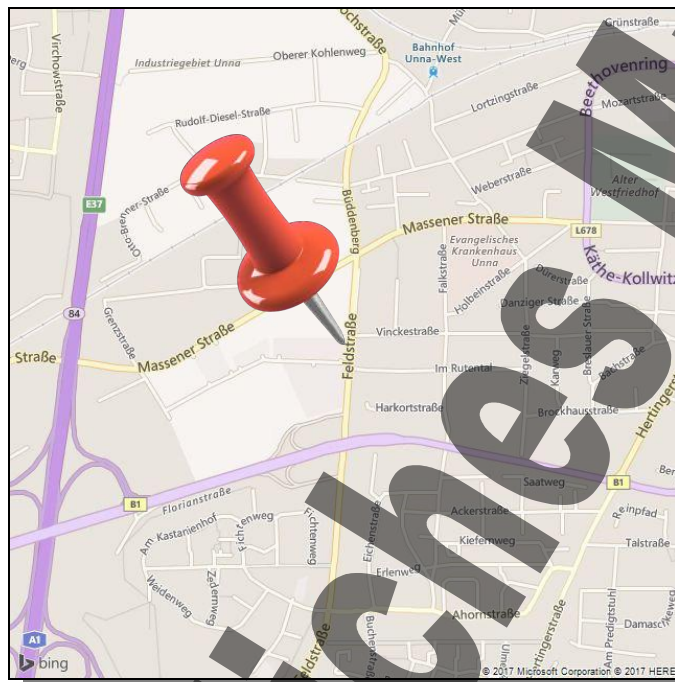


Standortcheck

für das Objekt Tankstellen-Musteranalyse



Feldstraße 11
59423 Unna

Inhalt:

1. Marktcharakteristik
2. Potenzialprognosen
3. Kundenmagnete und Kooperationspartner

Haftungsausschluss

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

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

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

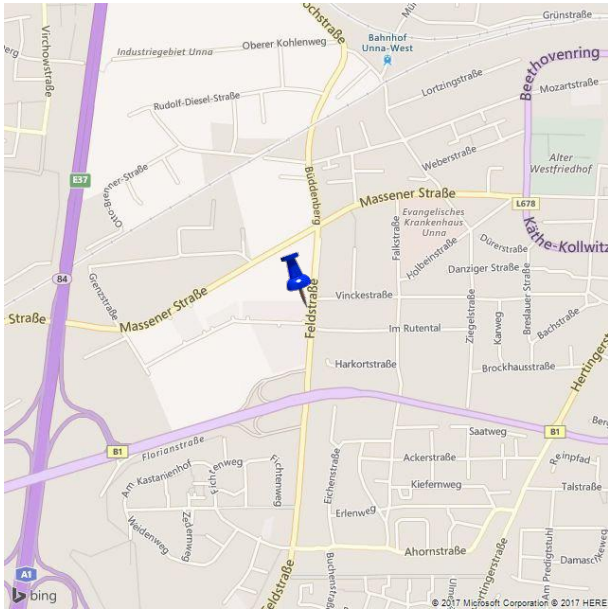
Sitz
Oberschleißheim

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

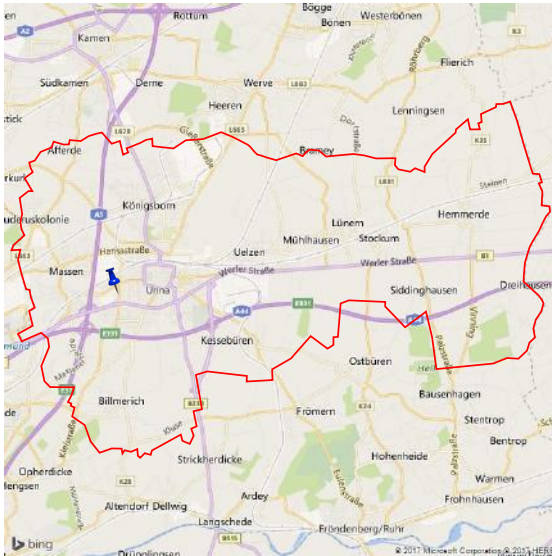
Fon: +49-89-30905297-0
Fax: +49-89-30905297-9
E-Mail: info@gbconsite.de
Internet: www.gbconsite.de



Objekt	Tankstellen-Musteranalyse
Adresse	Feldstraße 11 59423 Unna
Geschäftsart	Kfz-Handel
Branche	Kfz-Handel
Sortiment	Tankstelle
Fläche	100 m ²
Analyse-ID	11697
Anmeldename	michael.terwesten@gbconsite.de
Paket	Basis
PayPal Transaktions ID	
Preis	(inkl. MwSt.)
Datum	13.02.2017

Inhaltsverzeichnis

Titel	Seite
Inhalt	2
1. Marktcharakteristik	
Ihr Standort Tankstellen-Musteranalyse in Unna	3
Ihr Einzugsgebiet zu Standort "Tankstellen-Musteranalyse"	4
Wettbewerber im Einzugsgebiet zu Standort "Tankstellen-Musteranalyse"	5
2. Potenzialprognosen	
Wahrscheinlichkeit, dass am Standort "Tankstellen-Musteranalyse" eingekauft wird	7
Ihr Kundenpotenzial für Standort "Tankstellen-Musteranalyse"	8
Gesamtes Kundenpotenzial für alle Marktteilnehmer	9
Prognose der Marktanteile der Wettbewerber im Einzugsgebiet	10
3. Kundenmagnete und Kooperationspartner	
Infrastruktur und Frequenzbringer – Definition und Erläuterungen	12
Frequenzbringer – Einkaufszentren, Warenhäuser und Supermärkte	13
Frequenzbringer – Gastronomie	14
Frequenzbringer – Bildungseinrichtungen	15
Frequenzbringer – Behörden	16
Frequenzbringer – Sport und Fitness	17
Frequenzbringer – Ärzte	18
Frequenzbringer – Hotels	20
Besatz Autowerkstätten	21
Besatz Autohändler	22
Standortcheck – Zusammenfassung	23



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

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

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

Standortfaktoren für Unna

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

Erläuterung

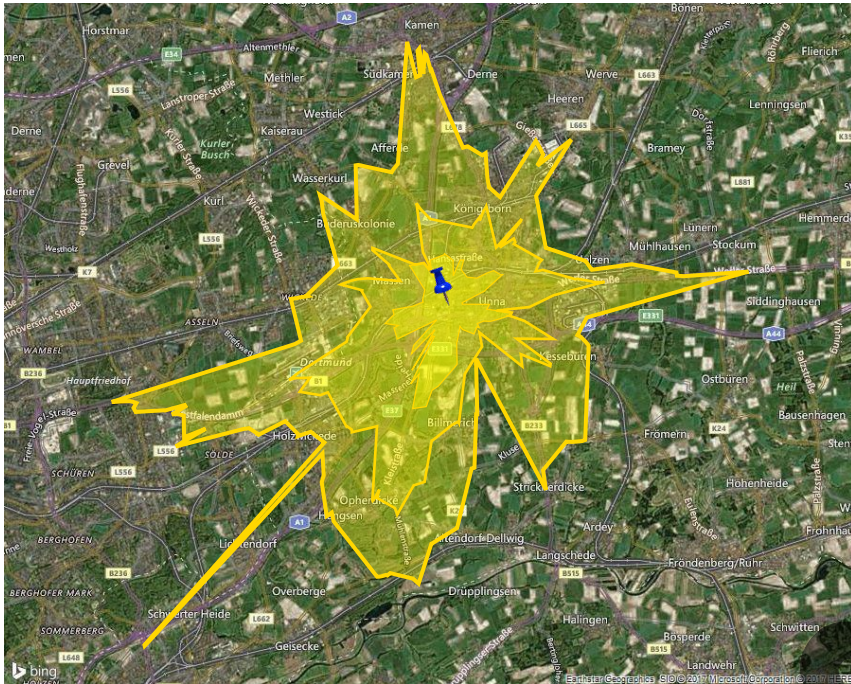
Die statistischen Daten repräsentieren verschiedene **Standortfaktoren** der Gemeinde Ihres Standortes und stellen diese den durchschnittlichen Werten für die Bundesrepublik Deutschland gegenüber. Sie können so z.B. leicht ablesen, ob an Ihrem Standort überdurchschnittlich viele junge oder alte Menschen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

Alle Faktoren, die im Zusammenhang mit den Einwohnern stehen, geben auch wichtige Hinweise auf die zu erwartende **Zielgruppe** an Ihrem Standort! Einen wichtigen **Kostenfaktor** stellen die Gewerbesteuern dar. Oben stehende Tabelle zeigt den Gewerbesteuerhebesatz sowie die Grundsteuer B (für Eigentümer von Gewerbeimmobilien) im Vergleich zum Bundesdurchschnitt.

Anteile (bezogen auf die BRD) werden schwarz, vergleichende Werte (mehr oder weniger im Vergleich zur BRD) werden **blau** und **kursiv** dargestellt.

Datenquelle: Destatis 2014, Regionaldatenbank Deutschland

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



Legende



Ihr Standort



Einzugsgebiet

4 Fahrminuten

7 Fahrminuten

10 Fahrminuten

Marktinformationen für Ihr Einzugsgebiet

Merkmal	4 Minuten	7 Minuten	10 Minuten	Einzugsgebiet	BRD
Einwohner	18.236	23.616	57.899	99.751	80.523.746
Büroarbeitsplätze	5.977	7.047	15.485	28.509	17.852.412
Bevölkerungsdichte [Einwohner/km²]	2.105	1.029	914	1.051	229
Anteil der 0-15 jährigen [%]	11,92	12,50	13,04	12,70	13,29
Anteil der 15-25 jährigen [%]	11,05	10,66	10,64	10,72	11,01
Anteil der 25-50 jährigen [%]	33,34	32,97	31,92	32,43	34,16
Anteil der 50-65 jährigen [%]	21,63	22,16	22,10	22,03	20,85
Anteil der über 65 jährigen [%]	22,06	21,71	22,30	22,12	20,68
Anteil der Frauen [%]	52,15	52,03	51,74	51,88	51,08
Ausländeranteil [%]	12,55	3,63	6,97	7,20	8,16
Anzahl der Haushalte	9.050	11.327	27.830	48.207	39.930.676
Einwohner pro Haushalte	2,0	2,1	2,1	2,1	2,0
Anteil der Erwerbstätigen [%]	50,57	50,70	49,25	49,84	50,11
Arbeitslosenquote [%]	9,18	7,64	7,85	8,05	6,51
Index der allgemeinen Kaufkraft	94,60	99,29	100,99	99,42	100,00
Zentralitätsindex	203,06	79,98	75,86	98,90	100,00

Erläuterung

Gemäß unserem Regelwerk, das sich auf die Handelsforschung und auf die Erfahrungswerte zahlreicher Fachleute stützt, ergibt sich aus dem Raumstrukturtyp "Außerer Zentralraum" zusammen mit den von Ihnen angegebenen Dienstleistungen oder Kernsortimenten der Bedarfsfristigkeit "mittelfristig", ein **Einzugsgebiet von bis zu 10 Minuten Fahrweg um Ihren Standort.**

Dieses Einzugsgebiet ist dreigeteilt, wobei nach den Grundsätzen der Handelsforschung von Kunden der inneren Zone (0-4 Minuten) der weitaus größte Teil Ihres Umsatzes (bis zu 70%) hervorgerufen wird. Von Kunden der zweiten Zone (4-7 Minuten) sind ca. 20% Umsatzanteil, von Kunden der dritten, äußeren Zone (7-10 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.

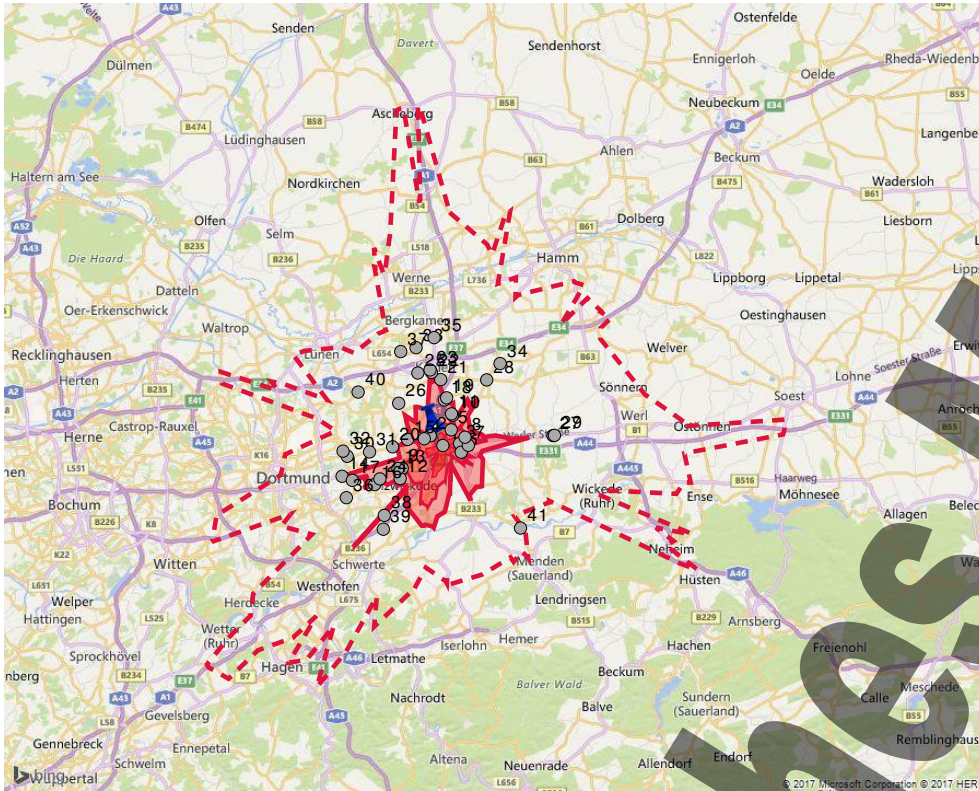
Die **Marktinformationen** oben stehender Tabelle werden für Ihr Einzugsgebiet angegeben und den Durchschnittswerten der BRD gegenüber gestellt.

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.

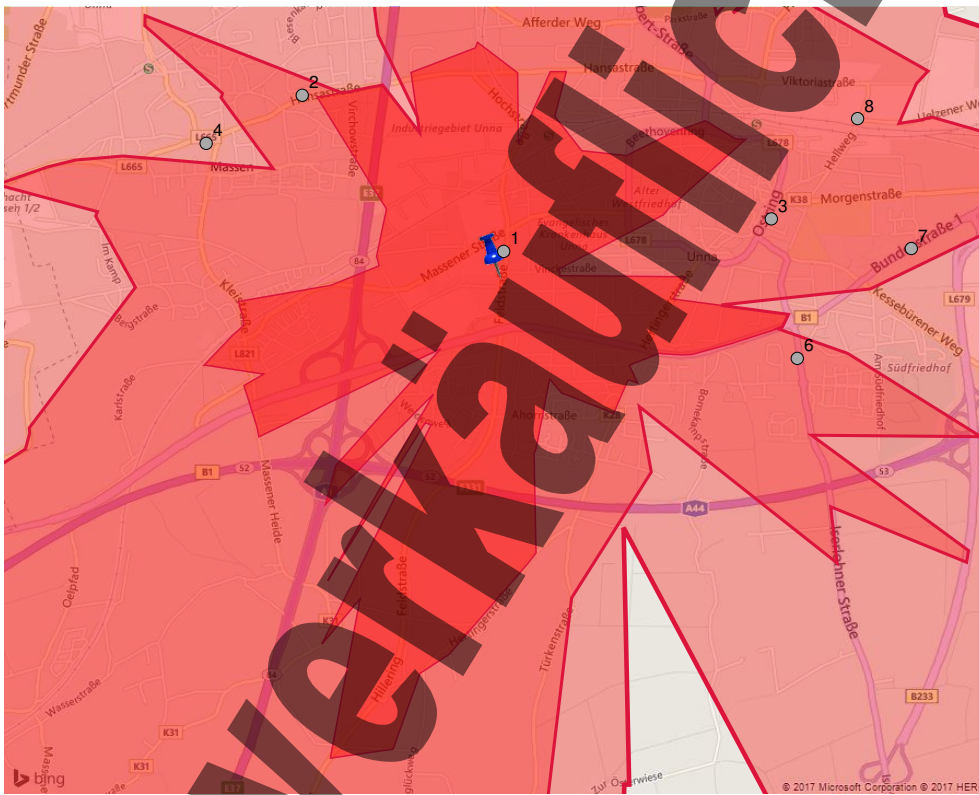
Datenquelle: panadress marketing intelligence GmbH 2014



Legende

-  Ihr Standort
-  Wettbewerber-ID
-  Standorte Ihrer Wettbewerber
- Einzugsgebiet**
-  4 Fahrminuten
-  7 Fahrminuten
-  10 Fahrminuten
-  20 Fahrminuten

Wettbewerber im gesamten Einzugsgebiet



Wettbewerber im Nahbereich des Standortes



Liste der Wettbewerber

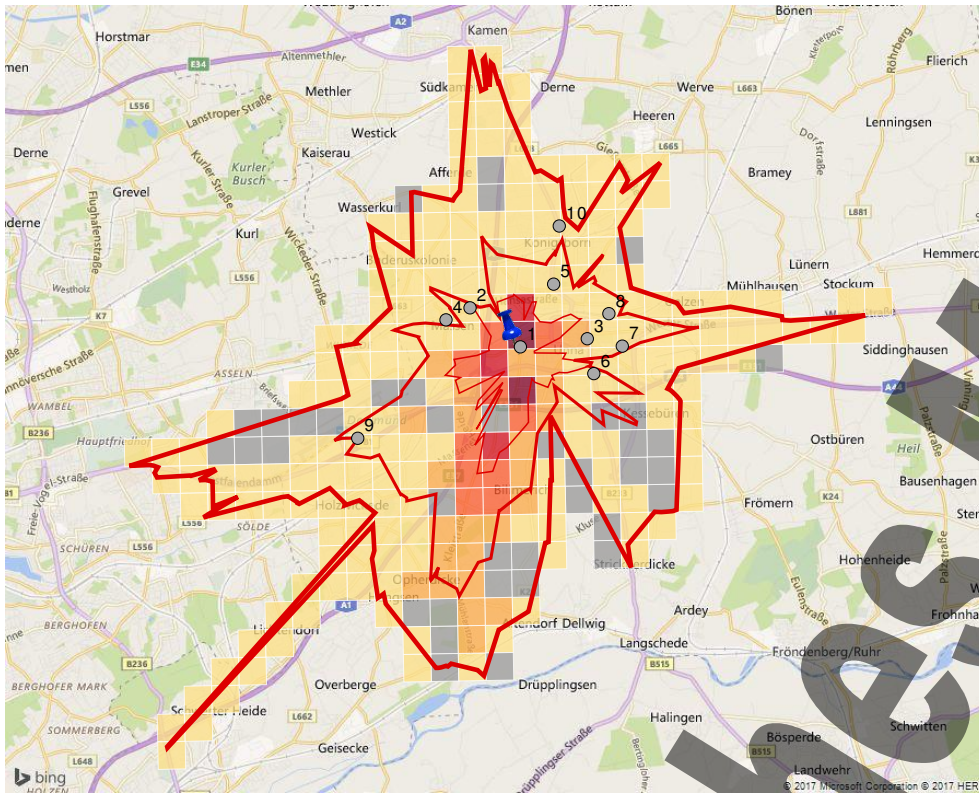
Name	Straße	PLZ	Ort	Fläche	Wegstrecke	Zeit	
1	Tankcenter	Feldstr. 7	59423	Unna	30 m ²	0,1 km	0 Min
2	ARAL	Hansastr. 145	59427	Unna	50 m ²	2,2 km	4 Min
3	REWE	Ostring 11-15	59423	Unna	100 m ²	2,6 km	5 Min
4	bft	Massener Hellweg 36	59427	Unna	50 m ²	2,8 km	5 Min
5	bft	Friedrich-Ebert-Str. 64	59425	Unna	50 m ²	2,6 km	5 Min
6	Total	Iserlohner Str. 45	59423	Unna	50 m ²	2,4 km	6 Min
7	ARAL	Bundesstr. 1	59423	Unna	50 m ²	2,9 km	6 Min
8	Freie-Tankstelle	Höingstr. 2	59425	Unna	30 m ²	2,7 km	6 Min
9	Markant	Zur alten Kolonie 1	59439	Holzwickede	75 m ²	4,5 km	7 Min
10	Jet	Kamener Str. 27	59425	Unna	80 m ²	3,9 km	8 Min
11	HEM	Kamener Str. 38	59425	Unna	30 m ²	4,1 km	8 Min
12	Freie-Tankstelle	Nordstr. 20	59439	Holzwickede	35 m ²	6,0 km	8 Min
13	Esso	Nordstr. 111	59439	Holzwickede	80 m ²	5,0 km	8 Min
14	Shell	Westfalendamm 411	44287	Dortmund	60 m ²	10,6 km	10 Min
15	Markant	Dollersweg 103	44319	Dortmund	75 m ²	4,6 km	10 Min
16	AVIA	Sölder Str. 28	44289	Dortmund	50 m ²	7,5 km	10 Min
17	AVIA	Aplerbecker Str. 377	44287	Dortmund	50 m ²	10,3 km	10 Min
18	Shell	Kamen Karree 10	59174	Kamen	80 m ²	5,7 km	10 Min
19	AVIA	Schattweg 8	59174	Kamen	50 m ²	5,7 km	11 Min
20	Shell	Wickeder Hellweg 73	44319	Dortmund	70 m ²	5,8 km	11 Min
21	Shell	Henry-Everling-Str. 5	59174	Kamen	70 m ²	8,7 km	11 Min
22	Freie-Tankstelle	Koppelstr. 15	59174	Kamen	40 m ²	9,2 km	11 Min
23	bft	Lünener Str. 239	59174	Kamen	30 m ²	9,5 km	12 Min
24	Westfalen	Emschertalstr. 131	44289	Dortmund	70 m ²	10,2 km	12 Min
25	Jet	Lünener Str. 68	59174	Kamen	80 m ²	10,4 km	12 Min
26	bft	Wasserkurler Str. 8	59174	Kamen	40 m ²	7,0 km	12 Min
27	Freie-Tankstelle	Werler Str. 208	59427	Unna	35 m ²	10,5 km	13 Min
28	Star	Werwer Mark 166	59174	Kamen	65 m ²	7,8 km	13 Min
29	Calpam	Hemmerder Dorfstr. 129	59427	Unna	30 m ²	10,6 km	13 Min
30	ARAL	Brackeler Hellweg 160	44309	Dortmund	50 m ²	11,9 km	14 Min
31	Freie-Tankstelle	Asselner Hellweg 75	44319	Dortmund	40 m ²	7,9 km	15 Min
32	Total	Flughafenstr. 71	44309	Dortmund	40 m ²	12,1 km	15 Min
33	Esso	Bambergstr. 53	59192	Bergkamen	50 m ²	11,8 km	15 Min
34	Esso	Bahnhofstr. 26-28	59199	Bönen	50 m ²	18,2 km	15 Min
35	Shell	Wernerstr. 120	59192	Bergkamen	50 m ²	12,6 km	15 Min
36	Star	Schüruferstr. 285	44287	Dortmund	50 m ²	11,4 km	16 Min
37	Markant	Schulstr. 32	59192	Bergkamen	50 m ²	17,0 km	16 Min
38	Total	Lichtendorfer Str. 152	44289	Dortmund	60 m ²	10,5 km	16 Min
39	Raststätte	Lichtendorfer Str. 136	58239	Schwerte	150 m ²	16,1 km	17 Min
40	Oil!	Lanstroßer Str. 69	44329	Dortmund	40 m ²	22,4 km	18 Min
41	ARAL	Fröndenberger Str. 291	58708	Menden	50 m ²	15,8 km	19 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**.



Legende

- Ihr Standort
- Wettbewerber-ID
- Standorte Ihrer Wettbewerber
- Einzugsgebiet**
- 4 Fahrminuten
- 7 Fahrminuten
- 10 Fahrminuten
- Einkaufswahrscheinlichkeit (%)**
- 0,04 - 10,43
- 10,43 - 20,82
- 20,82 - 31,20
- 31,20 - 41,59
- 41,59 - 51,98
- Teilfläche ohne Besiedlung

Einkaufswahrscheinlichkeit - Tops

Standort	Wahrscheinlichkeit gesamt	Tops	Teilfläche	Wahrscheinlichkeit
Einzugsgebiet Tankstellen-Musteranalyse	7,28 %	1	Mozartstraße (Unna)	51,98 %
		2	Tannenweg (Unna)	48,13 %
		3	Am Kastanienhof (Unna)	37,89 %
		4	Hertingerstraße (Unna)	36,38 %
		5	Hochstraße (Unna)	31,88 %
		6	Mozartstraße (Unna)	28,38 %
		7	Hillering (Unna)	26,13 %
		8	Gutglück Weg (Unna)	25,17 %
		9	Massener Kirchweg (Unna)	24,73 %
		10	Hillering (Unna)	24,72 %
		11	Weidenweg (Unna)	23,14 %
		12	A44 (Unna)	23,07 %
		13	Massener Heide (Unna)	22,91 %
		14	Buschstraße (Unna)	22,89 %
		15	Rostocker Straße (Unna)	22,85 %

Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit
1	Tankcenter	30 m ²	0 Min
2	ARAL	50 m ²	4 Min
3	REWE	100 m ²	5 Min
4	bft	50 m ²	5 Min
5	bft	50 m ²	5 Min
6	Total	50 m ²	6 Min
7	ARAL	50 m ²	6 Min
8	Freie-Tankstelle	30 m ²	6 Min
9	Markant	75 m ²	7 Min
10	Jet	80 m ²	8 Min

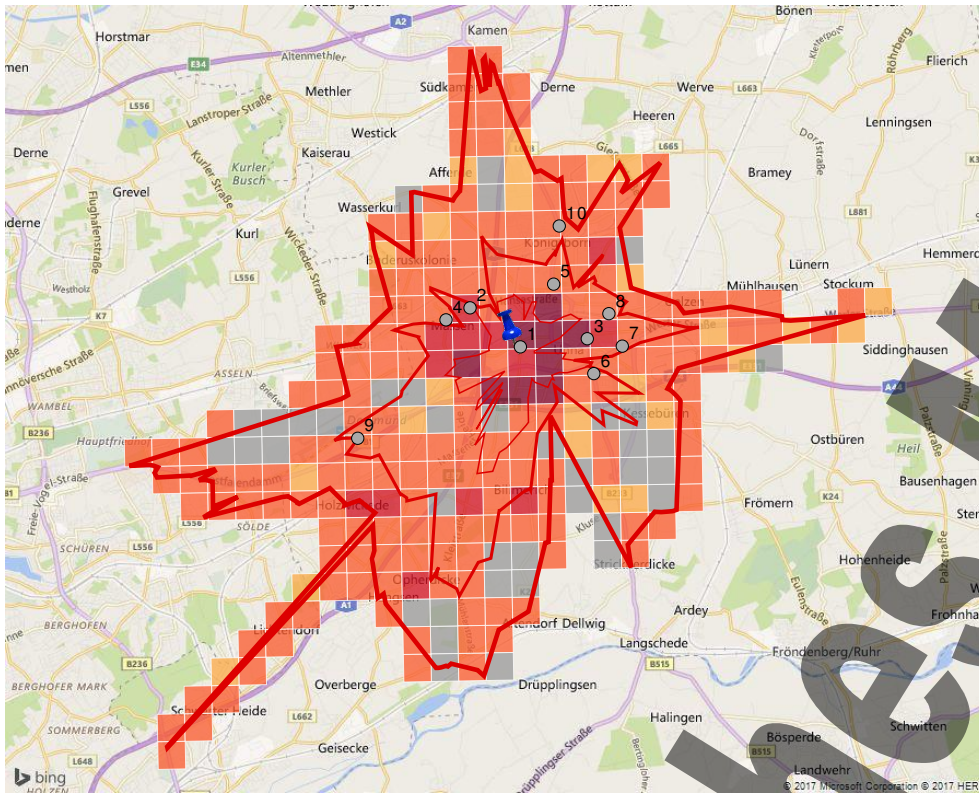
Erläuterung

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

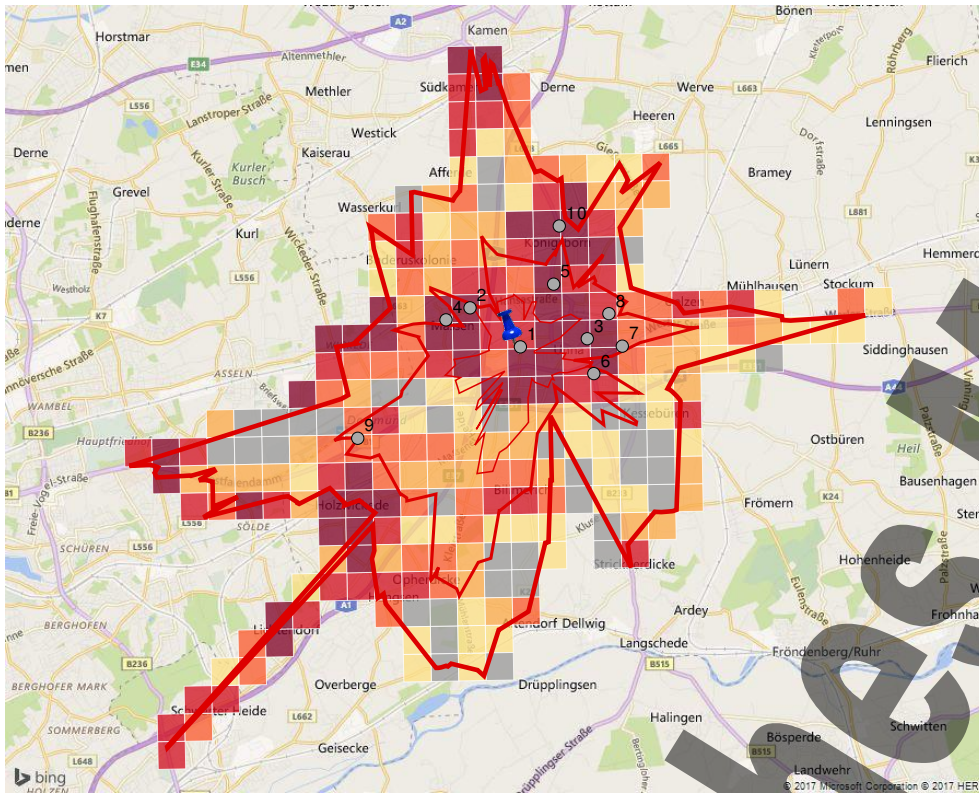
- Ihr Standort
- Wettbewerber-ID
- Standorte Ihrer Wettbewerber
- Einzugsgebiet**
- 4 Fahrminuten
- 7 Fahrminuten
- 10 Fahrminuten
- Kundenpotenzial**
- 0 - 0
- 0 - 0
- 0 - 75
- 75 - 160
- 160 - 978
- Teilfläche ohne Besiedlung

Kundenpotenzial für Ihren Standort - Tops

Kundenbindung Ihres Standortes		Kunden	Tops	Teilfläche	Kundenpotenzial
Einzugsgebiet Tankstellen-Musteranalyse		7.321	1	Tannenweg (Unna)	978
			2	Mozartstraße (Unna)	463
			3	Mozartstraße (Unna)	387
			4	Krummfuß (Unna)	312
			5	Rostocker Straße (Unna)	235
			6	Weidenweg (Unna)	223
			7	Lörtzingstraße (Unna)	201
			8	Im grünen Winkel (Unna)	172
			9	Ackerstraße (Unna)	170
			10	Harkortstraße (Unna)	157
			11	Hochstraße (Unna)	136
			12	Heinrich-Heine-Straße (Unna)	128
			13	Alteheide (Unna)	98
			14	Bergstraße (Unna)	97
			15	Am Freizeitbad 13 (Unna)	84

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 Werbemiteleinsatz 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
- 7 Fahrminuten
- 10 Fahrminuten
- Kundenpotenzial**
- 2 - 27
- 27 - 78
- 78 - 321
- 321 - 919
- 919 - 2.781
- Teilfläche ohne Besiedlung

Kundenpotenzial für alle Wettbewerber - Tops

Kundenbindung aller Wettbewerber			Kundenpotenzial	Tops		Teilfläche	Kundenpotenzial
Einzugsgebiet Tankstellen-Musteranalyse			99.751	1	Fuhrmannstraße (Dortmund)		2.781
Nr. Die 10 nächsten Wettbewerber			Fläche	Zeit			
1	Tankcenter	30 m ²	0 Min	2	Krummfuß (Unna)		2.460
2	ARAL	50 m ²	4 Min	3	Lortzingstraße (Unna)		2.105
3	REWE	100 m ²	5 Min	4	Tannenweg (Unna)		2.033
4	bft	50 m ²	5 Min	5	Nordstraße (Holzwickede)		1.987
5	bft	50 m ²	5 Min	6	Kameradschaftsweg (Dortmund)		1.767
6	Total	50 m ²	6 Min	7	Zechenplatz (Unna)		1.702
7	ARAL	50 m ²	6 Min	8	Rauschenbuschstraße (Dortmund)		1.570
8	Freie-Tankstelle	30 m ²	6 Min	9	Am Gasometer (Unna)		1.540
9	Markant	75 m ²	7 Min	10	Zum Hövelteich (Dortmund)		1.527
10	Jet	80 m ²	8 Min	11	Dollersweg (Dortmund)		1.517
				12	Heinrich-Heine-Straße (Unna)		1.504
				13	Alteheide (Unna)		1.486
				14	Gertrudenstraße (Unna)		1.484
				15	An der Röhrenstrecke (Unna)		1.467

Erläuterung

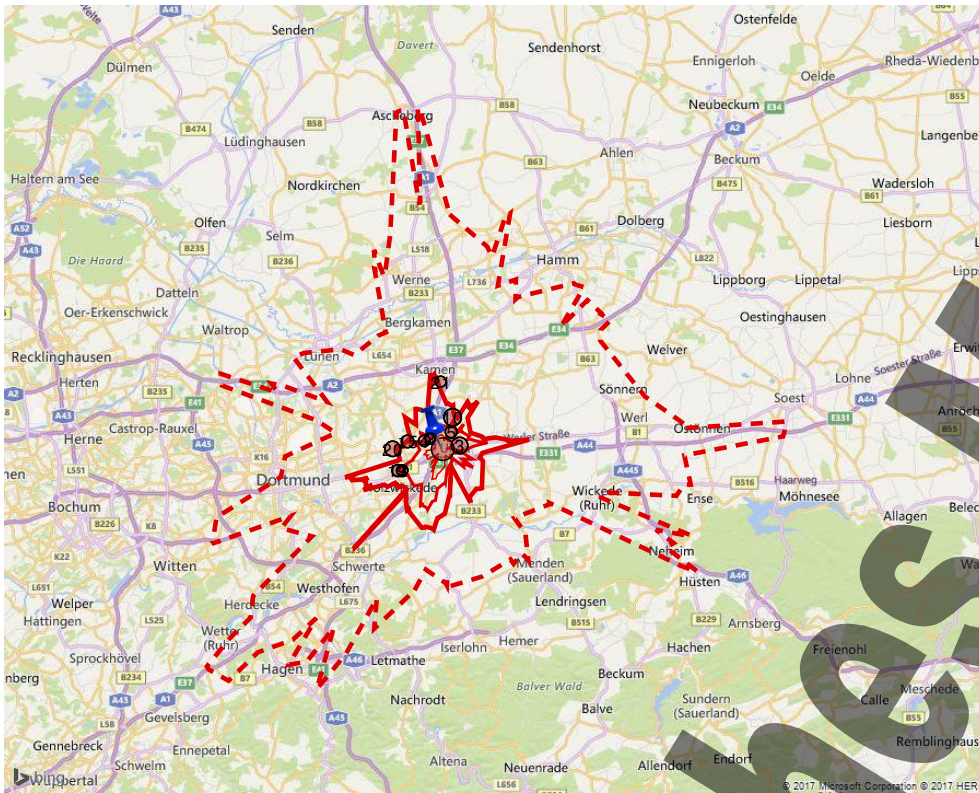
Das Kundenpotenzial für das **gesamte Einzugsgebiet** gibt an, wie viele zu erwartende Kunden **alle Wettbewerber in Summe** erwarten können. Die Prognose wurde ermittelt aus der Abrufwahrscheinlichkeit und der, den Teilflächen Ihres Einzugsgebietes zu Grunde liegenden **Einwohnerzahl**. Die erste Tabelle 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**.

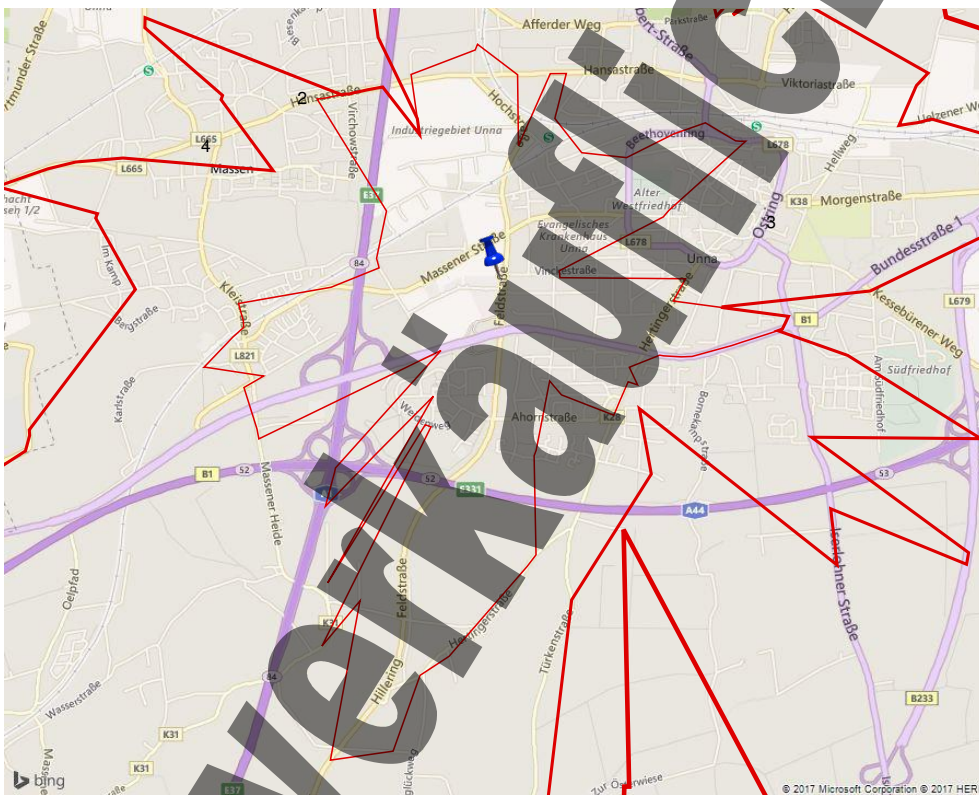
Für einen gezielten und effizienten Werbemittel Einsatz, der Ihnen noch genauer ermöglicht, diese Kundengruppe erfolgreich zu akquirieren, empfehlen wir Ihnen die Auswertung „**Umsatzpotenzial für alle Wettbewerber**“ aus dem **Pluspaket** des Online Standortcheck.



Legende

-  Ihr Standort
-  Wettbewerber-ID
-  Standorte Ihrer Wettbewerber
- Einzugsgebiet**
-  4 Fahrminuten
-  7 Fahrminuten
-  10 Fahrminuten
-  20 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 Tankstellen-Musteranalyse	99.751

Standort	Fläche	Zeit	Kundenpotenzial	Marktanteil
Tankstellen-Musteranalyse	100 m ²	0,0 Min	7.321	7,34 %

Nr.	Die 10 stärksten Wettbewerber in Ihrem Einzugsgebiet	Fläche	Zeit	Kundenpotenzial	Marktanteil
10	Jet	80 m ²	7,6 Min	5.648	5,66 %
3	REWE	100 m ²	4,9 Min	5.350	5,36 %
20	Shell	70 m ²	11,0 Min	4.987	5,00 %
15	Markant	75 m ²	10,2 Min	4.070	4,08 %
13	Esso	80 m ²	8,2 Min	3.874	3,88 %
5	bft	50 m ²	5,4 Min	3.832	3,84 %
4	bft	50 m ²	5,2 Min	3.707	3,72 %
9	Markant	75 m ²	7,1 Min	3.664	3,67 %
21	Shell	70 m ²	11,2 Min	3.529	3,54 %
2	ARAL	50 m ²	4,2 Min	3.309	3,32 %

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 "Tankstellen-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:

Frequenzbringer – Einkaufszentren, Warenhäuser und Supermärkte

Frequenzbringer – Gastronomie

Frequenzbringer – Bildungseinrichtungen

Frequenzbringer – Behörden

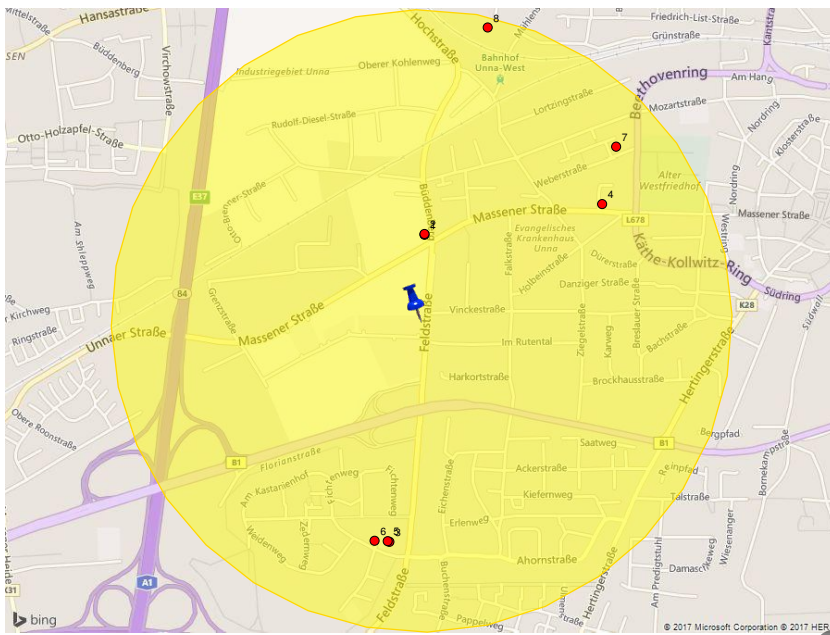
Frequenzbringer – Sport und Fitness

Frequenzbringer – Ärzte

Frequenzbringer – Hotels

Besatz Autowerkstätten

Besatz Autohändler



Legende



Ihr Standort
Frequenzbringer-ID
Standorte der Frequenzbringer
Umkreis von 1000m

Liste der Einkaufszentren, Warenhäuser und Supermärkte (im Umkreis von 1000m, Ausgabe als Gehzeit)

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Supermarkt	Büddenberg 89	59423	Unna	innere	0,3 km	3,3 Min
2	Rewe	Büddenberg 89	59423	Unna	innere	0,3 km	3,4 Min
3	Edeka Pape	Am Kastanienhof 5	59423	Unna	innere	0,8 km	10,0 Min
4	Netto	Fanny-Mendelssohn-Straße	59423	Unna	innere	0,8 km	10,0 Min
5	Einzelhandel	Am Kastanienhof 7	59423	Unna	innere	0,9 km	10,6 Min
6	NORMA	Am Kastanienhof 17-21	59423	Unna	innere	0,9 km	10,6 Min
7	Aldi	Weberstraße 3	59423	Unna	innere	1,1 km	13,1 Min
8	Lidl	Mühlenstraße 74a	59425	Unna	innere	1,8 km	21,1 Min

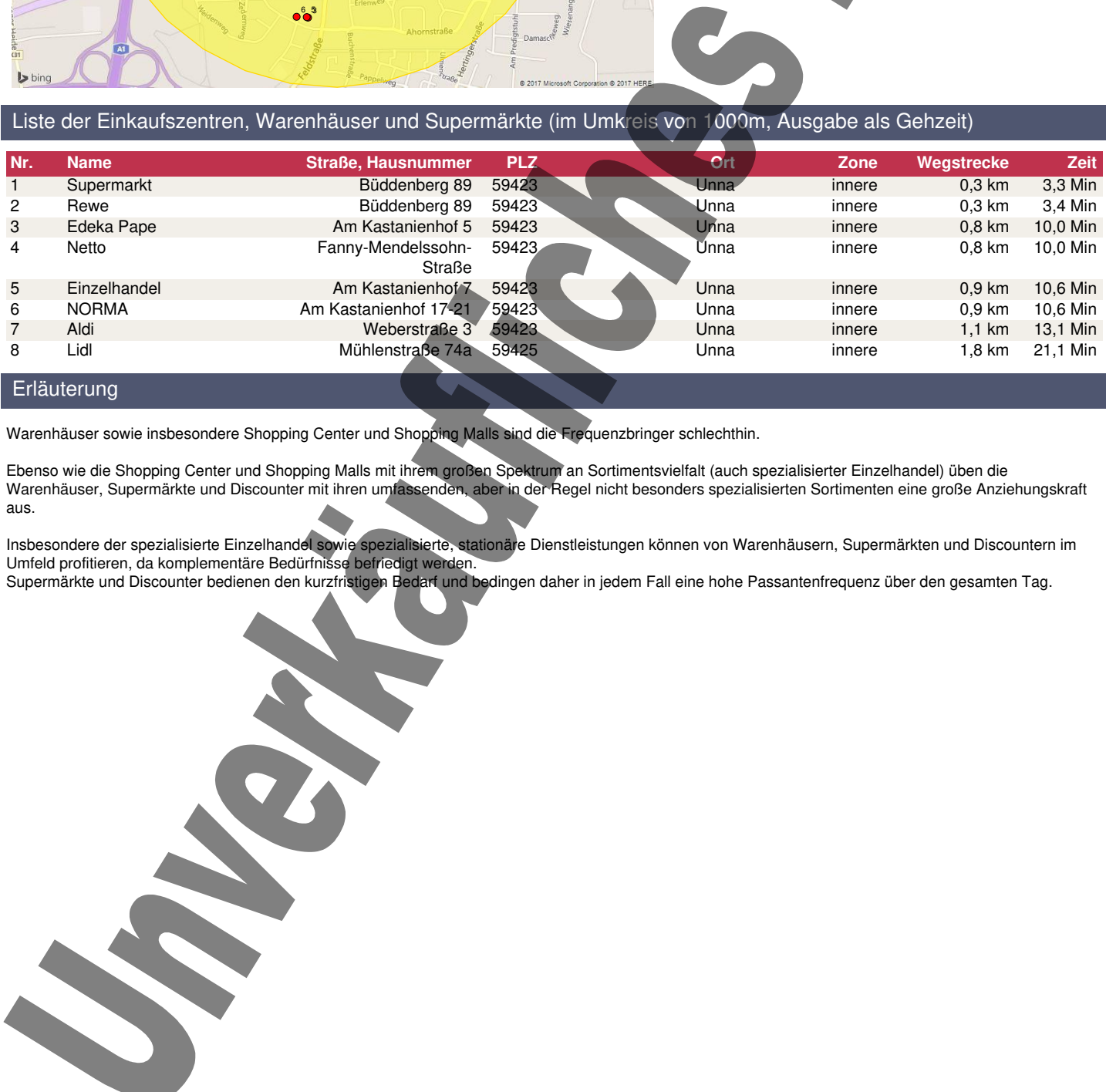
Erläuterung

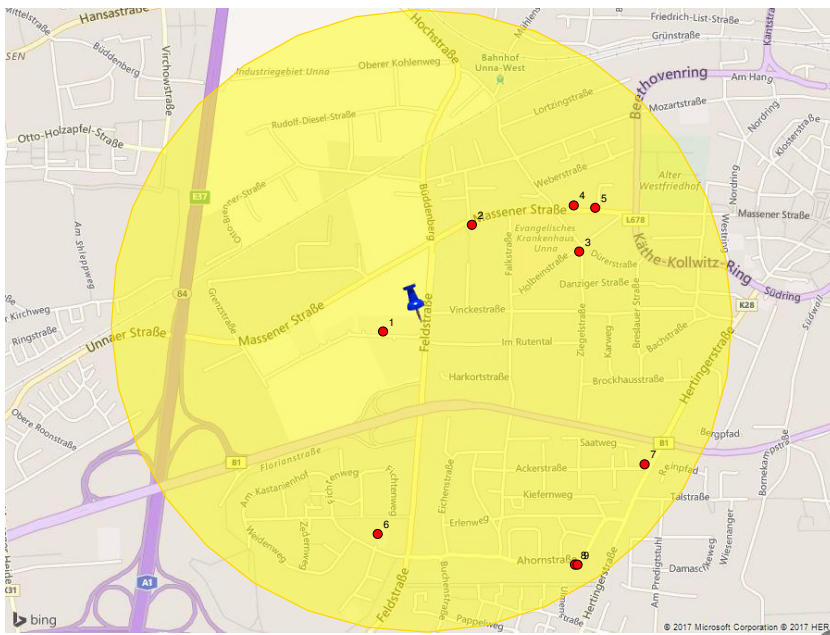
Warenhäuser sowie insbesondere Shopping Center und Shopping Malls sind die Frequenzbringer schlechthin.

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

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

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





Legende



Ihr Standort
 Frequenzbringer-ID
 Standorte der Frequenzbringer
 Umkreis von 1000m

Liste der Gastronomie-Standorte (im Umkreis von 1000m, Ausgabe als Gehzeit)

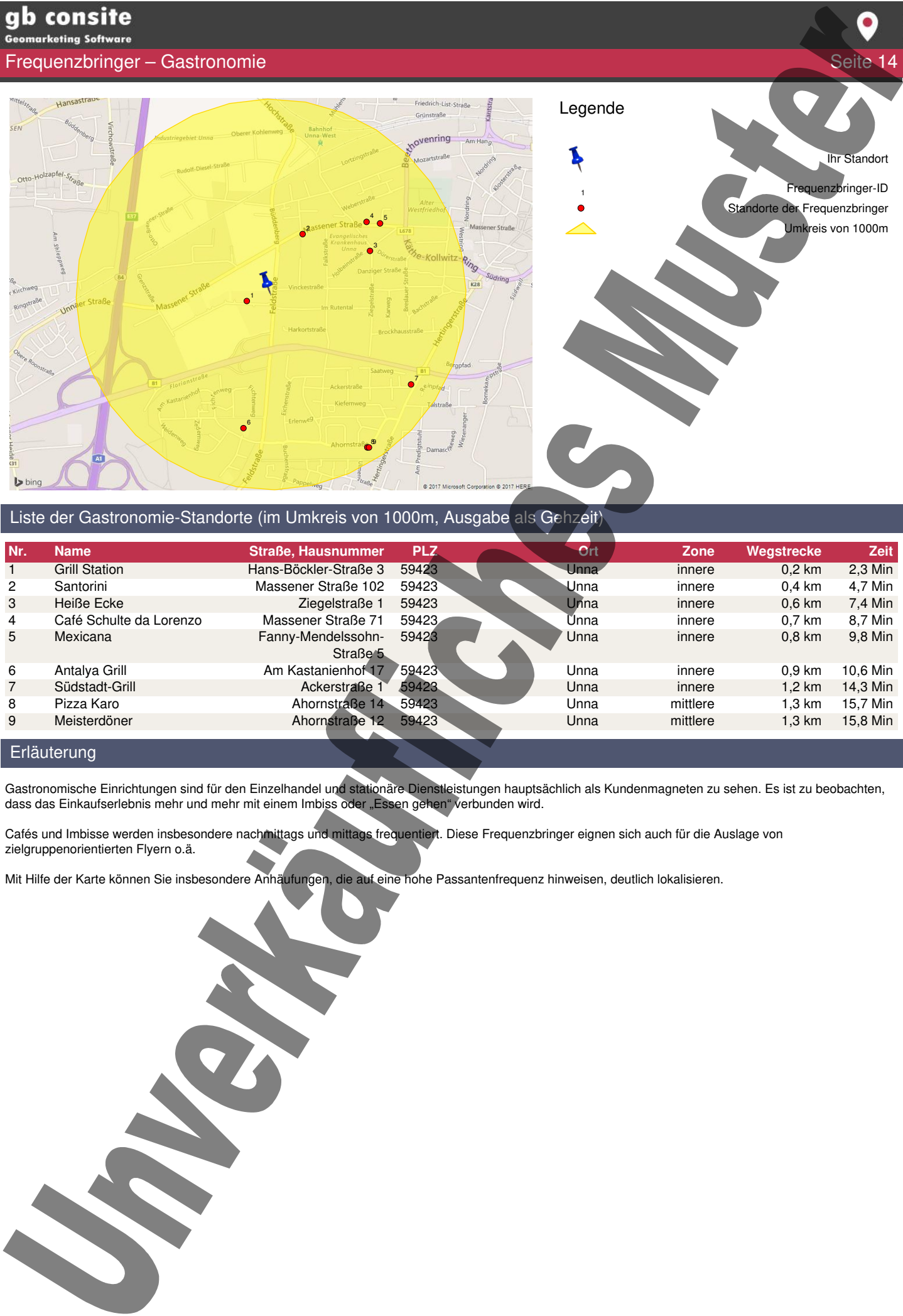
Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Grill Station	Hans-Böckler-Straße 3	59423	Unna	innere	0,2 km	2,3 Min
2	Santorini	Massener Straße 102	59423	Unna	innere	0,4 km	4,7 Min
3	Heiße Ecke	Ziegelstraße 1	59423	Unna	innere	0,6 km	7,4 Min
4	Café Schulte da Lorenzo	Massener Straße 71	59423	Unna	innere	0,7 km	8,7 Min
5	Mexicana	Fanny-Mendelssohn-Straße 5	59423	Unna	innere	0,8 km	9,8 Min
6	Antalya Grill	Am Kastanienhof 17	59423	Unna	innere	0,9 km	10,6 Min
7	Südstadt-Grill	Ackerstraße 1	59423	Unna	innere	1,2 km	14,3 Min
8	Pizza Karo	Ahornstraße 14	59423	Unna	mittlere	1,3 km	15,7 Min
9	Meisterdöner	Ahornstraße 12	59423	Unna	mittlere	1,3 km	15,8 Min

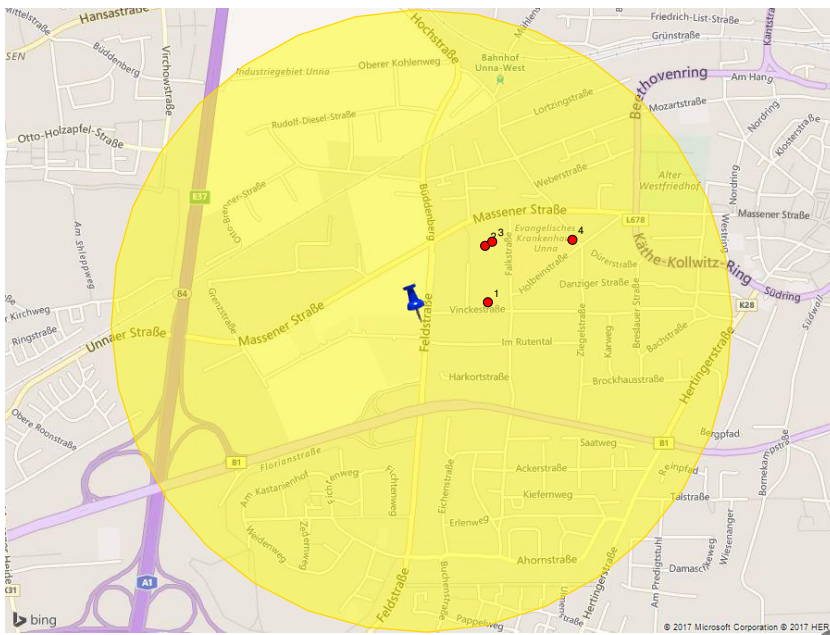
Erläuterung

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



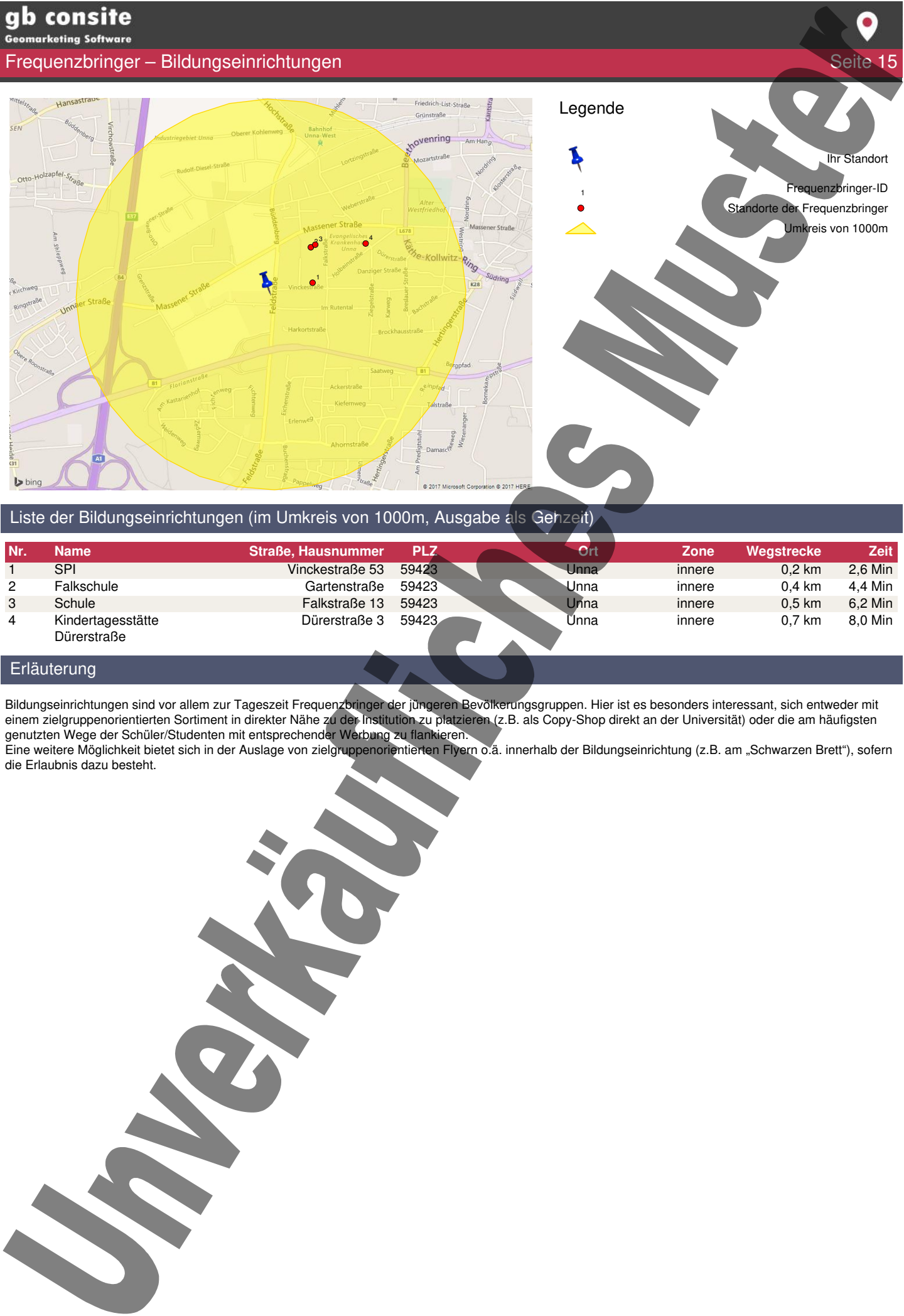
Ihr Standort
Frequenzbringer-ID
Standorte der Frequenzbringer
Umkreis von 1000m

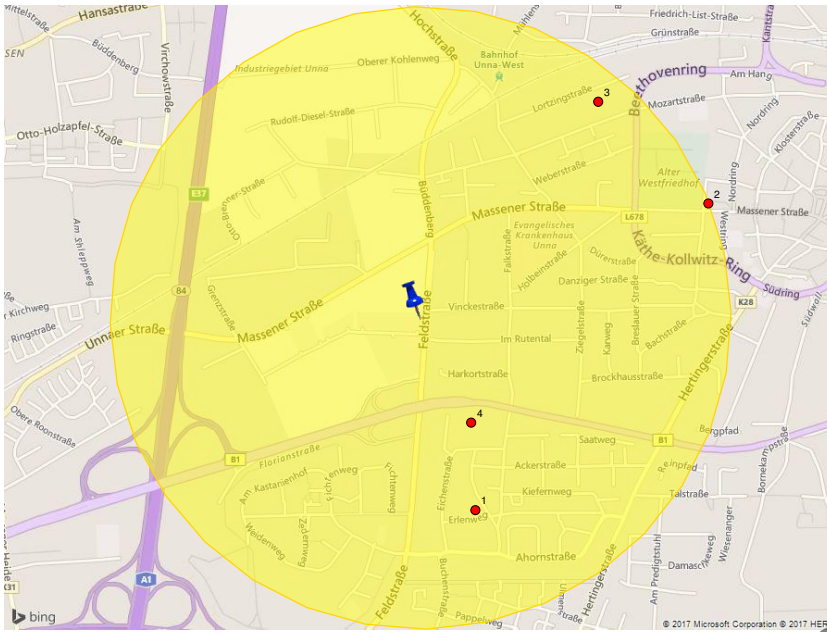
Liste der Bildungseinrichtungen (im Umkreis von 1000m, Ausgabe als Gehzeit)

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	SPI	Vinckestraße 53	59423	Unna	innere	0,2 km	2,6 Min
2	Falkschule	Gartenstraße	59423	Unna	innere	0,4 km	4,4 Min
3	Schule	Falkstraße 13	59423	Unna	innere	0,5 km	6,2 Min
4	Kindertagesstätte	Dürerstraße	59423	Unna	innere	0,7 km	8,0 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 1000m

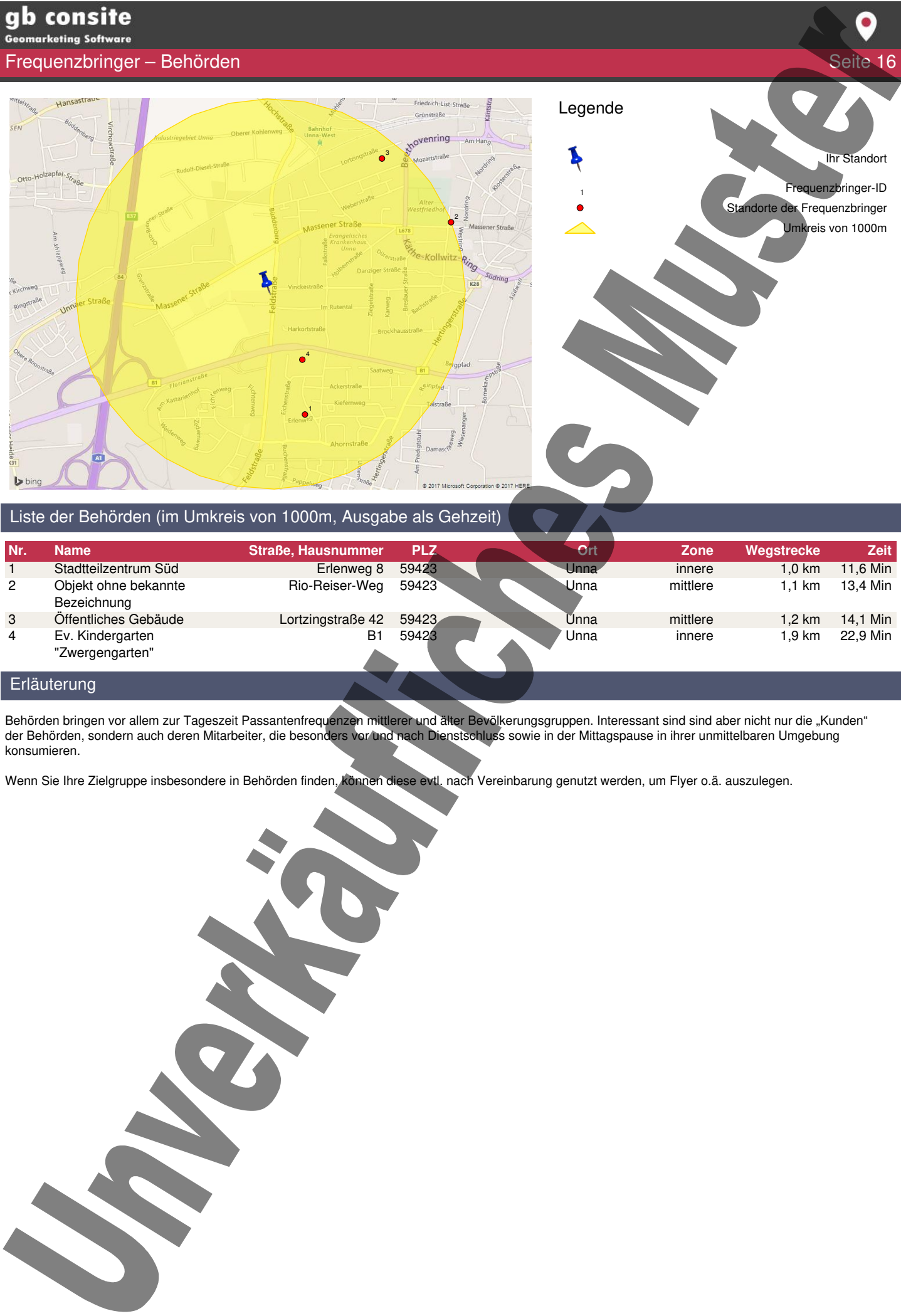
Liste der Behörden (im Umkreis von 1000m, Ausgabe als Gehzeit)

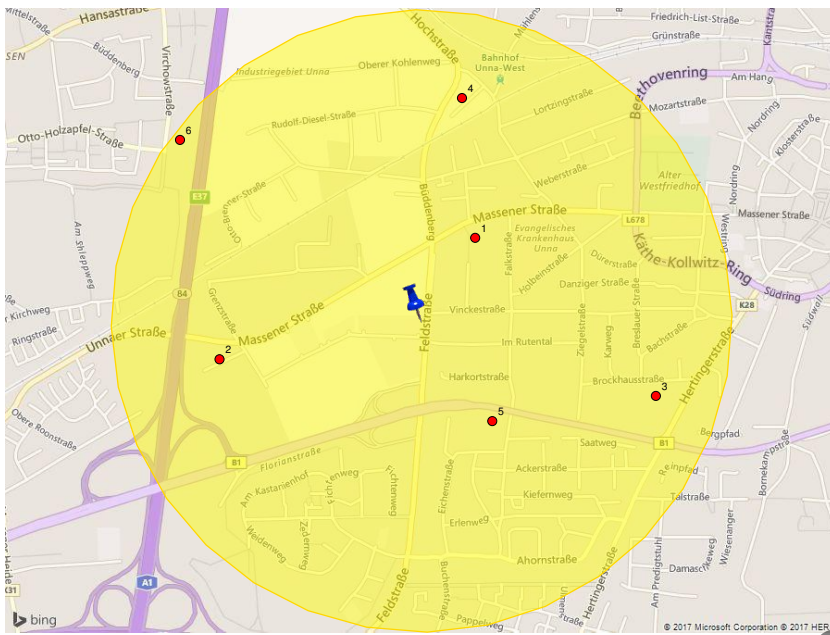
Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Stadtteilzentrum Süd	Erlenweg 8	59423	Unna	innere	1,0 km	11,6 Min
2	Objekt ohne bekannte Bezeichnung	Rio-Reiser-Weg	59423	Unna	mittlere	1,1 km	13,4 Min
3	Öffentliches Gebäude	Lortzingstraße 42	59423	Unna	mittlere	1,2 km	14,1 Min
4	Ev. Kindergarten "Zwergengarten"	B1	59423	Unna	innere	1,9 km	22,9 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



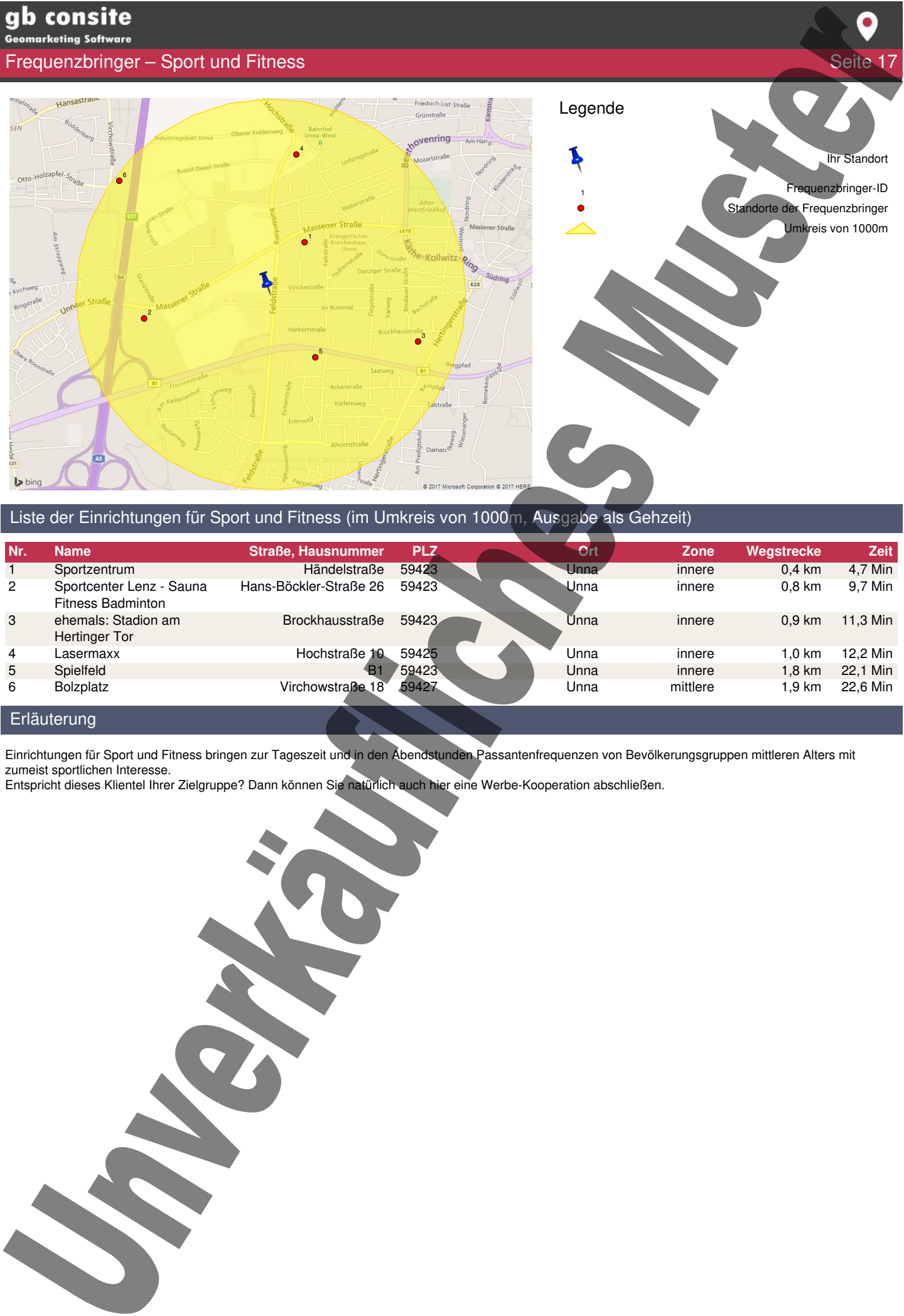
Ihr Standort
 Frequenzbringer-ID
 Standorte der Frequenzbringer
 Umkreis von 1000m

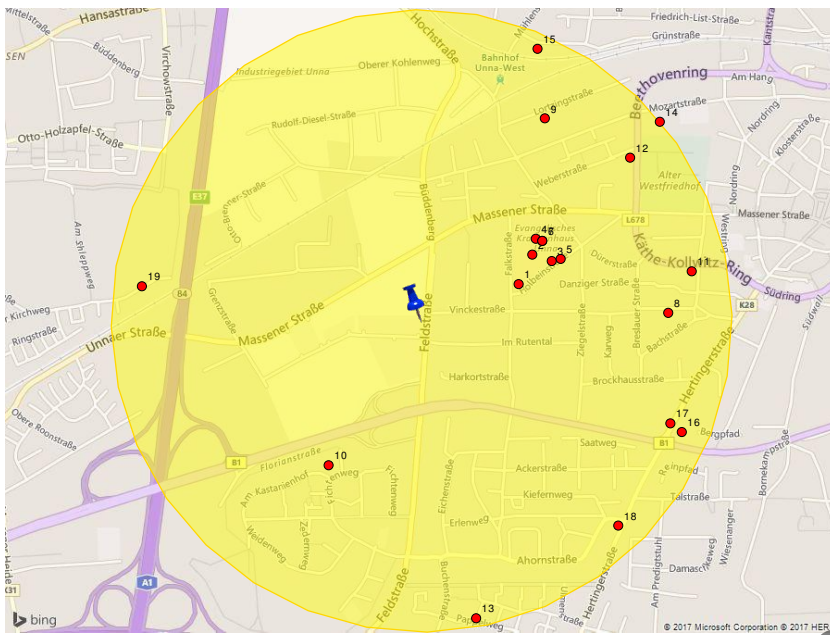
Liste der Einrichtungen für Sport und Fitness (im Umkreis von 1000m, Ausgabe als Gehzeit)

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Sportzentrum	Händlerstraße	59423	Unna	innere	0,4 km	4,7 Min
2	Sportcenter Lenz - Sauna Fitness Badminton	Hans-Böckler-Straße 26	59423	Unna	innere	0,8 km	9,7 Min
3	ehemals: Stadion am Hertinger Tor	Brockhausstraße	59423	Unna	innere	0,9 km	11,3 Min
4	Lasermaxx	Hochstraße 10	59425	Unna	innere	1,0 km	12,2 Min
5	Spielfeld	B1	59423	Unna	innere	1,8 km	22,1 Min
6	Bolzplatz	Virchowstraße 18	59427	Unna	mittlere	1,9 km	22,6 Min

Erläuterung

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





Legende



Ihr Standort
 Frequenzbringer-ID
 Standorte der Frequenzbringer
 Umkreis von 1000m

Liste der Ärzte (im Umkreis von 1000m, Ausgabe als Gehzeit)

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	LWL Tagesklinik	Falkstraße 6	59423	Unna	innere	0,4 km	4,6 Min
2	Evangelisches Krankenhaus	Falkstraße 6	59423	Unna	innere	0,5 km	5,7 Min
3	George Micklefield Evang.Krankenhaus Abt.Innere Medizin (und 4 weitere)	Holbeinstr. 10	59423	Unna	innere	0,5 km	6,2 Min
4	Lutheran Hospital Unna	Holbein Street 10	59423	Unna	innere	0,5 km	6,3 Min
5	Evangelisches Krankenhaus Unna	Holbeinstraße 10	59423	Unna	innere	0,5 km	6,6 Min
6	Praxis für Ergotherapie Regina Bicker (und 1 weiterer)	Holbeinstr. 10A	59423	Unna	innere	0,6 km	7,5 Min
7	RDG Radiologie-Dienstleistungs-GmbH	Holbeinstr. 10a	59423	Unna	innere	0,6 km	7,5 Min
8	Katharina Weber Ernährungsberaterin	Vinckestr. 6	59423	Unna	mittlere	0,8 km	9,8 Min
9	Sacher Andrea Psychotherapie	Lortzingstr. 68	59423	Unna	innere	1,0 km	11,8 Min
10	Heilpraktikerin Hilton Heilpraktiker	Am Kastanienhof 69	59423	Unna	innere	1,0 km	12,4 Min
11	Strahlentherapeutisches Zentrum Unna Strahlentherapie	Käthe-Kollwitz-Ring 28A	59423	Unna	mittlere	1,0 km	12,6 Min
12	Dr. med. Wilhelm Friederichs	Weberstr. 16	59423	Unna	innere	1,1 km	12,9 Min
13	Heilkundepraxis für Psychotherapie - Markus Chmielorz	Pappelweg 17			innere	1,2 km	14,2 Min
14	Palliativnetz GbR	Mozartstr. 32	59423	Unna	innere	1,2 km	14,5 Min
15	Sabine Johr Heilpraktikerin	Friedrich-List-Str. 64	59425	Unna	mittlere	1,2 km	14,7 Min
16	Miriam Schwikal	Hertingerstr. 80	59423	Unna	innere	1,2 km	14,8 Min
17	Dr. med. Ramona Grischy	Hertingerstr. 65	59423	Unna	innere	1,2 km	15,0 Min
18	M. Ottenbruch	Hertingerstraße 95	59423	Unna	innere	1,3 km	15,6 Min
19	M. Schwikal u. J. Seidel Hebammen	Massener Kirchweg 52	59427	Unna	mittlere	2,5 km	29,9 Min

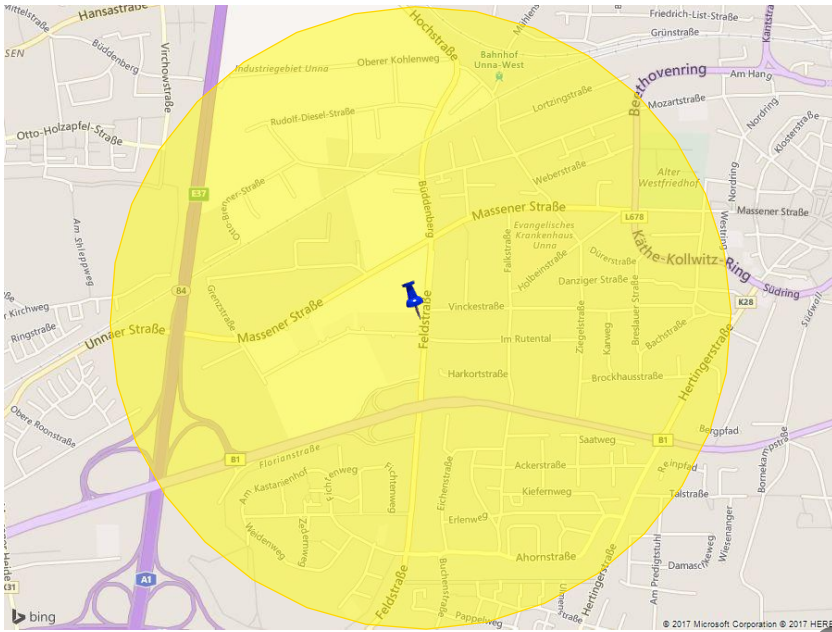
Erläuterung

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



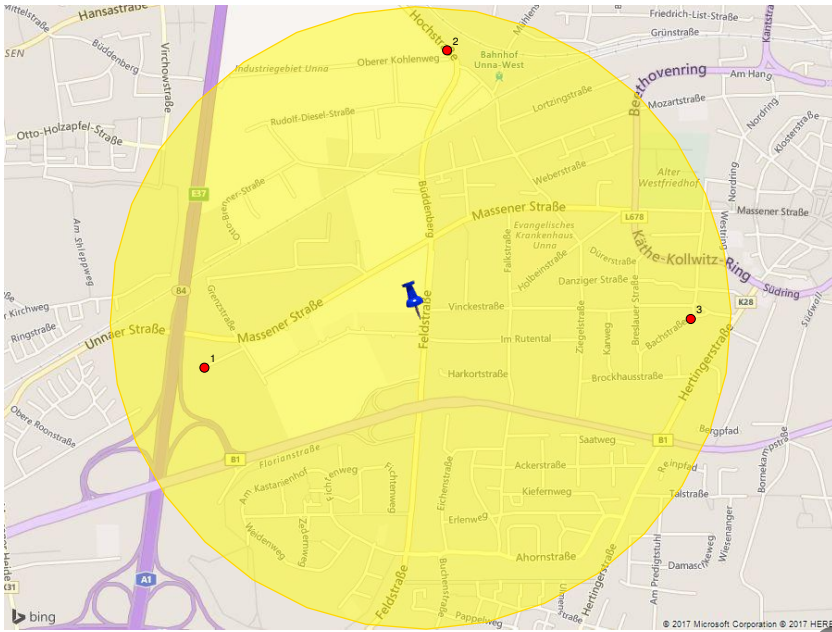
Ihr Standort
 Frequenzbringer-ID
 Standorte der Frequenzbringer
 Umkreis von 1000m

Liste der Hotels (im Umkreis von 1000m, Ausgabe als Gehzeit)

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
Kein Eintrag im Einzugsgebiet							

Erläuterung

Unverkäufliches Muster



Legende

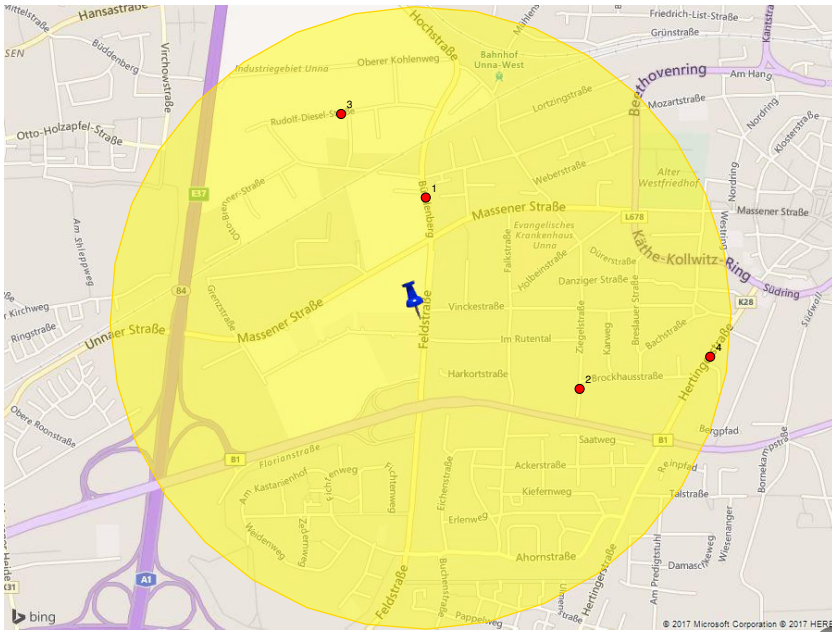


Ihr Standort
Frequenzbringer-ID
Standorte der Frequenzbringer
Umkreis von 1000m

Liste der Autowerkstätten (im Umkreis von 1000m, Ausgabe als Genzeit)

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Daube GmbH	Hans-Böckler-Straße 22	59423	Unna	innere	0,9 km	10,3 Min
2	A.T.U Unna	Hochstraße 26	59425	Unna	innere	0,9 km	10,8 Min
3	M. Mross	Bachstraße 9	59423	Unna	innere	1,0 km	11,4 Min

Unverkäufliches Muster



Legende

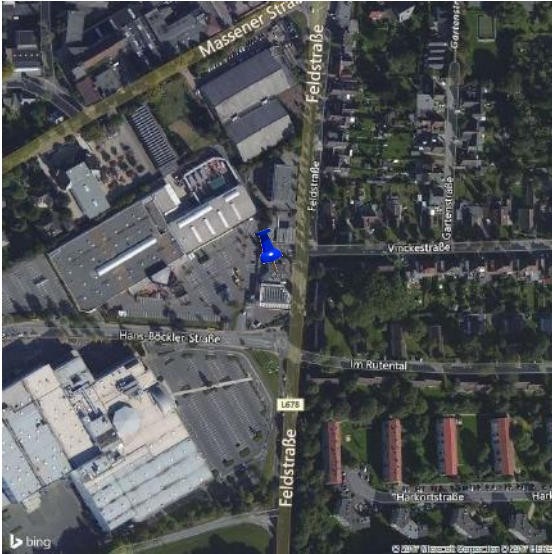


Ihr Standort
Frequenzbringer-ID
Standorte der Frequenzbringer
Umkreis von 1000m

Liste der Autohändler (im Umkreis von 1000m, Ausgabe als Gehzeit)

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Ebbinghaus Automobile GmbH	Büddenberg 89	59423	Unna	innere	0,4 km	4,7 Min
2	Hülpert VZ GmbH (und 1 weiterer)	Ziegelstraße 25	59423	Unna	innere	0,7 km	8,7 Min
3	Autohaus Mürmann GmbH	Rudolf-Diesel-Straße 9	59425	Unna	innere	1,0 km	11,9 Min
4	Auto Schlunz GmbH	Hertingerstraße 64	59423	Unna	innere	1,2 km	13,9 Min

Unverkäufliches Muster



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

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

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

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

Zusammenfassende Bewertung der Standortfaktoren

Makro-Analyse (Umland und Gemeinde)

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

Mikro-Analyse (Einzugsgebiet und Standort)

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

Erläuterung

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

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

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