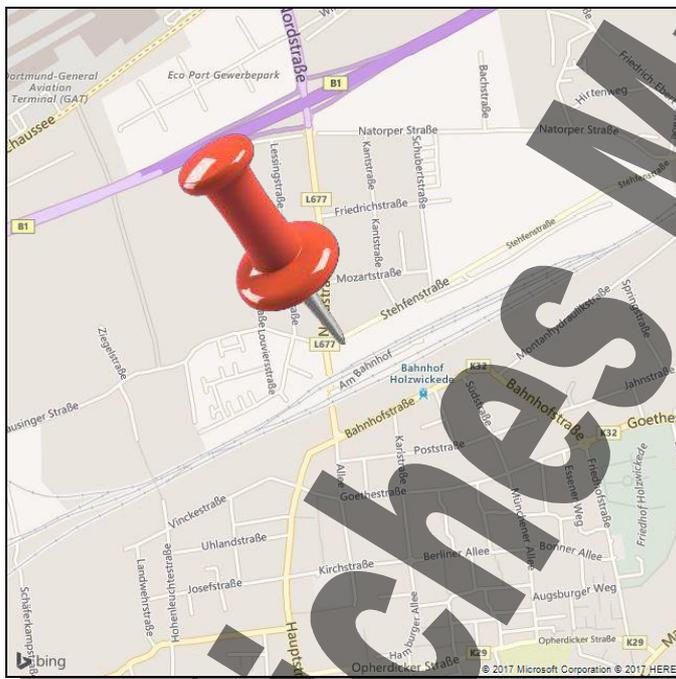


Standortcheck

für das Objekt Rewe Getränkemarkt



Stehfenstraße 4
59439 Holzwickede

Inhalt:

1. Marktcharakteristik
2. Potenzialprognosen
3. Kundenmagnete und Kooperationspartner

Haftungsausschluss

"Der Online Standortcheck" und "Der City Check" sind Services der gb consite GmbH. Vervielfältigung und Weiterverkauf dieses Berichtes, auch auszugsweise, sind strengstens untersagt.

Geodaten © OpenStreetMap und © Microsoft Bing Maps oder © Google Inc.

Marktinformationen (einzelhandelsrelevante Kaufkraft, allgemeine Kaufkraft, Zentralität) © panadress marketing intelligence GmbH, 2016

Statistische Daten (Gemeindedaten, Branchenlisten) © Destatis 2016, Regionaldatenbank Deutschland; Gebietsstand der Gemeinden 31.12.2015.

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

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

gb consite GmbH
Mittenheimer Straße 58
85764 Oberschleißheim

Geschäftsführer
Malte Geschwinder
Knut Büscher

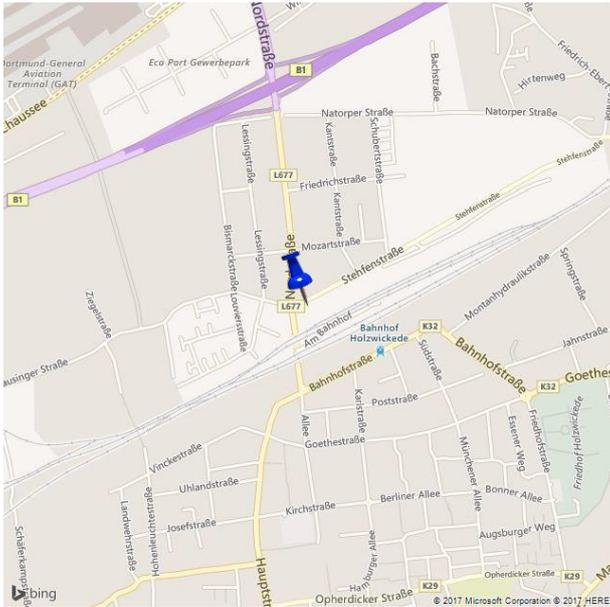
Sitz
Oberschleißheim

Amtsgericht München
HRB 168433

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

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

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

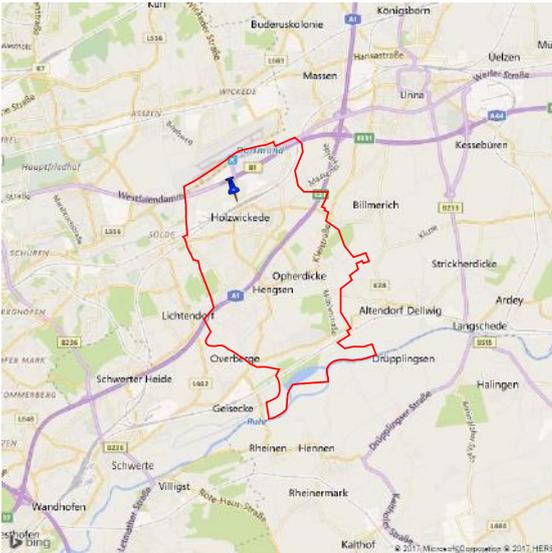


Objekt	Rewe Getränkemarkt
Adresse	Stehfenstraße 4 59439 Holzwickede
Geschäftsart	Einzelhandel
Branche	Nahrungs-, Genussmittel
Sortiment	Bier; Spirituosen; Wasser, nichtalkohol. Getränke; Wein, Sekt
Fläche	200 m ²
Analyse-ID	12085
Anmeldename	michael.terwesten@gbconsite.de
Paket	Basis
PayPal Transaktions ID	
Preis	(inkl. MwSt.)
Datum	18.04.2017

Inhaltsverzeichnis

Titel	Seite
Inhalt	2
1. Marktcharakteristik	
Ihr Standort Rewe Getränkemarkt in Holzwickede	3
Ihr Einzugsgebiet zu Standort "Rewe Getränkemarkt"	4
Wettbewerber im Einzugsgebiet zu Standort "Rewe Getränkemarkt"	5
2. Potenzialprognosen	
Wahrscheinlichkeit, dass am Standort "Rewe Getränkemarkt" eingekauft wird	7
Ihr Kundenpotenzial für Standort "Rewe Getränkemarkt"	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 – Bäckereien und Konditoreien	14
Frequenzbringer – Banken und Geldautomaten	15
Standortcheck – Zusammenfassung	16

Unverkäufliches Muster



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

Die Zentralräume sind große, zusammenhängende städtische Siedlungsgebiete und Siedlungs- und Verkehrskorridore, die sich nicht nur durch hohe Bevölkerungskonzentrationen, sondern auch durch ihr gebündeltes Angebot an Beschäftigungsmöglichkeiten und Versorgungseinrichtungen auszeichnen. Insbesondere spielt das Netz der Fernstraßen eine wesentliche Rolle für die Zugänglichkeit und damit für die Vermittlung räumlicher Standortattraktivität. Auf lediglich elf Prozent der Fläche des Bundesgebietes konzentrieren sich 49 % der Bevölkerung und sogar 57 % der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. Die durchschnittliche Bevölkerungsdichte beträgt hier ca. 1.000 Einwohner je km². Der Zentralraum nimmt damit eine herausragende Stellung im Raumgefüge ein. In den Zentralräumen sind es die Kernstädte, die einen inneren Zentralraum herausbilden. Die Bevölkerungsdichten des inneren Zentralraums liegen mit knapp 1.700 Einwohnern je km² um ein Vielfaches höher als diejenigen des äußeren Zentralraums mit rund 500 Einwohnern je km² der relativ hoch verdichtet ist.

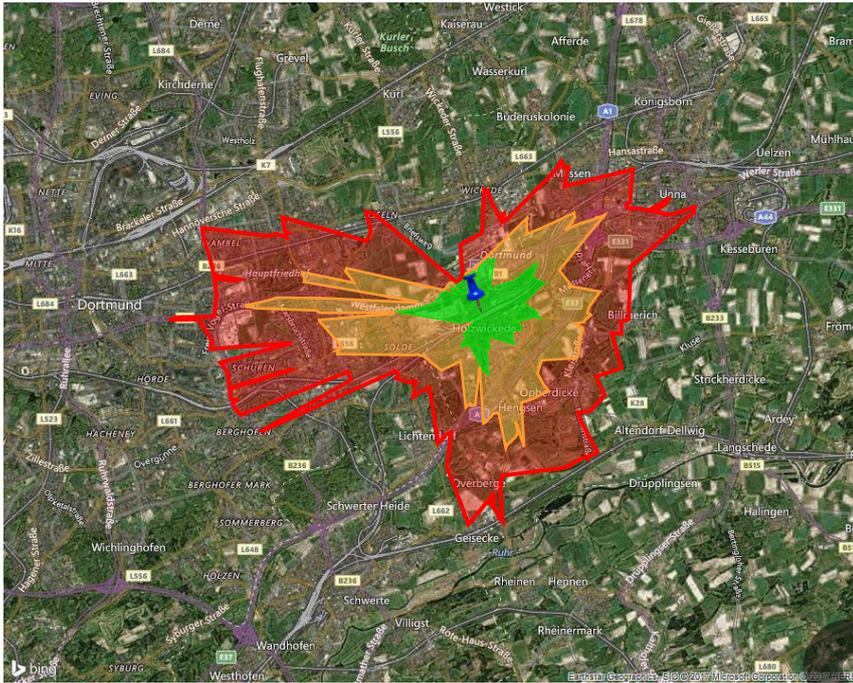
Standortfaktoren für Holzwickede

Merkmal		Holzwickede	BRD	Anteil/Vergleich
Bevölkerung	gesamt	16.722	81.197.537	0,0206 %
	Anteil der 0-15 jährigen	12,46 %	13,16 %	-0,70 %
	Anteil der 15-65 jährigen	62,83 %	65,79 %	-2,97 %
	Anteil der über 65 jährigen	24,71 %	21,05 %	+3,66 %
	Einkünfte je Steuerpflichtigem(r)	34.904,64 €	32.284,81 €	+8,11 %
	Bevölkerungsdichte [Einwohner/km ²]	748	227	+229,15 %
	Zuwanderung bezogen auf Gesamtbevölkerung	5,72 %	6,67 %	-0,95 %
Abwanderung bezogen auf Gesamtbevölkerung		5,38 %	5,99 %	-0,61 %
	gesamt	6.013	30.048.103	0,0200 %
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	Bezogen auf 15-65 Jährige	57,23 %	56,25 %	+0,99 %
	Ausländer von gesamt	4,66 %	8,21 %	-3,55 %
	Beschäftigtendichte [Beschäftigte/km ²]	268,92	84,08	+219,84 %
Arbeitslose	gesamt	573	2.794.664	0,0205 %
	Bezogen auf 15-65 Jährige	5,45 %	5,23 %	+0,22 %
	Ausländer von gesamt	18,15 %	20,16 %	-2,01 %
Landwirtschaft	Betriebe gesamt	19	374.514	0,0051 %
	Betriebe bezogen auf 1000 Einwohner	1,14	4,61	-75,37 %
	Anteil landwirtschaftlicher Nutzfläche	45,21 %	51,66 %	-6,44 %
Verarbeitendes Gewerbe	Betriebe gesamt	8	45.406	0,0176 %
	Beschäftigte bezogen auf Gesamtbevölkerung	6,85 %	7,54 %	-0,69 %
	Beschäftigte bezogen auf 15-65 Jährige	10,91 %	11,46 %	-0,55 %
Gebäude	gesamt	3.852	18.110.835	0,0213 %
	Wohnungen	8.161	40.318.513	0,0202 %
	durchschn. Wohnfläche [m ²]	88,36	85,00	+3,36 %
Tourismus	Beherbergungsbetriebe	3	51.865	0,0058 %
	Gästebetten	206	3.563.595	0,0058 %
	Gästeübernachtungen gesamt	0	424.061.525	0,0000 %
	Gästeübernachtungen je Einwohner	0,00	5,22	-100,00 %
	gesamt	75	389.167	0,0193 %
bezogen auf 1000 Einwohner		4,49	4,79	-6,42 %
	Steuern und steuerähn. Einnahmen je Einw.	Keine Angabe	978,95 €	Keine Angabe
Steuern und Politik in der Gemeinde	Gewerbesteuerhebesatz	460 %	399 %	61 %
	Grundsteuer B	560 %	455 %	105 %
	Bundestagswahl September 2013	SPD		36,88 %
	letzte Landtagswahl vor 2017	SPD		46,76 %

Erläuterung

Die statistischen Daten repräsentieren verschiedene **Standortfaktoren** der Gemeinde Ihres Standortes und stellen diese den durchschnittlichen Werten für die Bundesrepublik Deutschland gegenüber. Sie können so z.B. leicht ablesen, ob an Ihrem Standort überdurchschnittlich viele junge oder alte Menschen zu erwarten sind, ob die Einkünfte höher oder der Anteil arbeitsloser Ausländer niedriger ist. Alle Faktoren, die im Zusammenhang mit den Einwohnern stehen, geben auch wichtige Hinweise auf die zu erwartende **Zielgruppe** an Ihrem Standort! Einen wichtigen **Kostenfaktor** stellen die Gewerbesteuern dar. Oben stehende Tabelle zeigt den Gewerbesteuerhebesatz sowie die Grundsteuer B (für Eigentümer von Gewerbeimmobilien) im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. Anteile (bezogen auf die BRD) werden schwarz, vergleichende Werte (mehr oder weniger im Vergleich zur BRD) werden **blau** und **kursiv** dargestellt. Datenquelle: Destatis 2016, 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	12.089	18.801	85.707	116.598	81.197.537
Büroarbeitsplätze	5.134	3.392	16.323	24.849	18.056.947
Bevölkerungsdichte [Einwohner/km²]	1.603	1.028	1.863	1.623	227
Anteil der 0-15 jährigen [%]	11,73	13,45	13,91	13,61	13,15
Anteil der 15-25 jährigen [%]	10,56	10,07	11,13	10,90	10,65
Anteil der 25-50 jährigen [%]	21,29	21,19	22,79	22,38	24,87
Anteil der 50-65 jährigen [%]	30,80	30,70	29,36	29,73	30,29
Anteil der über 65 jährigen [%]	25,61	24,59	22,81	23,39	21,03
Anteil der Frauen [%]	51,79	51,68	51,59	51,62	50,94
Ausländeranteil [%]	6,25	7,15	10,70	9,67	9,22
Anzahl der Haushalte	5.546	9.016	42.136	56.699	40.225.798
Einwohner pro Haushalte	2,2	2,1	2,0	2,1	2,0
Anteil der Erwerbstätigen [%]	50,04	49,32	47,03	47,71	50,48
Arbeitslosenquote [%]	6,86	8,56	9,79	9,27	6,18
Index der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft	103,92	108,85	100,77	102,40	100,00
Index des Einzelhandelsumsatzes	126,58	98,36	92,06	96,65	100,00
Zentralitätsindex	122	90	91	94	100

Erläuterung

Gemäß Ihren eigenen Angaben erwarten Sie ein **Einzugsgebiet von bis zu 10 Minuten Fahrweg um Ihre Verkaufsstätte.**

Dieses Einzugsgebiet ist dreigeteilt, wobei nach den Grundsätzen der Handelsforschung von Kunden der inneren Zone (0-4 Minuten) der weitaus größte Teil Ihres Umsatzes (bis zu 70%) hervorgerufen wird. Von Kunden der zweiten Zone (4-7 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 und den tatsächlichen Kundenpotenzialen differenzierter darstellen, sodass Sie sehr genau sehen können, von wo genau innerhalb Ihres Einzugsgebietes Sie den meisten Umsatz zu erwarten haben.

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

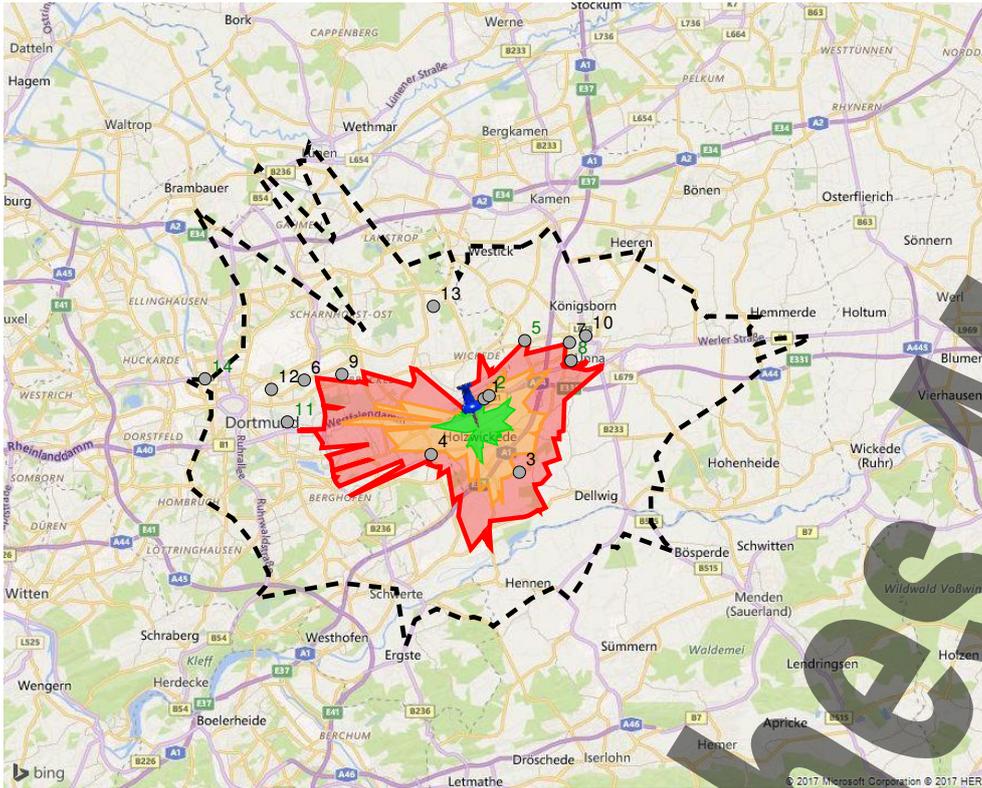
Unter der **einzelhandelsrelevanten Kaufkraft** versteht man dabei denjenigen Teil des "verfügbaren Einkommens", welcher der Wohnbevölkerung eines bestimmten Gebietes für Ausgaben im Einzelhandel (ohne Einzelhandel mit Kraftfahrzeugen, Kfz-Teilen, Brennstoffen, Tankstellen, mit den Umsätzen des Lebensmittelhandwerks) zur Verfügung steht. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft beträgt in der Bundesrepublik Deutschland derzeit knapp 30% der gesamten Kaufkraft.

Die **Umsätze im Einzelhandel** wurden nach der amtlichen Klassifikation der Wirtschaftszweige erfasst und anhand der Umsatzentwicklungen aus der Umsatzsteuerstatistik unter Einbeziehung der Eröffnungen und Schließungen von Ladengeschäften fortgeschrieben.

Die Relation aus Einzelhandelsumsatz zu einzelhandelsrelevanter Kaufkraft der Wohnbevölkerung bildet die **Einzelhandelszentralität**. Übersteigt der Umsatz im Einzelhandel die am Ort verfügbare Kaufkraft der Wohnbevölkerung, handelt es sich um ein Gebiet mit **Kaufkraftzufluss**, umgekehrt ein Gebiet mit **Kaufkraftabfluss**. Der Zentralitätsindex zeigt das Maß an Attraktivität ("Magnetwirkung") eines Gebiets für sein Umland.

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

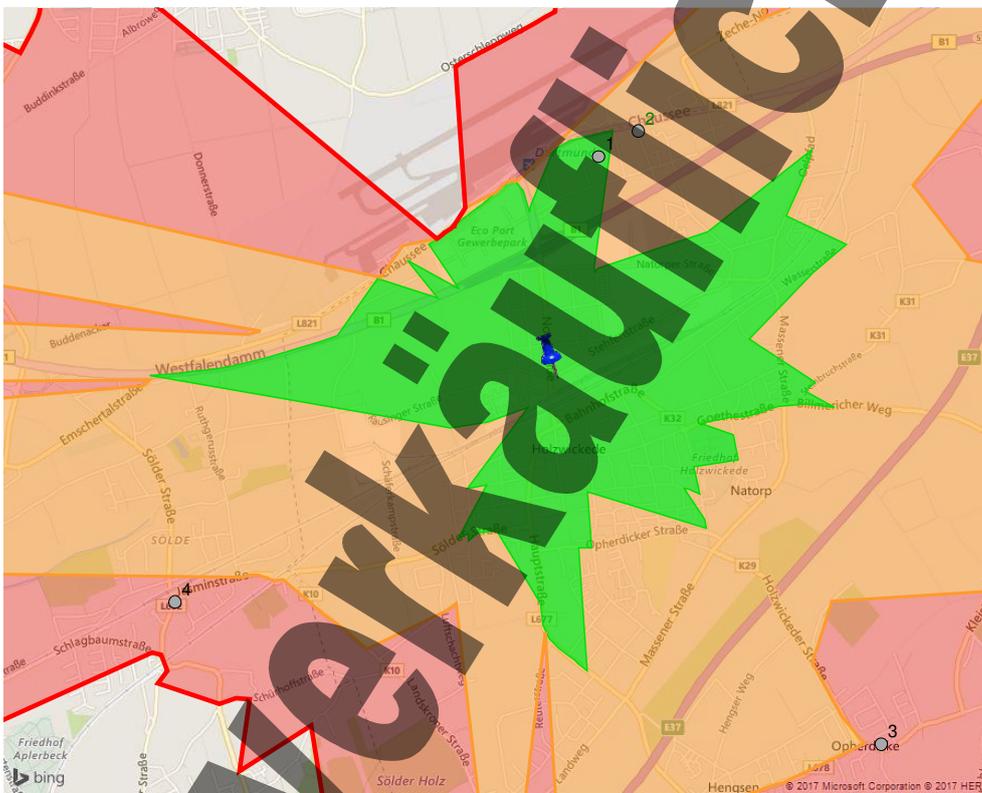
Datenquelle: panadress marketing intelligence GmbH 2016



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

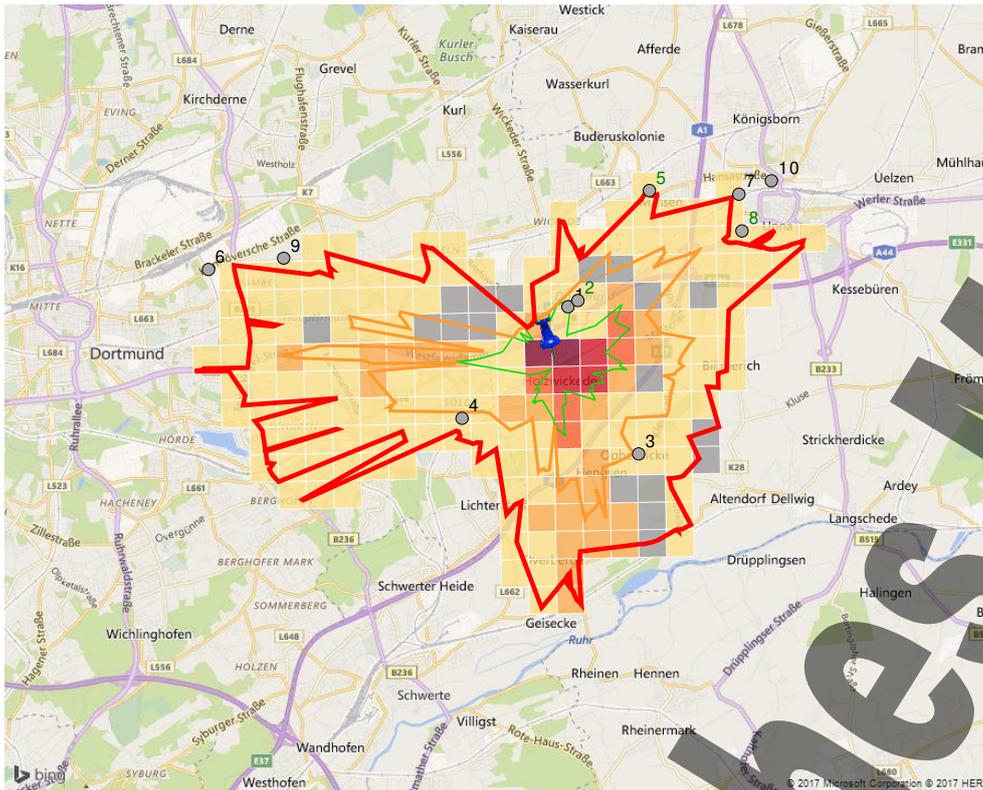
	Name	Straße	PLZ	Ort	Fläche	Wegstrecke	Zeit
1	Getränke Gerhardt GmbH	Zur Alten Kolonie 2	59439	Holzwickede	200 m ²	2,0 km	5 Min
2	Dursty Getränkemarkte GmbH & Co. KG	Sachsenstr. 12	59439	Holzwickede	250 m ²	1,9 km	5 Min
3	Getränke-Fachgroßhandel Schmidt, Inh. und Kirstein e.K.	Dorfstr. 52a	59439	Holzwickede	100 m ²	3,4 km	8 Min
4	GPG Getränke GmbH	Sölder Str. 118	44289	Dortmund	200 m ²	3,0 km	9 Min
5	Dursty Getränkemarkte GmbH & Co. KG	Massener Bahnhofstr. 10	59427	Unna	200 m ²	5,4 km	11 Min
6	Trinkgut Kirchner e.K.	Hannöversche Str. 52a	44143	Dortmund	200 m ²	10,7 km	11 Min
7	Getränke Krieger GmbH	Mühlenstr. 28	59425	Unna	300 m ²	6,3 km	12 Min
8	Dursty Getränkemarkte GmbH & Co. KG	Falkstr. 14	59423	Unna	120 m ²	6,1 km	13 Min
9	Getränke Arena Logistik GmbH	Botdingweg 1	44309	Dortmund	200 m ²	8,2 km	14 Min
10	Trink & Spare Getränkemarkte GmbH	Hansastr. 16	59425	Unna	200 m ²	8,1 km	14 Min
11	Dursty Getränkemarkte GmbH & Co. KG	Semerteichstr. 25	44141	Dortmund	200 m ²	9,5 km	14 Min
12	Trink & Spare Getränkemarkte GmbH	Klönnestr. 94	44143	Dortmund	200 m ²	13,6 km	15 Min
13	HSE GmbH Getränkegroßhandel (Kooperationspartner: Savas Kurt)	Flemerskamp 67	44319	Dortmund	300 m ²	9,9 km	17 Min
14	Dursty Getränkemarkte GmbH & Co. KG	Mallinckrodtstr. 313	44147	Dortmund	200 m ²	16,2 km	26 Min

Erläuterung

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

Erfasst wurden sowohl Wettbewerber innerhalb des Einzugsgebietes als auch solche, die zwar außerhalb der Reichweite Ihres Standortes liegen, aber durchaus für einige Ihrer potenziellen Kunden bequem erreichbar sein können. In der Regel ist diese Erreichbarkeit begrenzt durch die **verdoppelte Geh- oder Fahrzeit Ihres gesamten Einzugsgebietes**, da sich maximal so Ihr Einzugsgebiet mit dem eines Wettbewerbers überschneiden kann. Diese Zone ist in der Karte durch die äußere, **gestrichelte Linie** gekennzeichnet.

Für die Bestimmung der Einkaufswahrscheinlichkeit bzw. des Kunden- und Umsatzpotenzials (nur Pluspaket) wurde die Fahrzeit zwischen diesen Wettbewerbsstandorten und den Teilflächen innerhalb Ihres gesamten Einzugsgebietes ermittelt und durch eine Modellberechnung mit dem Attraktivitätsmerkmal (Fläche) der Konkurrenten sowie der sortimentsbezogenen Kaufkraft kombiniert. Hierbei sind die stärksten Konkurrenten die, die **Ihrem Standort am nächsten** sind und mit einer großen Fläche und somit **einem umfangreichen Warenangebot Kunden anziehen**.



Legende

- Ihr Standort
- Wettbewerber-ID
- Standorte Ihrer Wettbewerber
- Einzugsgebiet**
- 4 Fahrminuten
- 7 Fahrminuten
- 10 Fahrminuten
- Einkaufswahrscheinlichkeit (%)**
- 0,03 - 13,23
- 13,23 - 26,43
- 26,43 - 39,64
- 39,64 - 52,84
- 52,84 - 66,04
- Teilfläche ohne Besiedlung

Einkaufswahrscheinlichkeit - Tops

Standort	Wahrscheinlichkeit gesamt	Tops	Teilfläche	Wahrscheinlichkeit
Einzugsgebiet Rewe Getränkemarkt	11,01 %	1	Friedrichstraße (Holzwickede)	66,04 %
		2	Ruhrschnellweg (Holzwickede)	56,21 %
		3	Nordstraße (Holzwickede)	49,61 %
		4	Eibenstraße 5 (Holzwickede)	48,30 %
		5	Montanhydraulikstraße (Holzwickede)	45,72 %
		6	Carolinentallee (Holzwickede)	36,51 %
		7	Otto-Hue-Straße (Holzwickede)	35,40 %
		8	Allee (Holzwickede)	34,09 %
		9	Massener Straße (Holzwickede)	29,48 %
		10	Am Stuckenbergr (Holzwickede)	29,00 %
		11	Massener Straße (Holzwickede)	26,27 %
		12	Gottlieb-Daimler-Straße (Holzwickede)	25,12 %
		13	Emscherweg (Holzwickede)	24,83 %
		14	Am Stuckenbergr (Unna)	20,72 %
		15	Massener Straße (Holzwickede)	20,67 %

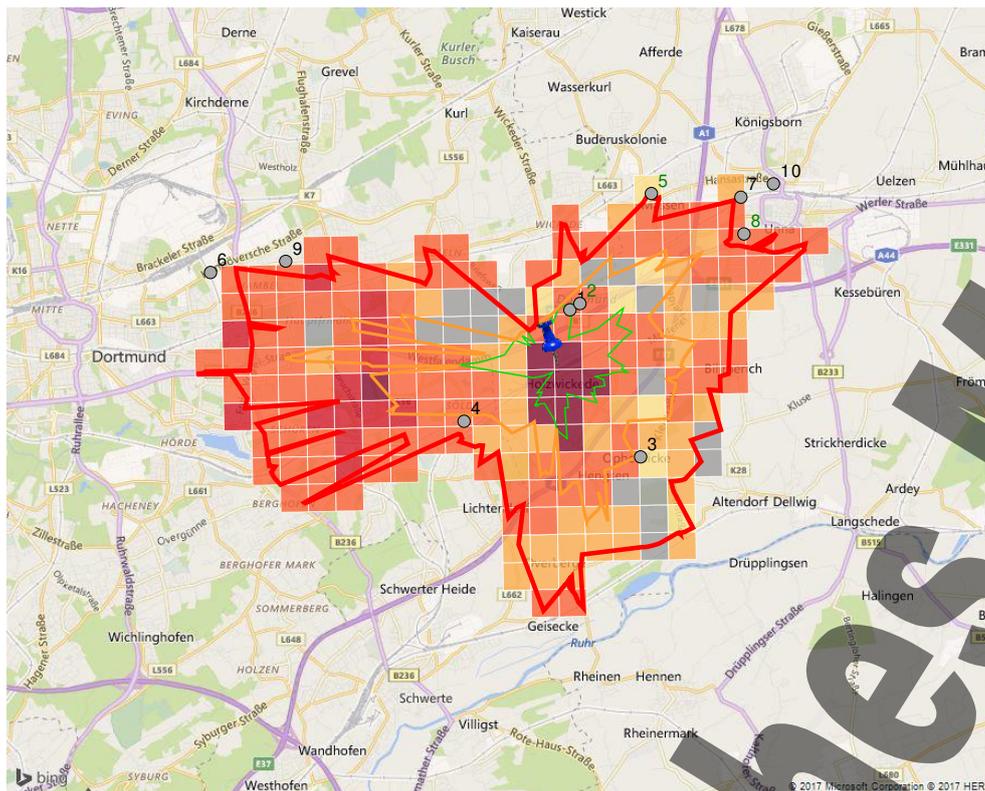
Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit
1	Getränke Gerhardt GmbH	200 m ²	5 Min
2	Dursty Getränkemarkte GmbH & Co. KG	250 m ²	5 Min
3	Getränke-Fachgroßhandel Schmidt, Inh. und Kirstein e.K.	100 m ²	8 Min
4	GPG Getränke GmbH	200 m ²	9 Min
5	Dursty Getränkemarkte GmbH & Co. KG	200 m ²	11 Min
6	trinkgut Kirchner e.K.	200 m ²	11 Min
7	Getränke Krieger GmbH	300 m ²	12 Min
8	Dursty Getränkemarkte GmbH & Co. KG	120 m ²	13 Min
9	Getränke Arena Logistik GmbH	200 m ²	14 Min
10	Trink & Spare Getränkemarkte GmbH	200 m ²	14 Min

Erläuterung

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

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

Die Einkaufswahrscheinlichkeit ist keine absolute Größe, sondern das abstrakte Ergebnis der Modellberechnung nach der Huff-Methode. Die Kernaussage ist: „**von wo kommen meine Kunden?**“; die Frage, wie viele es sein werden oder wie viel Umsatz durch diese erzielt werden kann, wird anschließend mit dem **Kunden- bzw. Umsatzpotenzial** (Umsatzpotenzial nur im Pluspaket) beantwortet. Der Mehrwert der Kartendarstellung liegt vor allem in der Verdeutlichung der Konkurrenzsituation; das Kräftespiel zwischen Ihnen und Ihren Wettbewerbern wird sehr gut erkennbar.



Legende

- Ihr Standort
- Wettbewerber-ID
- Standorte Ihrer Wettbewerber
- Einzugsgebiet**
- 4 Fahrminuten
- 7 Fahrminuten
- 10 Fahrminuten
- Kundenpotenzial**
- 0 - 0
- 0 - 7
- 7 - 133
- 133 - 258
- 258 - 997
- Teilfläche ohne Besiedlung

Kundenpotenzial für Ihren Standort - Tops

Kundenbindung Ihres Standortes		Kunden	Tops		Teilfläche	Kundenpotenzial
Einzugsgebiet Rewe Getränkemarkt		12.646	1	Nordstraße (Holzwickede)		997
			2	Friedrichstraße (Holzwickede)		759
			3	Eibenstraße 5 (Holzwickede)		637
			4	Ruhrschnellweg (Holzwickede)		505
			5	Allee (Holzwickede)		456
			6	Otto-Hue-Straße (Holzwickede)		429
			7	Carolinental (Holzwickede)		364
			8	Petershagenstraße (Dortmund)		294
			9	Emscherweg (Holzwickede)		258
			10	Kameradschaftsweg (Dortmund)		205
			11	Am Rabensmorgen (Dortmund)		204
			12	Am Kattenbrauck 35 (Dortmund)		199
			13	Holzwickeder Straße (Dortmund)		195
			14	Böckmannstraße (Dortmund)		194
			15	Hörder Straße (Dortmund)		175

Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit
1	Getränke Gerhardt GmbH	200 m ²	5 Min
2	Dursty Getränkemarkte GmbH & Co. KG	250 m ²	5 Min
3	Getränke-Fachgroßhandel Schmidt, Inh. und Kirstein e.K.	100 m ²	8 Min
4	GPG Getränke GmbH	200 m ²	9 Min
5	Dursty Getränkemarkte GmbH & Co. KG	200 m ²	11 Min
6	trinkgut Kirchner e.K.	200 m ²	11 Min
7	Getränke Krieger GmbH	300 m ²	12 Min
8	Dursty Getränkemarkte GmbH & Co. KG	120 m ²	13 Min
9	Getränke Arena Logistik GmbH	200 m ²	14 Min
10	Trink & Spare Getränkefachmärkte GmbH	200 m ²	14 Min

Erläuterung

Das Kundenpotenzial für Ihren Standort gibt an, wie viele potenzielle Kunden innerhalb Ihres Einzugsgebietes zu erwarten sind. Die Prognose wurde ermittelt aus der Einkaufswahrscheinlichkeit und der, den Teilflächen Ihres Einzugsgebietes zu Grunde liegenden Einwohnerzahl.

Die erste Tabelle gibt das Kundenpotenzial des gesamten Einzugsgebietes an.

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

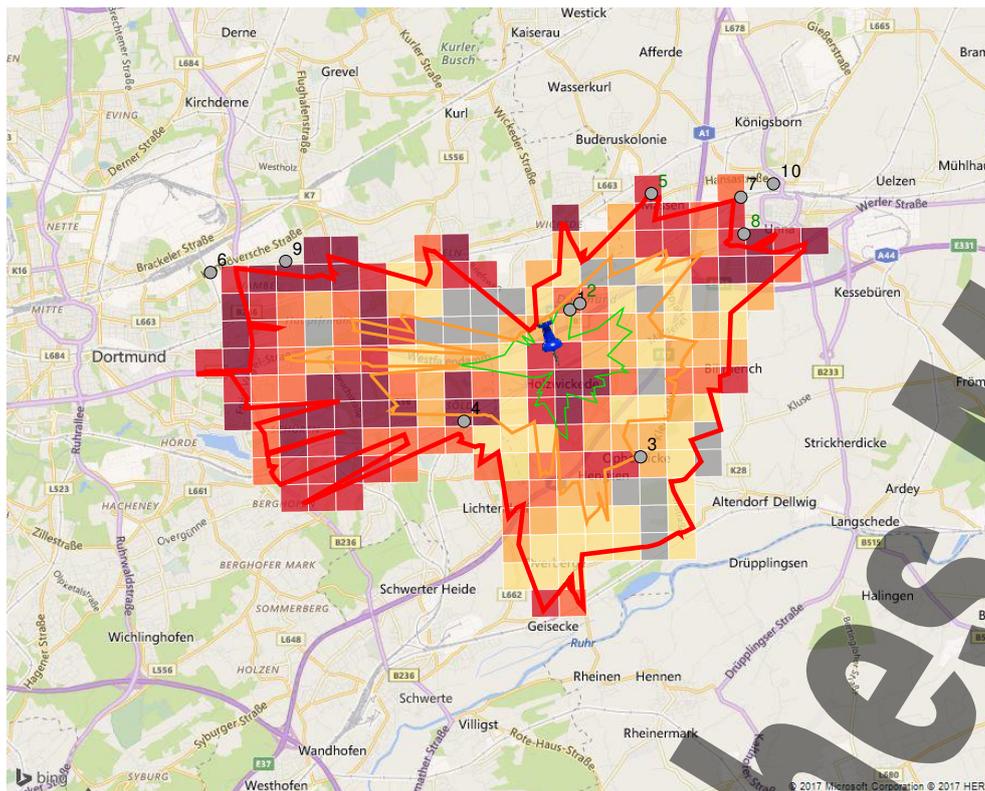
Das Kundenpotenzial liefert eine absolute Größe. Die Kernaussage ist: „von wo kommen die meisten Kunden?“.

Dies beantwortet aber nicht unbedingt die Frage „von wo kommt der meiste Umsatz?“, da es z.B. durchaus Teilflächen mit vorrangig wohlhabender Bevölkerung geben kann, die trotz geringem Kundenpotenzial (wenig Einwohner) ein hohes Umsatzpotenzial bieten können (wegen höherer Einkommen).

Der Mehrwert der Kartendarstellung liegt vor allem in der Verdeutlichung Ihrer Potenzialgebiete für Stammkundschaft.

Für einen gezielten und effizienten Werbemitteleneinsatz 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 - 53
- 53 - 244
- 244 - 656
- 656 - 1.264
- 1.264 - 2.987
- Teilfläche ohne Besiedlung

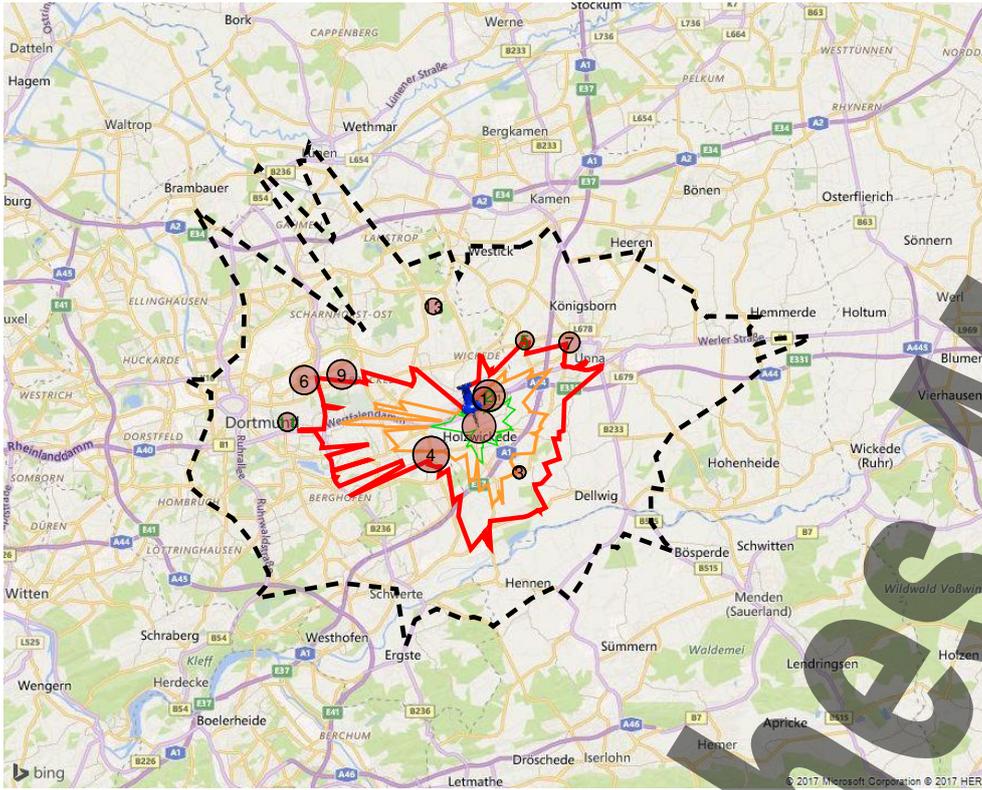
Kundenpotenzial für alle Wettbewerber - Tops

Kundenbindung aller Wettbewerber		Kundenpotenzial	Tops		Teilfläche	Kundenpotenzial
Einzugsgebiet Rewe Getränkemarkt		116.598	1	Am Rabensmorgen (Dortmund)		2.987
			2	Hörder Straße (Dortmund)		2.852
			3	Höhfuhr (Dortmund)		2.605
			4	Wambeler Hellweg (Dortmund)		2.504
			5	Petershagenstraße (Dortmund)		2.020
			6	Nordstraße (Holzwickede)		2.011
			7	Tannenweg (Unna)		1.966
			8	Breierspfad (Dortmund)		1.924
			9	Spiegelstraße (Dortmund)		1.894
			10	Auf der Burg (Dortmund)		1.879
			11	Kameradschaftsweg (Dortmund)		1.787
			12	Holzwickeder Straße (Dortmund)		1.755
			13	Binsengarten (Dortmund)		1.747
			14	Westfalendamm (Dortmund)		1.626
			15	Am Kattenbrauck 35 (Dortmund)		1.621

Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit
1	Getränke Gerhardt GmbH	200 m ²	5 Min
2	Dursty Getränkemarkte GmbH & Co. KG	250 m ²	5 Min
3	Getränke-Fachgroßhandel Schmidt, Inh. und Kirstein e.K.	100 m ²	8 Min
4	GPG Getränke GmbH	200 m ²	9 Min
5	Dursty Getränkemarkte GmbH & Co. KG	200 m ²	11 Min
6	trinkgut Kirchner e.K.	200 m ²	11 Min
7	Getränke Krieger GmbH	300 m ²	12 Min
8	Dursty Getränkemarkte GmbH & Co. KG	120 m ²	13 Min
9	Getränke Arena Logistik GmbH	200 m ²	14 Min
10	Trink & Spare Getränkefachmärkte GmbH	200 m ²	14 Min

Erläuterung

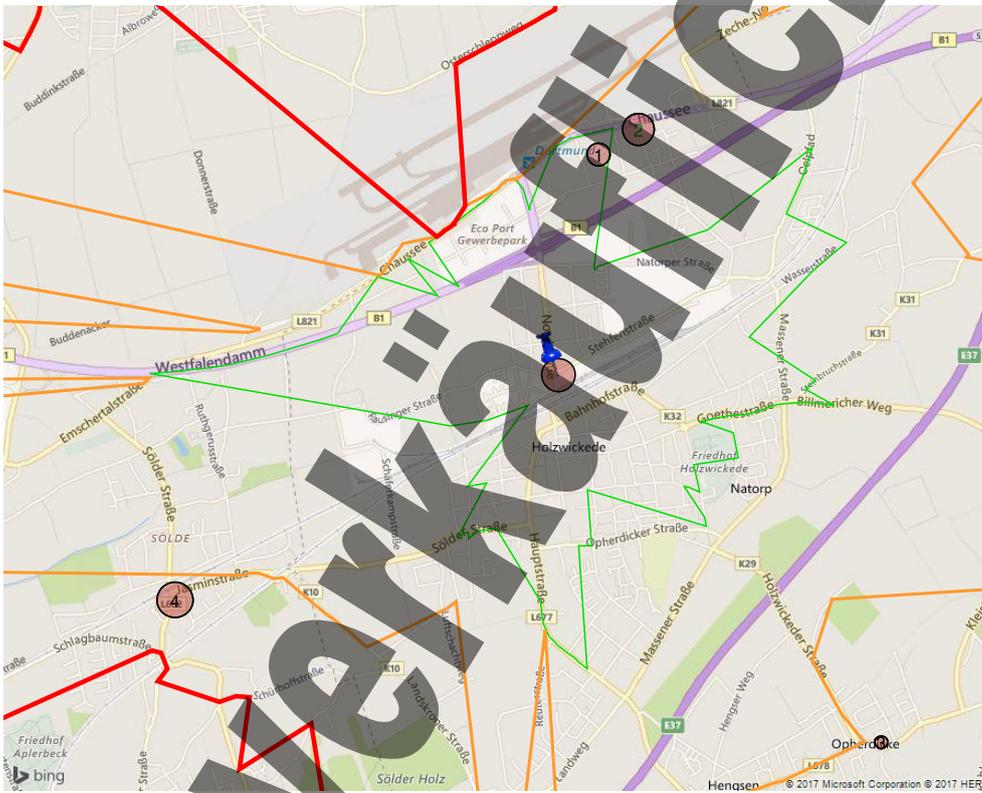
Das Kundenpotenzial für das **gesamte Einzugsgebiet** gibt an, wie viele zu erwartende Kunden **alle Wettbewerber in Summe** erwarten können. Die Prognose wurde ermittelt aus der Abrufwahrscheinlichkeit und der, den Teilflächen Ihres Einzugsgebietes zu Grunde liegenden **Einwohnerzahl**. Die erste Tabelle gibt das Kundenpotenzial des gesamten Einzugsgebietes an. Die **Tops** zeigen die Teilgebiete innerhalb des Einzugsgebietes mit dem höchsten Kundenpotenzial. Diese Teilgebiete sind auch in der Karte unterschiedlich stark eingefärbt. Je **dunkler eine Teilfläche** ist, desto höher ist das gesamte **Kundenpotenzial für alle Wettbewerber**. Auch hier liefert das Kundenpotenzial eine **absolute Größe**. Die Kernaussage ist: „**von wo kommen die meisten zusätzlichen Kunden?**“. Vergleichen Sie mit Seite 8 und finden Sie **so zusätzliche Kundenswerpunkte**. 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 Werbemittelausatz, 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

Unternehmensgeheimnis

Marktanteile der Wettbewerber in Ihrem Einzugsgebiet

Kundenbindung aller Wettbewerber	Kundenpotenzial
Einzugsgebiet Rewe Getränkemarkt	116.598

Standort	Fläche	Zeit	Kundenpotenzial	Marktanteil
Rewe Getränkemarkt	200 m ²	0,0 Min	12.646	10,85 %

Nr.	Die 10 stärksten Wettbewerber im Einzugsgebiet + eigene Marke	Fläche	Zeit	Kundenpotenzial	Marktanteil
4	GPG Getränke GmbH	200 m ²	8,5 Min	13.620	11,68 %
2	Dursty Getränkemarkte GmbH & Co. KG	250 m ²	5,3 Min	11.963	10,26 %
9	Getränke Arena Logistik GmbH	200 m ²	13,8 Min	11.099	9,52 %
6	trinkgut Kirchner e.K.	200 m ²	11,4 Min	10.892	9,34 %
1	Getränke Gerhardt GmbH	200 m ²	5,2 Min	8.748	7,50 %
7	Getränke Krieger GmbH	300 m ²	12,4 Min	7.836	6,72 %
11	Dursty Getränkemarkte GmbH & Co. KG	200 m ²	14,3 Min	7.067	6,06 %
5	Dursty Getränkemarkte GmbH & Co. KG	200 m ²	10,8 Min	6.853	5,88 %
13	HSE GmbH Getränkegroßhandel (Kooperationspartner: Savas Kurt)	300 m ²	17,5 Min	6.045	5,18 %
3	Getränke-Fachgroßhandel Schmidt, Inh. und Kirstein e.K.	100 m ²	7,8 Min	4.850	4,16 %
12	Trink & Spare Getränkefachmärkte GmbH	200 m ²	14,9 Min	4.675	4,01 %
10	Trink & Spare Getränkefachmärkte GmbH	200 m ²	13,9 Min	4.181	3,59 %
8	Dursty Getränkemarkte GmbH & Co. KG	120 m ²	13,2 Min	4.026	3,45 %
14	Dursty Getränkemarkte GmbH & Co. KG	200 m ²	25,8 Min	2.096	1,80 %
	Summe eigene Marke			32.006	27,45 %

Szenario: Einzugsgebiet ohne neuen Standort

Nr.	Wettbewerber der eigene Marke im Einzugsgebiet	Fläche	Zeit	Kundenpotenzial	Kannibalisierungsquote
2	Dursty Getränkemarkte GmbH & Co. KG	250 m ²	5,3 Min	14.071	14,98 %
11	Dursty Getränkemarkte GmbH & Co. KG	200 m ²	14,3 Min	7.821	9,63 %
5	Dursty Getränkemarkte GmbH & Co. KG	200 m ²	10,8 Min	7.497	8,59 %
8	Dursty Getränkemarkte GmbH & Co. KG	120 m ²	13,2 Min	4.409	8,67 %
14	Dursty Getränkemarkte GmbH & Co. KG	200 m ²	25,8 Min	2.335	10,20 %
	Summe eigene Marke			36.132	11,42 %

Erläuterung

Die Darstellung der **Marktanteile der Wettbewerber** gibt an, wie hoch der Anteil an 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.

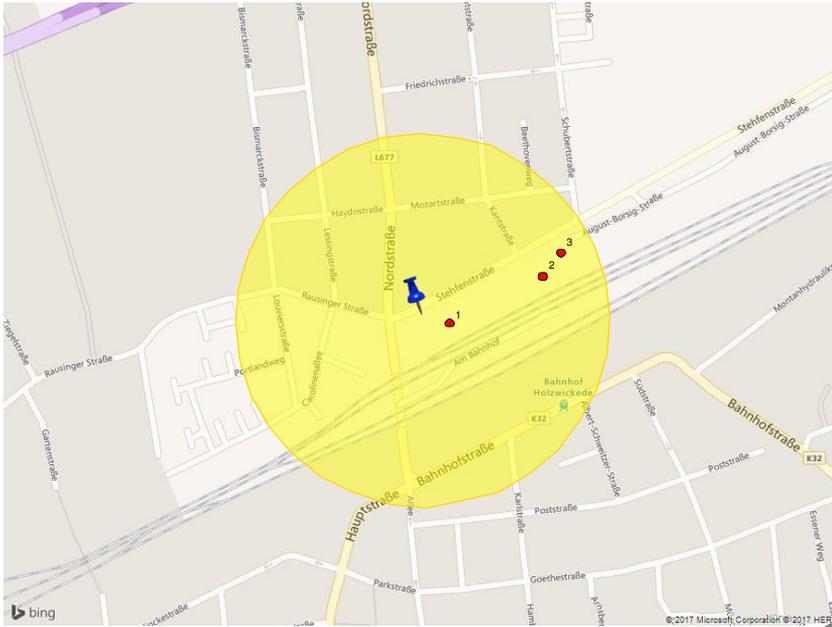
Prüfen Sie, welcher Frequenzbringer auf Ihre Zielgruppe die höchste Anziehungskraft ausübt und gleichzeitig in einem Teilgebiet mit hohem Umsatzpotenzial zu finden ist (siehe Seite (in diesem Paket nicht enthalten), „Umsatzpotenzial für Standort "Rewe Getränkemarkt", **nur Pluspaket**). Dort macht eine 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 – Bäckereien und Konditoreien

Frequenzbringer – Banken und Geldautomaten



Legende



Ihr Standort
 Frequenzbringer-ID
 Standorte der Frequenzbringer
 Umkreis von 300m

Liste der Einkaufszentren, Warenhäuser und Supermärkte (im Umkreis von 300m, Ausgabe als Gehzeit)

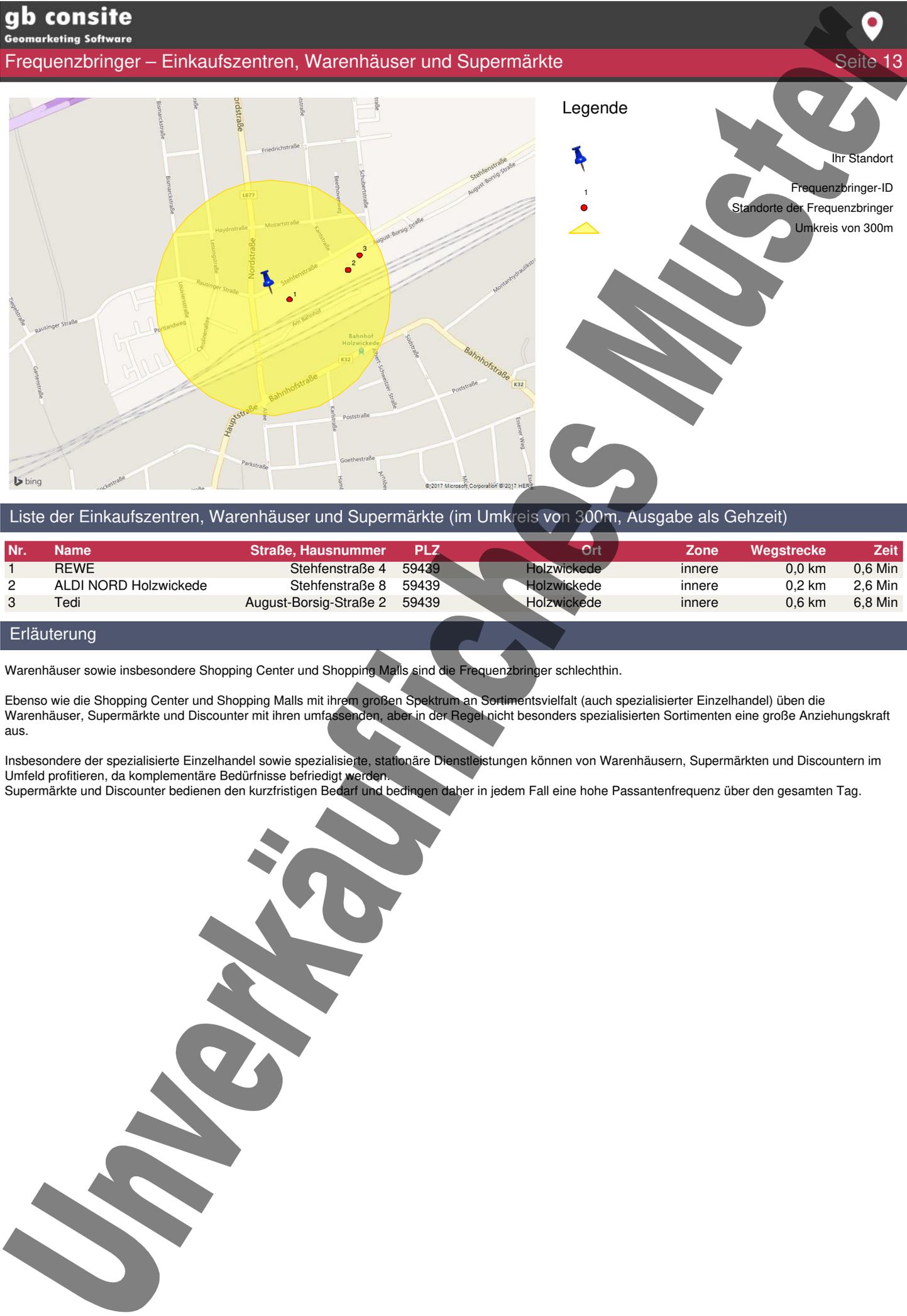
Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	REWE	Stehfenstraße 4	59439	Holzwickede	innere	0,0 km	0,6 Min
2	ALDI NORD Holzwickede	Stehfenstraße 8	59439	Holzwickede	innere	0,2 km	2,6 Min
3	Tedi	August-Borsig-Straße 2	59439	Holzwickede	innere	0,6 km	6,8 Min

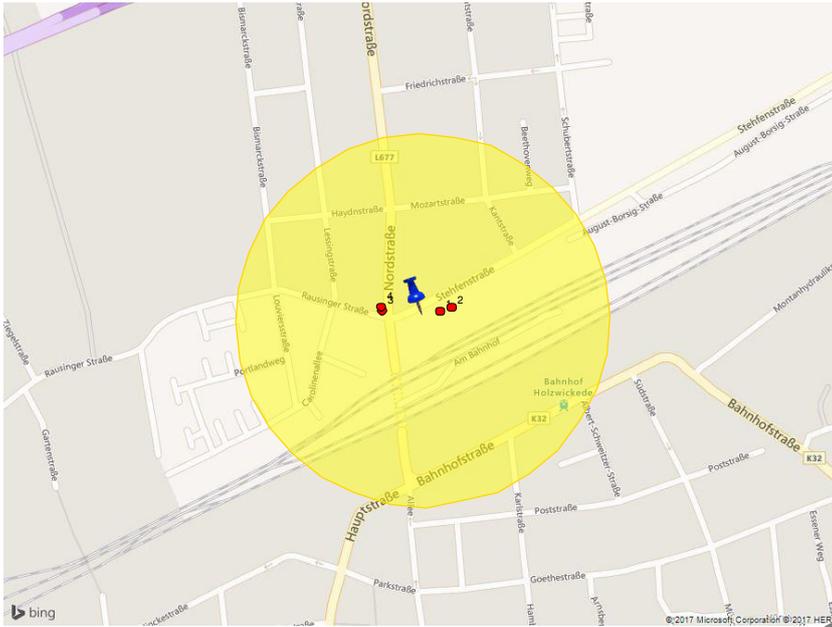
Erläuterung

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 300m

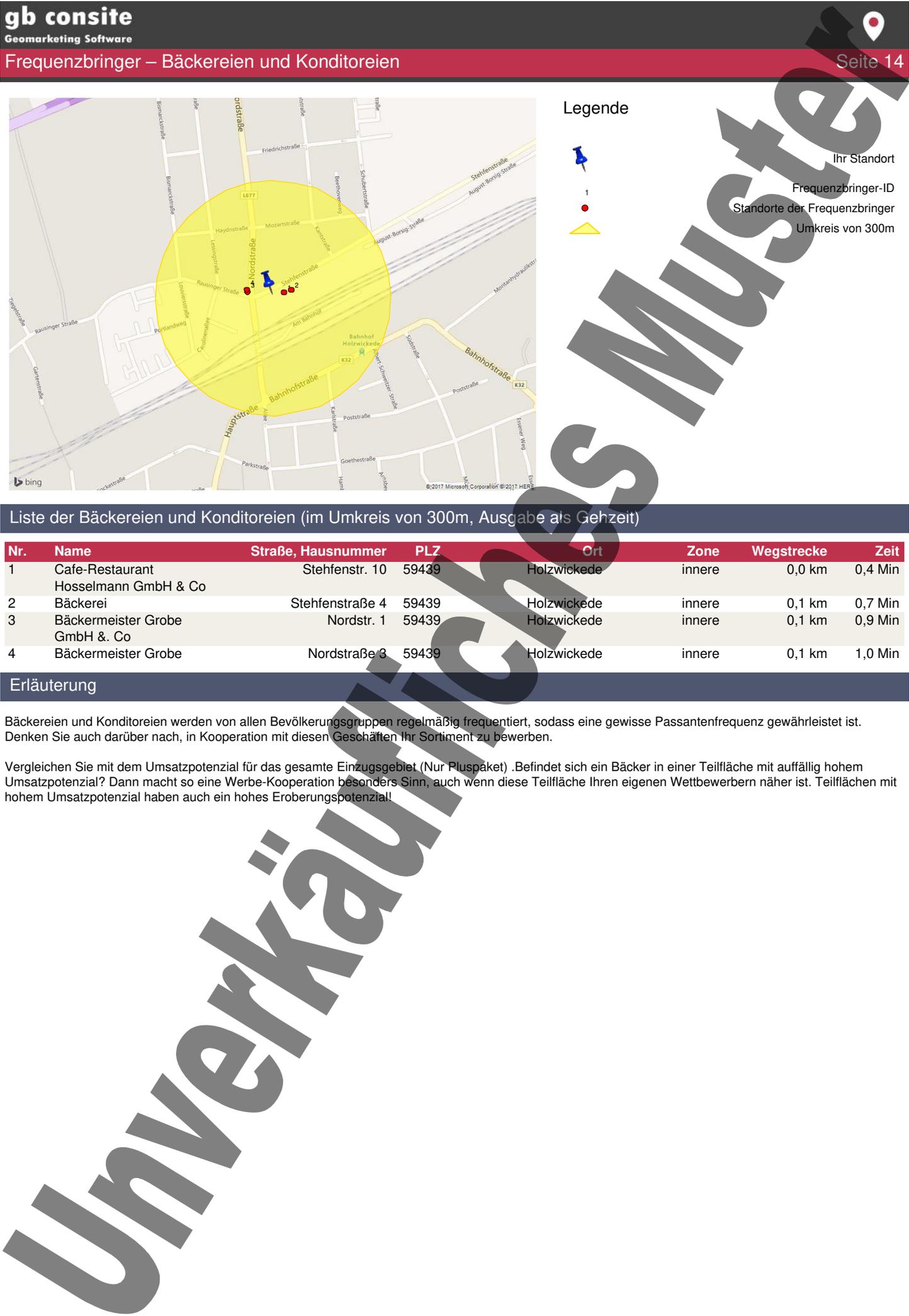
Liste der Bäckereien und Konditoreien (im Umkreis von 300m, Ausgabe als Gehzeit)

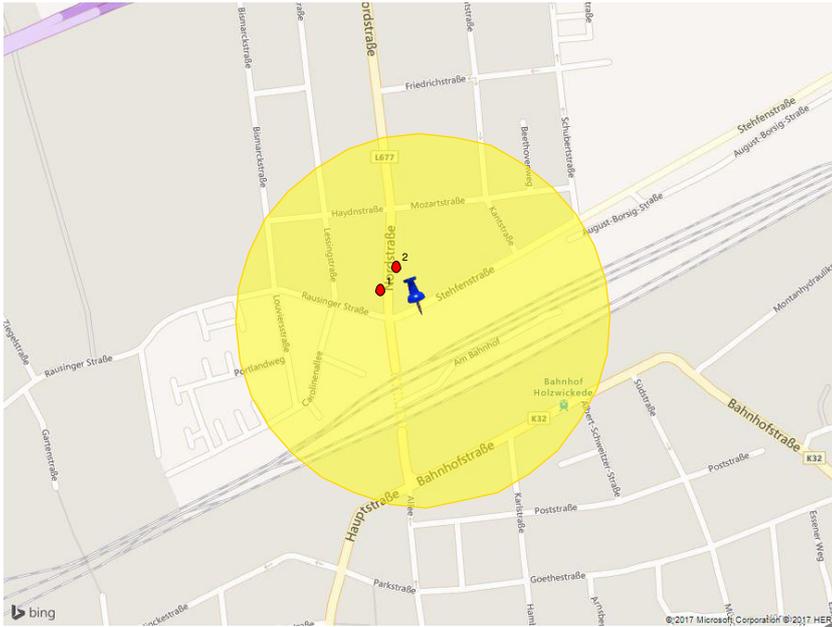
Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Cafe-Restaurant Hosselmann GmbH & Co	Stehfenstr. 10	59439	Holzwickede	innere	0,0 km	0,4 Min
2	Bäckerei	Stehfenstraße 4	59439	Holzwickede	innere	0,1 km	0,7 Min
3	Bäckermeister Grobe GmbH & Co	Nordstr. 1	59439	Holzwickede	innere	0,1 km	0,9 Min
4	Bäckermeister Grobe	Nordstraße 3	59439	Holzwickede	innere	0,1 km	1,0 Min

Erläuterung

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

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





Legende



Ihr Standort
 Frequenzbringer-ID
 Standorte der Frequenzbringer
 Umkreis von 300m

Liste der Banken und Geldautomaten (im Umkreis von 300m, Ausgabe als Gehzeit)

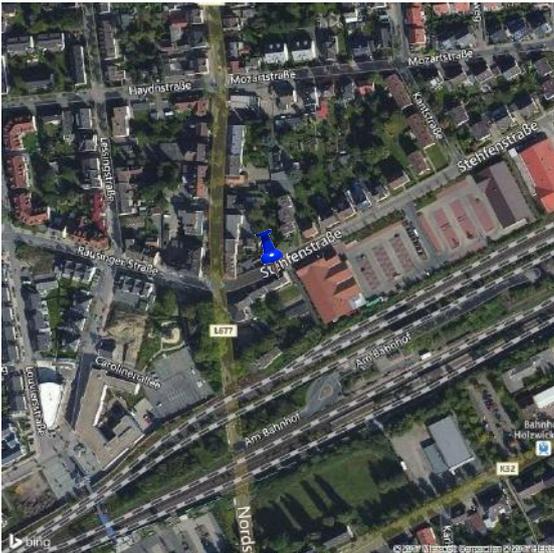
Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Volksbank	Nordstraße 5	59439	Holzwickede	innere	0,1 km	1,3 Min
2	Sparkasse Unna	Nordstraße 12	59439	Holzwickede	innere	0,1 km	1,7 Min

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.

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 einzelhandelsrelevanten Kaufkraft im inneren Einzugsgebiet	hoch	+
		Index des Einzelhandelsumsatzes im inneren Einzugsgebiet	hoch	+
		Zentralitätsindex im inneren Einzugsgebiet	hoch	+
Infrastrukturelle Standortfaktoren	Erreichbarkeit	Öffentliche Parkplätze in 400m Umkreis	ja	+
		Haltestellen in 400m Umkreis	ja	+

Erläuterung

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

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

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

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

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

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

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