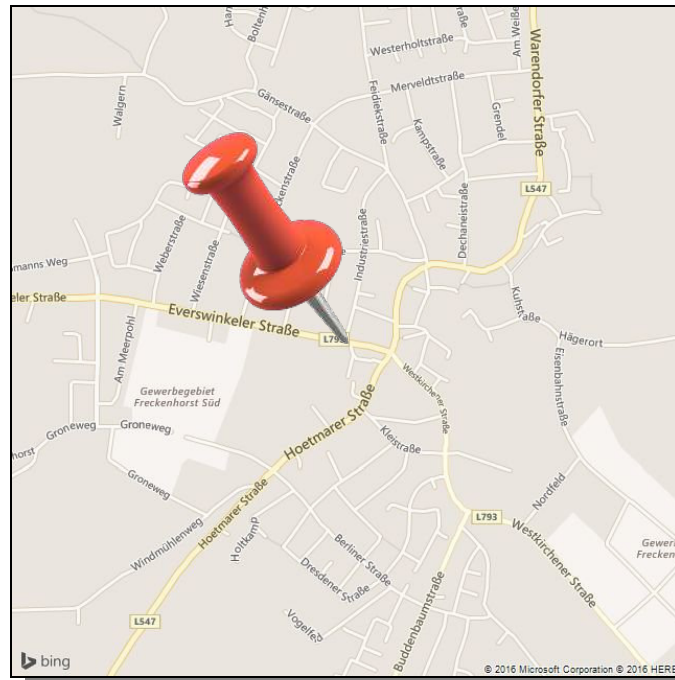


Standortcheck für das Objekt Hair, Face & Nails



Industriestraße 2
48231 Warendorf

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

gb consite GmbH
Mittenheimer Straße 58
85764 Oberschleißheim

Geschäftsführer
Malte Geschwinder
Knut Büscher

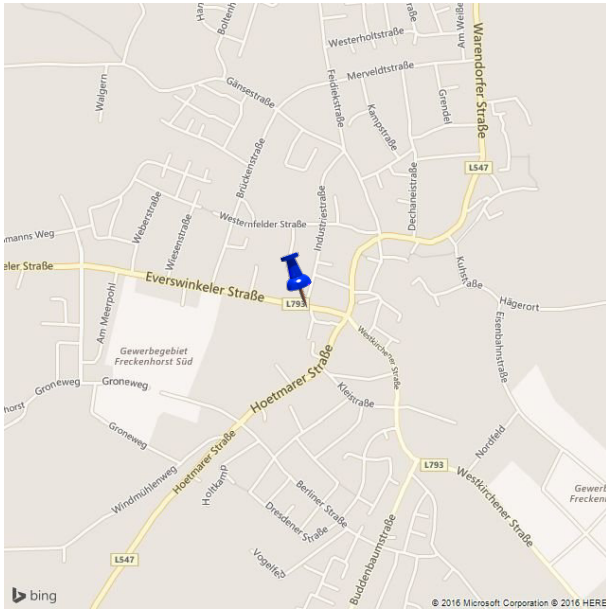
Sitz
Oberschleißheim

Amtsgericht München
HRB 168433

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

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

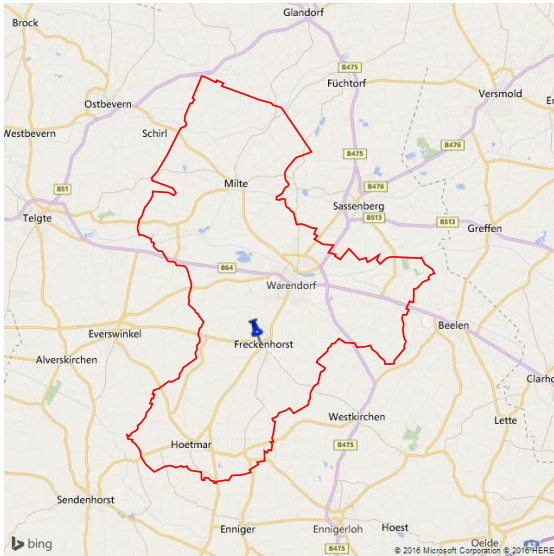
Fon: +49-89-30905297-0
Fax: +49-89-30905297-9
E-Mail: info@gbconsite.de
Internet: www.gbconsite.de



Objekt	Hair, Face & Nails
Adresse	Industriestraße 2 48231 Warendorf
Geschäftsart	Dienstleistung
Branche	Beauty, Wellness, Fitness
Dienstleistung	Friseursalon; Kosmetiksalon
Fläche	55 m ²
Analyse-ID	2582
Anmeldename	mustermann
Paket	Plus
PayPal Transaktions ID	
Preis	(inkl. MwSt.)
Datum	23.08.2016

Inhaltsverzeichnis

Titel	Seite
Inhalt	2
1. Marktcharakteristik	
Ihr Standort Hair, Face & Nails in Warendorf	3
Ihr Einzugsgebiet zu Standort "Hair, Face & Nails"	4
Wettbewerber im Einzugsgebiet zu Standort "Hair, Face & Nails"	5
2. Potenzialprognosen	
Abrufwahrscheinlichkeit Ihrer Leistung am Standort "Hair, Face & Nails"	7
Ihr Kundenpotenzial für Standort "Hair, Face & Nails"	8
Gesamtes Kundenpotenzial für alle Marktteilnehmer	9
Ihr Umsatzpotenzial für Standort "Hair, Face & Nails"	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 – Gastronomie	18
Frequenzbringer – Bildungseinrichtungen	19
Frequenzbringer – Behörden	20
Frequenzbringer – Bäckereien und Konditoreien	21
Frequenzbringer – Sport und Fitness	22
Frequenzbringer – Ärzte	23
Frequenzbringer – Apotheken	24
Frequenzbringer – Banken und Geldautomaten	25
Standortcheck – Zusammenfassung	26



Die Raumstrukturtypen des Bundesamtes für Bauwesen und Raumordnung gliedern die Gemeinden nach Zentrenreichbarkeit (Zentral-, Zwischen- und Periphererraum) sowie Bevölkerungsdichte. Die Gemeinde **Warendorf** ist demnach **"Zwischenraum mit Verdichtungsansätzen"**.

Die Zwischenräume mit ihrer guten Zugänglichkeit zu den bedeutenden Zentren übernehmen einerseits Brücken- und Vernetzungsfunktionen, andererseits schließen sie sich konzentrisch an die Zentralräume an und bilden somit Übergänge zu den Periphereräumen mit noch guter Zentrenreichbarkeit. Die Zwischenräume mit Verdichtungsansätzen mit einer Bevölkerungsdichte von ca. 300 Einwohnern je km² sind durch Suburbanisierung geprägt, im großen wie im kleinen Maßstab. Die Einwohnerdichten liegen deutlich über den Dichten der Zwischenräume mit geringer Dichte von 110 Einwohnern je km². In den Zwischenräumen lebt insgesamt etwas mehr als ein Viertel der Bevölkerung auf gut 30 % des Bundesgebietes. Sowohl die Bevölkerungsdichten als auch die Beschäftigtendichten liegen im Durchschnitt zwar noch unter dem jeweiligen Bundesmittel, übertreffen aber die Dichten des Periphererraums um das Doppelte.

Standortfaktoren für Warendorf

Merkmal		Warendorf	BRD	Anteil/Vergleich
Bevölkerung	gesamt	38.047	81.843.743	0,0465 %
	Anteil der 0-15 jährigen	15,19 %	13,24 %	+1,95 %
	Anteil der 15-65 jährigen	65,76 %	66,14 %	-0,38 %
	Anteil der über 65 jährigen	19,06 %	20,63 %	-1,57 %
	Einkünfte je Steuerpflichtigem(r)	33.155,97 €	31.659,02 €	+4,73 %
	Bevölkerungsdichte [Einwohner/km ²]	215	229	-6,13 %
	Zuwanderung bezogen auf Gesamtbevölkerung	4,24 %	5,89 %	-1,65 %
	Abwanderung bezogen auf Gesamtbevölkerung	3,96 %	5,44 %	-1,47 %
Sozialversicherungspflichtig	gesamt	14.039	29.970.480	0,0468 %
Beschäftigte	Bezogen auf 15-65 Jährige	56,11 %	55,37 %	+0,75 %
	Ausländer von gesamt	4,23 %	7,18 %	-2,94 %
	Beschäftigtendichte [Beschäftigte/km ²]	79,37	83,91	-5,41 %
Arbeitslose	gesamt	1.038	2.950.250	0,0352 %
	Bezogen auf 15-65 Jährige	4,15 %	5,45 %	-1,30 %
	Ausländer von gesamt	18,21 %	17,10 %	+1,11 %
Landwirtschaft	Betriebe gesamt	407	374.514	0,1087 %
	Betriebe bezogen auf 1000 Einwohner	10,70	4,58	+133,77 %
	Anteil landwirtschaftlicher Nutzfläche	69,05 %	52,21 %	+16,85 %
Verarbeitendes Gewerbe	Betriebe gesamt	15	45.274	0,0331 %
	Beschäftigte bezogen auf Gesamtbevölkerung	2,68 %	7,31 %	-4,64 %
	Beschäftigte bezogen auf 15-65 Jährige	4,07 %	11,06 %	-6,99 %
Gebäude	gesamt	9.549	18.204.355	0,0525 %
	Wohnungen	16.309	40.473.823	0,0403 %
	durchschn. Wohnfläche [m ²]	100,81	85,15	+15,66 %
Tourismus	Beherbergungsbetriebe	13	53.246	0,0244 %
	Gästebetten	594	3.564.213	0,0167 %
	Gästeübernachtungen gesamt	75.789	407.259.922	0,0186 %
	Gästeübernachtungen je Einwohner	1,99	4,98	-59,97 %
Straßenverkehrsunfälle	gesamt	194	397.927	0,0488 %
	bezogen auf 1000 Einwohner	5,10	4,86	+4,87 %
Steuern und Politik in der Gemeinde	Steuern und steuerähn. Einnahmen je Einw.	Keine Angabe	908,41 €	Keine Angabe
	Gewerbsteuerhebesatz	427 %	393 %	34 %
	Grundsteuer B	433 %	425 %	8 %
	letzte Bundestagswahl vor 10/2009	CDU, CSU		49,80 %
	letzte Landtagswahl vor 05/2011	CDU, CSU		37,46 %

Erläuterung

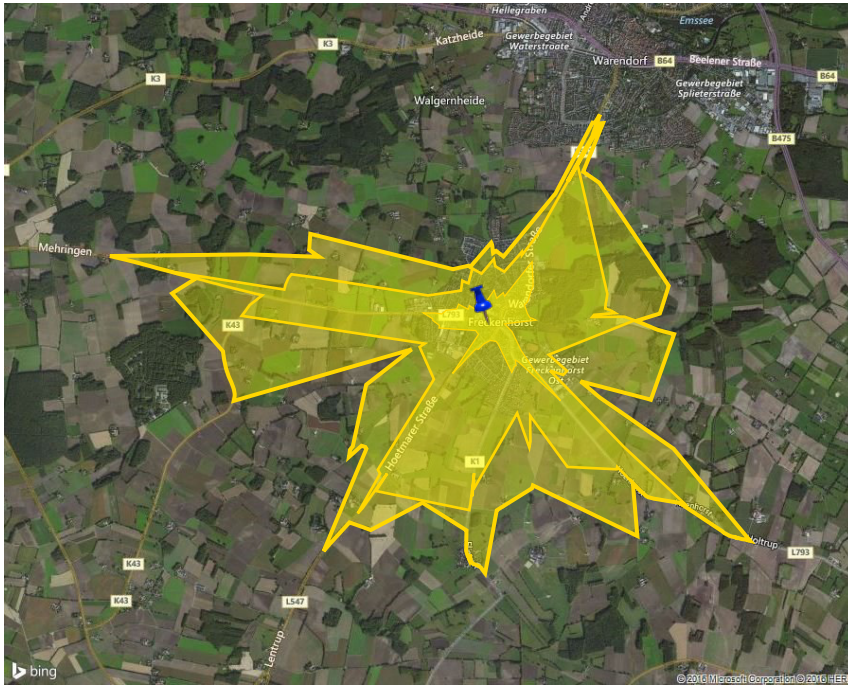
Die statistischen Daten repräsentieren verschiedene **Standortfaktoren** der Gemeinde Ihres Standortes und stellen diese den durchschnittlichen Werten für die Bundesrepublik Deutschland gegenüber. Sie können so z.B. leicht ablesen, ob an Ihrem Standort überdurchschnittlich viele junge oder alte Menschen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

2 Fahrminuten

4 Fahrminuten

5 Fahrminuten

Marktinformationen für Ihr Einzugsgebiet

Merkmal	2 Minuten	4 Minuten	5 Minuten	Einzugsgebiet	BRD
Einwohner	4.609	2.469	1.169	8.247	80.523.746
Büroarbeitsplätze	965	141	133	1.240	17.852.412
Bevölkerungsdichte [Einwohner/km²]	1.690	220	114	340	229
Anteil der 0-15 jährigen [%]	14,51	18,20	17,09	15,98	13,29
Anteil der 15-25 jährigen [%]	13,55	11,75	14,83	13,19	11,01
Anteil der 25-50 jährigen [%]	35,58	31,48	37,08	34,56	34,16
Anteil der 50-65 jährigen [%]	18,11	21,11	20,08	19,29	20,85
Anteil der über 65 jährigen [%]	18,25	17,46	10,92	16,98	20,68
Anteil der Frauen [%]	51,58	51,58	51,57	51,58	51,08
Ausländeranteil [%]	7,97	4,19	6,18	6,58	8,16
Anzahl der Haushalte	2.012	1.001	490	3.504	39.930.676
Einwohner pro Haushalte	2,3	2,5	2,4	2,4	2,0
Anteil der Erwerbstätigen [%]	52,11	54,79	57,31	53,65	50,11
Arbeitslosenquote [%]	4,66	3,10	4,43	4,15	6,51
Allgemeine Kaufkraft pro Einwohner pro Jahr [€]	20.322	29.156	16.210	22.384	22.013
Kaufkraft für Ihre Dienstleistung pro Einwohner pro Jahr [€]	87	125	69	96	94
Index der allgemeinen Kaufkraft	92,32	132,45	73,64	101,68	100,00
Zentralitätsindex	86,94	31,36	49,67	62,52	100,00

Erläuterung

Gemäß Ihren eigenen Angaben erwarten Sie ein **Einzugsgebiet von bis zu 5 Minuten Fahrweg um Ihren Standort.**

Dieses Einzugsgebiet ist dreigeteilt, wobei nach den Grundsätzen der Handelsforschung von Kunden der inneren Zone (0-2 Minuten) der weitaus größte Teil Ihres Umsatzes (bis zu 70%) hervorgerufen wird. Von Kunden der zweiten Zone (2-4 Minuten) sind ca. 20% Umsatzanteil, von Kunden der dritten, äußeren Zone (4-5 Minuten) nur ca. 10% Umsatzanteil zu erwarten.

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

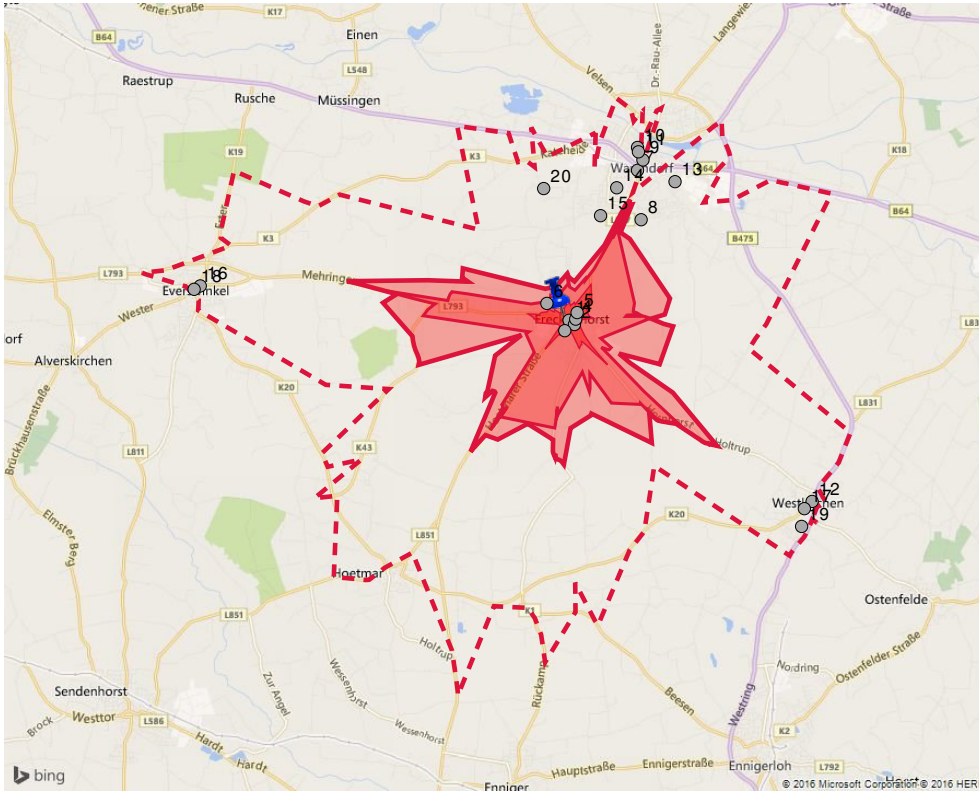
Die **Marktinformationen** oben stehender Tabelle werden für Ihr Einzugsgebiet angegeben und den Durchschnittswerten der BRD gegenüber gestellt.

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

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

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

Datenquelle: panadress marketing intelligence GmbH 2014



Legende



Ihr Standort

1

Wettbewerber-ID



Standorte ihrer Wettbewerber



Einzugsgebiet



2 Fahrminuten



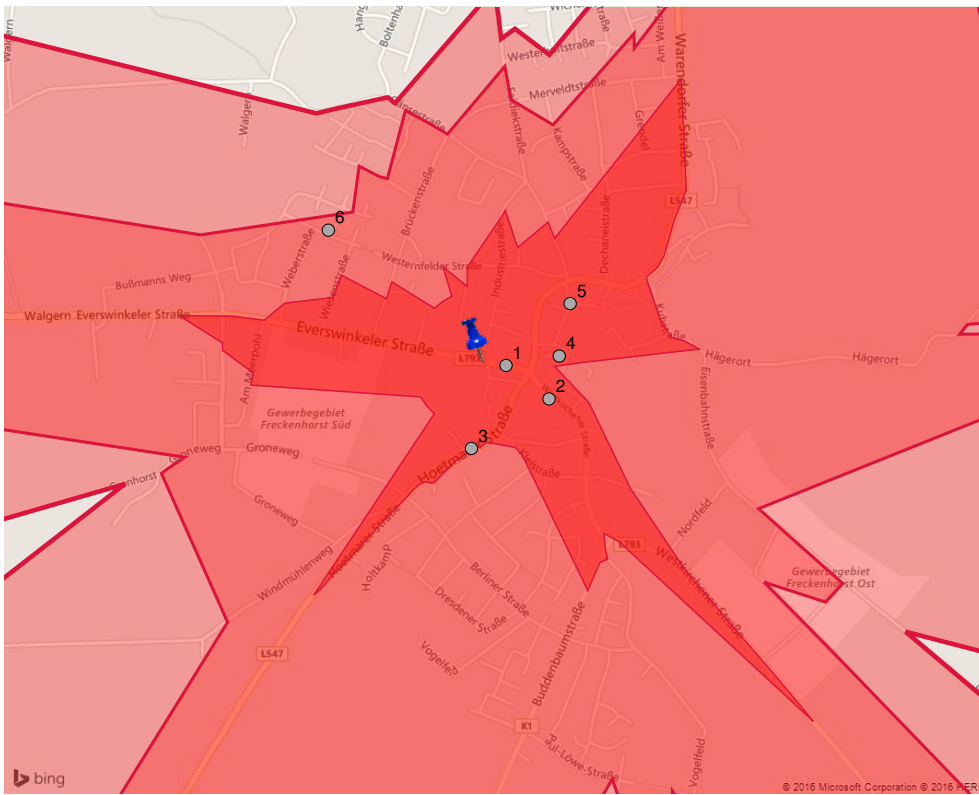
4 Fahrminuten



5 Fahrminuten

10 Fahrminuten

Wettbewerber im gesamten Einzugsgebiet



Wettbewerber im Nahbereich des Standortes

Liste der Wettbewerber

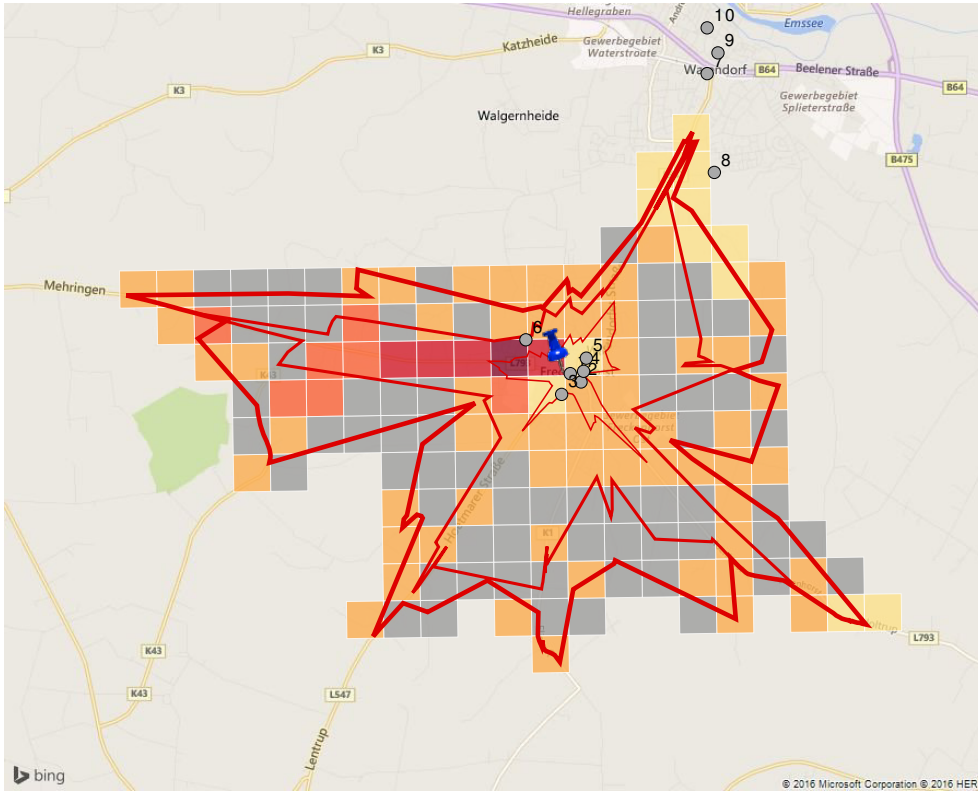
	Name	Straße	PLZ	Ort	Fläche	Wegstrecke	Zeit
1	Pahlenkämper G.	Everswinkeler Straße 6	48231	Warendorf	30 m ²	0,1 km	0 Min
2	Hair-Flair Friseursalon	Westkirchener Straße 12	48231	Warendorf	45 m ²	0,2 km	1 Min
3	Teschke B.	Hoetmarer Straße 32	48231	Warendorf	35 m ²	0,4 km	1 Min
4	Mieslinger	Stiftsmarkt 13	48231	Warendorf	35 m ²	0,4 km	2 Min
5	Bernd Träbert	Gevastr. 1	48231	Warendorf	35 m ²	0,5 km	2 Min
6	Schumann E.	Am Brüggelbach 22	48231	Warendorf	40 m ²	0,8 km	3 Min
7	Trittel S.	Zumlohstraße 4	48231	Warendorf	30 m ²	4,0 km	7 Min
8	Götsch, A.	Hoher Kamp 3	48231	Warendorf	50 m ²	3,2 km	7 Min
9	My Look Haarstudio	Freckenhorster Straße 18	48231	Warendorf	40 m ²	4,2 km	9 Min
10	Günnewig	Münsterwall 21	48231	Warendorf	30 m ²	4,7 km	9 Min
11	Haverkamp H.	Münsterstr. 28	48231	Warendorf	35 m ²	4,7 km	9 Min
12	K.H. Wiemann	Hoetmarer Straße 10	59320	Ennigerloh	40 m ²	7,1 km	9 Min
13	Hairstyling Pahlenkämper	Splietterstraße 22	48231	Warendorf	35 m ²	4,8 km	9 Min
14	Lütke Beckmann H.	Gumbinner Straße 1	48231	Warendorf	35 m ²	4,1 km	9 Min
15	Aldejohann I.	Hansering 24	48231	Warendorf	35 m ²	4,2 km	9 Min
16	In Style	Freckenhorster Straße 2	48351	Everswinkel	40 m ²	8,1 km	9 Min
17	Sabine Brand	Hoetmarer Straße 29	59320	Ennigerloh	40 m ²	7,2 km	10 Min
18	Fön und Form	Am Magnusplatz 28	48351	Everswinkel	40 m ²	8,3 km	10 Min
19	Gerick T.	Nelkenweg 2	59320	Ennigerloh	35 m ²	7,8 km	11 Min
20	Uwe Pahlenkämper	Walgerneide 29A	48231	Warendorf	30 m ²	4,0 km	11 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
- 1 Wettbewerber-ID
- Standorte ihrer Wettbewerber
- Einzugsgebiet**
- 2 Fahrminuten
- 4 Fahrminuten
- 5 Fahrminuten
- Abrufwahrscheinlichkeit (%)**
- 1,83 - 10,69
- 10,69 - 19,55
- 19,55 - 28,41
- 28,41 - 37,27
- 37,27 - 46,13
- Teilfläche ohne Besiedlung

Abrufwahrscheinlichkeit - Tops

Standort	Wahrscheinlichkeit gesamt
Einzugsgebiet Hair, Face & Nails	15,69 %

Tops	Teilfläche	Wahrscheinlichkeit
1	Nikolaus-Ehlen-Straße (Warendorf)	46,13 %
2	(Warendorf)	31,37 %
3	Albert-Wirth-Straße (Warendorf)	29,44 %
4	(Warendorf)	28,93 %
5	Bußmannsweg 11-13 (Warendorf)	28,74 %
6	(Warendorf)	26,93 %
7	Walgern (Warendorf)	23,40 %
8	Walgern (Warendorf)	22,75 %
9	Walgern (Warendorf)	22,04 %
10	Groneweg (Warendorf)	20,25 %
11	Everswinkler Straße (Everswinkel)	19,88 %
12	(Warendorf)	19,76 %
13	(Everswinkel)	19,00 %
14	(Warendorf)	18,98 %
15	Gronhorst (Warendorf)	18,88 %

Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit
1	Pahlenkämper G.	30 m ²	0 Min
2	Hair-Flair Friseursalon	45 m ²	1 Min
3	Teschke B.	35 m ²	1 Min
4	Mieslinger	35 m ²	2 Min
5	Bernd Träbert	35 m ²	2 Min
6	Schumann E.	40 m ²	3 Min
7	Trittel S.	30 m ²	7 Min
8	Götsch, A.	50 m ²	7 Min
9	My Look Haarstudio	40 m ²	9 Min
10	Günnewig	30 m ²	9 Min

Erläuterung

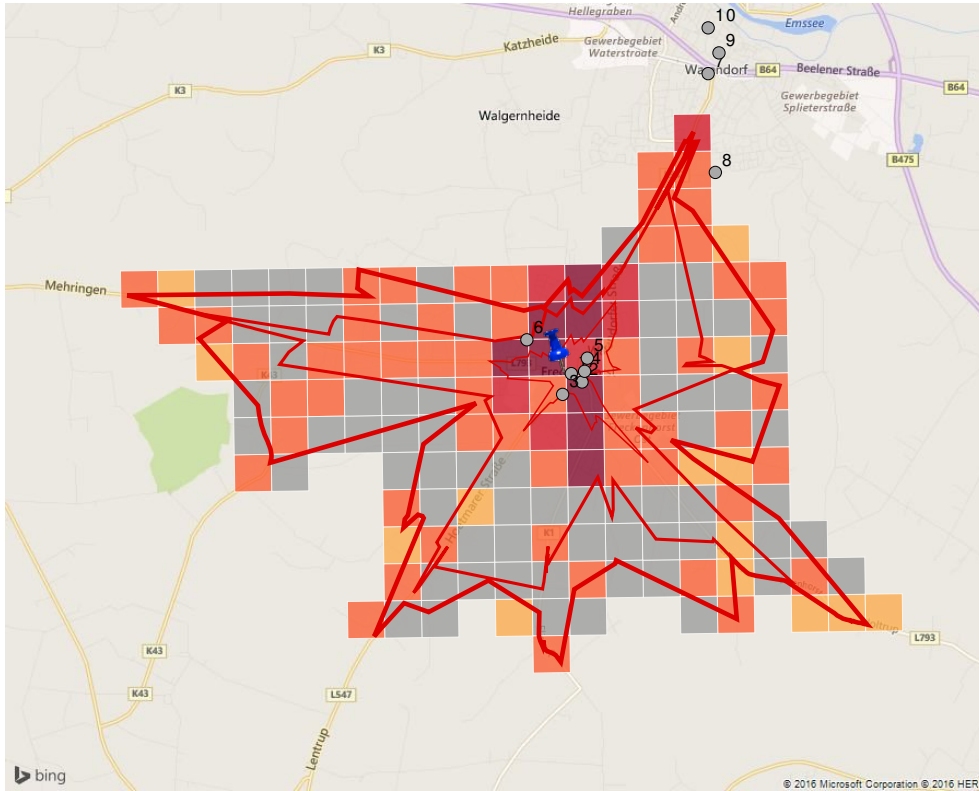
Die **Abrufwahrscheinlichkeit** gibt an, zu welchem Prozentsatz die Einwohner des Einzugsgebietes voraussichtlich an Ihrem Standort Dienstleistungen abrufen werden.

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

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

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

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



Legende



Ihr Standort

1

Wettbewerber-ID



Standorte ihrer Wettbewerber



Einzugsgebiet



2 Fahrminuten



4 Fahrminuten

5 Fahrminuten



Kundenpotenzial

0 - 0



0 - 0



0 - 32



32 - 66



66 - 193



Teilfläche ohne Besiedlung

Kundenpotenzial für Ihren Standort - Tops

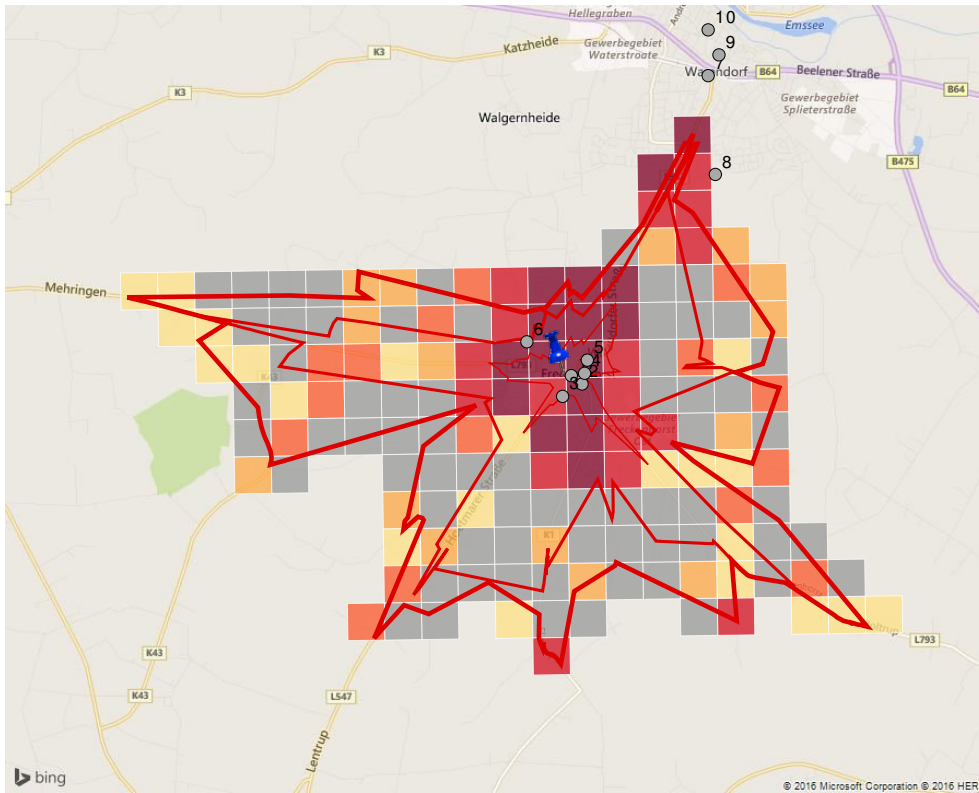
Kundenbindung Ihres Standortes	Kunden
Einzugsgebiet Hair, Face & Nails	1.306

Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit
1	Pahlenkämper G.	30 m ²	0 Min
2	Hair-Flair Friseursalon	45 m ²	1 Min
3	Teschke B.	35 m ²	1 Min
4	Mieslinger	35 m ²	2 Min
5	Bernd Träbert	35 m ²	2 Min
6	Schumann E.	40 m ²	3 Min
7	Trittel S.	30 m ²	7 Min
8	Götsch, A.	50 m ²	7 Min
9	My Look Haarstudio	40 m ²	9 Min
10	Günnewig	30 m ²	9 Min

Tops	Teilfläche	Kundenpotenzial
1	Nikolaus-Ehlen-Straße (Warendorf)	193
2	Albert-Wirth-Straße (Warendorf)	143
3	Feidiekstraße, Gänsestraße (Warendorf)	103
4	Buddenbaumstraße (Warendorf)	102
5	Am Brüggelbach (Warendorf)	85
6	Dechant-Strübbe-Straße 2 (Warendorf)	76
7	Stiftshof (Warendorf)	73
8	Wiechernstraße (Warendorf)	71
9	Holtkamp 29 (Warendorf)	46
10	Am Hagen (Warendorf)	46
11	Warendorfer Straße (Warendorf)	43
12	Groneweg (Warendorf)	39
13	Am Dreschplatz, An der Mergelkuhle (Warendorf)	39
14	Rensingweg (Warendorf)	35
15	Stiftsmarkt (Warendorf)	33

Erläuterung

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



Legende

- Ihr Standort
- Wettbewerber-ID
- Standorte ihrer Wettbewerber
- Einzugsgebiet**
- 2 Fahrminuten
- 4 Fahrminuten
- 5 Fahrminuten
- Kundenpotenzial**
- 1 - 4
- 4 - 6
- 6 - 15
- 15 - 165
- 165 - 649
- Teilfläche ohne Besiedlung

Kundenpotenzial für alle Wettbewerber - Tops

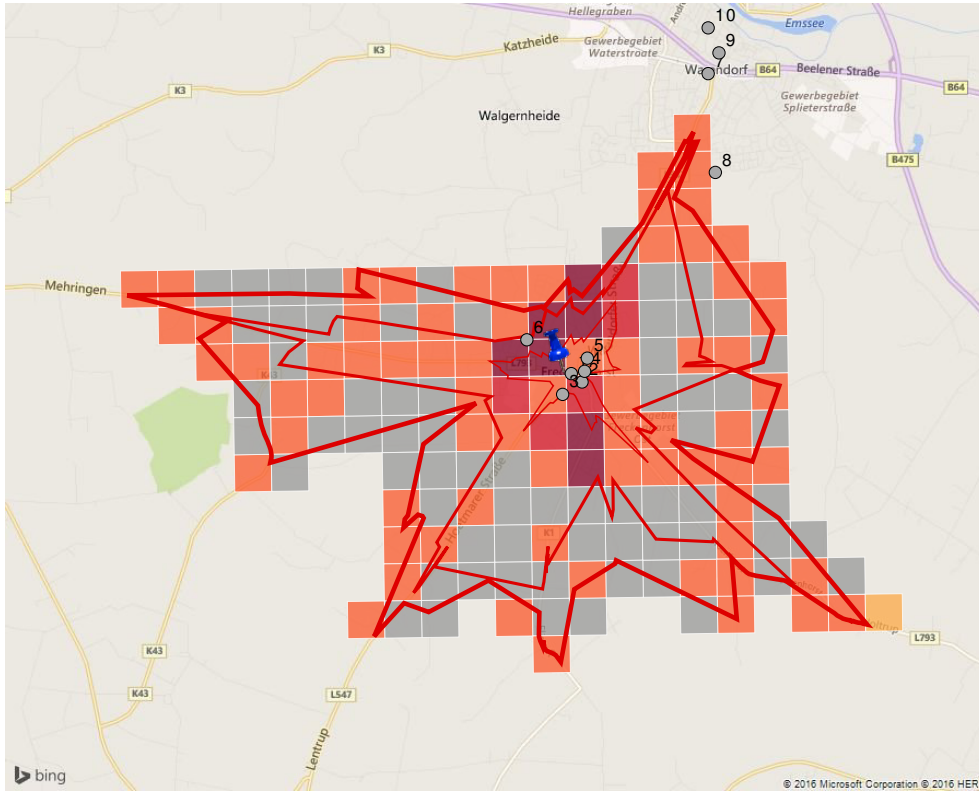
Kundenbindung aller Wettbewerber	Kundenpotenzial
Einzugsgebiet Hair, Face & Nails	8.247

Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit
1	Pahlenkämper G.	30 m ²	0 Min
2	Hair-Flair Friseursalon	45 m ²	1 Min
3	Teschke B.	35 m ²	1 Min
4	Mieslinger	35 m ²	2 Min
5	Bernd Träbert	35 m ²	2 Min
6	Schumann E.	40 m ²	3 Min
7	Trittel S.	30 m ²	7 Min
8	Götsch, A.	50 m ²	7 Min
9	My Look Haarstudio	40 m ²	9 Min
10	Günnewig	30 m ²	9 Min

Tops	Teilfläche	Kundenpotenzial
1	Stiftsmarkt (Warendorf)	649
2	Rensingweg (Warendorf)	619
3	Buddenbaumstraße (Warendorf)	619
4	Feidiekstraße, Gänsestraße (Warendorf)	582
5	Stiftshof (Warendorf)	522
6	Wiechernstraße (Warendorf)	504
7	Albert-Wirth-Straße (Warendorf)	486
8	Dechant-Strübbe-Straße 2 (Warendorf)	462
9	Am Brüggelbach (Warendorf)	462
10	Nikolaus-Ehlen-Straße (Warendorf)	418
11	Holtkamp 29 (Warendorf)	349
12	Am Hagen (Warendorf)	290
13	Am Dreschplatz, An der Mergelkuhle (Warendorf)	281
14	Warendorfer Straße (Warendorf)	256
15	Kieler Straße (Warendorf)	250

Erläuterung

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



Legende



Ihr Standort

1

Wettbewerber-ID



Standorte ihrer Wettbewerber



Einzugsgebiet



2 Fahrminuten



4 Fahrminuten

5 Fahrminuten



Umsatzpotenzial

0,00 - 0,00



0,00 - 13,81



13,81 - 3.116,15



3.116,15 - 6.407,33



6.407,33 - 15.394,26



Teilfläche ohne Besiedlung

Umsatzpotenzial für Ihren Standort - Tops

Umsatzquelle	Umsatzpotenzial
Einzugsgebiet Hair, Face & Nails	123.527,11 €
Kaukraftzufluss über Laufkunden	14.212,46 €
Summe	137.739,57 €

Tops	Teilfläche	Umsatzpotenzial €
1	Nikolaus-Ehlen-Straße (Warendorf)	15.394,26 €
2	Buddenbaumstraße (Warendorf)	15.268,13 €
3	Am Brüggelbach (Warendorf)	14.180,56 €
4	Albert-Wirth-Straße (Warendorf)	8.964,13 €
5	Dechant-Strübbe-Straße 2 (Warendorf)	8.848,51 €
6	Feidiekstraße, Gänsestraße (Warendorf)	8.287,15 €
7	Wiechernstraße (Warendorf)	7.898,24 €
8	Holtkamp 29 (Warendorf)	5.042,39 €
9	Warendorfer Straße (Warendorf)	4.722,55 €
10	Am Hagen (Warendorf)	4.620,18 €
11	Stiftshof (Warendorf)	4.202,14 €
12	Groneweg (Warendorf)	3.230,89 €
13	Walgern 26 (Warendorf)	2.542,68 €
14	Am Dreschplatz, An der Mergelkuhle (Warendorf)	2.464,33 €
15	Rensingweg (Warendorf)	2.428,33 €

Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit
1	Pahlenkämper G.	30 m ²	0 Min
2	Hair-Flair Friseursalon	45 m ²	1 Min
3	Teschke B.	35 m ²	1 Min
4	Mieslinger	35 m ²	2 Min
5	Bernd Träbert	35 m ²	2 Min
6	Schumann E.	40 m ²	3 Min
7	Trittel S.	30 m ²	7 Min
8	Götsch, A.	50 m ²	7 Min
9	My Look Haarstudio	40 m ²	9 Min
10	Günnewig	30 m ²	9 Min

Erläuterung

Das Umsatzpotenzial für Ihren Standort gibt an, wie hoch der zu erwartende **Bruttoumsatz für Ihr Unternehmen im Jahr** ausfallen kann. Die Prognose wurde ermittelt aus der Einkaufswahrscheinlichkeit und der, den Teilflächen Ihres Einzugsgebietes zu Grunde liegenden **Kaukraft für Ihre Kernsortimente**.

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

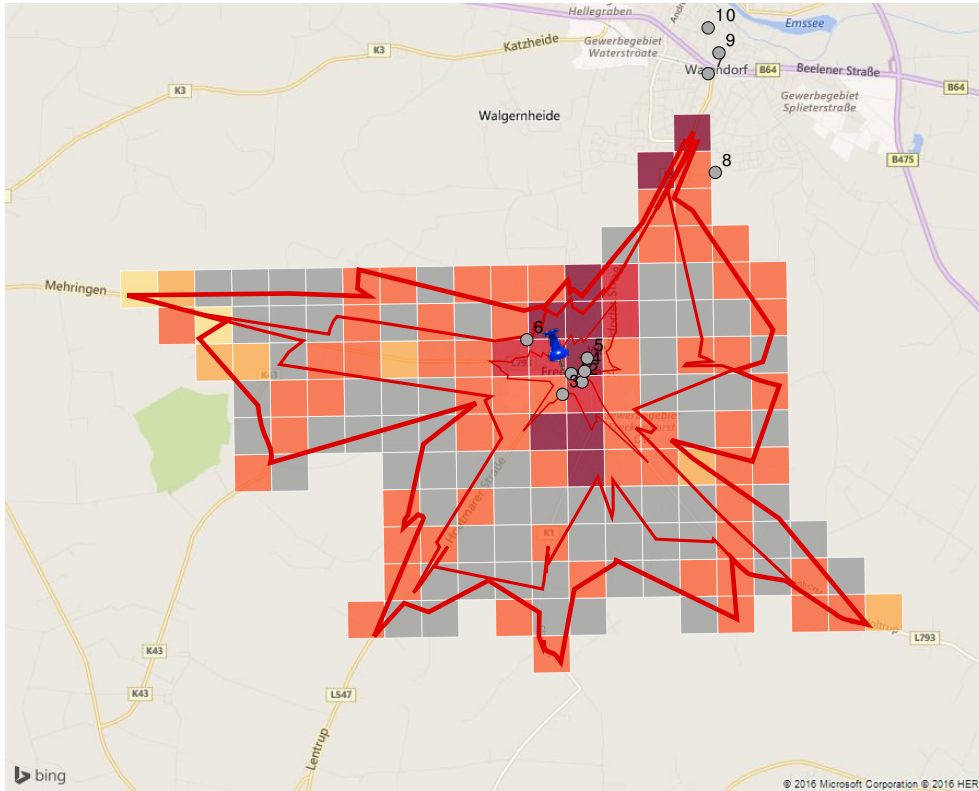
Die **Tops** zeigen die Teilgebiete innerhalb des Einzugsgebietes mit dem höchsten Umsatzpotenzial. Diese Teilgebiete sind auch in der Karte unterschiedlich stark eingefärbt. Je **dunkler eine Teilfläche** ist, desto höher ist Ihr Umsatzpotenzial bzw. Ihr zu erwartender Marktanteil.

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

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

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

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



Legende

- Ihr Standort
- Wettbewerber-ID
- Standorte ihrer Wettbewerber
- Einzugsgebiet**
- 2 Fahrminuten
- 4 Fahrminuten
- 5 Fahrminuten
- Umsatzpotenzial**
- 0,00 - 100,41
- 100,41 - 154,79
- 154,79 - 18.629,12
- 18.629,12 - 37.103,46
- 37.103,46 - 92.945,65
- Teilfläche ohne Besiedlung

Umsatzpotenzial für alle Wettbewerber - Tops

Umsatzquelle	Umsatzpotenzial gesamt	Tops	Teilfläche	Umsatzpotenzial €
Einzugsgebiet Hair, Face & Nails	788.924,57 €	1	Buddenbaumstraße (Warendorf)	92.945,65 €
Summe	788.924,57 €	2	Am Brüggelbach (Warendorf)	76.930,41 €
		3	Wiechernstraße (Warendorf)	56.374,88 €
		4	Dechant-Strübbe-Straße 2 (Warendorf)	53.717,48 €
		5	Feidiekstraße, Gänsestraße (Warendorf)	46.744,00 €
		6	Stiftsmarkt (Warendorf)	45.468,00 €
		7	Kieler Straße (Warendorf)	44.919,25 €
		8	Rensingweg (Warendorf)	43.150,61 €
		9	Holtkamp 29 (Warendorf)	37.804,18 €
		10	Nikolaus-Ehlen-Straße (Warendorf)	33.369,84 €
		11	Albert-Wirth-Straße (Warendorf)	30.450,72 €
		12	Stiftshof (Warendorf)	30.210,92 €
		13	Am Hagen (Warendorf)	29.343,87 €
		14	Warendorfer Straße (Warendorf)	28.042,44 €
		15	Am Dreschplatz, An der Mergelkuhle (Warendorf)	17.975,68 €

Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit
1	Pahlenkämper G.	30 m ²	0 Min
2	Hair-Flair Friseursalon	45 m ²	1 Min
3	Teschke B.	35 m ²	1 Min
4	Mieslinger	35 m ²	2 Min
5	Bernd Träbert	35 m ²	2 Min
6	Schumann E.	40 m ²	3 Min
7	Trittel S.	30 m ²	7 Min
8	Götsch, A.	50 m ²	7 Min
9	My Look Haarstudio	40 m ²	9 Min
10	Günnewig	30 m ²	9 Min

Erläuterung

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

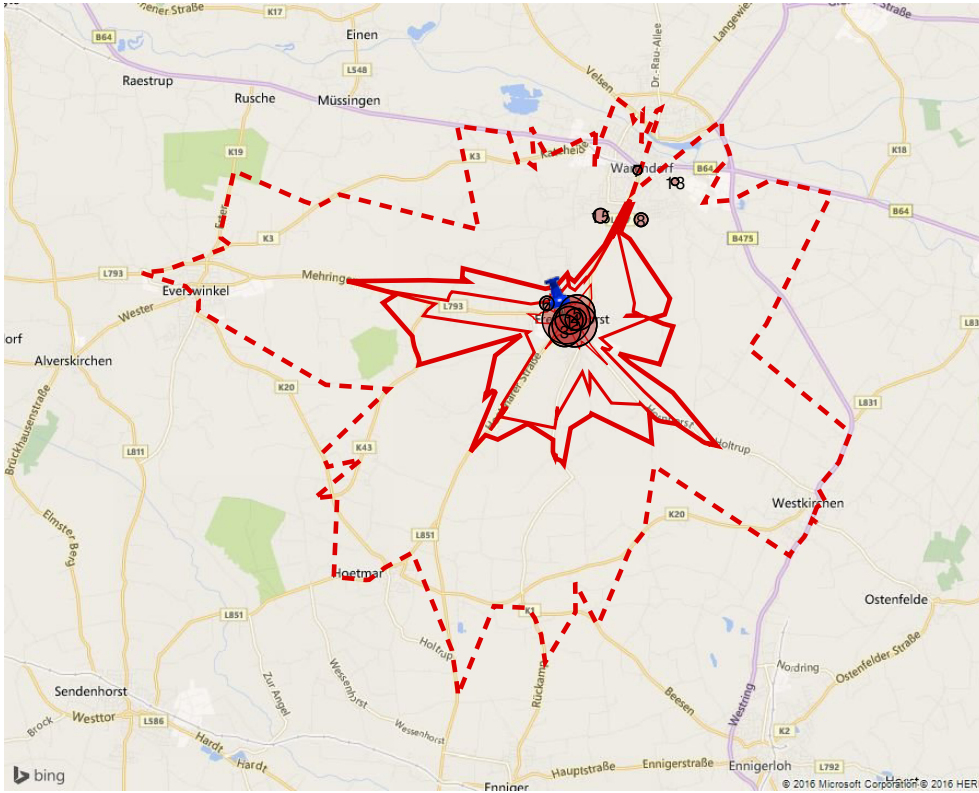
Die Prognose wurde ermittelt aus der Einkaufswahrscheinlichkeit und der, den Teilflächen Ihres Einzugsgebietes zu Grunde liegenden **Kaufkraft für Ihre Kernsortimente**.

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

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

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

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



Legende



Ihr Standort

1

Wettbewerber-ID



Standorte ihrer Wettbewerber



Einzugsgebiet



2 Fahrminuten



4 Fahrminuten



5 Fahrminuten



10 Fahrminuten

Prognostizierter Marktanteil (%)



5



10



15

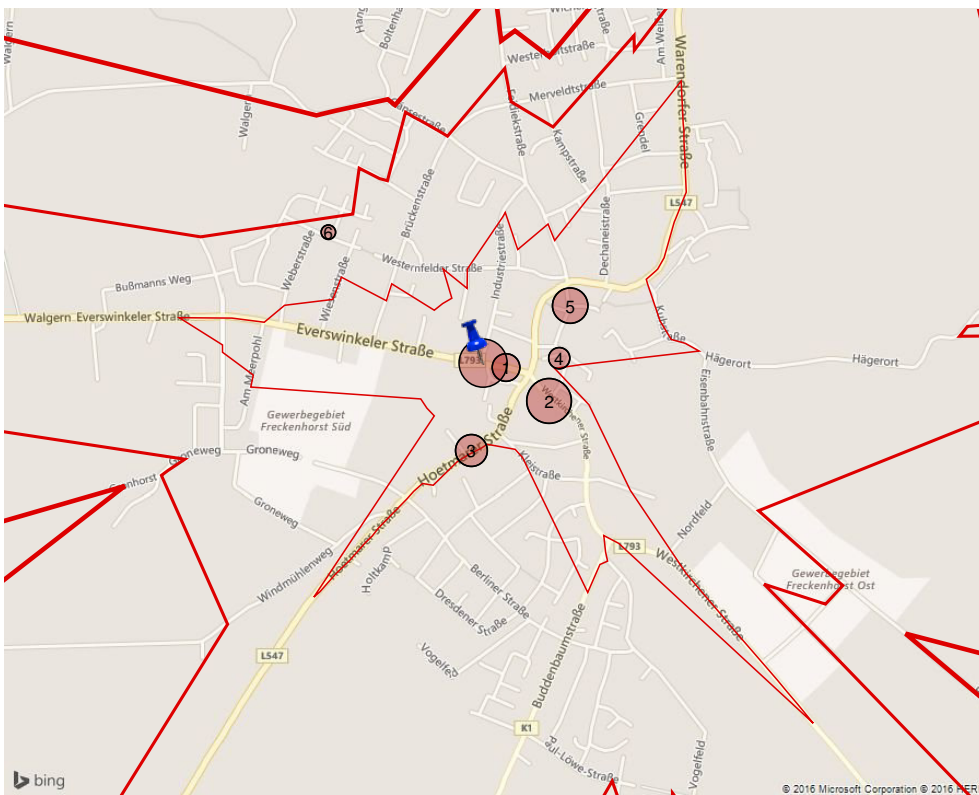


20



25

Marktanteile im gesamten Einzugsgebiet



Marktanteile im Nahbereich des Standortes

Marktanteile der Wettbewerber in Ihrem Einzugsgebiet

Umsatzquelle	Umsatzpotenzial gesamt
Einzugsgebiet Hair, Face & Nails	788.924,57 €

Standort	Fläche	Zeit	Umsatz	Marktanteil
Hair, Face & Nails	55 m ²	0,0 Min	123.527,11 €	15,66 %

Nr.	Die 10 stärksten Wettbewerber im Einzugsgebiet + eigene Marke	Fläche	Zeit	Umsatz	Marktanteil
2	Hair-Flair Friseursalon	45 m ²	0,9 Min	114.817,01 €	14,55 %
5	Bernd Träbert	35 m ²	1,9 Min	90.936,61 €	11,53 %
3	Teschke B.	35 m ²	1,4 Min	81.697,89 €	10,36 %
1	Pahlenkämper G.	30 m ²	0,1 Min	71.010,50 €	9,00 %
4	Mieslinger	35 m ²	1,9 Min	54.295,29 €	6,88 %
6	Schumann E.	40 m ²	3,0 Min	36.974,08 €	4,69 %
15	Aldejohann I.	35 m ²	9,2 Min	36.831,61 €	4,67 %
8	Götsch, A.	50 m ²	7,3 Min	34.607,11 €	4,39 %
7	Trittel S.	30 m ²	6,6 Min	22.951,32 €	2,91 %
13	Hairstyling Pahlenkämper	35 m ²	9,0 Min	19.054,45 €	2,42 %
9	My Look Haarstudio	40 m ²	8,6 Min	16.579,14 €	2,10 %
14	Lütke Beckmann H.	35 m ²	9,1 Min	15.304,07 €	1,94 %
10	Günnewig	30 m ²	8,8 Min	11.885,56 €	1,51 %
11	Haverkamp H.	35 m ²	8,9 Min	10.408,46 €	1,32 %
20	Uwe Pahlenkämper	30 m ²	11,3 Min	10.389,31 €	1,32 %
17	Sabine Brand	40 m ²	9,6 Min	9.750,93 €	1,24 %
12	K.H. Wiemann	40 m ²	8,9 Min	9.006,57 €	1,14 %
16	In Style	40 m ²	9,4 Min	6.875,31 €	0,87 %
19	Gerick T.	35 m ²	11,2 Min	6.125,05 €	0,78 %
18	Fön und Form	40 m ²	10,4 Min	5.897,17 €	0,75 %
	Summe eigene Marke			0,00 €	0,00 %

Szenario: Einzugsgebiet ohne neuen Standort

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

Erläuterung

Die Darstellung der **Marktanteile der Wettbewerber** gibt an, wie hoch der Anteil am zu erwartenden **Umsatz im gesamten Einzugsgebiet** ausfallen kann. Die Prognose wurde ermittelt aus dem nunmehr auf alle Wettbewerber bezogenen **Umsatzpotenzial für das gesamte Einzugsgebiet** (Seite 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 "Hair, Face & Nails"“, **nur Pluspaket**). Dort macht eine gezielte Kundenansprache über Werbematerialien besonders Sinn. Lesen Sie die Erläuterungen auf den folgenden Seiten, um entsprechende Tipps zu erhalten.

Folgende Infrastruktureinrichtungen und Frequenzbringer werden dargestellt:

Infrastruktur – Öffentliche Parkmöglichkeiten

Infrastruktur – ÖPNV

Frequenzbringer – Einkaufszentren, Warenhäuser und Supermärkte

Frequenzbringer – Gastronomie

Frequenzbringer – Bildungseinrichtungen

Frequenzbringer – Behörden

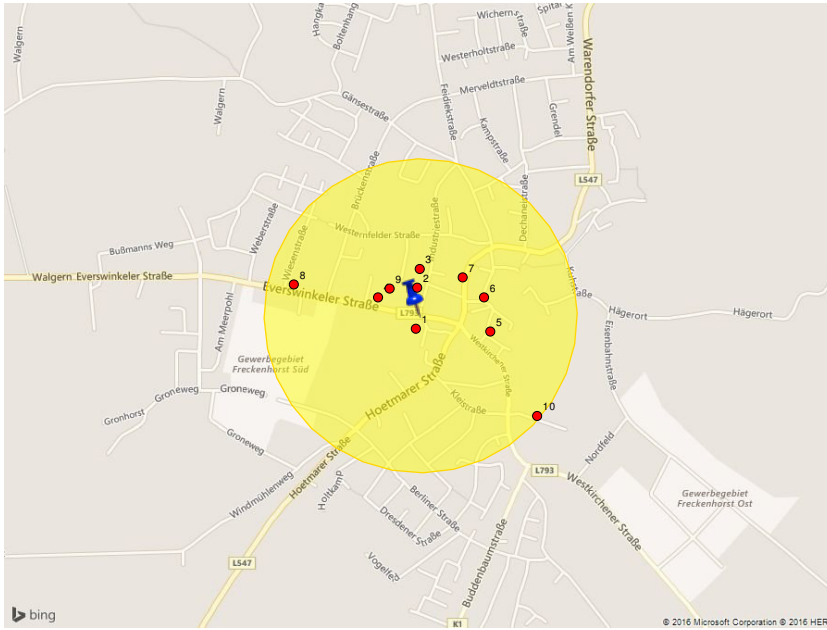
Frequenzbringer – Bäckereien und Konditoreien

Frequenzbringer – Sport und Fitness

Frequenzbringer – Ärzte

Frequenzbringer – Apotheken

Frequenzbringer – Banken und Geldautomaten



Legende



Ihr Standort
 Öffentliche Parkmöglichkeit-ID
 Öffentliche Parkmöglichkeit
 Umkreis von 500m

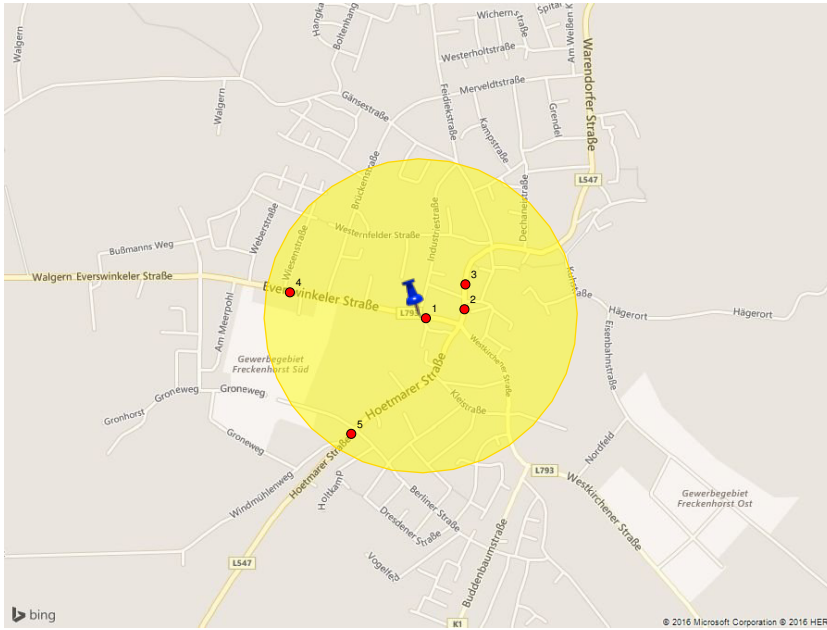
Liste der öffentlichen Parkmöglichkeiten (im Umkreis von 500m, Ausgabe als Gehzeit)

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Parkmöglichkeit	Krumme Straße	48231	Freckenhorst	innere	0,1 km	0,6 Min
2	Parkmöglichkeit	Industriestraße 1	48231	Freckenhorst	innere	0,1 km	0,9 Min
3	Parkmöglichkeit	Industriestraße	48231	Freckenhorst	innere	0,1 km	1,8 Min
4	Parkmöglichkeit	Von-Wolkenstein-Straße 3	48231	Freckenhorst	innere	0,2 km	2,7 Min
5	Parkmöglichkeit	Stiftsbleiche 6	48231	Freckenhorst	innere	0,3 km	3,4 Min
6	Parkmöglichkeit	Stiftsmarkt 11	48231	Freckenhorst	innere	0,3 km	3,4 Min
7	Parkmöglichkeit	Warendorfer Straße 29	48231	Freckenhorst	innere	0,3 km	3,5 Min
8	Parkmöglichkeit	Wiesenstraße	48231	Freckenhorst	innere	0,4 km	4,9 Min
9	Parkmöglichkeit	Georg-Rose-Straße	48231	Freckenhorst	innere	0,5 km	6,0 Min
10	Parkmöglichkeit	Am Wörden 3	48231	Freckenhorst	innere	0,6 km	6,9 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 26) 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)

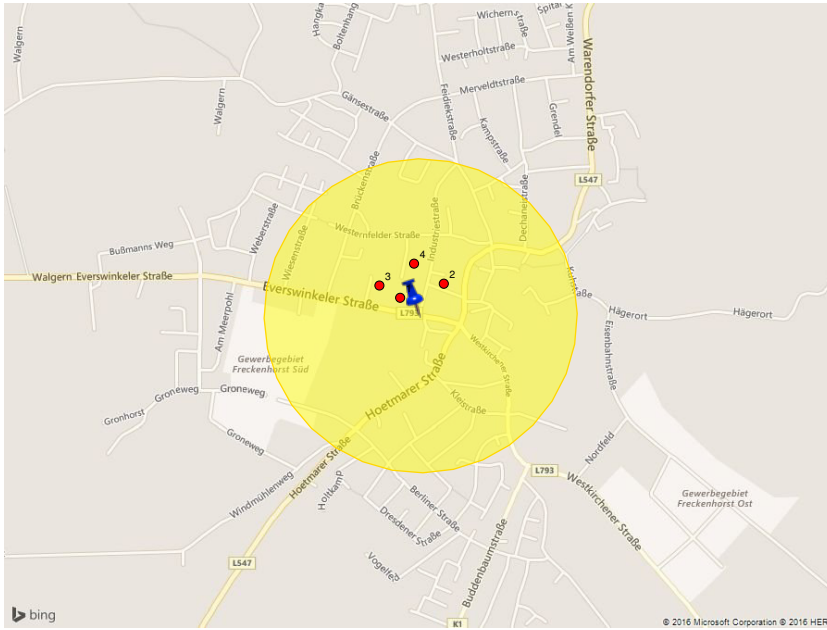
Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Freckenhorst Rathaus (Bushaltestelle)	Everswinkeler Straße 5	48231	Warendorf	innere	0,0 km	0,2 Min
2	Freckenhorst Mitte (Bushaltestelle)	Warendorfer Straße 9	48231	Warendorf	innere	0,2 km	2,3 Min
3	Freckenhorst Mitte (Bushaltestelle)	Warendorfer Straße 27	48231	Warendorf	innere	0,3 km	3,2 Min
4	Brückenstraße (Bushaltestelle)	Everswinkeler Straße 47	48231	Warendorf	innere	0,4 km	5,1 Min
5	Berliner Straße (Bushaltestelle)	Hoetmarer Straße	48231	Warendorf	innere	0,6 km	7,4 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 26) wird daher nur das Vorhandensein von Haltestellen im inneren Einzugsgebiet positiv bewertet.

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



Legende



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

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

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	EDEKA Hanewinkel	Everswinkeler Straße 18	48231	Freckenhorst	innere	0,1 km	0,8 Min
2	EDEKA Recker	Dreesstraße 4	48231	Warendorf	innere	0,2 km	1,9 Min
3	Penny	Von-Wolkenstein-Straße 5	48231	Freckenhorst	innere	0,3 km	3,1 Min
4	Aldi Markt		48231	Warendorf	innere	0,4 km	5,3 Min

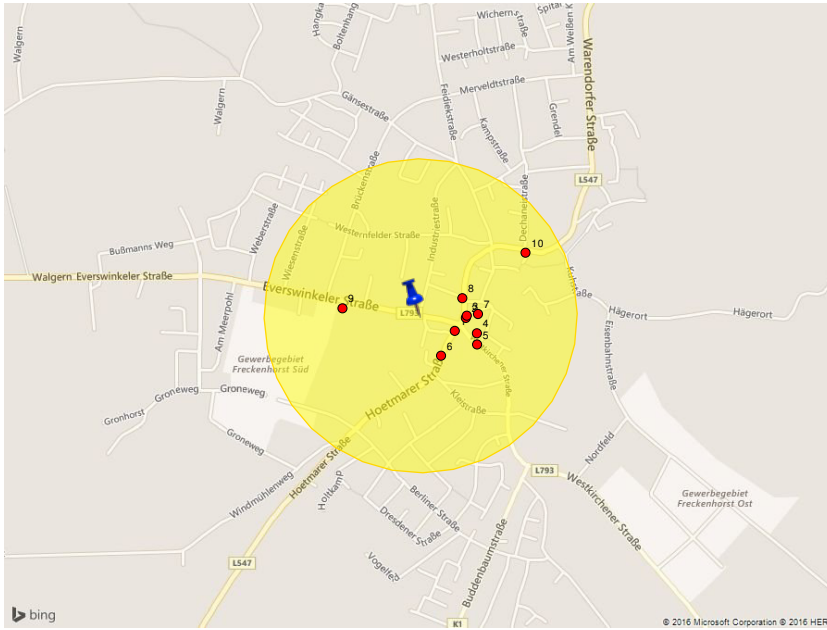
Erläuterung

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

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

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

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



Legende



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

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

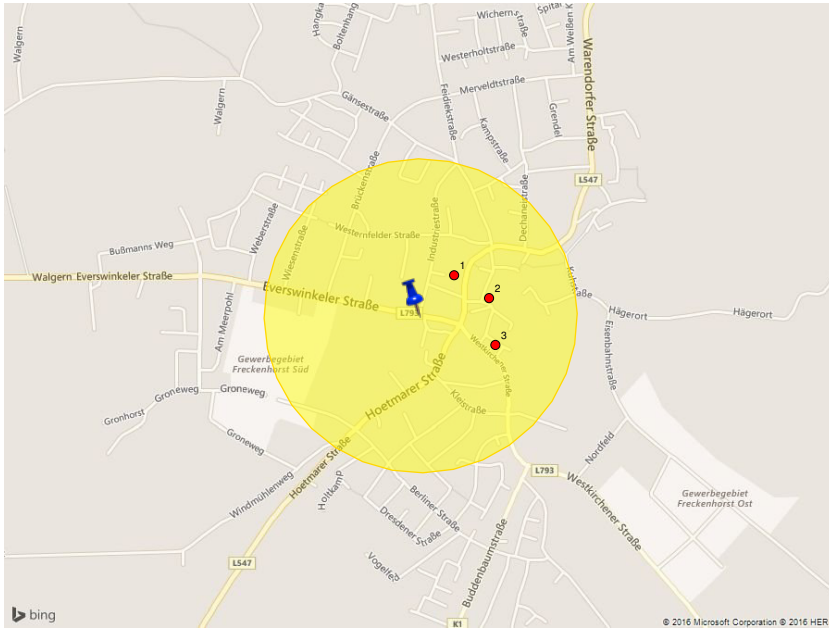
Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Alter Westfale	Hoetmarer Straße 4	48231	Warendorf	innere	0,2 km	1,9 Min
2	Eisdiele	Warendorfer Straße 6	48231	Warendorf	innere	0,2 km	2,0 Min
3	Pizzeria Romantika	Warendorfer Straße 6	48231	Warendorf	innere	0,2 km	2,1 Min
4	Stiftshof Dühlmann	Westkirchener Straße 1	48231	Warendorf	innere	0,2 km	2,2 Min
5	Stiftshof Dühlmann	Westkirchener Straße 1	48231	Warendorf	innere	0,2 km	2,6 Min
6	Imbiss Minke	Hoetmarer Straße 12	48231	Warendorf	innere	0,2 km	2,6 Min
7	Knappenstube	Stiftsmarkt	48231	Warendorf	innere	0,2 km	2,7 Min
8	Stifts Grill	Dreesstraße 1	48231	Warendorf	innere	0,2 km	2,7 Min
9	Bürgerstuben	Everswinkeler Straße 31	48231	Warendorf	innere	0,2 km	3,0 Min
10	Ali Baba	Kirchgasse 3	48231	Warendorf	innere	0,5 km	6,4 Min

Erläuterung

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

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

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



Legende



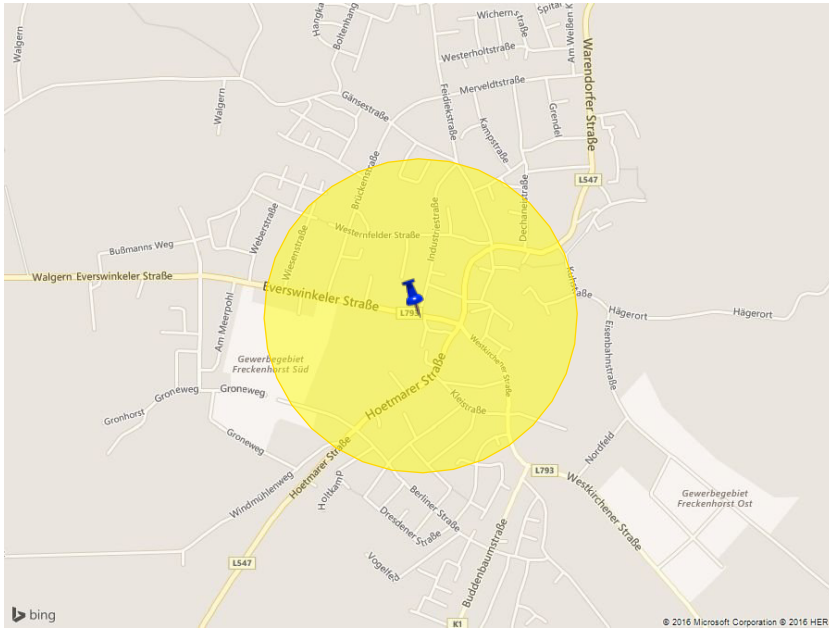
Ihr Standort
 Frequenzbringer-ID
 Standorte der Frequenzbringer
 Umkreis von 500m

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

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Wichtelhöhle	Industriestraße	48231	Warendorf	innere	0,2 km	2,3 Min
2	St. Bonifatius	Stiftsmarkt 11	48231	Freckenhorst	innere	0,3 km	3,5 Min
3	St. Magdalena	Am Wörden	48231	Warendorf	innere	0,3 km	3,6 Min

Erläuterung

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



Legende



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

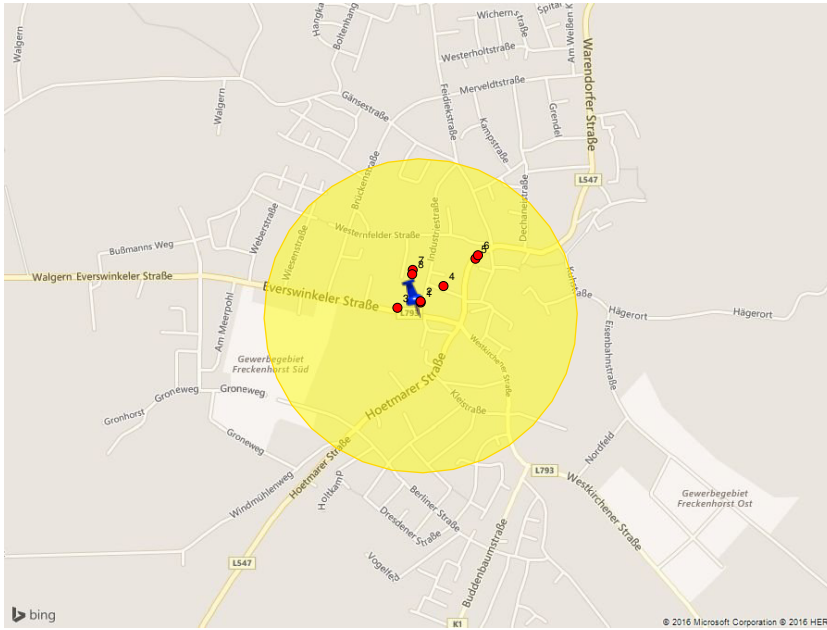
Liste der Behörden (im Umkreis von 500m, Ausgabe als Gehzeit)

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

Erläuterung

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

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



Legende



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

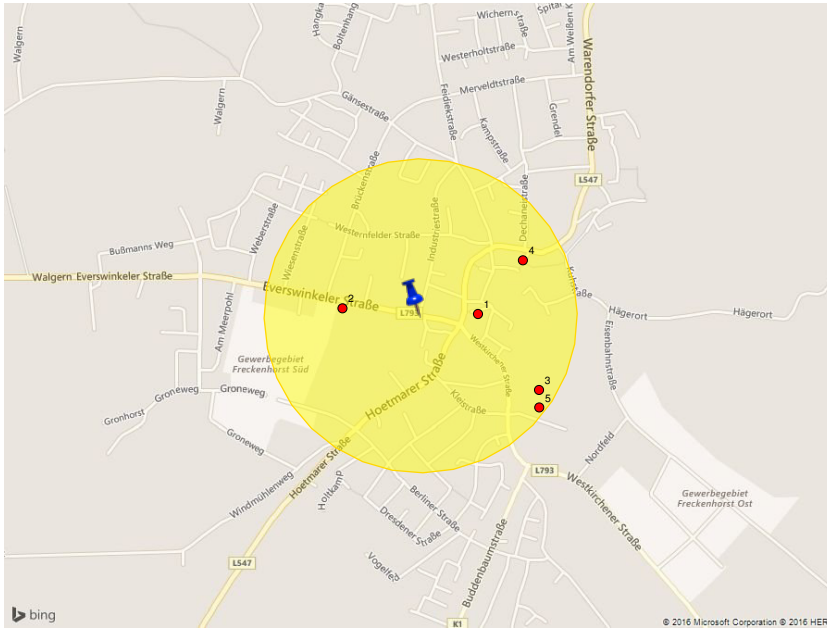
Liste der Bäckereien und Konditoreien (im Umkreis von 500m, Ausgabe als Gehzeit)

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Reeken (und 1 weiterer)	Industriestr. 1	48231	Warendorf	innere	0,0 km	0,5 Min
2	Reeken	Industriestraße 1	48231	Warendorf	innere	0,0 km	0,5 Min
3	Essmann's Backstube (und 1 weiterer)	Everswinkeler Str. 18	48231	Warendorf	innere	0,1 km	0,9 Min
4	Hosselmann	Dreesstraße 4	48231	Warendorf	innere	0,2 km	1,9 Min
5	Averhoff	Wareндorfer Straße 39	48231	Warendorf	innere	0,4 km	4,3 Min
6	Alfons Averhoff	Wareндorfer Str. 39	48231	Warendorf	innere	0,4 km	4,5 Min
7	Middelberg s Baking Friends GmbH	Industriestr. 5	48231	Warendorf	innere	0,5 km	5,6 Min
8	Middelberg	Industriestraße	48231	Warendorf	innere	0,5 km	5,7 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



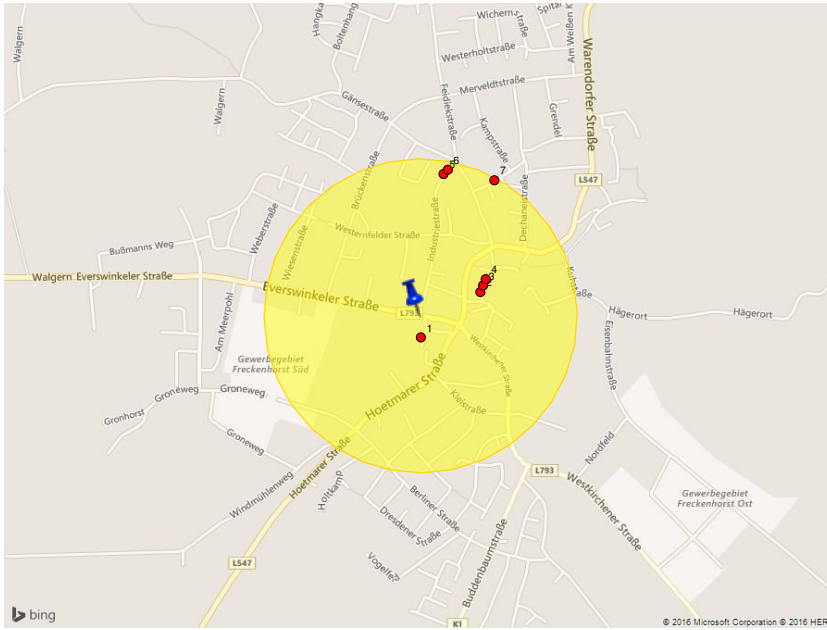
Ihr Standort
Frequenzbringer-ID
Standorte der Frequenzbringer
Umkreis von 500m

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

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Knappenstube	Stiftmarkt	48231	Warendorf	innere	0,2 km	2,7 Min
2	Bürgerstuben	Everswinkeler Straße 31	48231	Warendorf	innere	0,2 km	3,0 Min
3	Bolzplatz Grundschule	Westkirchener Straße 17	48231	Warendorf	mittlere	0,4 km	4,8 Min
4	Sport/Fitness	Kirchgasse	48231	Warendorf	innere	0,5 km	6,0 Min
5	Sporthalle Grundschule	Am Wörden 5	48231	Warendorf	mittlere	0,6 km	7,0 Min

Erläuterung

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



Legende



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

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

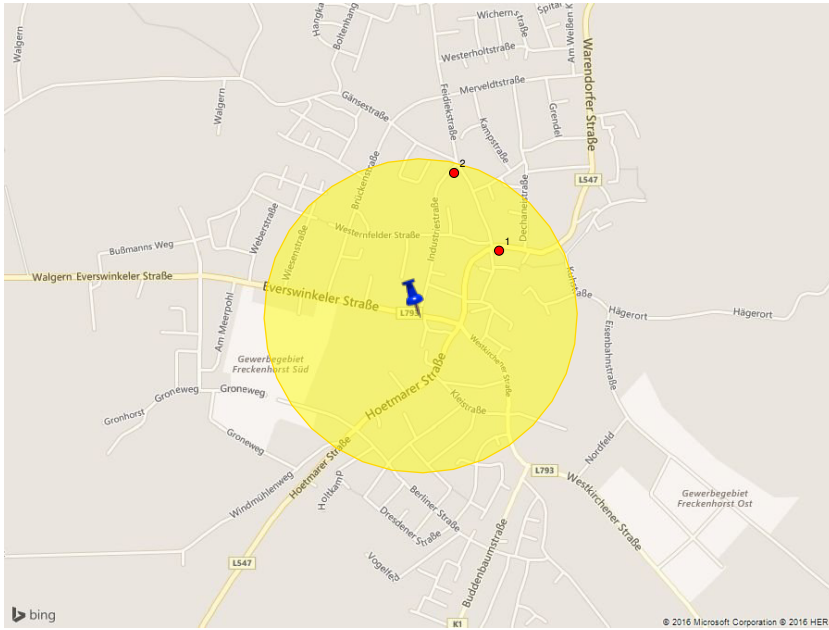
Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Herrn Dr. med. Stephan Klumpe Facharzt für Innere Medizin und Kardiologie (und 1 weiterer)	Krumme Str. 1	48231	Warendorf	innere	0,1 km	1,1 Min
2	Fachwerk Logopädie	Stiftsmarkt 3	48231	Warendorf	innere	0,3 km	3,5 Min
3	Rolf Thelen (und 1 weiterer)	Stiftsmarkt 6	48231	Warendorf	innere	0,3 km	3,8 Min
4	Roes Frank Allgemeinarztpraxis	Stiftsmarkt 8	48231	Warendorf	innere	0,3 km	4,0 Min
5	Dr. med. Alfons Schmitz	Industriestr. 35A	48231	Warendorf	mittlere	0,5 km	5,5 Min
6	Gemeinschaftspraxis Dr. med. Klaus Hachmeister, Dr. med. Alfons Schmitz	Industriestr. 35	48231	Warendorf	mittlere	0,5 km	5,8 Min
7	Marietta Kühnapfel	Gröningsweg 7	48231	Warendorf	mittlere	0,7 km	8,4 Min

Erläuterung

Ärzte und andere Gesundheitseinrichtungen sind zur Tageszeit Frequenzbringer von mittleren und älteren Bevölkerungsgruppen. Die Passantenfrequenzen können mitunter beachtlich sein, da vermehrt Gemeinschaftspraxen, Arzthäuser 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.



Legende



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

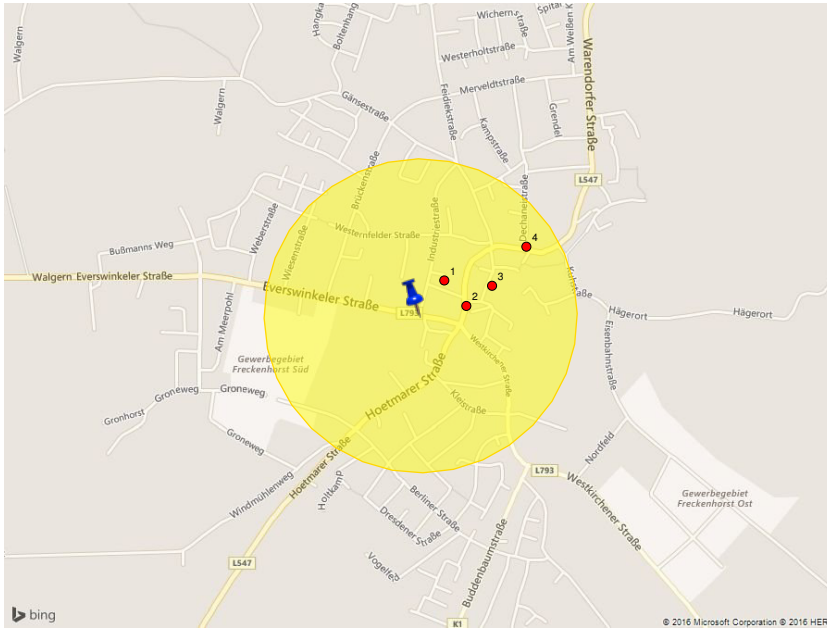
Liste der Apotheken (im Umkreis von 500m, Ausgabe als Gehzeit)

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Kreuz-Apotheke Sabine Vettin	Warendorfer Str. 44	48231	Warendorf	innere	0,4 km	5,4 Min
2	Stifts-Apotheke	Industriestr. 24	48231	Warendorf	mittlere	0,5 km	6,0 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.



Legende



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

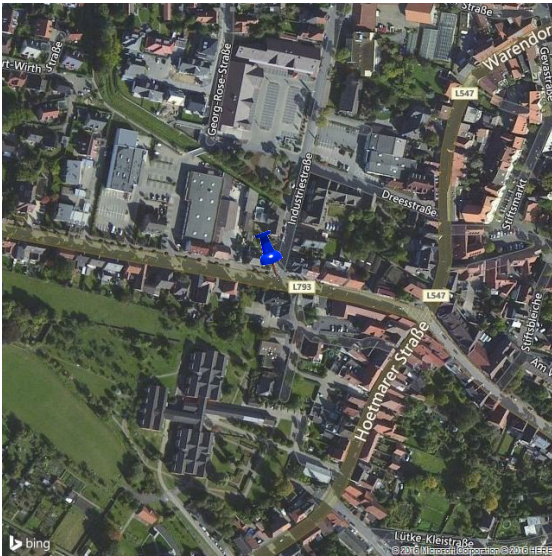
Liste der Banken und Geldautomaten (im Umkreis von 500m, Ausgabe als Gehzeit)

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Deutsche Post	Industriestraße	48231	Warendorf	innere	0,2 km	2,3 Min
2	Volksbank	Warendorfer Straße 10	48231	Warendorf	innere	0,2 km	2,4 Min
3	Sparkasse	Stiftsmarkt 10	48231	Freckenhorst	innere	0,3 km	4,0 Min
4	Volksbank	Dechaneistraße 17	48231	Warendorf	innere	0,5 km	6,6 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	mittel	0
Absatzorientierte Standortfaktoren	Absatzpotenzial	Zentrenreichbarkeit	mittel	0
		Bevölkerungsdichte	niedrig	-
	Ertragspotenzial	Einkünfte je Steuerpflichtigem(r)	hoch	+
Arbeitsorientierte Standortfaktoren	Arbeitsmarkt	Arbeitslosenquote	niedrig	+
Abgabeorientierte Standortfaktoren	Steuern	Grundsteuer B	hoch	-
		Gewerbsteuer	hoch	-
Infrastrukturelle Standortfaktoren	Verkehrsanbindung für Kunden	Zentrenreichbarkeit	mittel	0

Mikro-Analyse (Einzugsgebiet und Standort)

Kategorie		Merkmal	Wert	Bewertung
Absatzorientierte Standortfaktoren	Umsatzpotenzial	Index der allgemeinen Kaufkraft im inneren Einzugsgebiet	niedrig	-
		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 Peripheräumen.

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

Arbeitslosenquote, Grundsteuer B und Gewerbsteuer 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.