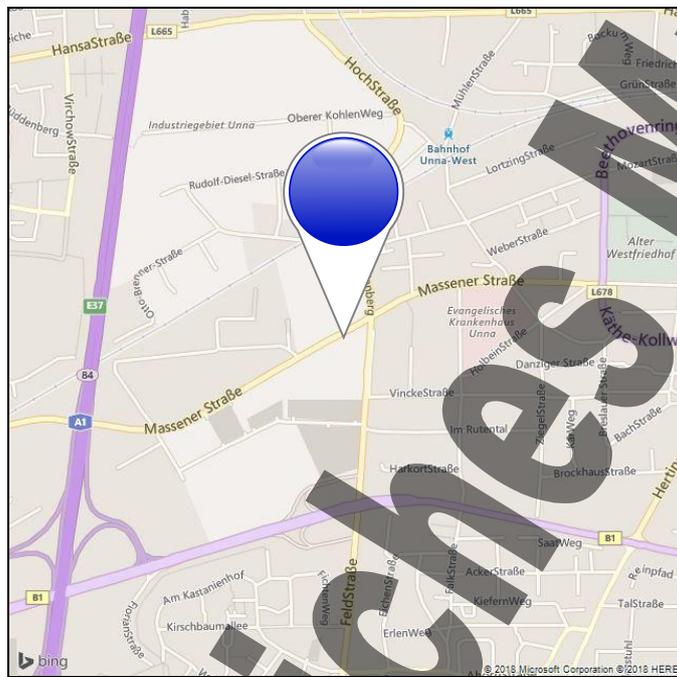


Standortcheck

für das Objekt American Burger Lounge



Massener Str 116
59423 Unna

Inhalt:

1. Marktcharakteristik
2. Potenzialprognosen
3. Kundenmagnete und Kooperationspartner

Haftungsausschluss

"Der Online Standortcheck" und "Der City Check" sind Services der gb consite GmbH. Vervielfältigung und Weiterverkauf dieses Berichtes, aus auszugsweise, sind strengstens untersagt. Geodaten © OpenStreetMap und © Microsoft Bing Maps oder © Google Inc.

Marktinformationen (einzelhandelsrelevante Kaufkraft, allgemeine Kaufkraft, Zentralität) © panadress marketing intelligence GmbH, 2017
Statistische Daten (Gemeindedaten, Branchenstatistik) © Destatis 2017, Regionaldatenbank Deutschland; Gebietsstand der Gemeinden 31.12.2016.

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

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

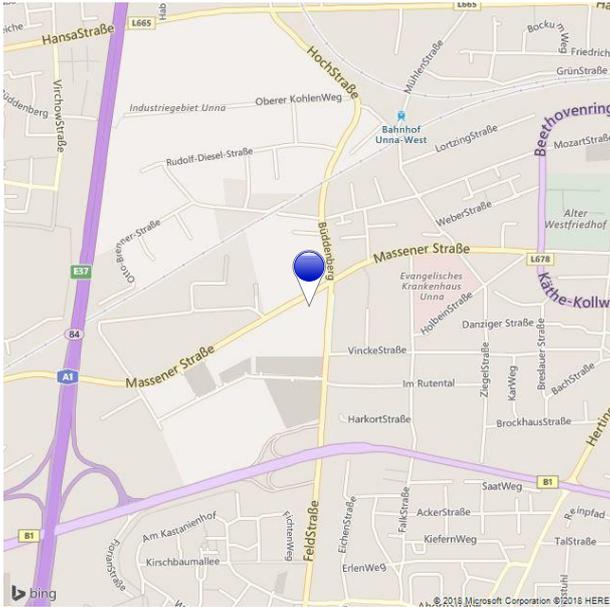
Sitz
Oberschleißheim

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

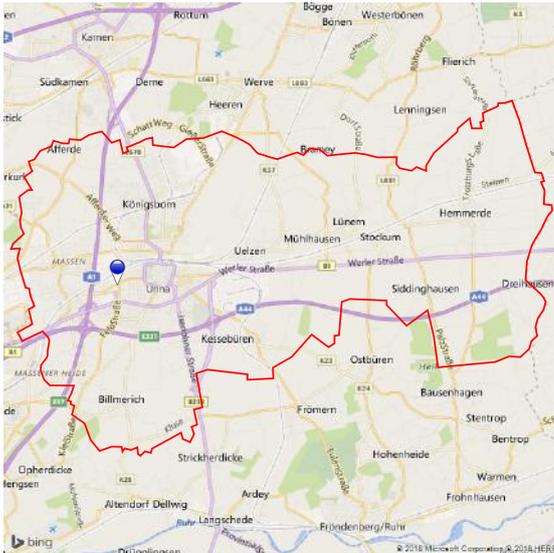
Fon: +49-89-30905297-0
Fax: +49-89-30905297-9
E-Mail: info@gbconsite.de
Internet: www.gbconsite.de



Objekt	American Burger Lounge
Adresse	Massener Str 116 59423 Unna
Geschäftsart	Dienstleistung
Branche	Gastronomie
Dienstleistung	Imbiss; Restaurant m. Selbstbedienung
Lagertyp	Freestand Mittel-/Kleinstadt
Fläche	Innen: 150 m ² Außen: ja Drive-In: nein
Öffnungszeiten in Stunden	8.0
Analyse-ID	13970
Anmeldename	michael.terwesten@gbconsite.de
Paket	Plus
PayPal Transaktions ID	
Preis	(inkl. MwSt.)
Datum	04.07.2018

Inhaltsverzeichnis

Titel	Seite
Inhalt	2
1. Marktcharakteristik	
Ihr Standort American Burger Lounge in Unna	3
Ihr Einzugsgebiet zu Standort "American Burger Lounge"	4
Wettbewerber im Einzugsgebiet zu Standort "American Burger Lounge"	5
2. Potenzialprognosen	
Abrufwahrscheinlichkeit Ihrer Leistung am Standort "American Burger Lounge"	7
Ihr Kundenpotenzial für Standort "American Burger Lounge"	8
Gesamtes Kundenpotenzial für alle Marktteilnehmer	9
Ihr Umsatzpotenzial für Standort "American Burger Lounge"	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 – Banken und Geldautomaten	23
Standortcheck – Zusammenfassung	24



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

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

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

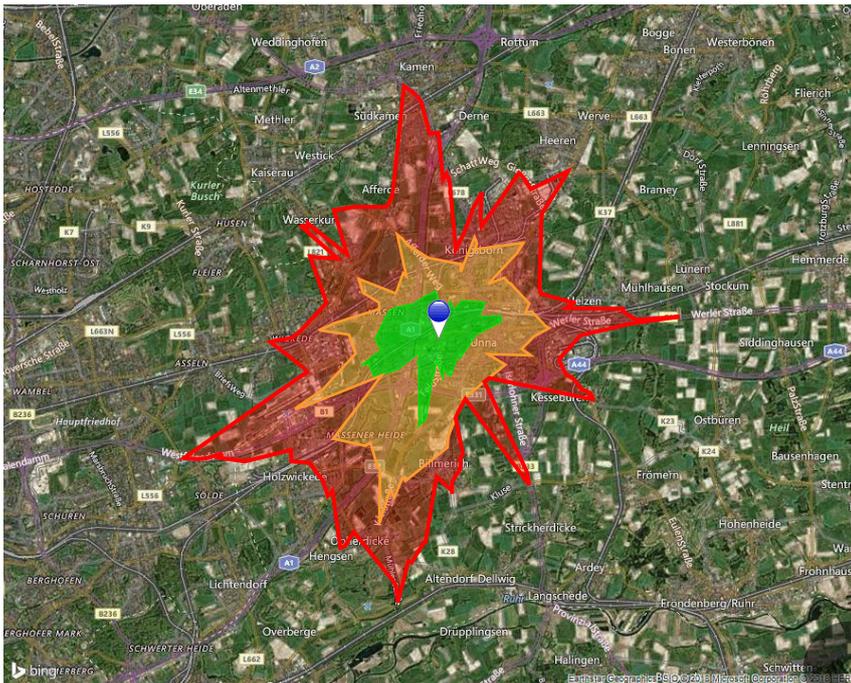
Standortfaktoren für Unna

Merkmal		Unna	BRD	Anteil/Vergleich
Bevölkerung	gesamt	59.111	82.175.684	0,0719 %
	Anteil der 0-15 jährigen	12,79 %	13,24 %	-0,45 %
	Anteil der 15-65 jährigen	64,86 %	65,71 %	-0,85 %
	Anteil der über 65 jährigen	22,35 %	21,05 %	+1,30 %
	Einkünfte je Steuerpflichtigem(r)	33.460,22 €	32.284,81 €	+3,64 %
	Bevölkerungsdichte [Einwohner/km ²]	667	230	+190,30 %
	Zuwanderung bezogen auf Gesamtbevölkerung	7,88 %	7,82 %	+0,06 %
Abwanderung bezogen auf Gesamtbevölkerung		6,81 %	6,43 %	+0,38 %
		21.660	30.604.587	0,0708 %
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	gesamt	21.660	30.604.587	0,0708 %
	Bezogen auf 15-65 Jährige	56,50 %	56,68 %	-0,18 %
	Ausländer von gesamt	6,34 %	8,84 %	-2,50 %
Arbeitslose	Beschäftigtendichte [Beschäftigte/km ²]	244,58	85,63	+185,63 %
	gesamt	2.177	2.690.975	0,0809 %
	Bezogen auf 15-65 Jährige	5,68 %	4,98 %	+0,69 %
Landwirtschaft	Ausländer von gesamt	18,93 %	23,39 %	-4,46 %
	Betriebe gesamt	100	374.514	0,0267 %
	Betriebe bezogen auf 1000 Einwohner	1,69	4,56	-62,88 %
Verarbeitendes Gewerbe	Anteil landwirtschaftlicher Nutzfläche	64,35 %	51,57 %	+12,78 %
	Betriebe gesamt	43	45.406	0,0947 %
	Beschäftigte bezogen auf Gesamtbevölkerung	6,60 %	7,45 %	-0,85 %
Gebäude	Beschäftigte bezogen auf 15-65 Jährige	10,18 %	11,34 %	-1,16 %
	gesamt	13.410	18.110.835	0,0740 %
	Wohnungen	29.248	40.318.513	0,0725 %
Tourismus	durchschn. Wohnfläche [m ²]	84,77	85,00	-0,23 %
	Beherbergungsbetriebe	6	51.419	0,0117 %
	Gästebetten	410	3.576.904	0,0115 %
	Gästeübernachtungen gesamt	46.853	436.232.801	0,0107 %
	Gästeübernachtungen je Einwohner	0,79	5,31	-85,07 %
Straßenverkehrsunfälle	gesamt	307	389.167	0,0789 %
	bezogen auf 1000 Einwohner	5,19	4,74	+9,67 %
Steuern und Politik in der Gemeinde	Steuern und steuerähn. Einnahmen je Einw.	Keine Angabe	967,30 €	Keine Angabe
	Gewerbesteuerhebesatz	470 %	399 %	71 %
	Grundsteuer B	762 %	455 %	307 %
	Bundestagswahl September 2013	SPD		37,92 %
	letzte Landtagswahl vor 2017	SPD		47,74 %

Erläuterung

Die statistischen Daten repräsentieren verschiedene **Standortfaktoren** der Gemeinde Ihres Standortes und stellen diese den durchschnittlichen Werten für die Bundesrepublik Deutschland gegenüber. Sie können so z.B. leicht ablesen, ob an Ihrem Standort überdurchschnittlich viele junge oder alte Menschen zu erwarten sind, ob die Einkünfte höher oder der Anteil arbeitsloser Ausländer niedriger ist.
Alle Faktoren, die im Zusammenhang mit den Einwohnern stehen, geben auch wichtige Hinweise auf die zu erwartende **Zielgruppe** an Ihrem Standort!
Einen wichtigen **Kostenfaktor** stellen die Gewerbesteuern dar. Oben stehende Tabelle zeigt den Gewerbesteuerhebesatz sowie die Grundsteuer B (für Eigentümer von Gewerbeimmobilien) im Vergleich zum Bundesdurchschnitt.
Anteile (bezogen auf die BRD) werden schwarz, vergleichende Werte (mehr oder weniger im Vergleich zur BRD) werden **blau** und **kursiv** dargestellt.
Datenquelle: Destatis 2017, Regionaldatenbank Deutschland

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



Legende

-  Ihr Standort
-  4 Fahrminuten
-  7 Fahrminuten
-  10 Fahrminuten

Marktinformationen für Ihr Einzugsgebiet

Merkmal	4 Minuten	7 Minuten	10 Minuten	Einzugsgebiet	BRD
Einwohner	20.812	21.075	35.264	77.151	81.197.537
Büroarbeitsplätze	7.181	4.714	11.657	23.552	18.302.765
Bevölkerungsdichte [Einwohner/km²]	2.647	1.162	781	1.085	230
Anteil der 0-15 jährigen [%]	9,57	11,90	11,31	11,00	11,71
Anteil der 15-25 jährigen [%]	10,14	9,06	10,18	9,86	9,49
Anteil der 25-50 jährigen [%]	28,76	28,17	27,75	28,14	29,54
Anteil der 50-65 jährigen [%]	19,59	21,48	20,51	20,53	19,60
Anteil der über 65 jährigen [%]	21,31	19,30	20,16	20,24	18,74
Anteil der Frauen [%]	46,43	46,58	46,33	46,43	45,38
Ausländeranteil [%]	11,31	6,12	6,92	7,89	9,38
Anzahl der Haushalte	10.897	10.208	17.102	38.208	41.158.978
Einwohner pro Haushalte	1,9	2,1	2,1	2,0	2,0
Anteil der Erwerbstätigen [%]	53,59	51,12	51,23	51,84	51,06
Arbeitslosenquote [%]	7,32	6,69	7,13	7,06	5,93
Allgemeine Kaufkraft pro Einwohner pro Jahr [€]	20.676	22.778	23.661	22.614	22.834
Index der allgemeinen Kaufkraft	90,55	99,75	103,62	99,04	100,00
Kaufkraft für Ihre Dienstleistung pro Einwohner pro Jahr [€]	93	103	107	102	103
Zentralitätsindex	259,92	48,87	109,94	130,71	100,00

Erläuterung

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

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

Das in diesem Standortcheck ermittelte **Umsatzpotenzial** (Seite 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.

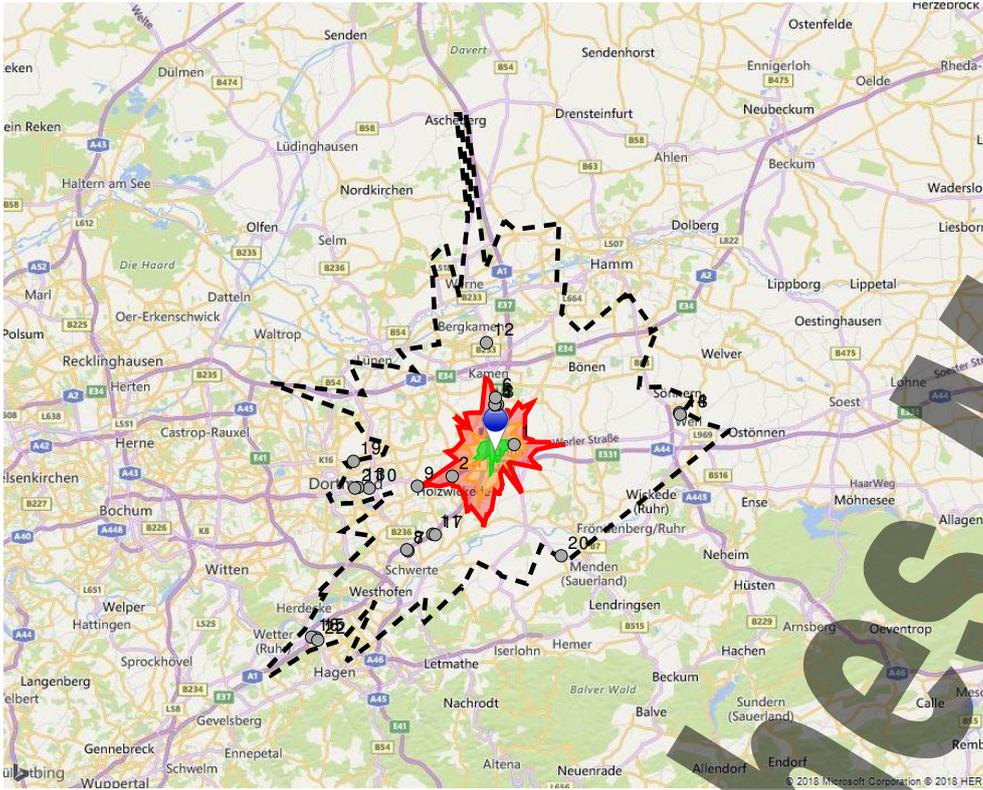
Die **Marktinformationen** oben stehender Tabelle werden für Ihr Einzugsgebiet angegeben und den Durchschnittswerten der BRD gegenüber gestellt.

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.

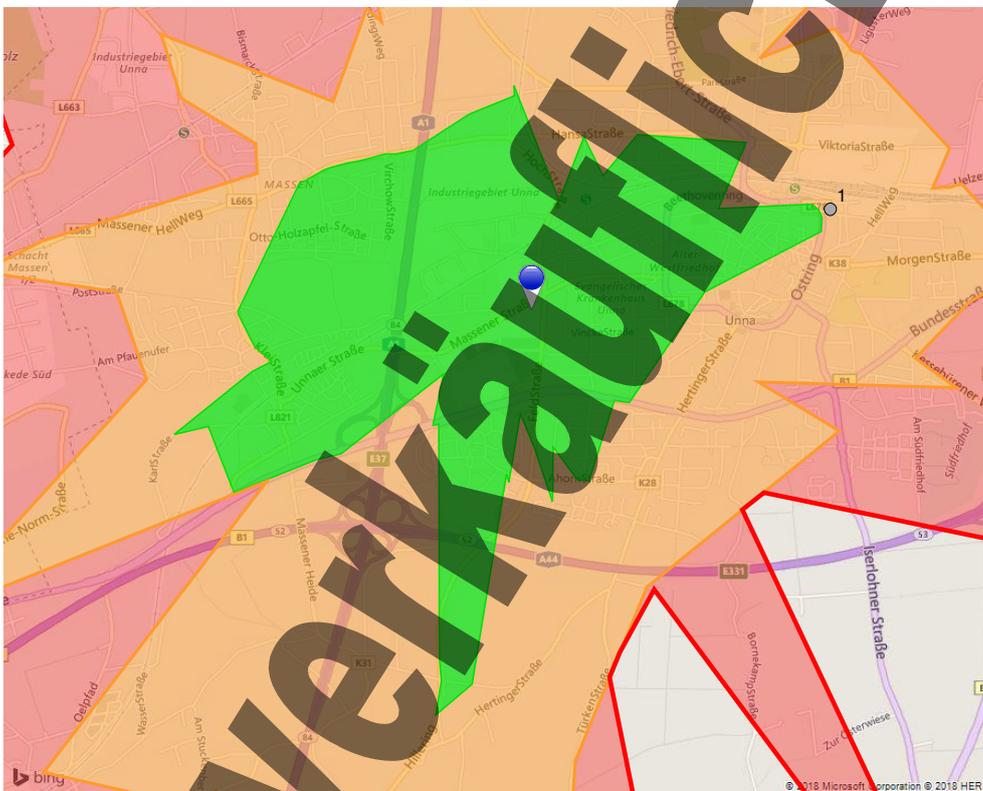
Datenquelle: panadress marketing intelligence GmbH 2017



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 McDonald's	Bahnhofstraße 63	59423	Unna	100 m ²	2,1 km	4 Min
2 McDonald's	Wilhelmstraße 2	59439	Holzwickede	100 m ²	5,0 km	9 Min
3 McDonald's	Kamen Karree 7	59174	Kamen	100 m ²	5,6 km	10 Min
4 Pizza Hut	Kamen Karree 21	59174	Kamen	115 m ²	5,7 km	11 Min
5 KFC	Kamen Karree 9	59174	Kamen	100 m ²	5,8 km	11 Min
6 Burger King®	Unnaer Straße 83	59174	Kamen	110 m ²	6,0 km	11 Min
7 McDonald's	Am Ecke 3	58239	Schwerte	100 m ²	13,0 km	12 Min
8 Subway	Hörder Straße 99	58239	Schwerte	80 m ²	12,9 km	12 Min
9 McDonald's	Schleefstraße 17	44287	Dortmund	100 m ²	9,5 km	12 Min
10 Subway	Westfalendamm 287	44141	Dortmund	80 m ²	13,2 km	14 Min
11 Burger King®	Römerstraße 28	44289	Dortmund	110 m ²	16,2 km	14 Min
12 McDonald's	Werner Straße 123	59192	Bergkamen	100 m ²	14,0 km	16 Min
13 KFC	Westfalendamm 166	44141	Dortmund	100 m ²	14,5 km	17 Min
14 McDonald's	Neuwerk 2 a	59457	Werl	100 m ²	23,9 km	18 Min
15 Burger King®	Herdecker Straße 16	58089	Hagen	110 m ²	26,0 km	19 Min
16 McDonald's	Weststraße 3	58089	Hagen	100 m ²	25,9 km	19 Min
17 Burger King®	Lichtendorfer Straße 138	58239	Schwerte	110 m ²	16,4 km	19 Min
18 Burger King®	Hammer Straße 77	59457	Werl	110 m ²	24,0 km	19 Min
19 McDonald's	Werkmeisterstraße 66	44145	Dortmund	100 m ²	18,2 km	19 Min
20 McDonald's	Hämmerstraße 1	58708	Menden (Sauerland)	100 m ²	16,2 km	19 Min
21 McDonald's	Westfalendamm 102	44141	Dortmund	100 m ²	16,4 km	21 Min
22 KFC	Becheltestraße 8	58089	Hagen	100 m ²	27,8 km	23 Min

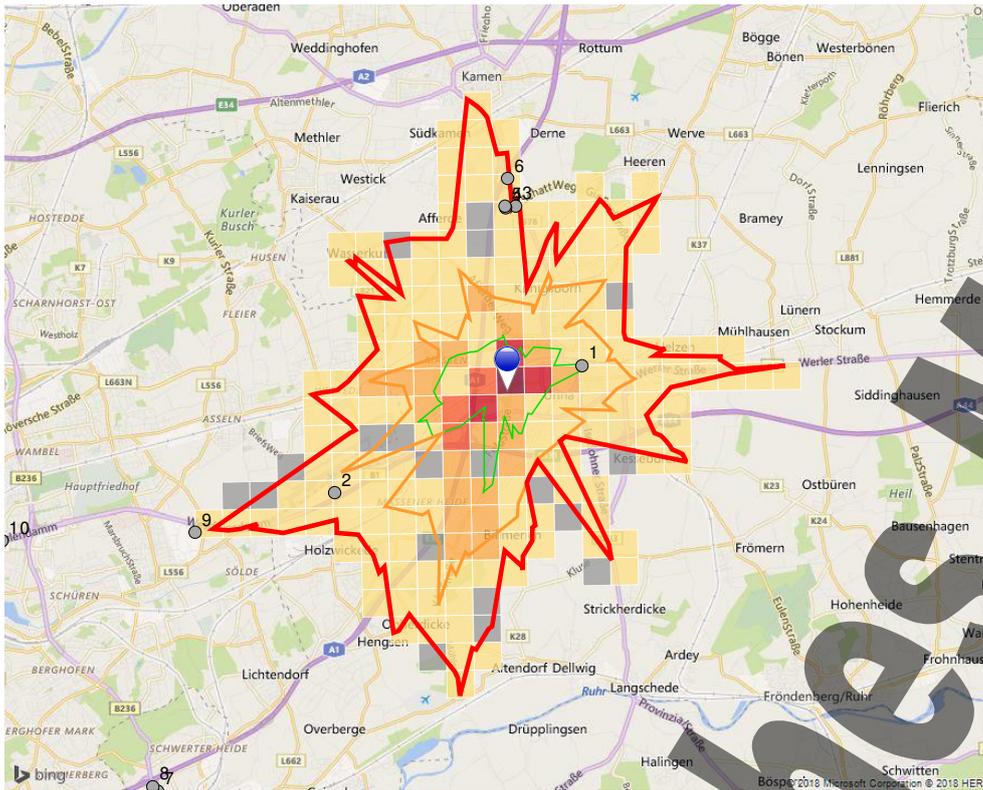
Erläuterung

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

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

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

Unverkäuflich



Legende

- Ihr Standort
- Wettbewerber-ID
- Standorte Ihrer Wettbewerber
- Einzugsgebiet**
- 4 Fahrminuten
- 7 Fahrminuten
- 10 Fahrminuten
- Abrufwahrscheinlichkeit (%)**
- 0,00 - 19,00
- 19,00 - 38,01
- 38,01 - 57,01
- 57,01 - 76,02
- 76,02 - 95,02
- Teilfläche ohne Besiedlung

Abrufwahrscheinlichkeit - Tops

Standort	Wahrscheinlichkeit gesamt	Tops	Teilfläche	Wahrscheinlichkeit
Einzugsgebiet American Burger Lounge	13,24 %	1	Mozartstraße (Unna)	95,02 %
		2	Hochstraße (Unna)	73,44 %
		3	Am Kastanienhof (Unna)	71,21 %
		4	Mozartstraße (Unna)	57,66 %
		5	Rostocker Straße (Unna)	45,87 %
		6	Massener Kirchweg (Unna)	45,03 %
		7	Kleiststraße, Massener Heide (Unna)	40,46 %
		8	Tannenweg (Unna)	36,77 %
		9	Massener Heide 3 (Unna)	33,17 %
		10	Hertingerstraße (Unna)	31,38 %
		11	Am Freizeitbad 13 (Unna)	27,85 %
		12	Afferder Weg (Unna)	27,07 %
		13	Harkortstraße (Unna)	26,95 %
		14	Bergstraße (Unna)	26,18 %
		15	Heinrich-Heine-Straße (Unna)	25,39 %

Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit
1	McDonald's	100 m ²	4 Min
2	McDonald's	100 m ²	9 Min
3	McDonald's	100 m ²	10 Min
4	Pizza Hut	115 m ²	11 Min
5	KFC	100 m ²	11 Min
6	Burger King®	100 m ²	11 Min
7	McDonald's	100 m ²	12 Min
8	Subway	80 m ²	12 Min
9	McDonald's	100 m ²	12 Min
10	Subway	80 m ²	14 Min

Erläuterung

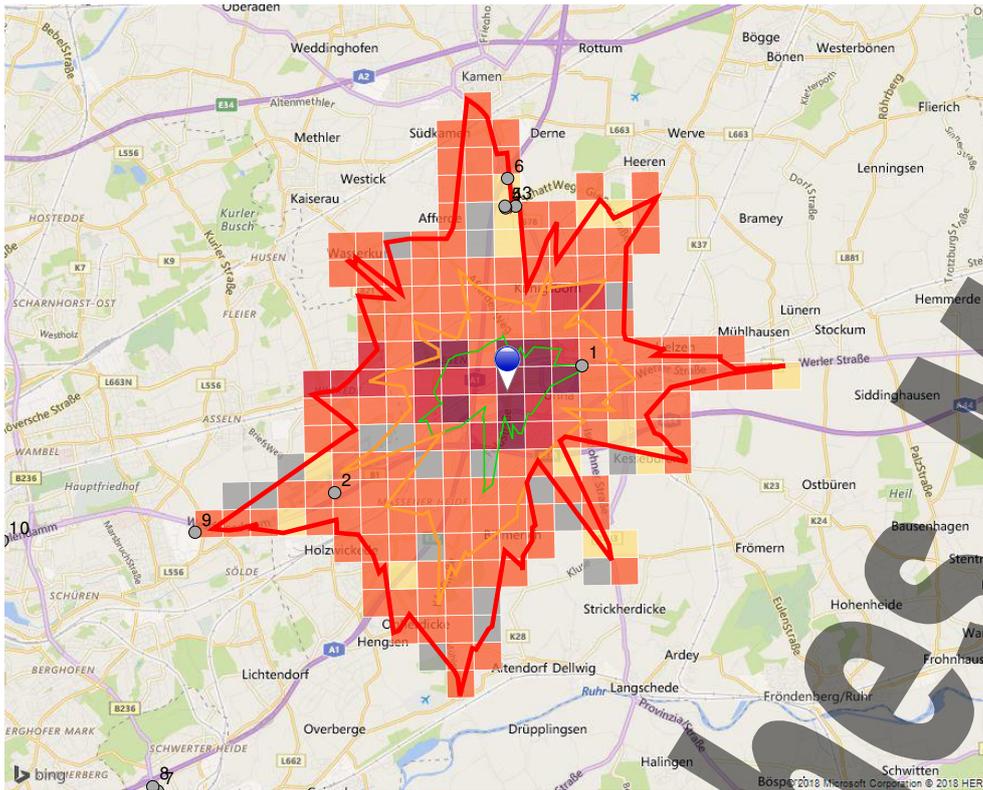
Die **Abrufwahrscheinlichkeit** gibt an, zu welchem Prozentsatz die Einwohner des Einzugsgebietes voraussichtlich an Ihrem Standort Dienstleistungen abrufen werden.

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

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

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

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



Legende

- Ihr Standort
- Wettbewerber-ID
- Standorte Ihrer Wettbewerber
- Einzugsgebiet**
- 4 Fahrminuten
- 7 Fahrminuten
- 10 Fahrminuten
- Kundenpotenzial**
- 0 - 0
- 0 - 0
- 0 - 134
- 134 - 267
- 267 - 867
- Teilfläche ohne Besiedlung

Kundenpotenzial für Ihren Standort - Tops

Kundenbindung Ihres Standortes		Kunden	Tops	Teilfläche	Kundenpotenzial
Einzugsgebiet American Burger Lounge		11.946	1	Mozartstraße (Unna)	867
			2	Mozartstraße (Unna)	833
			3	Tannenweg (Unna)	778
			4	Krummfuß (Unna)	525
			5	Rostocker Straße (Unna)	507
			6	Lortzingstraße (Unna)	397
			7	Heinrich-Heine-Straße (Unna)	363
			8	Hochstraße (Unna)	301
			9	Harkortstraße (Unna)	293
			10	Kletterstraße (Unna)	288
			11	Fuhrmannstraße (Dortmund)	250
			12	Alteheide (Unna)	247
			13	Birkenweg (Unna)	243
			14	Am Freizeitbad 13 (Unna)	223
			15	Rauschenbuschstraße (Dortmund)	221

Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit
1	McDonald's	100 m ²	4 Min
2	McDonald's	100 m ²	9 Min
3	McDonald's	100 m ²	10 Min
4	Pizza Hut	115 m ²	11 Min
5	KFC	100 m ²	11 Min
6	Burger King®	110 m ²	11 Min
7	McDonald's	100 m ²	12 Min
8	Subway	80 m ²	12 Min
9	McDonald's	100 m ²	12 Min
10	Subway	80 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 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.

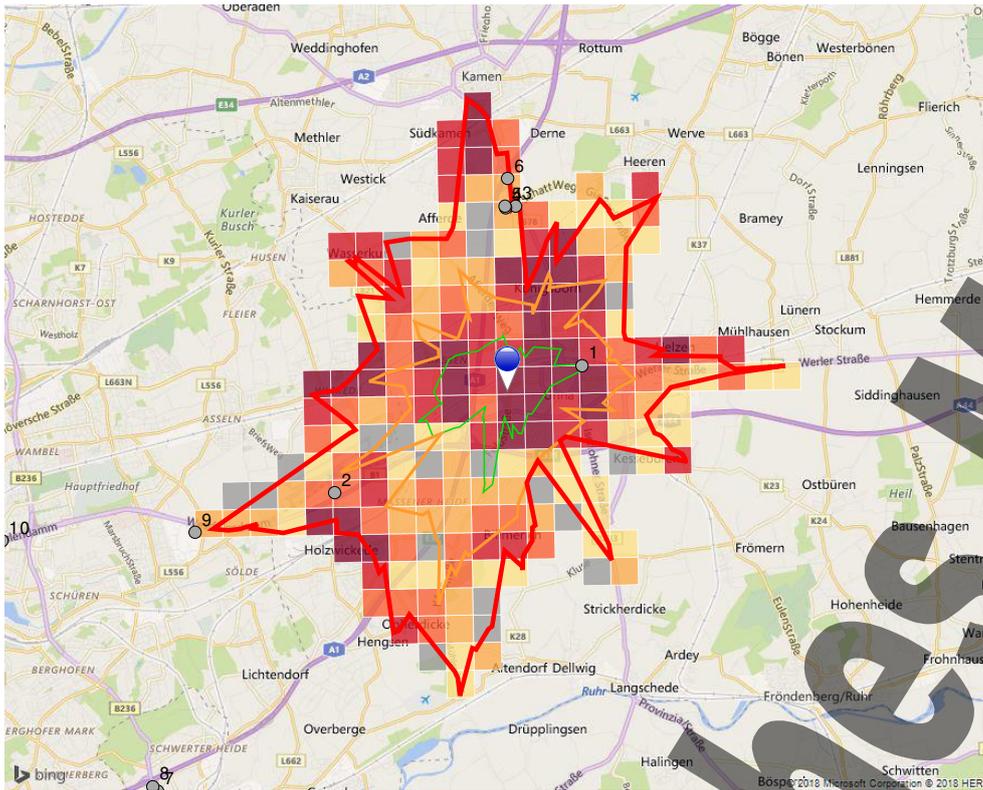
Das **Kundenpotenzial** liefert eine **absolute Größe**. Die Kernaussage ist: „**von wo kommen die meisten Kunden?**“.

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

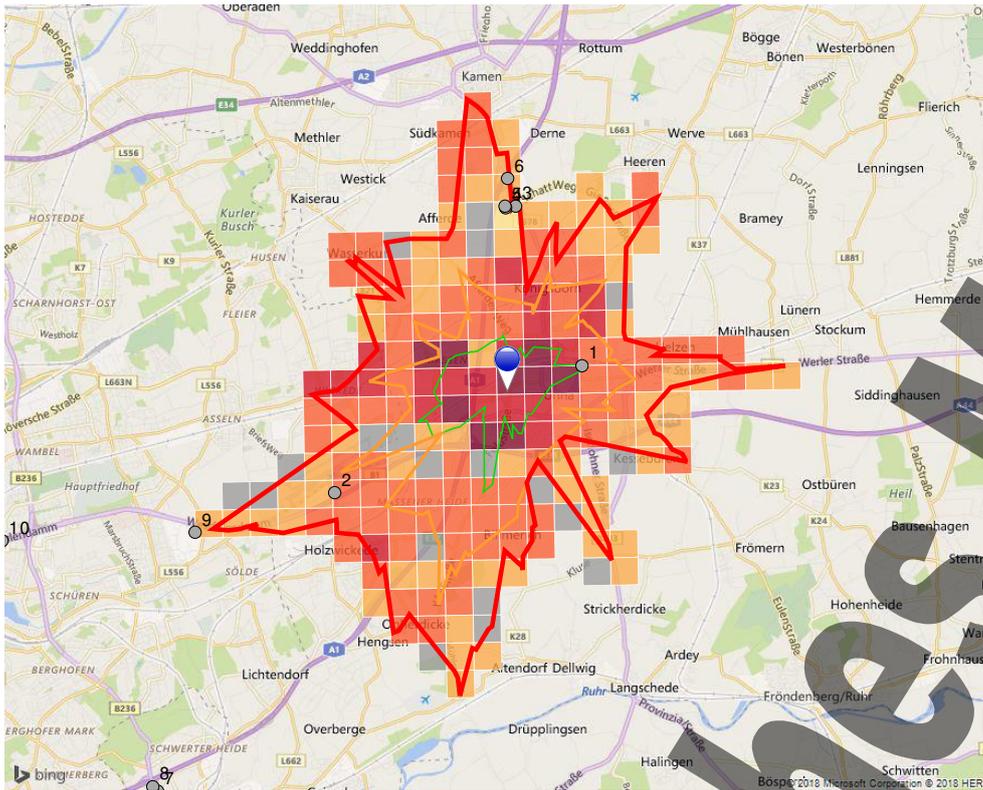
- Ihr Standort
- Wettbewerber-ID
- Standorte Ihrer Wettbewerber
- Einzugsgebiet**
- 4 Fahrminuten
- 7 Fahrminuten
- 10 Fahrminuten
- Kundenpotenzial**
- 2 - 26
- 26 - 77
- 77 - 296
- 296 - 829
- 829 - 2.543
- Teilfläche ohne Besiedlung

Kundenpotenzial für alle Wettbewerber - Tops

Kundenbindung aller Wettbewerber			Kundenpotenzial	Tops		Teilfläche	Kundenpotenzial
Einzugsgebiet American Burger Lounge			77.151	1	Krummfuß (Unna)		2.543
Nr. Die 10 nächsten Wettbewerber			Fläche	Zeit	2	Fuhrmannstraße (Dortmund)	2.448
1	McDonald's	100 m ²	4 Min	3	Tannenweg (Unna)	2.116	
2	McDonald's	100 m ²	9 Min	4	Nordstraße (Holzwickede)	2.047	
3	McDonald's	100 m ²	10 Min	5	Am Gasometer (Unna)	1.907	
4	Pizza Hut	115 m ²	11 Min	6	Lortzingstraße (Unna)	1.843	
5	KFC	100 m ²	11 Min	7	Alteheide (Unna)	1.701	
6	Burger King®	110 m ²	11 Min	8	Rauschenbuschstraße (Dortmund)	1.688	
7	McDonald's	100 m ²	12 Min	9	Zechenplatz (Unna)	1.639	
8	Subway	80 m ²	12 Min	10	An der Röhrenstrecke (Unna)	1.550	
9	McDonald's	100 m ²	12 Min	11	Mozartstraße (Unna)	1.503	
10	Subway	80 m ²	14 Min	12	Gertrudenstraße (Unna)	1.455	
				13	Heinrich-Heine-Straße (Unna)	1.431	
				14	Im grünen Winkel (Unna)	1.412	
				15	Eibenstraße 5 (Holzwickede)	1.390	

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 Werbemittelinsatz, 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
- Umsatzpotenzial**
- 0,00 - 0,00
- 0,00 - 597,70
- 597,70 - 12.618,15
- 12.618,15 - 24.638,60
- 24.638,60 - 80.455,31
- Teilfläche ohne Besiedlung

Umsatzpotenzial für Ihren Standort - Tops

Umsatzquelle		Umsatzpotenzial	Tops	Teilfläche	Umsatzpotenzial €
Einzugsgebiet American Burger Lounge		1.176.210,11 €	1	Tannenweg (Unna)	80.455,31 €
Kaukraftzufluss über Laufkunden		423.340,07 €	2	Mozartstraße (Unna)	67.562,77 €
Summe		1.599.550,17 €	3	Mozartstraße (Unna)	61.962,28 €
			4	Rostocker Straße (Unna)	61.398,42 €
			5	Krummfuß (Unna)	37.913,63 €
			6	Heinrich-Heine-Straße (Unna)	36.797,86 €
			7	Weidenweg (Unna)	35.885,77 €
			8	Kletterstraße (Unna)	27.890,18 €
			9	Lortzingstraße (Unna)	27.730,93 €
			10	Birkenweg (Unna)	24.213,29 €
			11	Virchowstraße (Unna)	22.889,15 €
			12	Fuhrmannstraße (Dortmund)	22.494,74 €
			13	Hochstraße (Unna)	22.473,52 €
			14	Harkortstraße (Unna)	22.100,29 €
			15	Im grünen Winkel (Unna)	20.472,63 €

Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit
1	McDonald's	100 m ²	4 Min
2	McDonald's	100 m ²	9 Min
3	McDonald's	100 m ²	10 Min
4	Pizza Hut	115 m ²	11 Min
5	KFC	100 m ²	11 Min
6	Burger King®	110 m ²	11 Min
7	McDonald's	100 m ²	12 Min
8	Subway	80 m ²	12 Min
9	McDonald's	100 m ²	12 Min
10	Subway	80 m ²	14 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.

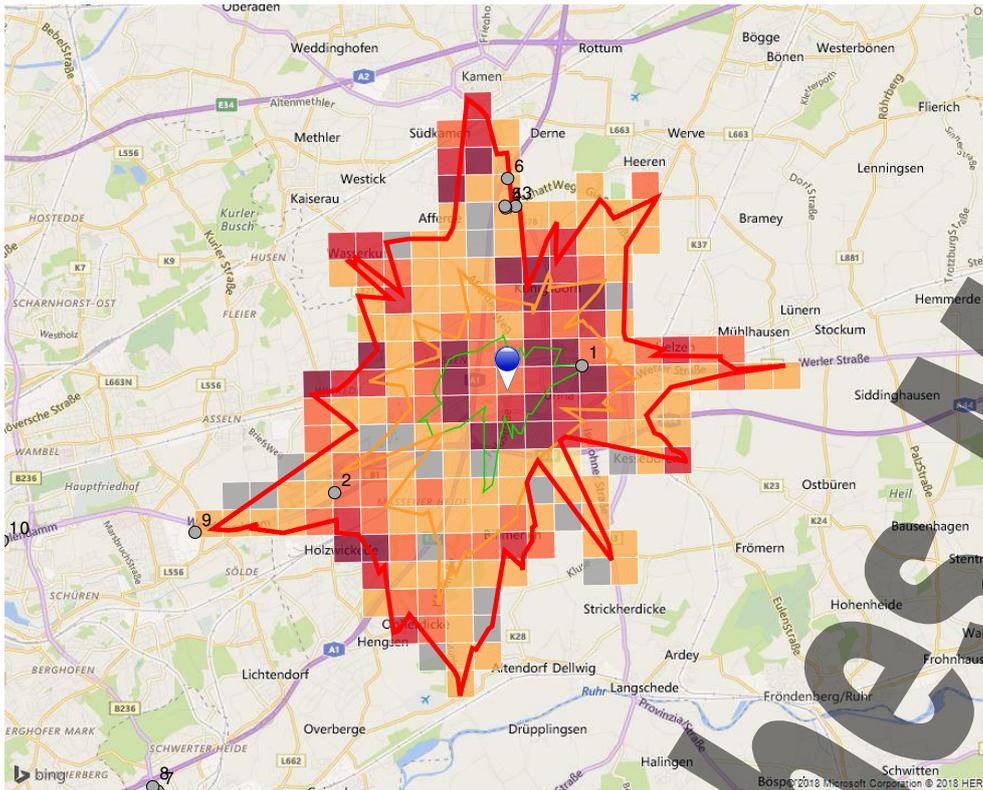
Die **Tops** zeigen die Teilgebiete innerhalb des Einzugsgebietes mit dem höchsten Umsatzpotenzial. Diese Teilgebiete sind auch in der Karte unterschiedlich stark eingefärbt. Je **dunkler eine Teilfläche** ist, desto höher ist Ihr Umsatzpotenzial bzw. Ihr zu erwartender Marktanteil.

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**
- 4 Fahrminuten
- 7 Fahrminuten
- 10 Fahrminuten
- Umsatzpotenzial**
- 0,00 - 142,12
- 142,12 - 17.191,68
- 17.191,68 - 71.054,41
- 71.054,41 - 124.917,14
- 124.917,14 - 243.177,80
- Teilfläche ohne Besiedlung

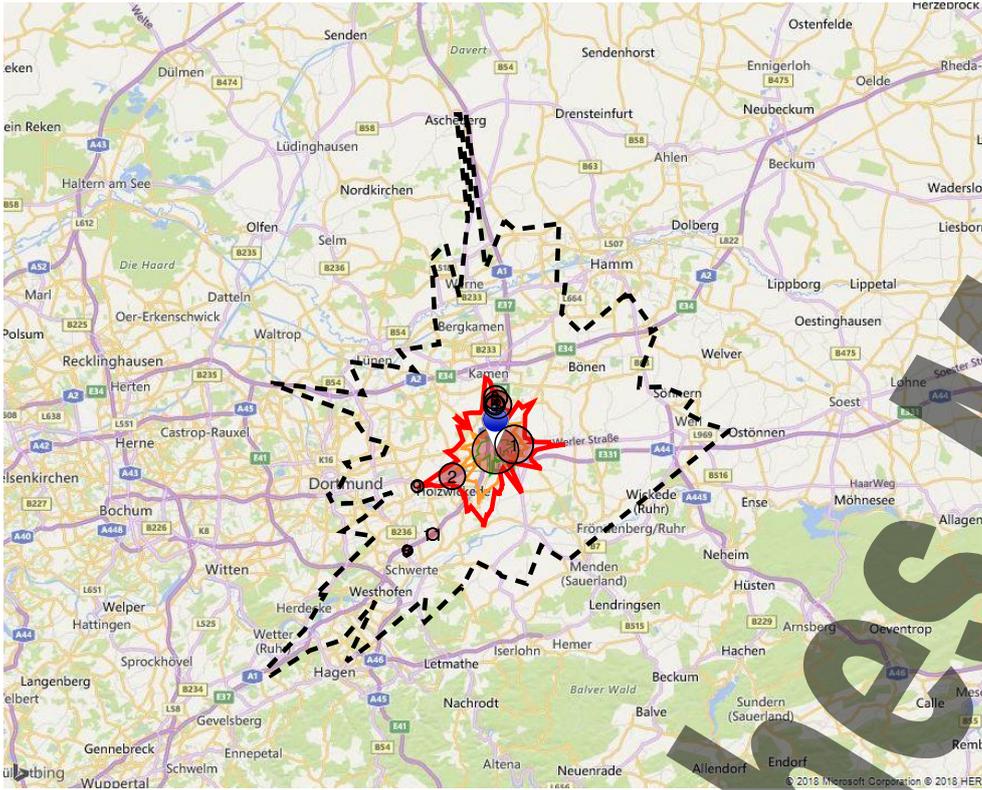
Umsatzpotenzial für alle Wettbewerber - Tops

Umsatzquelle		Umsatzpotenzial gesamt	Tops	Teilfläche	Umsatzpotenzial €
Einzugsgebiet American Burger Lounge		7.853.902,50 €	1	Elbenstraße 5 (Holzwickede)	243.177,80 €
Summe		7.853.902,50 €	2	Fuhrmannstraße (Dortmund)	220.452,76 €
			3	Tannenweg (Unna)	218.779,35 €
			4	Krummfuß (Unna)	183.728,96 €
			5	Horsthof 50 (Kamen)	168.918,91 €
			6	Im grünen Winkel (Unna)	164.430,15 €
			7	Weidenweg (Unna)	163.227,39 €
			8	Milanweg (Unna)	148.247,20 €
			9	Nordstraße (Holzwickede)	146.292,70 €
			10	Rauschenbuschstraße (Dortmund)	145.396,89 €
			11	Heinrich-Heine-Straße (Unna)	144.928,13 €
			12	Hermann-Hesse-Straße (Unna)	142.081,98 €
			13	Rostocker Straße (Unna)	133.847,42 €
			14	Hinterm Gradierwerk (Unna)	133.634,59 €
			15	Ackerstraße (Unna)	132.998,29 €

Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit
1	McDonald's	100 m ²	4 Min
2	McDonald's	100 m ²	9 Min
3	McDonald's	100 m ²	10 Min
4	Pizza Hut	115 m ²	11 Min
5	KFC	100 m ²	11 Min
6	Burger King®	110 m ²	11 Min
7	McDonald's	100 m ²	12 Min
8	Subway	80 m ²	12 Min
9	McDonald's	100 m ²	12 Min
10	Subway	80 m ²	14 Min

Erläuterung

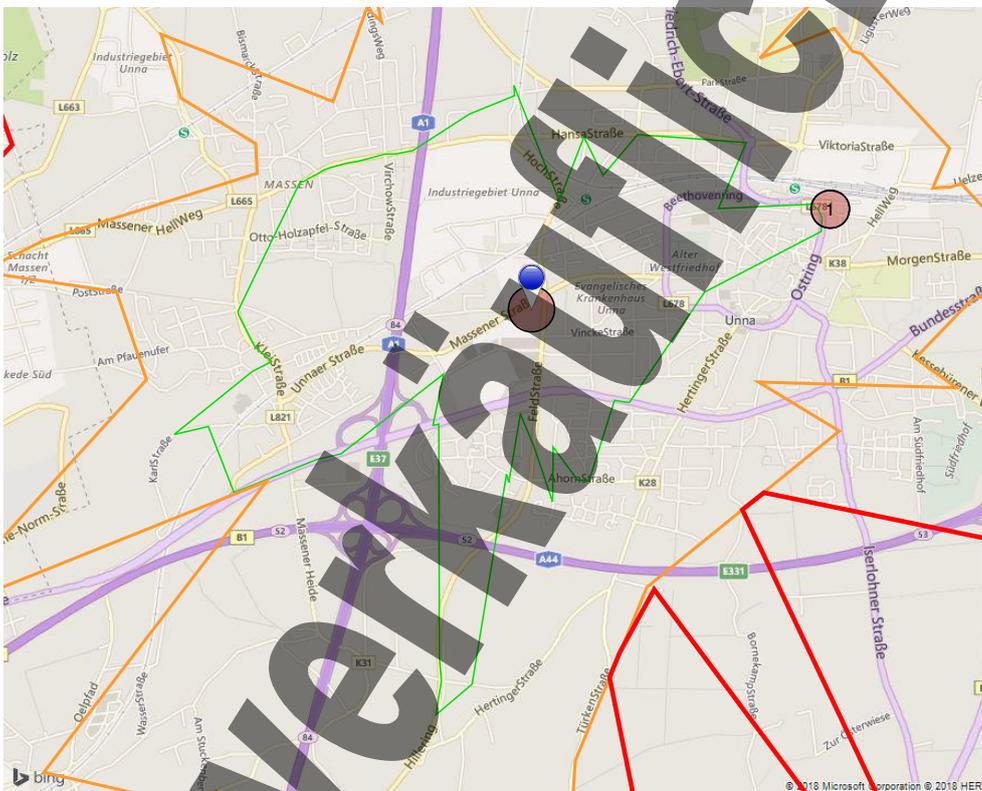
Das Umsatzpotenzial für **das gesamte Einzugsgebiet** gibt an, wie hoch der zu erwartende **Bruttoumsatz aller Wettbewerber in Summe** pro Jahr ausfallen kann. Die Prognose wurde ermittelt aus der Einkaufswahrscheinlichkeit und der, den Teilflächen Ihres Einzugsgebietes zu Grunde liegenden **Kaufkraft 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 Werbemitelesatz**, um diese Kundengruppe zu akquirieren.



Legende

- Ihr Standort
- Wettbewerber-ID
- Standorte Ihrer Wettbewerber
- Einzugsgebiet**
- 4 Fahrminuten
- 7 Fahrminuten
- 10 Fahrminuten
- 20 Fahrminuten
- Prognostizierter Marktanteil (%)**
- 5
- 10
- 15
- 20
- 25

Marktanteile im gesamten Einzugsgebiet



Marktanteile im Nahbereich des Standortes

Marktanteile der Wettbewerber in Ihrem Einzugsgebiet

Umsatzquelle	Umsatzpotenzial gesamt
Einzugsgebiet American Burger Lounge	7.853.902,50 €

Standort	Fläche	Zeit	Umsatz	Marktanteil
American Burger Lounge	150 m ²	0,0 Min	1.176.210,11 €	14,98 %

Nr.	Die 10 stärksten Wettbewerber im Einzugsgebiet + eigene Marke	Fläche	Zeit	Umsatz	Marktanteil
1	McDonald's	100 m ²	4,3 Min	976.205,95 €	12,43 %
3	McDonald's	100 m ²	10,2 Min	709.542,74 €	9,03 %
2	McDonald's	100 m ²	8,8 Min	662.991,54 €	8,44 %
6	Burger King®	110 m ²	10,9 Min	600.733,32 €	7,65 %
4	Pizza Hut	115 m ²	10,6 Min	508.419,34 €	6,47 %
5	KFC	100 m ²	10,7 Min	448.245,56 €	5,71 %
9	McDonald's	100 m ²	12,1 Min	308.805,65 €	3,93 %
11	Burger King®	110 m ²	14,5 Min	304.945,85 €	3,88 %
7	McDonald's	100 m ²	11,8 Min	231.562,63 €	2,95 %
8	Subway	80 m ²	11,9 Min	221.854,03 €	2,82 %
13	KFC	100 m ²	17,0 Min	217.015,91 €	2,76 %
21	McDonald's	100 m ²	21,4 Min	198.463,82 €	2,53 %
12	McDonald's	100 m ²	16,1 Min	176.937,97 €	2,25 %
17	Burger King®	110 m ²	19,0 Min	137.868,47 €	1,76 %
20	McDonald's	100 m ²	19,3 Min	135.182,15 €	1,72 %
19	McDonald's	100 m ²	19,3 Min	129.280,08 €	1,65 %
16	McDonald's	100 m ²	18,8 Min	127.092,92 €	1,62 %
15	Burger King®	110 m ²	18,6 Min	126.809,80 €	1,61 %
10	Subway	80 m ²	14,2 Min	126.704,75 €	1,61 %
18	Burger King®	110 m ²	19,2 Min	118.157,97 €	1,50 %
22	KFC	100 m ²	23,2 Min	106.239,53 €	1,35 %
14	McDonald's	100 m ²	18,4 Min	104.632,43 €	1,33 %
	Summe eigene Marke			0,00 €	0,00 %

Szenario: Einzugsgebiet ohne neuen Standort

Nr.	Wettbewerber der eigenen 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!

Unveröffentlicht

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 Belegung 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 "American Burger Lounge"", **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

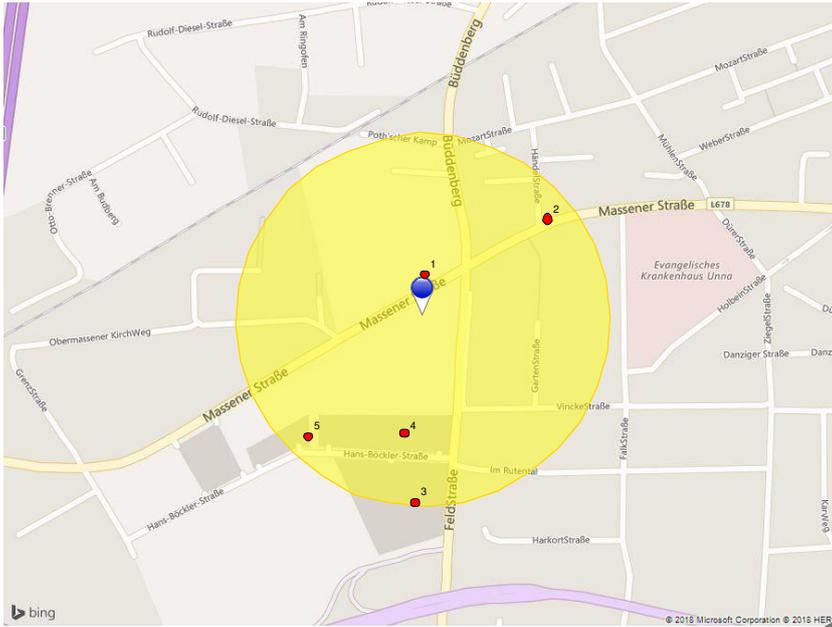
Frequenzbringer – Bildungseinrichtungen

Frequenzbringer – Behörden

Frequenzbringer – Bäckereien und Konditoreien

Frequenzbringer – Sport und Fitness

Frequenzbringer – Banken und Geldautomaten



Legende



Ihr Standort
Öffentliche Parkmöglichkeit-ID
Öffentliche Parkmöglichkeit
Umkreis von 300m

Liste der öffentlichen Parkmöglichkeiten (im Umkreis von 300m, Ausgabe als Gehzeit)

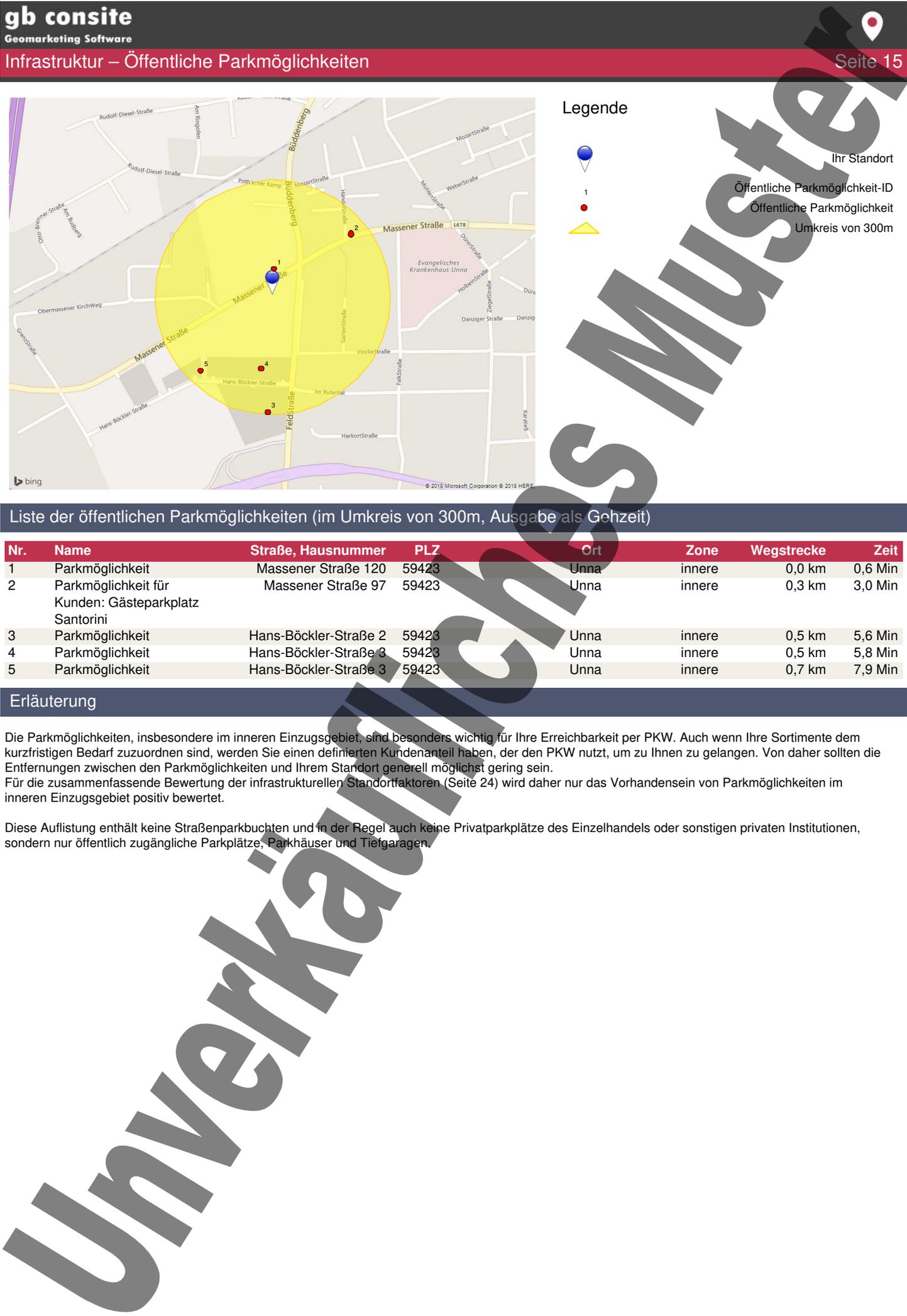
Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Parkmöglichkeit	Massener Straße 120	59423	Unna	innere	0,0 km	0,6 Min
2	Parkmöglichkeit für Kunden: Gästeparkplatz Santorini	Massener Straße 97	59423	Unna	innere	0,3 km	3,0 Min
3	Parkmöglichkeit	Hans-Böckler-Straße 2	59423	Unna	innere	0,5 km	5,6 Min
4	Parkmöglichkeit	Hans-Böckler-Straße 3	59423	Unna	innere	0,5 km	5,8 Min
5	Parkmöglichkeit	Hans-Böckler-Straße 3	59423	Unna	innere	0,7 km	7,9 Min

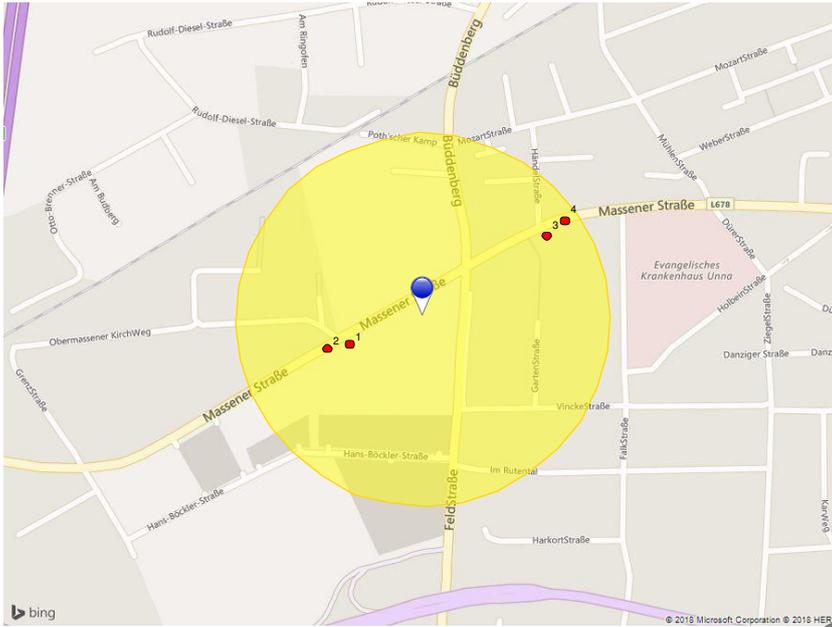
Erläuterung

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.

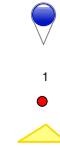
Für die zusammenfassende Bewertung der infrastrukturellen Standortfaktoren (Seite 24) wird daher nur das Vorhandensein von Parkmöglichkeiten im inneren Einzugsgebiet positiv bewertet.

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 300m

Liste der Haltestellen (im Umkreis von 300m, Ausgabe als Gehzeit)

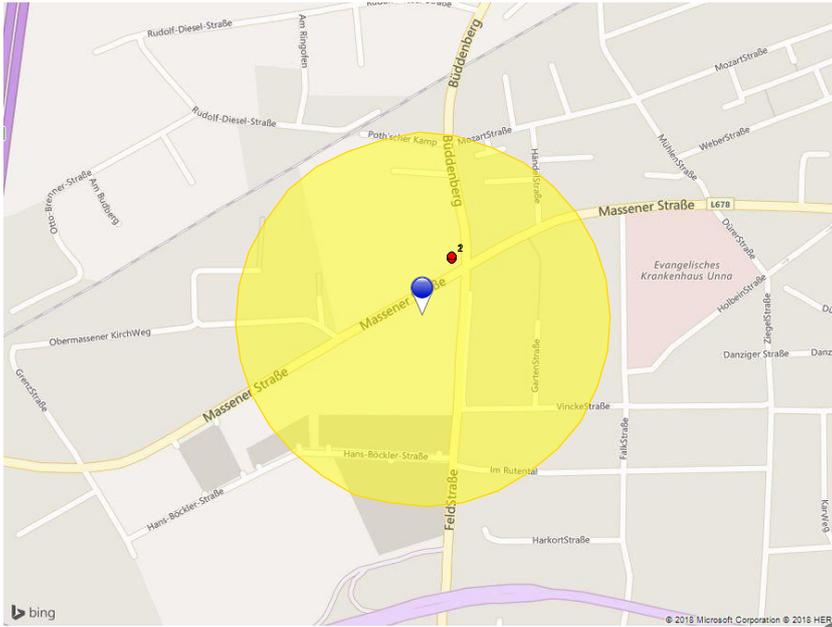
Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Bushaltestelle Obermassener Kirchweg	Massener Straße 121	59423	Unna	innere	0,1 km	1,4 Min
2	Bushaltestelle Obermassener Kirchweg	Massener Straße 127	59423	Unna	innere	0,2 km	1,9 Min
3	Bushaltestelle Falkstraße	Massener Straße 104	59423	Unna	innere	0,2 km	2,9 Min
4	Bushaltestelle Falkstraße	Massener Straße 95	59423	Unna	innere	0,3 km	3,3 Min

Erläuterung

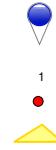
Die Haltestellen, insbesondere im inneren Einzugsgebiet, sind besonders wichtig für Ihre Erreichbarkeit per ÖPNV. Auch wenn Ihre Sortimente dem kurzfristigen Bedarf zuzuordnen sind, werden Sie einen definierten Kundenanteil haben, der den ÖPNV nutzt, um zu Ihnen zu gelangen. Von daher sollten die Entfernungen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

Für die zusammenfassende Bewertung der infrastrukturellen Standortfaktoren (Seite 24) 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 300m

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

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Supermarkt	Massener Straße 115	59423	Unna	innere	0,1 km	1,5 Min
2	Rewe	Massener Straße 115	59423	Unna	innere	0,1 km	1,5 Min

Erläuterung

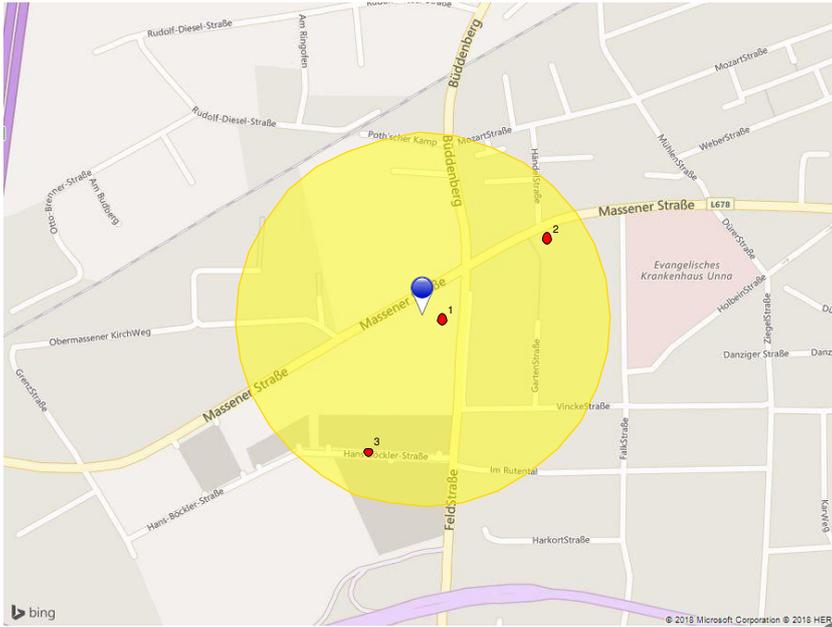
Warenhäuser sowie insbesondere Shopping Center und Shopping Malls sind die Frequenzbringer schlechthin.

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

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

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

Unverkäufliches Muster



Legende



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

Liste der Gastronomie-Standorte (im Umkreis von 300m, Ausgabe als Gehzeit)

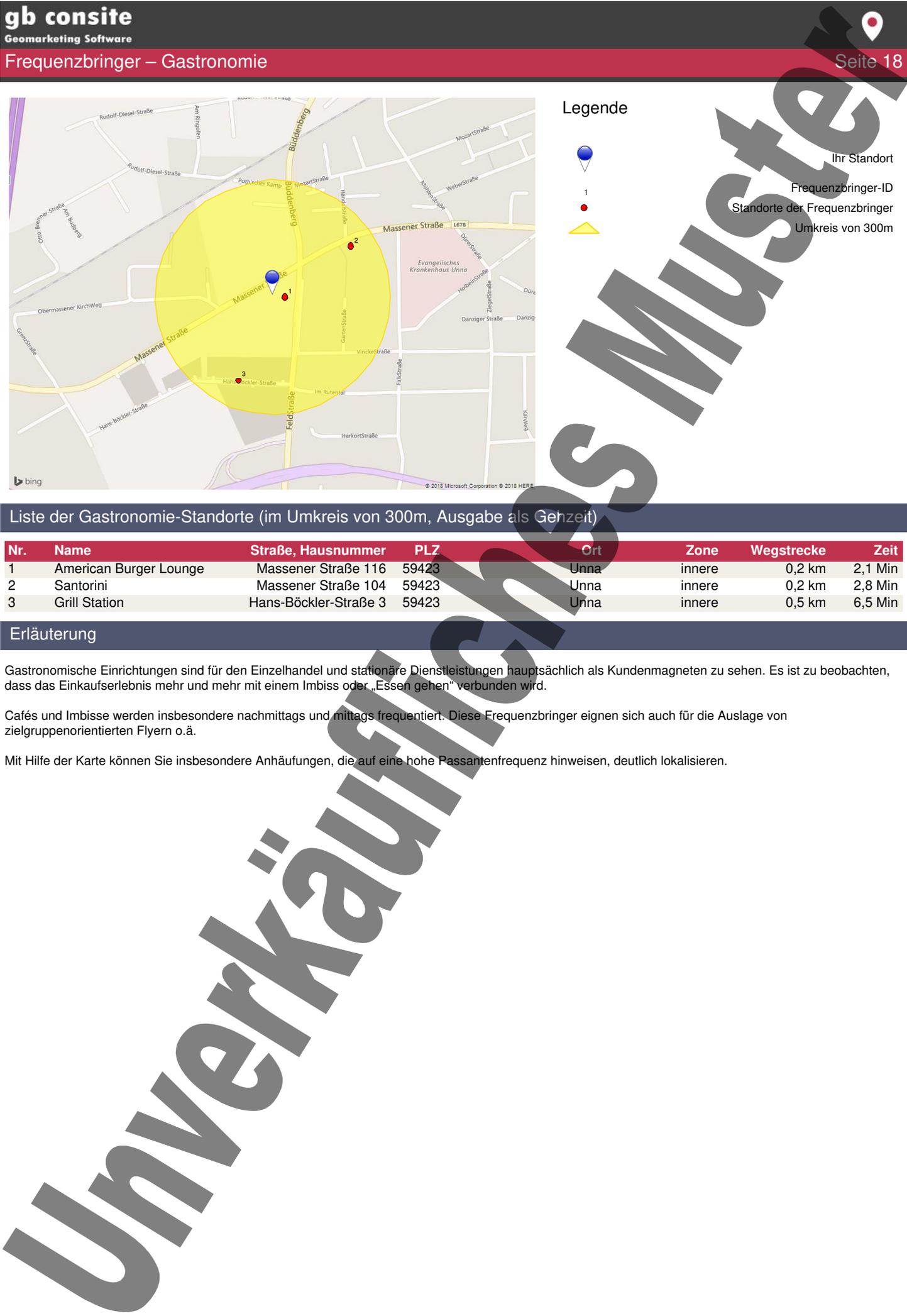
Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	American Burger Lounge	Massener Straße 116	59423	Unna	innere	0,2 km	2,1 Min
2	Santorini	Massener Straße 104	59423	Unna	innere	0,2 km	2,8 Min
3	Grill Station	Hans-Böckler-Straße 3	59423	Unna	innere	0,5 km	6,5 Min

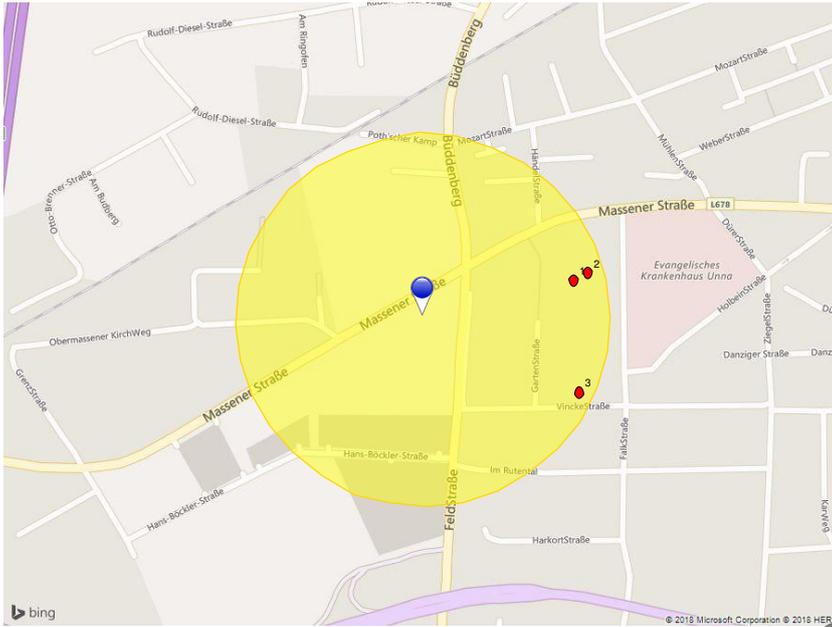
Erläuterung

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.

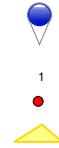
Cafés und Imbisse werden insbesondere nachmittags und mittags frequentiert. Diese Frequenzbringer eignen sich auch für die Auslage von zielgruppenorientierten Flyern o.ä.

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





Legende



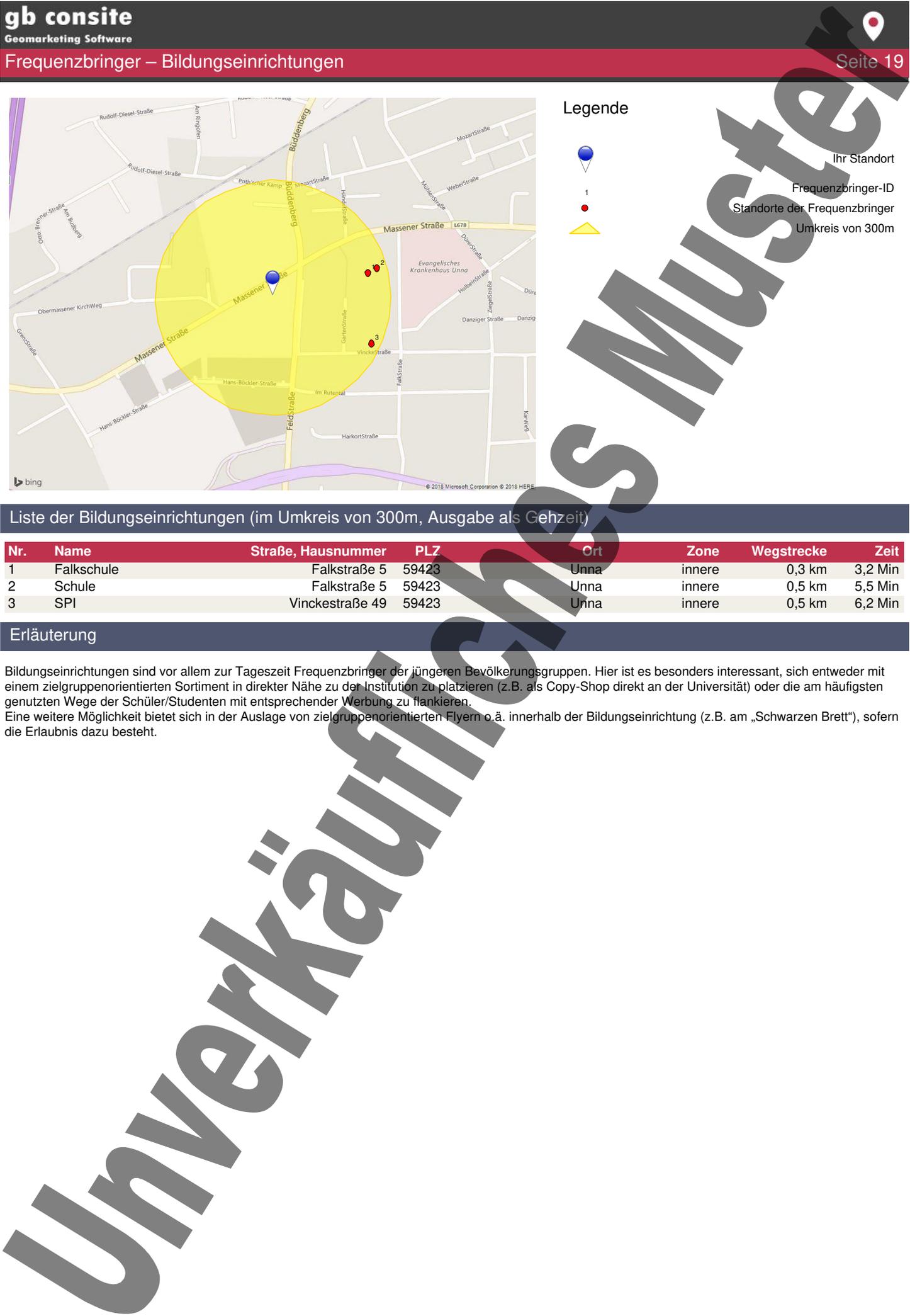
Ihr Standort
Frequenzbringer-ID
Standorte der Frequenzbringer
Umkreis von 300m

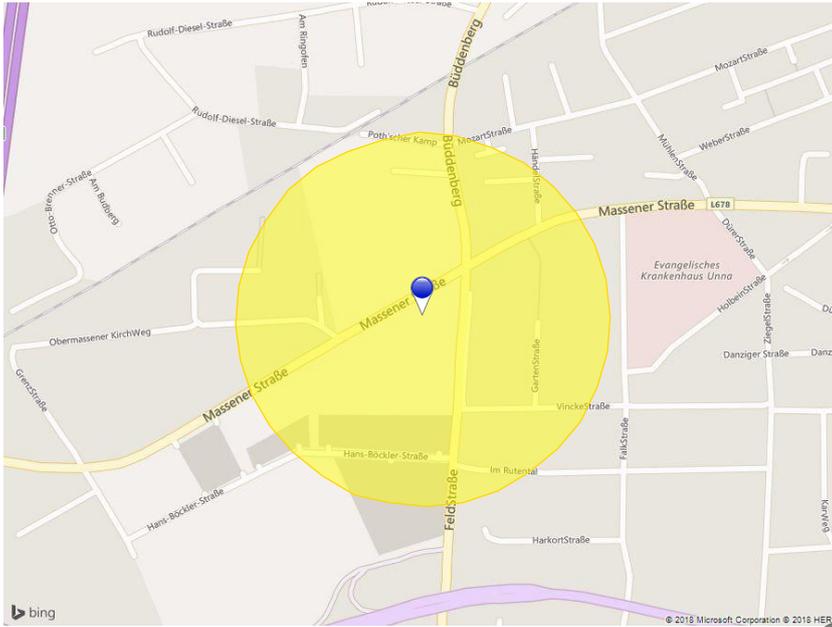
Liste der Bildungseinrichtungen (im Umkreis von 300m, Ausgabe als Gehzeit)

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Falkschule	Falkstraße 5	59423	Unna	innere	0,3 km	3,2 Min
2	Schule	Falkstraße 5	59423	Unna	innere	0,5 km	5,5 Min
3	SPI	Vinckestraße 49	59423	Unna	innere	0,5 km	6,2 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 300m

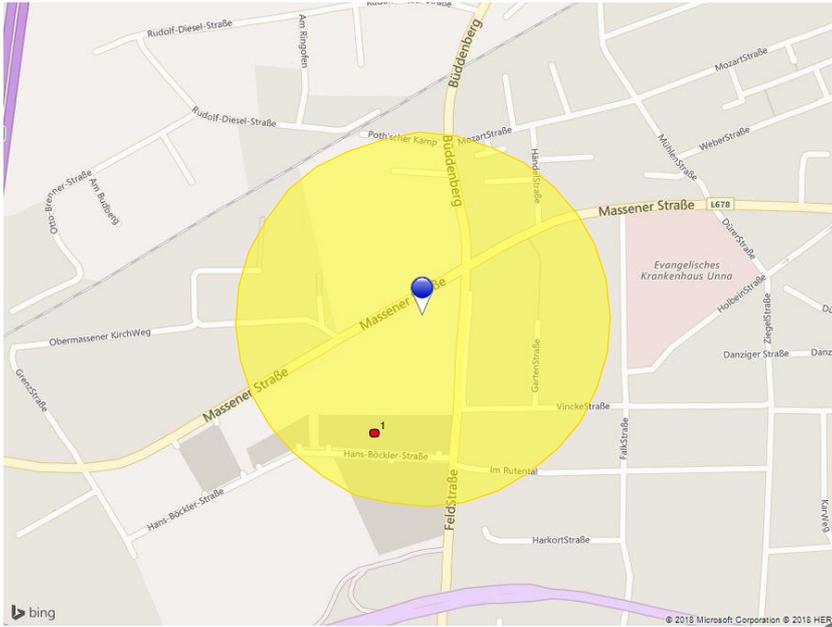
Liste der Behörden (im Umkreis von 300m, Ausgabe als Gehzeit)

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 300m

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

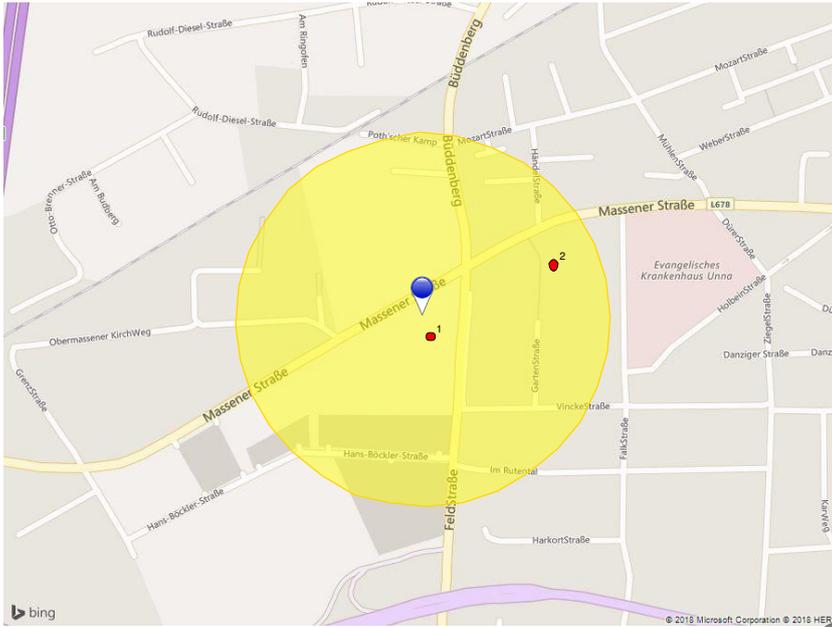
Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Oebel	Hans-Böckler-Straße 3	59423	Unna	innere	0,5 km	6,4 Min

Erläuterung

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

Vergleichen Sie mit dem Umsatzpotenzial für das gesamte Einzugsgebiet (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



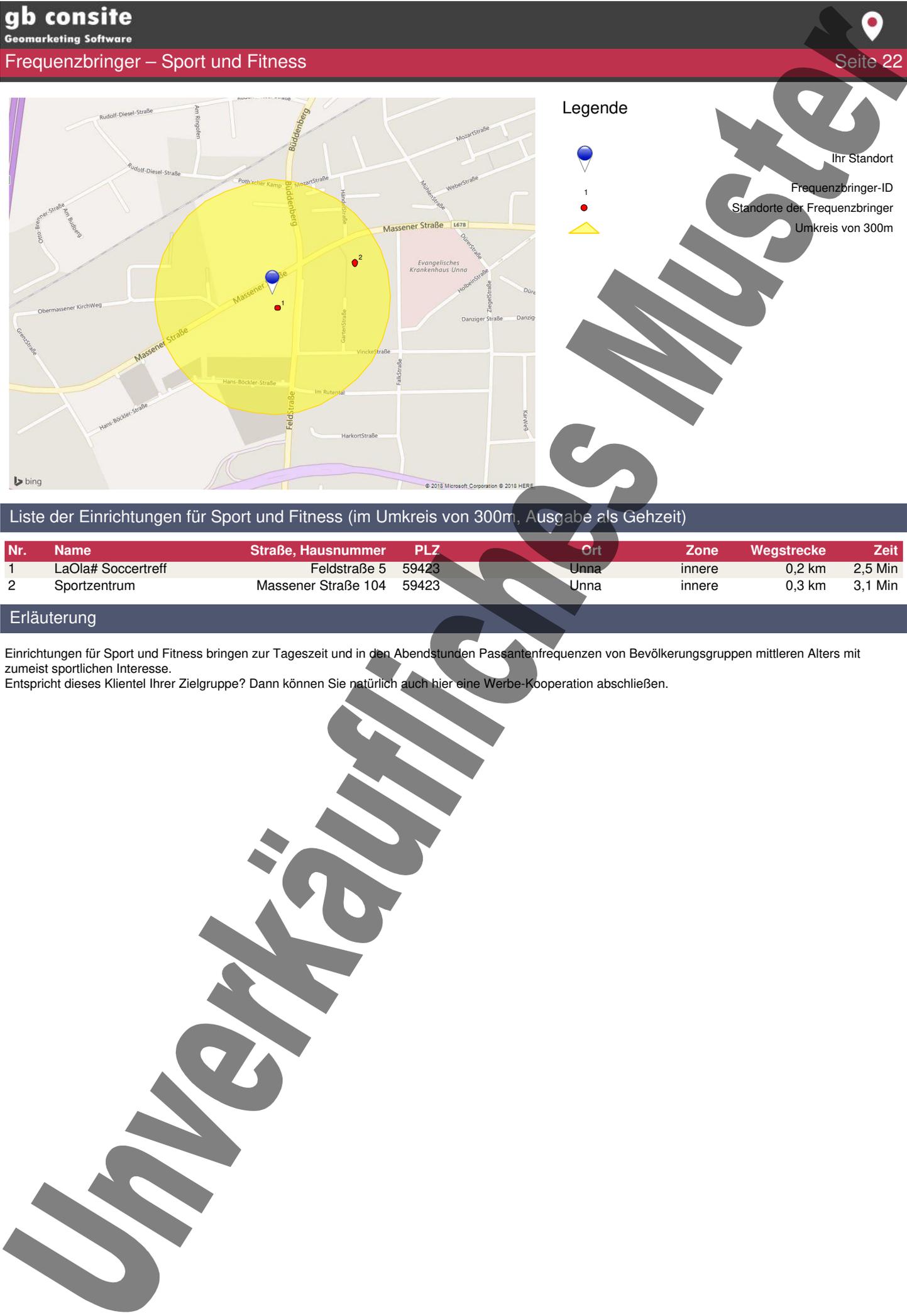
Ihr Standort
Frequenzbringer-ID
Standorte der Frequenzbringer
Umkreis von 300m

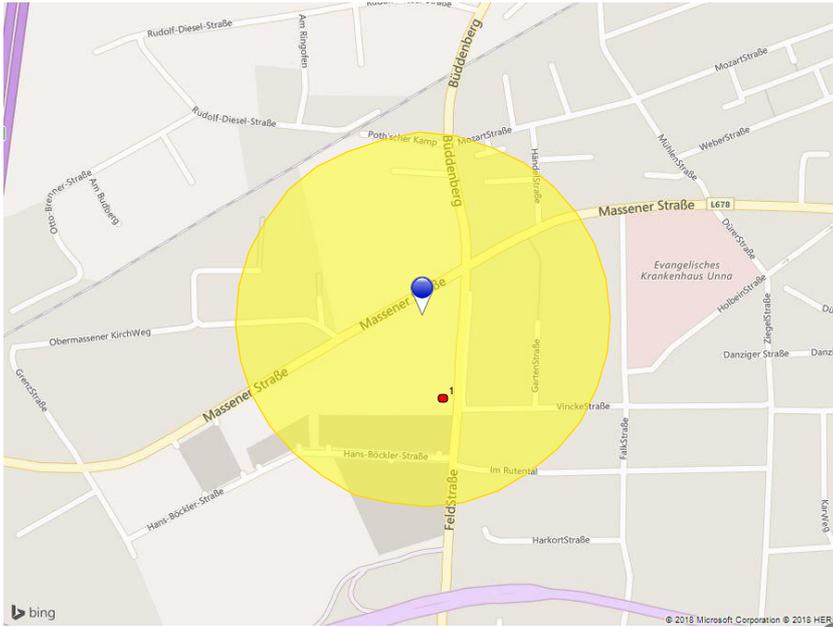
Liste der Einrichtungen für Sport und Fitness (im Umkreis von 300m, Ausgabe als Gehzeit)

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	LaOla# Soccertreff	Feldstraße 5	59423	Unna	innere	0,2 km	2,5 Min
2	Sportzentrum	Massener Straße 104	59423	Unna	innere	0,3 km	3,1 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



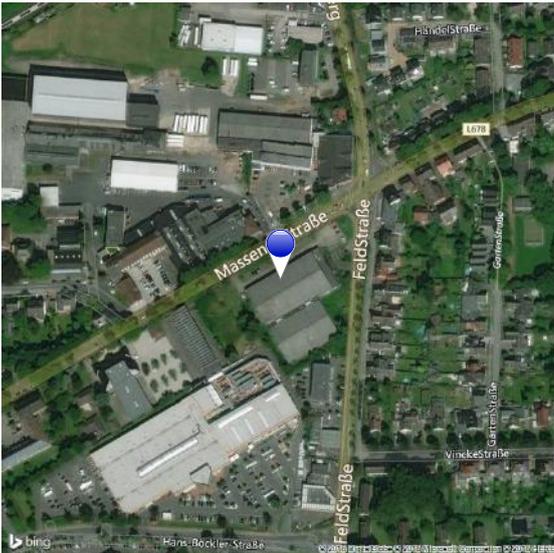
Ihr Standort
Frequenzbringer-ID
Standorte der Frequenzbringer
Umkreis von 300m

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

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Hermes Paketshop	Feldstraße 9	59423	Unna	innere	0,3 km	3,6 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	hoch	+
Absatzorientierte Standortfaktoren	Absatzpotenzial	Zentrenreichbarkeit	hoch	+
		Bevölkerungsdichte	hoch	+
	Ertragspotenzial	Einkünfte je Steuerpflichtigem(r)	hoch	+
Arbeitsorientierte Standortfaktoren	Arbeitsmarkt	Arbeitslosenquote	hoch	-
Abgabeorientierte Standortfaktoren	Steuern	Grundsteuer B	hoch	-
		Gewerbesteuer	hoch	-
Infrastrukturelle Standortfaktoren	Verkehrsanbindung für Kunden	Zentrenreichbarkeit	hoch	+

Mikro-Analyse (Einzugsgebiet und Standort)

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

Erläuterung

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

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

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

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

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

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

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