteil.

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**
- 4 Fahrminuten
- 8 Fahrminuten
- 12 Fahrminuten
- Umsatzpotenzial**
- 0,00 - 195,47
- 195,47 - 44.898,35
- 44.898,35 - 137.449,43
- 137.449,43 - 230.000,51
- 230.000,51 - 430.788,49
- Teilfläche ohne Besiedlung

Umsatzpotenzial für alle Wettbewerber - Tops

Umsatzquelle		Umsatzpotenzial gesamt	Tops	Teilfläche	Umsatzpotenzial €
Einzugsgebiet Matratzen Concord		25.893.384,24 €	1	Körner Hellweg (Dortmund)	430.788,49 €
Summe		25.893.384,24 €	2	Hörder Straße (Dortmund)	346.540,12 €
			3	Am Rabensmorgen (Dortmund)	331.016,76 €
			4	Petershagenstraße (Dortmund)	326.637,40 €
			5	Am Zehnthof (Dortmund)	319.915,27 €
			6	Höhfuhr (Dortmund)	318.447,84 €
			7	Fuhrmannstraße (Dortmund)	313.417,82 €
			8	Am Kattenbrauck 35 (Dortmund)	289.965,99 €
			9	Eibenstraße 5 (Holzwickede)	285.959,34 €
			10	Tannenweg (Unna)	283.865,71 €
			11	Krummfuß (Unna)	268.450,18 €
			12	Karl-Liebnecht-Straße (Dortmund)	265.354,90 €
			13	Breierspfad (Dortmund)	265.012,14 €
			14	Märkische Straße (Dortmund)	261.004,61 €
			15	Kleine Schwerter Straße (Dortmund)	260.531,55 €

Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit
1	Dänisches Bettenlager Holzwickede	800 m ²	2 Min
2	Roller Dortmund	5.000 m ²	6 Min
3	Matratzen Concord	300 m ²	6 Min
4	Matratzen Concord	300 m ²	10 Min
5	Matratzen und Betten	400 m ²	10 Min
6	Wohnwelt Reuper	10.000 m ²	10 Min
7	Zurbrüggen Haus Unna	40.000 m ²	10 Min
8	MFO	250 m ²	13 Min
9	Dänisches Bettenlager Dortmund	800 m ²	14 Min
10	Matratzen Concord	300 m ²	14 Min

Erläuterung

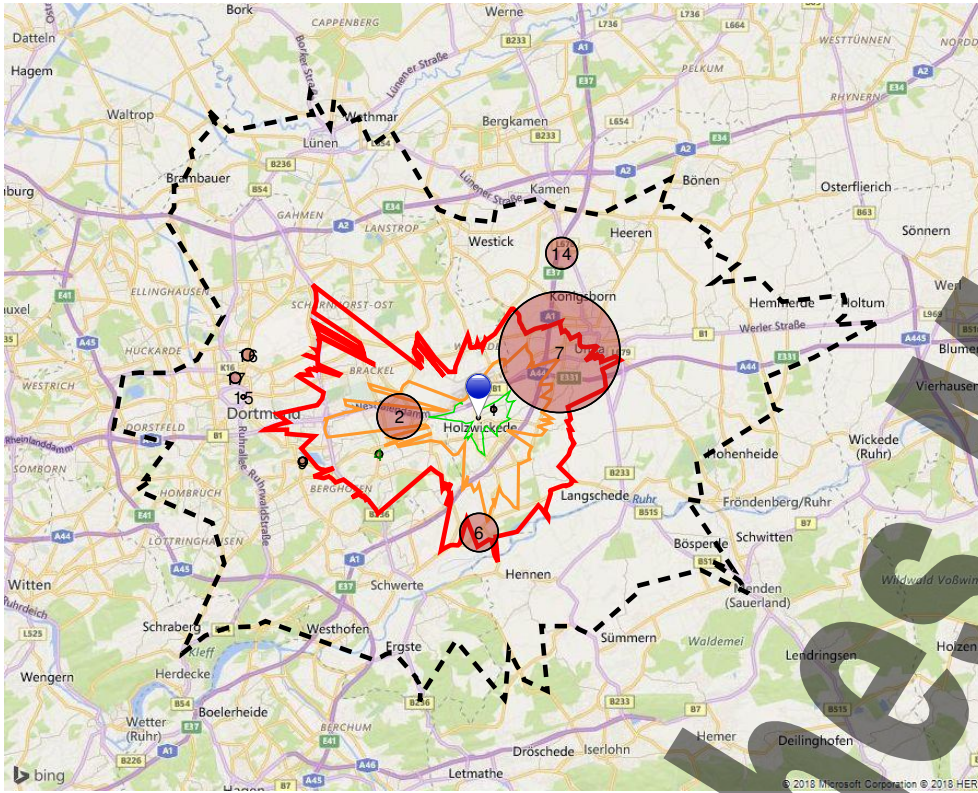
Das Umsatzpotenzial für **das gesamte Einzugsgebiet** gibt an, wie hoch der zu erwartende **Bruttoumsatz aller Wettbewerber in Summe** ausfallen kann. Die Prognose wurde ermittelt aus der Abrufwahrscheinlichkeit und der, den Teilflächen Ihres Einzugsgebietes zu Grunde liegenden **Kaufkraft für Ihre Kerndienstleistungen**.

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 10 und finden Sie so **zusätzliche Umsatzschwerpunkte**. Mit dieser Darstellung können Sie aber auch prüfen, ob Ihr Standort insgesamt günstig gewählt ist. Sinnvollerweise sind die stärksten Potenzialgebiete in Ihrer unmittelbaren Nähe und somit stärksten Umsatzzone, also in oder nahe der inneren Zone des Einzugsgebietes.

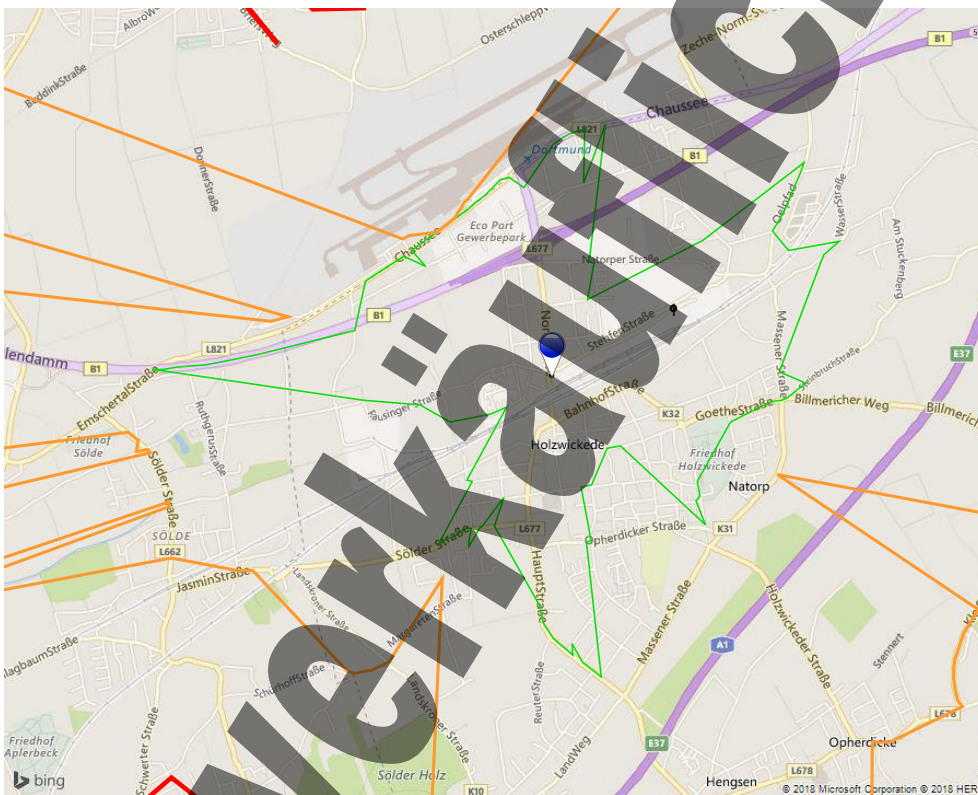
Der Mehrwert dieser Kartendarstellung liegt also vor allem in der **Bewertung des Standortes für den Absatzmarkt** sowie in der Verdeutlichung Ihrer **Potenzialgebiete für zusätzliche, vom Wettbewerb eroberte Kundschaft und für gezielten und effizienten Werbemiteileinsatz**, um diese Kundengruppe zu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



Legende

-  Ihr Standort
-  Wettbewerber-ID
-  Standorte Ihrer Wettbewerber
-  Einzugsgebiet
-  4 Fahrminuten
-  8 Fahrminuten
-  12 Fahrminuten
-  24 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 Matratzen Concord	25.893.384,24 €

Standort	Fläche	Zeit	Umsatz	Marktanteil	
Matratzen Concord	300 m ²	0,0 Min	325.124,92 €	1,26 %	
Nr.	Die 10 stärksten Wettbewerber im Einzugsgebiet + eigene Marke	Fläche	Zeit	Umsatz	Marktanteil
7	Zurbrüggen Haus Unna	40.000 m ²	10,4 Min	10.195.405,39 €	39,37 %
2	Roller Dortmund	5.000 m ²	6,1 Min	3.794.979,75 €	14,66 %
6	Wohnwelt Reuper	10.000 m ²	10,0 Min	3.234.888,16 €	12,49 %
14	IKEA Kamen	29.100 m ²	20,1 Min	2.665.683,41 €	10,29 %
16	SB Möbel Boss Dortmund	3.000 m ²	20,3 Min	1.016.525,95 €	3,93 %
17	Kalvelage Betten	3.000 m ²	21,3 Min	921.238,22 €	3,56 %
9	Dänisches Bettenlager Dortmund	800 m ²	13,7 Min	755.292,10 €	2,92 %
4	Matratzen Concord	300 m ²	9,5 Min	599.901,19 €	2,32 %
1	Dänisches Bettenlager Holzwickede	800 m ²	2,5 Min	489.792,85 €	1,89 %
15	Wim Gelhard	1.000 m ²	20,1 Min	347.753,09 €	1,34 %
3	Matratzen Concord	300 m ²	6,2 Min	296.661,88 €	1,15 %
8	MFO	250 m ²	13,4 Min	273.118,57 €	1,05 %
11	Dänisches Bettenlager Dortmund	800 m ²	18,7 Min	251.131,20 €	0,97 %
13	Dänisches Bettenlager Schwerte	800 m ²	20,0 Min	235.920,09 €	0,91 %
5	Matratzen und Betten	400 m ²	9,7 Min	222.771,50 €	0,86 %
12	Matratzen Concord	300 m ²	19,4 Min	141.804,40 €	0,55 %
10	Matratzen Concord	300 m ²	14,3 Min	125.391,59 €	0,48 %
	Summe eigene Marke			1.163.759,06 €	4,49 %

Szenario: Einzugsgebiet ohne neuen Standort

Nr.	Wettbewerber der eigenen Marke im Einzugsgebiet	Fläche	Zeit	Umsatz	Kannibalisierungsquote
4	Matratzen Concord	300 m ²	9,5 Min	606.215,23 €	1,04 %
3	Matratzen Concord	300 m ²	6,2 Min	300.574,18 €	1,30 %
12	Matratzen Concord	300 m ²	19,4 Min	143.359,07 €	1,08 %
10	Matratzen Concord	300 m ²	14,3 Min	126.913,03 €	1,20 %
	Summe eigene Marke			1.177.061,50 €	1,13 %

Erläuterung

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

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

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

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

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

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

Definition

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

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

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

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

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

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

Erläuterung

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

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

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

Prüfen Sie, welcher Frequenzbringer auf Ihre Zielgruppe die höchste Anziehungskraft ausübt und gleichzeitig in einem Teilgebiet mit hohem Umsatzpotenzial zu finden ist (siehe Seite 10, „Umsatzpotenzial für Standort "Matratzen Concord "" , **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

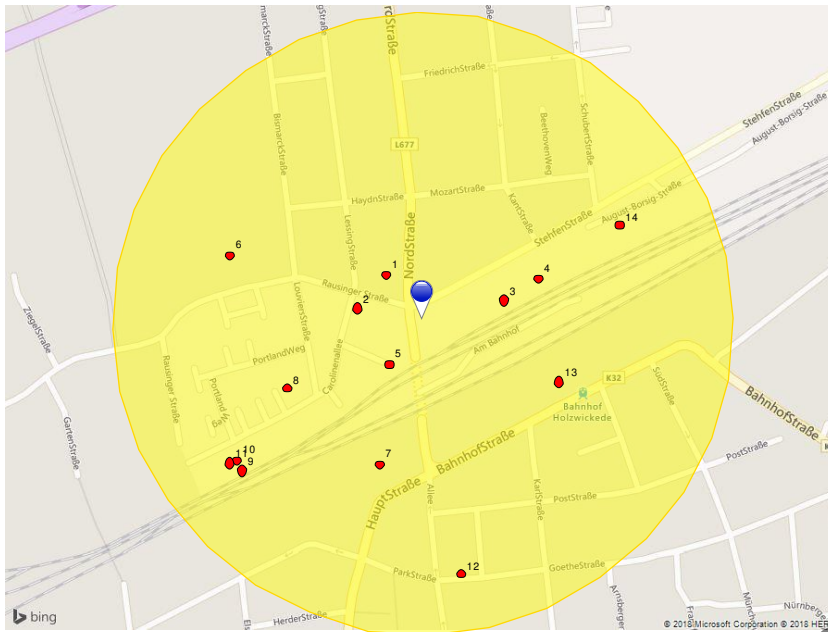
Infrastruktur – ÖPNV

Frequenzbringer – Einkaufszentren, Warenhäuser und Supermärkte

Frequenzbringer – Bäckereien und Konditoreien

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)

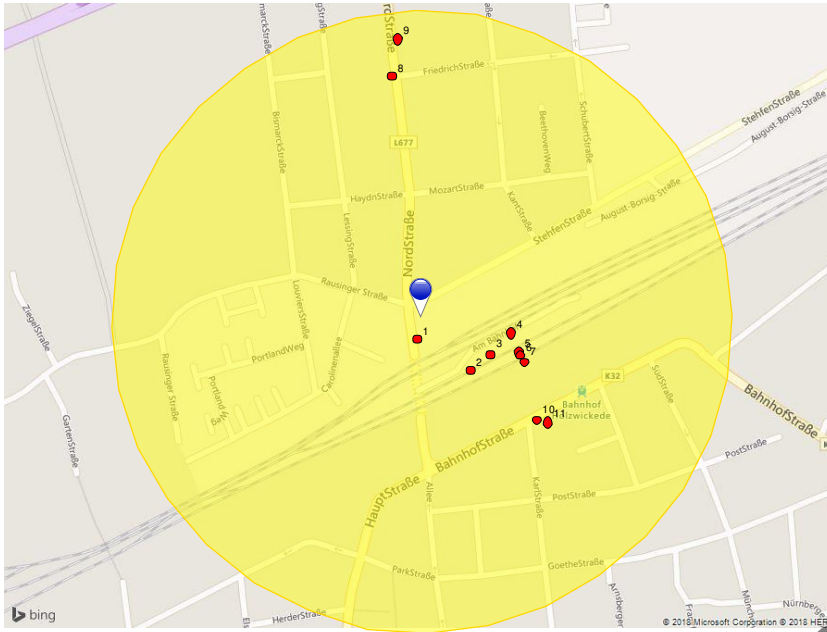
Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Parkmöglichkeit für Kunden	Rausinger Straße 4	59439	Holzwickede	innere	0,1 km	0,9 Min
2	Parkmöglichkeit für Kunden	Rausinger Straße 1	59439	Holzwickede	innere	0,1 km	1,4 Min
3	Parkmöglichkeit	Stehfenstraße 11	59439	Holzwickede	innere	0,1 km	1,7 Min
4	Parkmöglichkeit	Stehfenstraße 3	59439	Holzwickede	innere	0,2 km	2,6 Min
5	Parkmöglichkeit	Nordstraße 2	59439	Holzwickede	innere	0,3 km	3,2 Min
6	Parkmöglichkeit	Rausinger Straße 30	59439	Holzwickede	innere	0,3 km	3,5 Min
7	Parkmöglichkeit	Hauptstraße 10	59439	Holzwickede	innere	0,3 km	4,2 Min
8	Parkmöglichkeit	Carolinentallee	59439	Holzwickede	innere	0,4 km	4,5 Min
9	Objekt ohne bekannte Bezeichnung	Carolinentallee 41	59439	Holzwickede	mittlere	0,4 km	5,3 Min
10	Objekt ohne bekannte Bezeichnung	Carolinentallee 41	59439	Holzwickede	mittlere	0,4 km	5,3 Min
11	Objekt ohne bekannte Bezeichnung	Carolinentallee 43	59439	Holzwickede	mittlere	0,5 km	5,5 Min
12	Parkmöglichkeit	Goethestraße 1	59439	Holzwickede	innere	0,5 km	5,9 Min
13	Parkmöglichkeit	Bahnhofstraße 23	59439	Holzwickede	innere	0,5 km	6,2 Min
14	Parkmöglichkeit	Stehfenstraße 59	59439	Holzwickede	innere	0,6 km	6,6 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 21) 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)

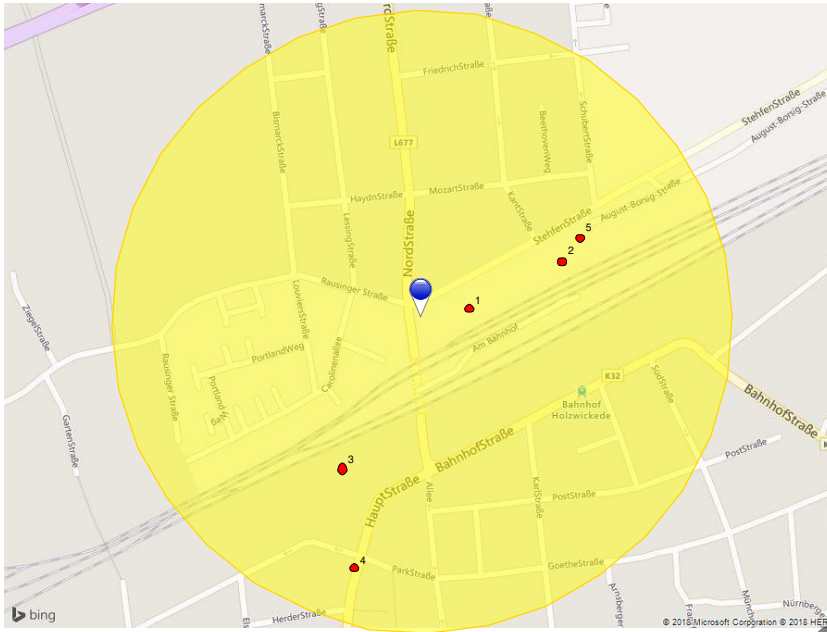
Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Bushaltestelle Rausinger Straße	Nordstraße 2	59439	Holzwickede	innere	0,1 km	0,7 Min
2	Bushaltestelle Bahnhof	Am Bahnhof 1	59439	Holzwickede	innere	0,2 km	3,0 Min
3	Holzwickede (Bahnhof/ Haltestelle)	Am Bahnhof 1	59439	Holzwickede	innere	0,3 km	3,5 Min
4	Haltestelle Holzwickede	Am Bahnhof 1	59439	Holzwickede	innere	0,3 km	4,0 Min
5	Haltestelle Holzwickede	Am Bahnhof 1	59439	Holzwickede	innere	0,3 km	4,0 Min
6	Haltestelle Holzwickede	Am Bahnhof 1	59439	Holzwickede	innere	0,3 km	4,1 Min
7	Haltestelle Holzwickede	Am Bahnhof 1	59439	Holzwickede	innere	0,3 km	4,1 Min
8	Bushaltestelle Nordschule	Nordstraße 41	59439	Holzwickede	innere	0,4 km	4,7 Min
9	Bushaltestelle Nordschule	Nordstraße 45	59439	Holzwickede	innere	0,4 km	5,4 Min
10	Bushaltestelle Bahnhof (P&R)	Bahnhofstraße 20	59439	Holzwickede	innere	0,5 km	5,5 Min
11	Bushaltestelle Bahnhof (P&R)	Bahnhofstraße 20	59439	Holzwickede	innere	0,5 km	5,7 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 21) 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 Plakaturion.



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	REWE	Stehfenstraße 6	59439	Holzwickede	innere	0,1 km	1,0 Min
2	ALDI NORD Holzwickede	Stehfenstraße 10	59439	Holzwickede	innere	0,3 km	3,0 Min
3	Netto	Hauptstraße 14	59439	Holzwickede	innere	0,4 km	4,5 Min
4	BioLaden	Hauptstraße 28	59439	Holzwickede	innere	0,5 km	5,9 Min
5	Tedi	Stehfenstraße 10	59439	Holzwickede	innere	0,6 km	7,2 Min

Erläuterung

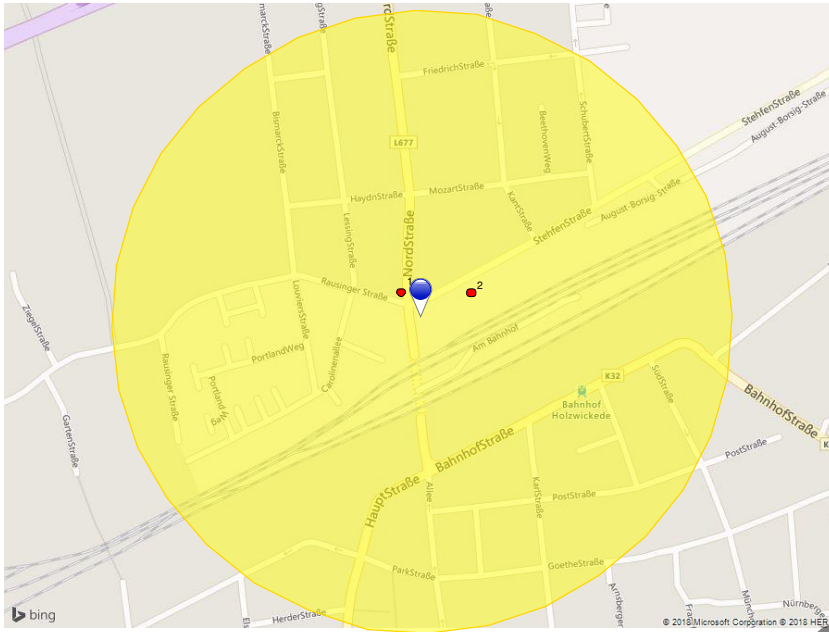
Warenhäuser sowie insbesondere Shopping Center und Shopping Malls sind die Frequenzbringer schlechthin.

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

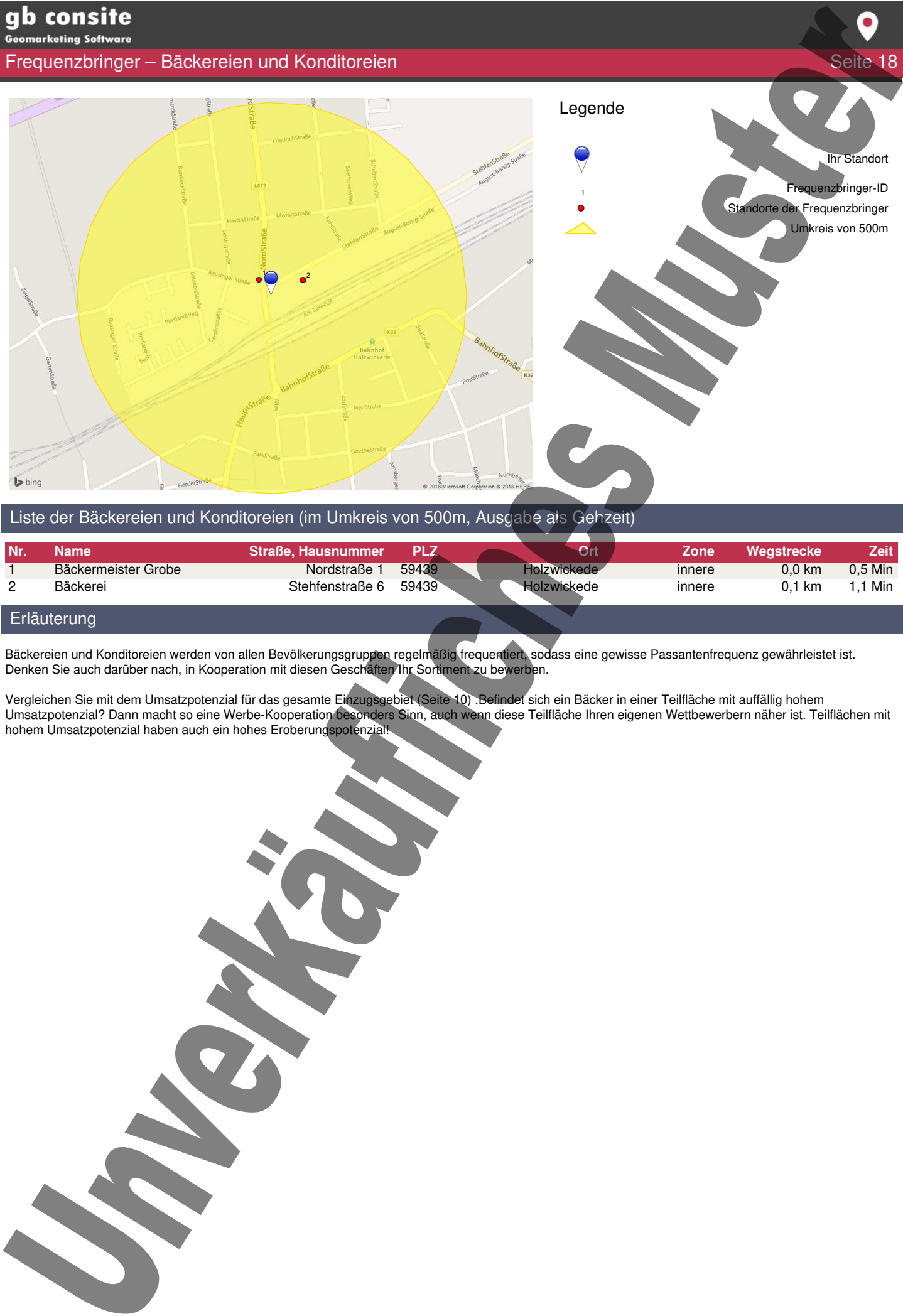
Liste der Bäckereien und Konditoreien (im Umkreis von 500m, Ausgabe als Gehzeit)

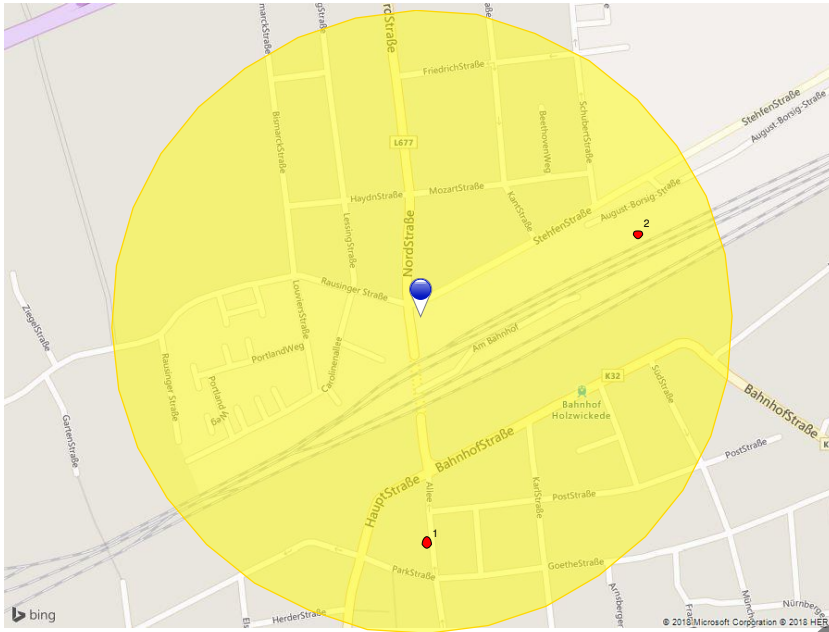
Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Bäckermeister Grobe	Nordstraße 1	59439	Holzwickede	innere	0,0 km	0,5 Min
2	Bäckerei	Stehfenstraße 6	59439	Holzwickede	innere	0,1 km	1,1 Min

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 (Seite 10). 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!





Legende



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

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

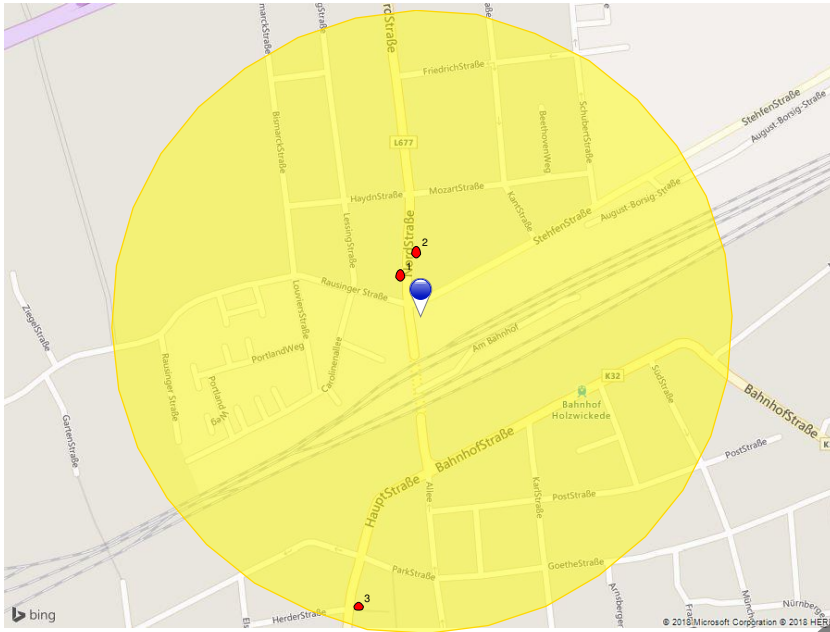
Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Rathaus-Apotheke	Allee 8	59439	Holzwickede	innere	0,4 km	4,6 Min
2	AVIE Apotheke	August-Borsig-Straße 2	59439	Holzwickede	innere	0,5 km	6,2 Min

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.

Unverkäufliches Muster



Legende



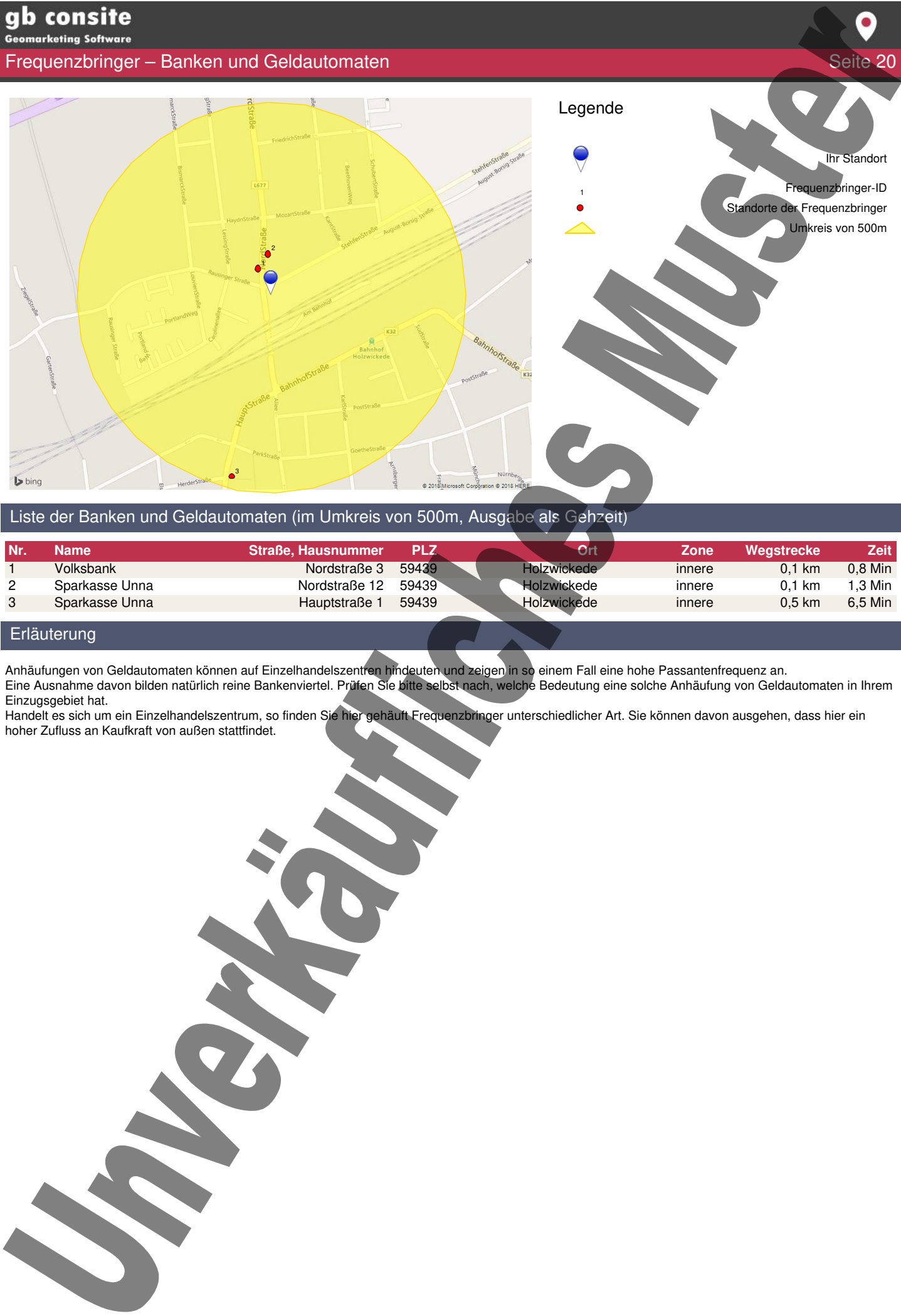
Ihr Standort
Frequenzbringer-ID
Standorte der Frequenzbringer
Umkreis von 500m

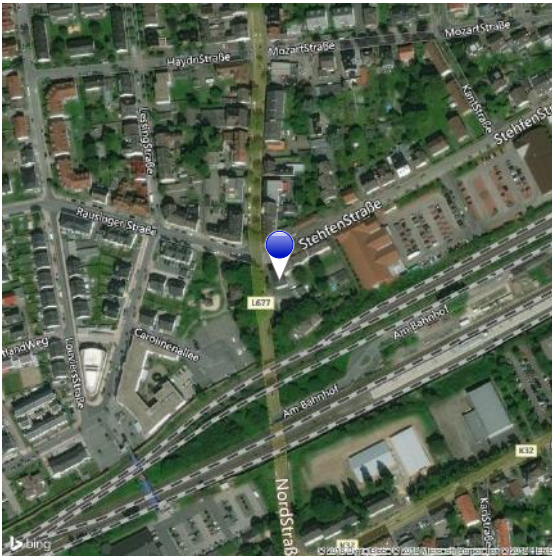
Liste der Banken und Geldautomaten (im Umkreis von 500m, Ausgabe als Gehzeit)

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Volksbank	Nordstraße 3	59439	Holzwickede	innere	0,1 km	0,8 Min
2	Sparkasse Unna	Nordstraße 12	59439	Holzwickede	innere	0,1 km	1,3 Min
3	Sparkasse Unna	Hauptstraße 1	59439	Holzwickede	innere	0,5 km	6,5 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 einzelhandelsrelevanten Kaufkraft im inneren Einzugsgebiet	hoch	+
		Index des Einzelhandelsumsatzes im inneren Einzugsgebiet	hoch	+
		Zentralitätsindex im inneren Einzugsgebiet	niedrig	-
Infrastrukturelle Standortfaktoren	Erreichbarkeit	Öffentliche Parkplätze in 400m Umkreis	ja	+
		Haltestellen in 400m Umkreis	ja	+

Erläuterung

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

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

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

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

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

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

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