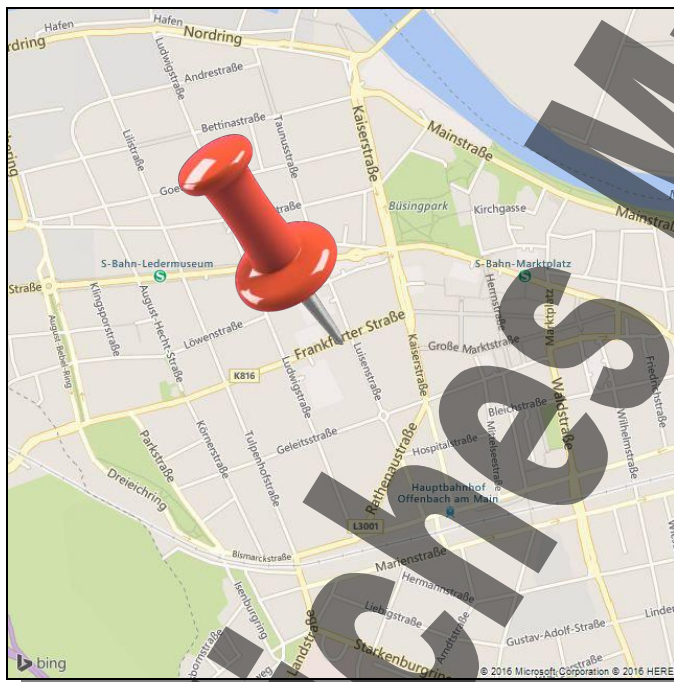


Standortcheck

für das Objekt Demo Speedqueen



Frankfurter Straße 74
63067 Offenbach am Main

Inhalt:

1. Marktcharakteristik
2. Potenzialprognosen
3. Kundenmagnete und Kooperationspartner

Haftungsausschluss

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

Marktinformationen (einzelhandelsrelevante Kaufkraft, allgemeine Kaufkraft, Zentralität) © panadress marketing intelligence GmbH, 2014
Statistische Daten (Gemeindedaten, Branchenlisten) © Destatis 2014, Regionaldatenbank Deutschland; Gebietsstand der Gemeinden 31.12.2012.

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

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

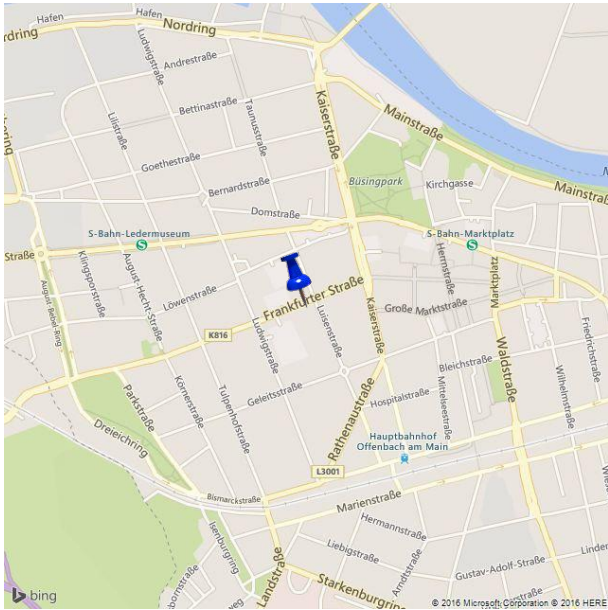
Sitz
Oberschleißheim

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

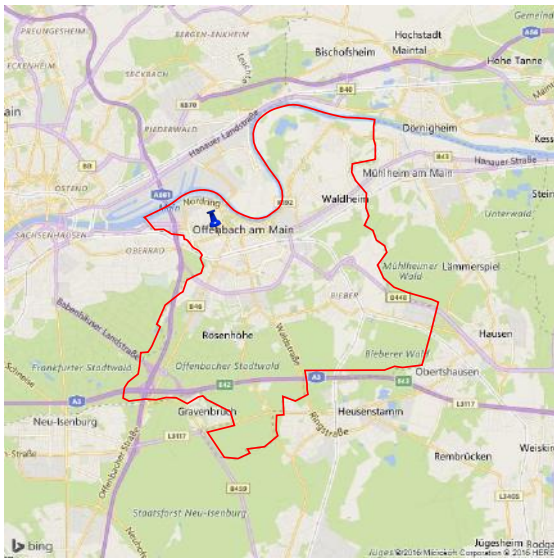
Fon: +49-89-30905297-0
Fax: +49-89-30905297-9
E-Mail: info@gbconsite.de
Internet: www.gbconsite.de



Objekt	Demo Speedqueen
Adresse	Frankfurter Straße 74 63067 Offenbach am Main
Geschäftsart	Dienstleistung
Branche	Wäscherei, chemische Reinigung
Dienstleistung	Heißmangelei, Bügelei; Wäscherei
Mitarbeiter	1
Analyse-ID	10578
Anmeldename	michael.terwesten@gbconsite.de
Paket	Basis
PayPal Transaktions ID	
Preis	(inkl. MwSt.)
Datum	17.06.2016

Inhaltsverzeichnis

Titel	Seite
Inhalt	2
1. Marktcharakteristik	
Ihr Standort Demo Speedqueen in Offenbach am Main	3
Ihr Einzugsgebiet zu Standort "Demo Speedqueen"	4
Wettbewerber im Einzugsgebiet zu Standort "Demo Speedqueen"	5
2. Potenzialprognosen	
Abrufwahrscheinlichkeit Ihrer Leistung am Standort "Demo Speedqueen"	7
Ihr Kundenpotenzial für Standort "Demo Speedqueen"	9
Gesamtes Kundenpotenzial für alle Marktteilnehmer	11
Prognose der Marktanteile der Wettbewerber im Einzugsgebiet	13
3. Kundenmagnete und Kooperationspartner	
Infrastruktur und Frequenzbringer – Definition und Erläuterungen	15
Infrastruktur – ÖPNV	16
Frequenzbringer – Einkaufszentren, Warenhäuser und Supermärkte	18
Standortcheck – Zusammenfassung	19



Die Raumstrukturtypen des Bundesamtes für Bauwesen und Raumordnung gliedern die Gemeinden nach Zentrenreichbarkeit (Zentral-, Zwischen- und Peripherium) sowie Bevölkerungsdichte.
Die Gemeinde **Offenbach am Main** 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 Offenbach am Main

Merkmal		Offenbach am Main	BRD	Anteil/Vergleich
Bevölkerung	gesamt	122.705	81.843.743	0,1499 %
	Anteil der 0-15 jährigen	14,83 %	13,24 %	+1,59 %
	Anteil der 15-65 jährigen	67,95 %	66,14 %	+1,81 %
	Anteil der über 65 jährigen	17,23 %	20,63 %	-3,40 %
	Einkünfte je Steuerpflichtigem(r)	28.284,29 €	31.659,02 €	-10,66 %
	Bevölkerungsdichte [Einwohner/km ²]	2.733	229	+1.092,89 %
	Zuwanderung bezogen auf Gesamtbevölkerung	10,95 %	5,89 %	+5,06 %
	Abwanderung bezogen auf Gesamtbevölkerung	9,70 %	5,44 %	+4,26 %
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	gesamt	43.941	29.970.480	0,1466 %
	Bezogen auf 15-65 Jährige	52,70 %	55,37 %	-2,66 %
	Ausländer von gesamt	29,01 %	7,18 %	+21,84 %
	Beschäftigtendichte [Beschäftigte/km ²]	978,86	83,91	+1.066,54 %
Arbeitslose	gesamt	6.899	2.950.250	0,2338 %
	Bezogen auf 15-65 Jährige	8,27 %	5,45 %	+2,82 %
	Ausländer von gesamt	49,38 %	17,10 %	+32,29 %
Landwirtschaft	Betriebe gesamt	12	374.514	0,0032 %
	Betriebe bezogen auf 1000 Einwohner	0,10	4,58	-97,86 %
	Anteil landwirtschaftlicher Nutzfläche	14,06 %	52,21 %	-38,15 %
Verarbeitendes Gewerbe	Betriebe gesamt	32	45.274	0,0707 %
	Beschäftigte bezogen auf Gesamtbevölkerung	4,71 %	7,31 %	-2,61 %
	Beschäftigte bezogen auf 15-65 Jährige	6,93 %	11,06 %	-4,13 %
Gebäude	gesamt	13.215	18.204.355	0,0726 %
	Wohnungen	59.251	40.473.823	0,1464 %
	durchschn. Wohnfläche [m ²]	71,42	85,15	-13,74 %
Tourismus	Beherbergungsbetriebe	32	53.246	0,0601 %
	Gästebetten	2.727	3.564.213	0,0765 %
	Gästeübernachtungen gesamt	361.196	407.259.922	0,0887 %
	Gästeübernachtungen je Einwohner	2,94	4,98	-40,84 %
Straßenverkehrsunfälle	gesamt	803	397.927	0,2018 %
	bezogen auf 1000 Einwohner	6,54	4,86	+34,60 %
Steuern und Politik in der Gemeinde	Steuern und steuerähn. Einnahmen je Einw.	966,49 €	908,41 €	+6,39 %
	Gewerbesteuerhebesatz	440 %	393 %	47 %
	Grundsteuer B	400 %	425 %	-25 %
	letzte Bundestagswahl vor 10/2009	CDU, CSU		33,49 %
	letzte Landtagswahl vor 05/2011	Sonstige		-nan, %

Erläuterung

Die statistischen Daten repräsentieren verschiedene **Standortfaktoren** der Gemeinde Ihres Standortes und stellen diese den durchschnittlichen Werten für die Bundesrepublik Deutschland gegenüber. Sie können so z.B. leicht ablesen, ob an Ihrem Standort überdurchschnittlich viele junge oder alte Menschen zu erwarten sind, ob die Einkünfte höher oder der Anteil arbeitsloser Ausländer niedriger ist. Alle Faktoren, die im Zusammenhang mit den Einwohnern stehen, geben auch wichtige Hinweise auf die zu erwartende **Zielgruppe** an Ihrem Standort! Einen wichtigen **Kostenfaktor** stellen die Gewerbesteuern dar. Oben stehende Tabelle zeigt den Gewerbesteuerhebesatz sowie die Grundsteuer B (für Eigentümer von Gewerbeimmobilien) im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. Anteile (bezogen auf die BRD) werden schwarz, vergleichende Werte (mehr oder weniger im Vergleich zur BRD) werden **blau** und **kursiv** dargestellt. Datenquelle: Destatis 2014, Regionaldatenbank Deutschland

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



Legende

-  Ihr Standort
-  4 Gehminuten
-  8 Gehminuten
-  12 Gehminuten

Marktinformationen für Ihr Einzugsgebiet

Merkmal	4 Minuten	8 Minuten	12 Minuten	Einzugsgebiet	BRD
Einwohner	5.698	9.745	13.840	29.283	80.523.746
Büroarbeitsplätze	3.512	3.963	3.079	10.553	17.852.412
Bevölkerungsdichte [Einwohner/km²]	11.846	12.156	10.463	11.239	229
Anteil der 0-15 jährigen [%]	8,79	10,59	10,84	10,36	13,29
Anteil der 15-25 jährigen [%]	16,74	10,72	10,96	12,01	11,01
Anteil der 25-50 jährigen [%]	52,33	46,83	46,81	47,89	34,16
Anteil der 50-65 jährigen [%]	12,75	18,75	18,64	17,53	20,85
Anteil der über 65 jährigen [%]	9,39	13,11	12,75	12,21	20,68
Anteil der Frauen [%]	50,38	50,37	50,45	50,41	51,08
Ausländeranteil [%]	38,36	32,12	41,02	37,54	8,16
Anzahl der Haushalte	3.315	5.559	8.101	16.976	39.930.676
Einwohner pro Haushalte	1,7	1,8	1,7	1,7	2,0
Anteil der Erwerbstätigen [%]	48,48	49,38	50,66	49,81	50,11
Arbeitslosenquote [%]	15,29	14,81	15,06	15,02	6,51
Index der allgemeinen Kaufkraft	78,56	88,88	74,41	80,03	100,00
Zentralitätsindex	366,29	212,01	167,07	221,44	100,00

Erläuterung

Gemäß unserem Regelwerk, das sich auf die Handelsforschung und auf die Erfahrungswerte zahlreicher Fachleute stützt, ergibt sich aus dem Raumstrukturtyp "Innerer Zentralraum" zusammen mit den von Ihnen angegebenen Dienstleistungen oder Kernsortimenten der Bedarfsfristigkeit "kurzfristig (nicht täglich)", ein **Einzugsgebiet von bis zu 12 Minuten Fußweg 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 (4-8 Minuten) sind ca. 20% Umsatzanteil, von Kunden der dritten, äußeren Zone (8-12 Minuten) nur ca. 10% Umsatzanteil zu erwarten.

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

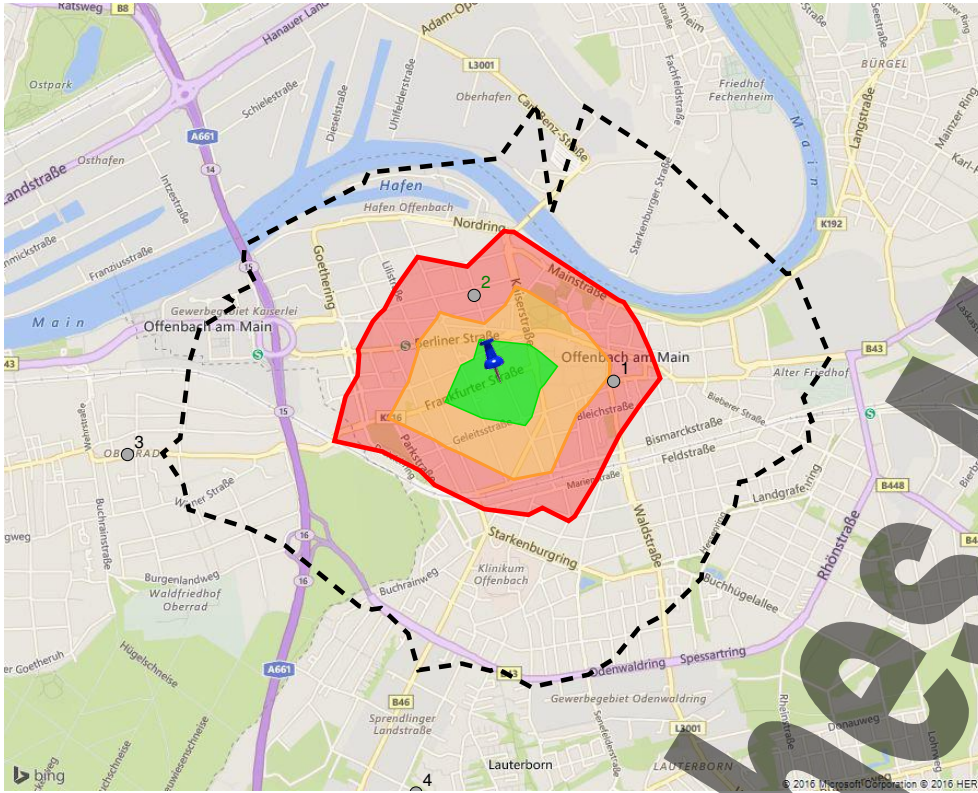
Die **Marktinformationen** oben stehender Tabelle werden für Ihr Einzugsgebiet angegeben und den Durchschnittswerten der BRD gegenüber gestellt.

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

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

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

Datenquelle: panadress marketing intelligence GmbH 2014



Legende

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

Wettbewerber im gesamten Einzugsgebiet



Wettbewerber im Nahbereich des Standortes



Liste der Wettbewerber

	Name	Straße	PLZ	Ort	Mitarbeiter	Wegstrecke	Zeit
1	S-B-S Waschsalon	Bieberer Straße 2	63065	Offenbach am Main	1	0,7 km	9 Min
2	Gabler	Tanusstr. 26	63067	Offenbach	1	0,8 km	10 Min
3	Pepis SB Waschsalon	Offenbacher Landstraße 377	60599	Frankfurt am Main	1	2,2 km	27 Min
4	Wäscherei Hellner GmbH	Bert-Brecht-Straße 2	63069	Offenbach am Main	1	2,8 km	34 Min

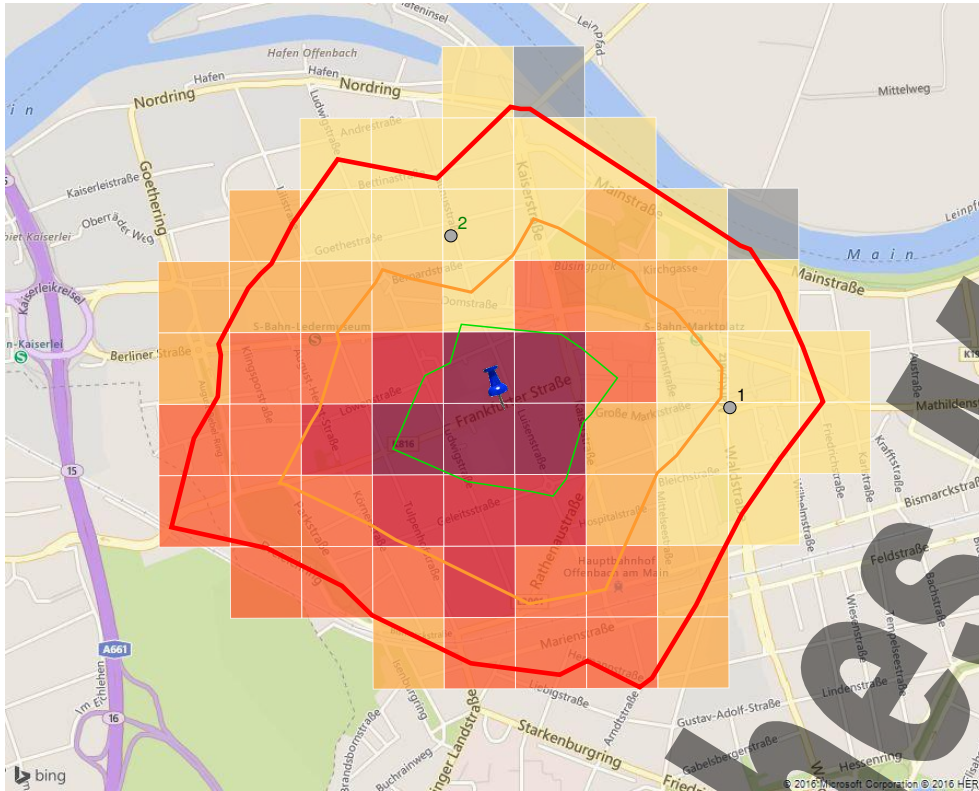
Erläuterung

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**.

Unverkäufliches Muster



Legende

- Ihr Standort
- Wettbewerber-ID
- Standorte Ihrer Wettbewerber
- Einzugsgebiet**
- 4 Gehminuten
- 8 Gehminuten
- 12 Gehminuten
- Abrufwahrscheinlichkeit (%)**
- 1,28 - 20,08
- 20,08 - 38,87
- 38,87 - 57,67
- 57,67 - 76,46
- 76,46 - 95,25
- Teilfläche ohne Besiedlung

Abrufwahrscheinlichkeit - Tops

Standort	Wahrscheinlichkeit gesamt	Tops	Teilfläche	Wahrscheinlichkeit
Einzugsgebiet Demo Speedqueen	34,94 %	1	Frankfurter Straße, Ludwigstraße (Offenbach am Main)	95,25 %
Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Mitarbeiter	Zeit	
1	S-B-S Waschsalon	1	9 Min	
2	Gabler	1	10 Min	
3	Pepis SB Waschsalon	1	27 Min	
4	Wäscherei Hellner GmbH	1	34 Min	
2				90,96 %
3				89,84 %
4				83,35 %
5				77,51 %
6				69,47 %
7				67,88 %
8				63,30 %
9				62,00 %
10				61,52 %
11				59,36 %
12				56,50 %
13				54,18 %
14				48,89 %
15				46,74 %

Unverkäuflich



Erläuterung

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

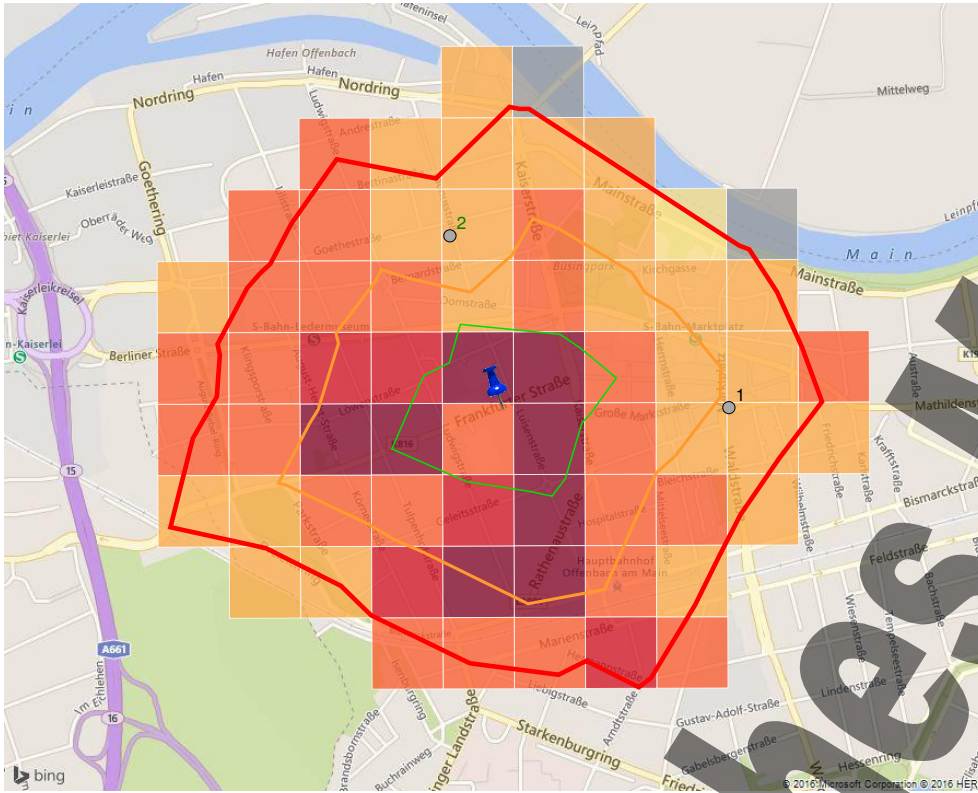
Die erste Tabelle gibt die Gesamtwahrscheinlichkeit des gesamten Einzugsgebietes für den Abruf bei Ihnen an, die Abrufwahrscheinlichkeiten für alle Wettbewerber in Summe ergibt 100%.

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.

Unverkäufliches Muster



Legende

- Ihr Standort
- Wettbewerber-ID
- Standorte Ihrer Wettbewerber
- Einzugsgebiet**
- 4 Gehminuten
- 8 Gehminuten
- 12 Gehminuten
- Kundenpotenzial**
- 0 - 3
- 3 - 86
- 86 - 217
- 217 - 347
- 347 - 544
- Teilfläche ohne Besiedlung

Kundenpotenzial für Ihren Standort - Tops

Kundenbindung Ihres Standortes		Kunden	Tops	Teilfläche	Kundenpotenzial
Einzugsgebiet Demo Speedqueen		9.534	1	Geleitsstraße (Offenbach am Main)	544
			2	Große Marktstraße, Kaiserstraße (Offenbach am Main)	510
			3	Bismarckstraße, Rathenaustraße (Offenbach am Main)	466
			4	Kaiserstraße (Offenbach am Main)	398
			5	Frankfurter Straße, Rödernstraße (Offenbach am Main)	378
			6	Bahnhofstraße, Luisenstraße (Offenbach am Main)	374
			7	Tulpenhofstraße (Offenbach am Main)	361
			8	Frankfurter Straße, Kömerstraße (Offenbach am Main)	355
			9	Geleitsstraße, Ludwigstraße (Offenbach am Main)	335
			10	August- Hecht- Straße, Kantstraße (Offenbach am Main)	292
			11	Berliner Straße, Ludwigstraße (Offenbach am Main)	283
			12	Marienstraße, Schäferstraße (Offenbach am Main)	280
			13	Geleitsstraße, Kömerstraße (Offenbach am Main)	250
			14	August-Bebel-Ring (Offenbach am Main)	214
			15	Domstraße, Ludwigstraße (Offenbach am Main)	211

Unverkäufliches Muster

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).

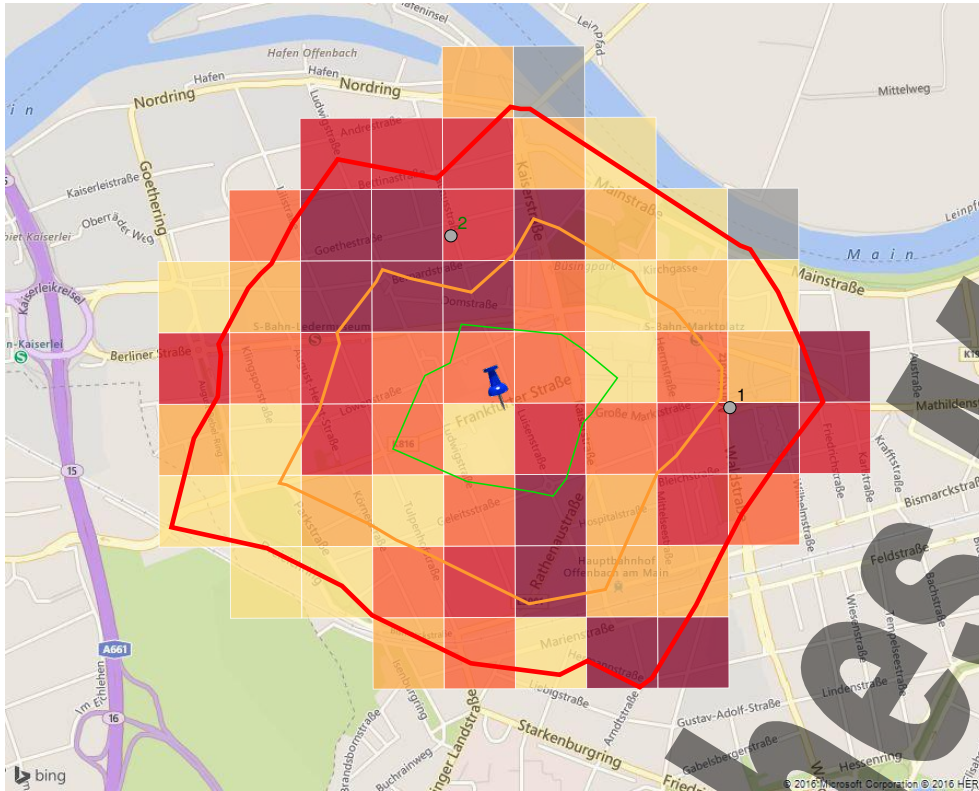
Der Mehrwert der Kartendarstellung liegt vor allem in der Verdeutlichung Ihrer **Potenzialgebiete für Stammkundschaft**.

Für einen gezielten und effizienten Werbemittleinsatz 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.

Unverkäufliches Muster



Legende

- Ihr Standort
- Wettbewerber-ID
- Standorte Ihrer Wettbewerber
- Einzugsgebiet**
- 4 Gehminuten
- 8 Gehminuten
- 12 Gehminuten
- Kundenpotenzial**
- 16 - 244
- 244 - 425
- 425 - 539
- 539 - 660
- 660 - 1.177
- Teilfläche ohne Besiedlung

Kundenpotenzial für alle Wettbewerber - Tops

Kundenbindung aller Wettbewerber		Kundenpotenzial	Tops	Teilfläche	Kundenpotenzial
Einzugsgebiet Demo Speedqueen		29.283	1	Berliner Straße, Bieberer Straße (Offenbach am Main)	1.177
Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Mitarbeiter	Zeit		
1	S-B-S Waschsalon	1	9 Min	2	Goethestraße, Lilistraße (Offenbach am Main)
2	Gabler	1	10 Min	3	Bismarckstraße, Rathenaustraße (Offenbach am Main)
3	Pepis SB Waschsalon	1	27 Min	4	Domstraße, Ludwigstraße (Offenbach am Main)
4	Wäscherei Hellner GmbH	1	34 Min	5	Geleitsstraße (Offenbach am Main)
				6	Bernardstraße, Lilistraße (Offenbach am Main)
				7	Goethestraße, Kaiserstraße (Offenbach am Main)
				8	Bieberer Straße, Salzgäßchen (Offenbach am Main)
				9	Marienstraße, Schäferstraße (Offenbach am Main)
				10	Goethestraße, Ludwigstraße (Offenbach am Main)
				11	Berliner Straße, Karl-Carstens-Platz (Offenbach am Main)
				12	Christian-Pleiß-Straße, Hermannstraße (Offenbach am Main)
				13	Berliner Straße, Karlstraße (Offenbach am Main)
				14	Bleichstraße, Mittelseestraße (Offenbach am Main)
				15	Andréstraße, Taunusstraße (Offenbach am Main)

Unverkäufliches Muster

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.

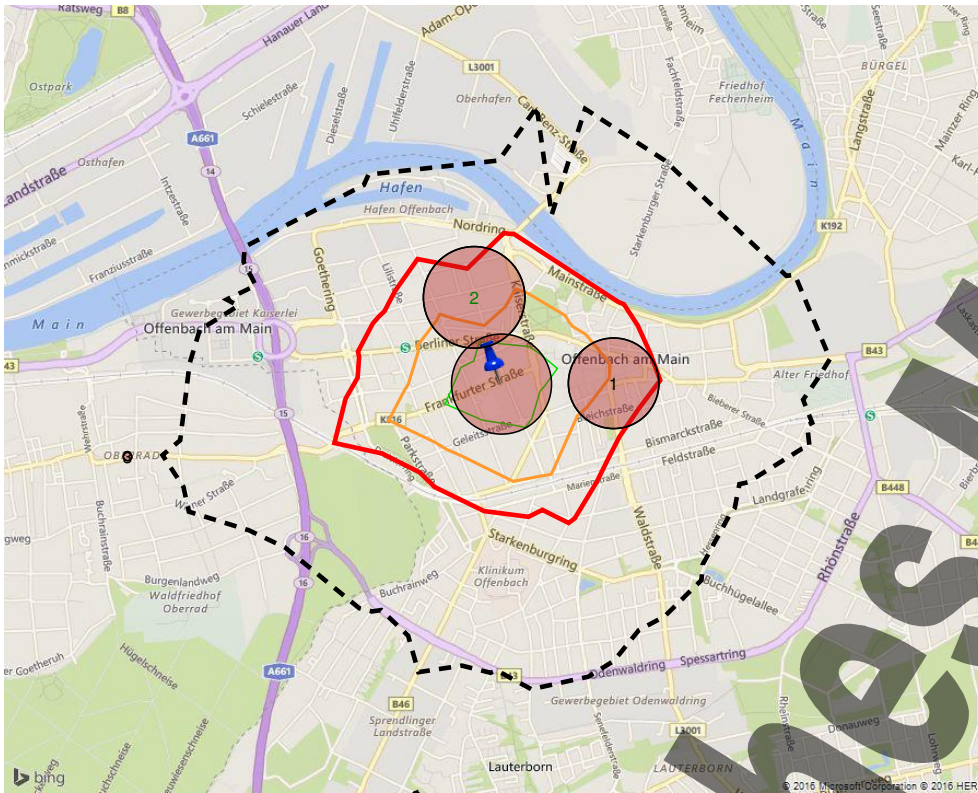
Die **Tops** zeigen die Teilgebiete innerhalb des Einzugsgebietes mit dem höchsten Kundenpotenzial. Diese Teilgebiete sind auch in der Karte unterschiedlich stark eingefärbt. Je **dunkler eine Teilfläche** ist, desto höher ist das gesamte **Kundenpotenzial für alle Wettbewerber**.

Auch hier liefert das Kundenpotenzial eine **absolute Größe**. Die Kernaussage ist: „**von wo kommen die meisten zusätzlichen Kunden?**“. Vergleichen Sie mit Seite 9 und finden Sie so **zusätzliche Kundenschwerpunkte**. Mit dieser Darstellung können Sie aber auch prüfen, ob Ihr Standort insgesamt günstig gewählt ist. Sinnvollerweise sind die stärksten Potenzialgebiete in Ihrer unmittelbaren Nähe und somit stärksten Kundenzone, also in oder nahe der inneren Zone des Einzugsgebietes.















Der Mehrwert dieser Kartendarstellung liegt also vor allem in der **Bewertung des Standortes für den Absatzmarkt** sowie in der Verdeutlichung Ihrer **Potenzialgebiete für zusätzliche, vom Wettbewerb eroberte Kundschaft**.

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

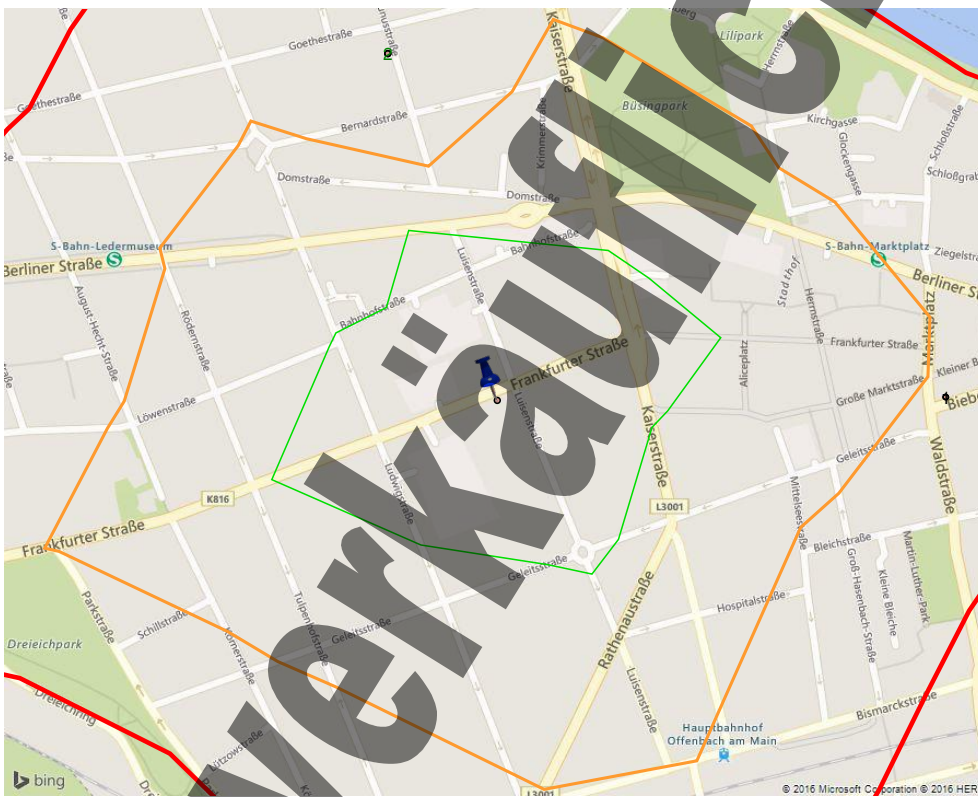
Unverkäufliches Muster



Legende

-  Ihr Standort
-  1 Wettbewerber-ID
-  Standorte Ihrer Wettbewerber
-  **Einzugsgebiet**
-  4 Gehminuten
-  8 Gehminuten
-  12 Gehminuten
-  24 Gehminuten
-  **Prognostizierter Marktanteil (%)**
-  5
-  10
-  15
-  20
-  25

Marktanteile im gesamten Einzugsgebiet



Marktanteile im Nahbereich des Standortes

Marktanteile der Wettbewerber in Ihrem Einzugsgebiet

Kundenbindung aller Wettbewerber	Kundenpotenzial
Einzugsgebiet Demo Speedqueen	29.283

Standort	Mitarbeiter	Zeit	Kundenpotenzial	Marktanteil
Demo Speedqueen	1	0,0 Min	9.534	32,56 %

Nr.	Die 10 stärksten Wettbewerber im Einzugsgebiet + eigene Marke	Mitarbeiter	Zeit	Kundenpotenzial	Marktanteil
2	Gabler	1	10,1 Min	9.679	33,05 %
1	S-B-S Waschsalon	1	8,9 Min	8.633	29,48 %
3	Pepis SB Waschsalon	1	26,6 Min	797	2,72 %
4	Wäscherei Hellner GmbH	1	34,1 Min	640	2,19 %
	Summe eigene Marke			9.679	33,05 %

Szenario: Einzugsgebiet ohne neuen Standort

Nr.	Wettbewerber der eigene Marke im Einzugsgebiet	Mitarbeiter	Zeit	Kundenpotenzial	Kannibalisierungsquote
2	Gabler	1	10,1 Min	13.857	30,15 %
	Summe eigene Marke			13.857	30,15 %

Erläuterung

Die Darstellung der **Marktanteile der Wettbewerber** gibt an, wie hoch der Anteil am zu erwartenden **Kunden im gesamten Einzugsgebiet** ausfallen kann. Die Prognose wurde ermittelt aus dem nunmehr auf alle Wettbewerber bezogenen **Kundenpotenzial für das gesamte Einzugsgebiet** (Seite 11). 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 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!

Unverkäufliches Muster

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.

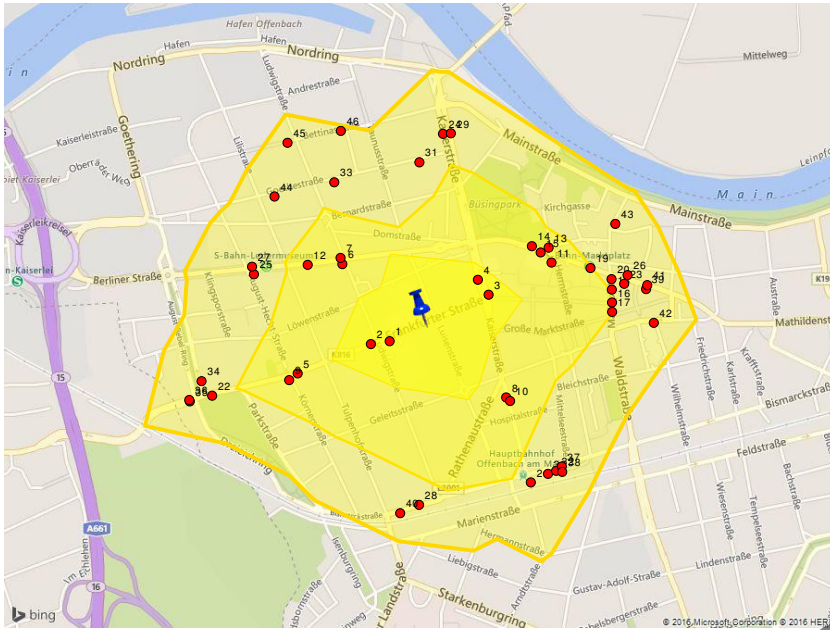
In jedem Fall dient die Visualisierung der Frequenzbringer der **Identifizierung von Einzelhandelszentren**, die eine hohe Anziehungskraft ausüben.

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 "Demo Speedqueen"", **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 – ÖPNV

Frequenzbringer – Einkaufszentren, Warenhäuser und Supermärkte



Legende



Ihr Standort

1

Haltestelle-ID



Haltestelle



Einzugsgebiet



4 Gehminuten



8 Gehminuten

12 Gehminuten

Liste der Haltestellen

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Ludwigstraße/ Ledermuseum (Bushaltestelle)	Frankfurter Straße 88	63067	Offenbach am Main	innere	0,1 km	1,6 Min
2	Ludwigstraße/ Ledermuseum (Bushaltestelle)	Frankfurter Straße 99	63067	Offenbach am Main	innere	0,2 km	2,4 Min
3	Kaiserstraße (Bushaltestelle)	Kaiserstraße 63	63065	Offenbach am Main	innere	0,2 km	2,8 Min
4	Kaiserstraße (Bushaltestelle)	Kaiserstraße 60	63065	Offenbach am Main	innere	0,3 km	3,2 Min
5	Deutscher Wetterdienst (Bushaltestelle)	Frankfurter Straße 114	63067	Offenbach am Main	mittlere	0,5 km	5,5 Min
6	Ledermuseum (U-Bahn- Zugang)	Ludwigstraße	63067	Offenbach am Main	mittlere	0,5 km	5,8 Min
7	Ledermuseum (U-Bahn- Zugang)	Berliner Straße 209	63067	Offenbach am Main	mittlere	0,5 km	5,8 Min
8	Justizzentrum (Bushaltestelle)	Kaiserstraße 18	63065	Offenbach am Main	mittlere	0,5 km	5,9 Min
9	Deutscher Wetterdienst (Bushaltestelle)	Körnerstraße 54	63067	Offenbach am Main	mittlere	0,5 km	5,9 Min
10	Justizzentrum (Bushaltestelle)	Kaiserstraße 27	63065	Offenbach am Main	mittlere	0,5 km	6,1 Min
11	Marktplatz (U-Bahn- Zugang)	Herrnstraße	63065	Offenbach am Main	mittlere	0,6 km	6,7 Min
12	Ledermuseum (Bahnhof)		63067	Offenbach am Main	mittlere	0,6 km	7,1 Min
13	Marktplatz (U-Bahn- Zugang)	Herrnstraße & Französisches Gässchen	63065	Offenbach am Main	mittlere	0,6 km	7,3 Min
14	Rathaus (Bushaltestelle)	Berliner Straße 109	63065	Offenbach am Main	mittlere	0,6 km	7,3 Min
15	Rathaus (Bushaltestelle)	Berliner Straße 114	63065	Offenbach am Main	mittlere	0,6 km	7,4 Min
16	Marktplatz (Bushaltestelle)	Marktplatz 10	63065	Offenbach am Main	äußere	0,6 km	7,5 Min
17	Marktplatz (Bushaltestelle)	Marktplatz 11	63065	Offenbach am Main	äußere	0,7 km	7,8 Min
18	Marktplatz (Bushaltestelle)	Marktplatz	63065	Offenbach am Main	äußere	0,7 km	8,1 Min
19	Marktplatz (Bahnhof)	Berliner Straße 70	63065	Offenbach am Main	mittlere	0,7 km	8,5 Min
20	Marktplatz (Bushaltestelle)	Marktplatz	63065	Offenbach am Main	äußere	0,7 km	8,5 Min
21	Offenbach(Main)Hbf	Bismarckstraße	63065	Offenbach am Main	äußere	0,7 km	8,7 Min
22	August-Bebel-Ring (Bushaltestelle)	Frankfurter Straße 136	63067	Offenbach am Main	äußere	0,8 km	9,1 Min
23	Marktplatz (U-Bahn- Zugang)	Berliner Straße 54	63065	Offenbach am Main	äußere	0,8 km	9,3 Min
24	Theater/Messehallen (Bushaltestelle)	Kaiserstraße 108	63065	Offenbach am Main	äußere	0,8 km	9,3 Min
25	Ledermuseum (U-Bahn- Zugang)	August-Hecht-straße	63067	Offenbach am Main	äußere	0,8 km	9,3 Min
26	Marktplatz (U-Bahn- Zugang)	Berliner Straße 59	63065	Offenbach am Main	äußere	0,8 km	9,3 Min



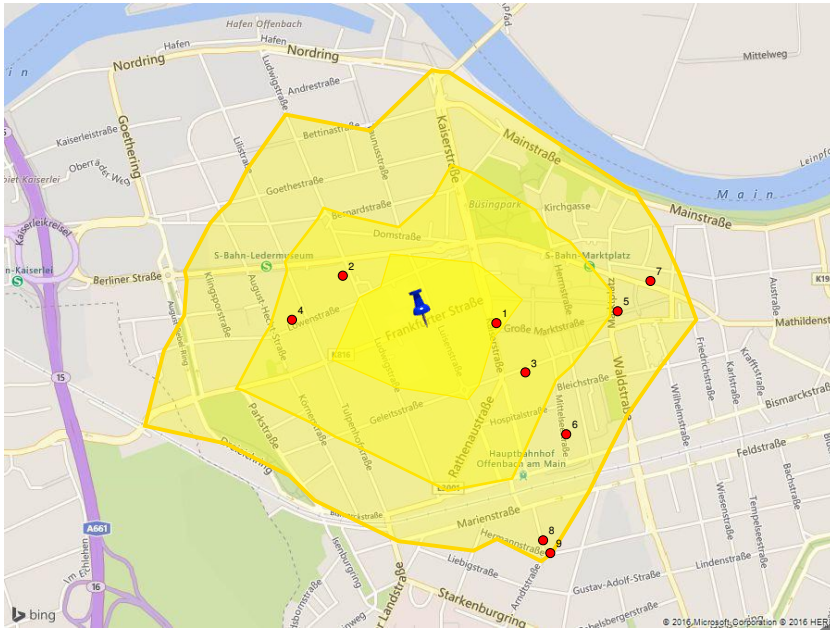
Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
27	Ledermuseum (U-Bahn-Zugang)	Berliner Straße 243	63067	Offenbach am Main	äußere	0,8 km	9,4 Min
28	Tulpenhofstraße (Bushaltestelle)	Bismarckstraße 189	63067	Offenbach am Main	äußere	0,8 km	9,4 Min
29	Theater/Messehallen (Bushaltestelle)	Kaiserstraße 113	63065	Offenbach am Main	äußere	0,8 km	9,4 Min
30	Hauptbahnhof (Bushaltestelle)	street	63065	Offenbach am Main	äußere	0,8 km	9,5 Min
31	Theater/Messehallen (Bushaltestelle)	Goethestraße 16	63067	Offenbach am Main	äußere	0,8 km	9,8 Min
32	Hauptbahnhof (Bushaltestelle)		63065	Offenbach am Main	äußere	0,8 km	9,8 Min
33	Ludwigstraße (Bushaltestelle)	Goethestraße 54	63067	Offenbach am Main	äußere	0,8 km	9,9 Min
34	August-Bebel-Ring (Bushaltestelle)	August-Bebel-Ring 7	63067	Offenbach am Main	äußere	0,8 km	10,0 Min
35	Offenbach Stadtgrenze (Straßenbahn)	Offenbacher Landstrasse	63067	Offenbach am Main	äußere	0,8 km	10,0 Min
36	Offenbach Stadtgrenze (Straßenbahn)	Offenbacher Landstrasse	63067	Offenbach am Main	äußere	0,8 km	10,1 Min
37	Hauptbahnhof (Bushaltestelle)	Bismarckstraße 132	63065	Offenbach am Main	äußere	0,8 km	10,1 Min
38	Hauptbahnhof (Bushaltestelle)	street	63065	Offenbach am Main	äußere	0,8 km	10,1 Min
39	Marktplatz/Berliner Straße (Bushaltestelle)	Berliner Straße 46	63065	Offenbach am Main	äußere	0,8 km	10,2 Min
40	Tulpenhofstraße (Bushaltestelle)	Bismarckstraße 190	63067	Offenbach am Main	äußere	0,8 km	10,2 Min
41	Marktplatz/Berliner Straße (Bushaltestelle)	Berliner Straße 45	63065	Offenbach am Main	äußere	0,8 km	10,2 Min
42	Wilhelmsplatz (Bushaltestelle)	Wilhelmsplatz	63065	Offenbach am Main	äußere	0,9 km	10,2 Min
43	Schloßstraße (Bushaltestelle)	Schlossstraße 31	63065	Offenbach am Main	äußere	0,9 km	10,4 Min
44	Lilistraße (Bushaltestelle)	Goethestraße 80	63067	Offenbach am Main	äußere	0,9 km	10,7 Min
45	Ludwigstraße (Bushaltestelle)	Bettinastraße 64	63067	Offenbach am Main	äußere	0,9 km	11,3 Min
46	Taunusstraße (Bushaltestelle)	Bettinastraße 38	63067	Offenbach am Main	äußere	1,1 km	12,7 Min

Erläuterung

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

Für die zusammenfassende Bewertung der infrastrukturellen Standortfaktoren (Seite 19) wird daher nur das Vorhandensein von Haltestellen im inneren Einzugsgebiet positiv bewertet.

Über Ihre Eigenschaft hinaus, Frequenzbringer zu sein, können Haltestellen auch immer als Werbeplattformen 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
-  1
Frequenzbringer-ID
-  Standorte der Frequenzbringer
-  Einzugsgebiet
-  4 Gehminuten
-  8 Gehminuten
-  12 Gehminuten

Liste der Einkaufszentren, Warenhäuser und Supermärkte

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Penny	Kaiserstraße 55	63065	Offenbach am Main	innere	0,3 km	3,6 Min
2	Lidl	Ludwigstraße	63067	Offenbach am Main	mittlere	0,4 km	5,2 Min
3	TR Lebensmittel	Geleitsstraße 38	63065	Offenbach am Main	mittlere	0,5 km	6,0 Min
4	REWE	Löwenstraße 27	63067	Offenbach am Main	mittlere	0,6 km	6,7 Min
5	Rewe	Kleiner Biergrund 8	63065	Offenbach am Main	äußere	0,7 km	8,4 Min
6	Holunder Naturladen - Bio	Mittelseestraße 13	63065	Offenbach am Main	äußere	0,8 km	9,6 Min
7	Toys'R'Us	Berliner Straße 45	63065	Offenbach am Main	äußere	0,9 km	10,3 Min
8	pennymarkt	Schäferstraße 16	63069	Offenbach am Main	äußere	0,9 km	11,2 Min
9	trinkhalle	Hermannstraße 15	63069	Offenbach am Main	äußere	1,0 km	12,0 Min

Erläuterung

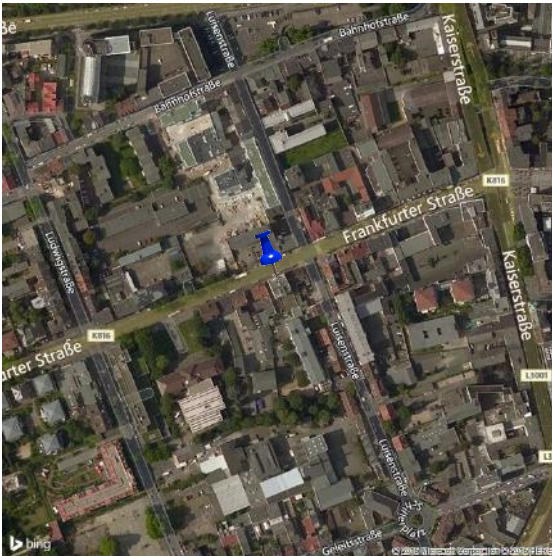
Warenhäuser sowie insbesondere Shopping Center und Shopping Malls sind die Frequenzbringer schlechthin.

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



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)	niedrig	-
Arbeitsorientierte Standortfaktoren	Arbeitsmarkt	Arbeitslosenquote	hoch	-
Abgabeorientierte Standortfaktoren	Steuern	Grundsteuer B	niedrig	+
		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.