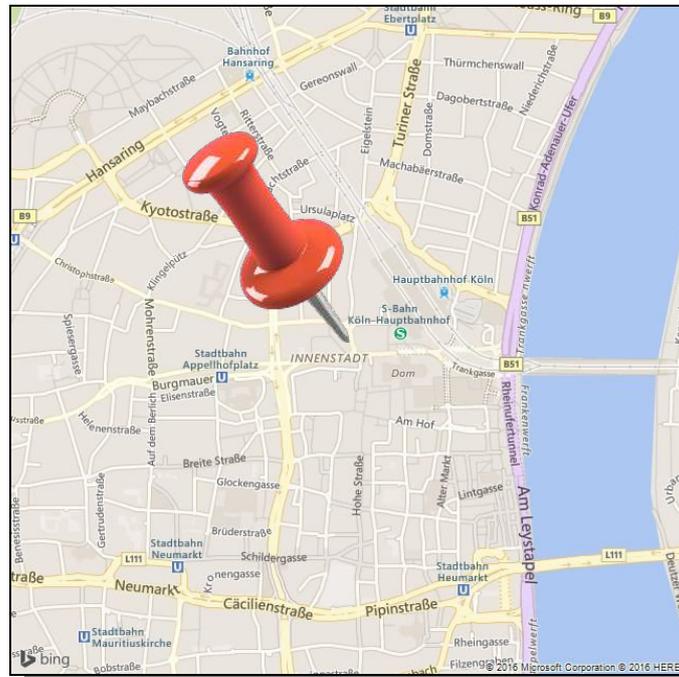




Standortcheck

für das Objekt Fischhaus Fritze



Marzellenstraße 3
50667 Köln, Stadt

Inhalt:

1. Marktcharakteristik
2. Potenzialprognosen
3. Kundenmagnete und Kooperationspartner

Haftungsausschluss

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

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

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

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

gb consite GmbH
Mittenheimer Straße 58
85764 Oberschleißheim

Geschäftsführer
Malte Geschwinder
Knut Büscher

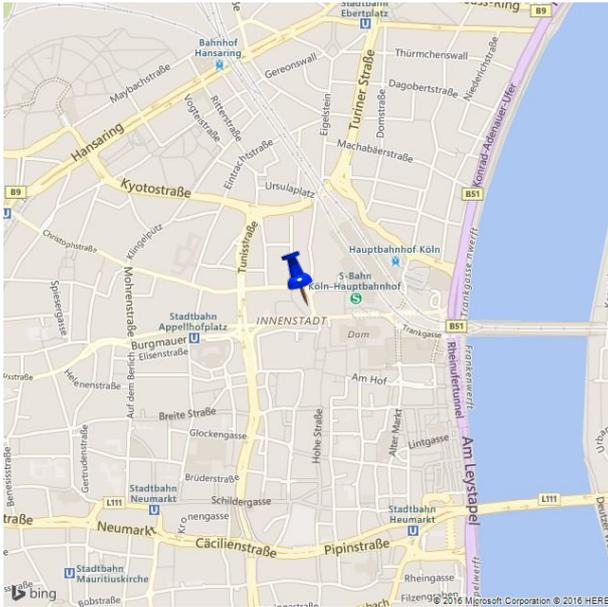
Sitz
Oberschleißheim

Amtsgericht München
HRB 168433

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

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

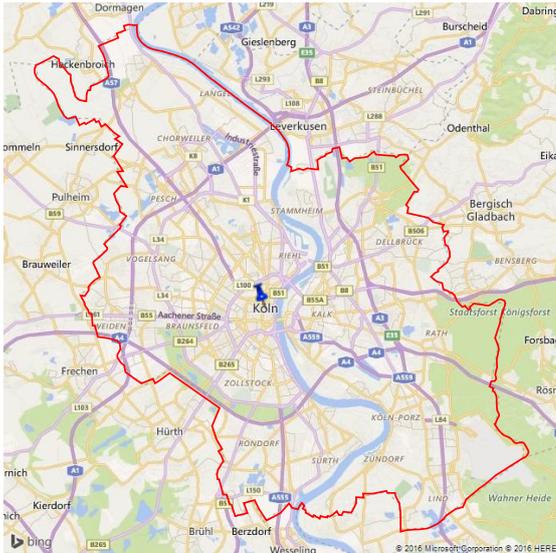
Fon: +49-89-30905297-0
Fax: +49-89-30905297-9
E-Mail: info@gbconsite.de
Internet: www.gbconsite.de



Objekt	Fischhaus Fritze
Adresse	Marzellenstraße 3 50667 Köln, Stadt
Geschäftsart	Einzelhandel
Branche	Nahrungs-, Genussmittel
Sortiment	Fisch, Meeresfrüchte, Fischerzeugnisse
Fläche	50 m ²
Analyse-ID	6885
Anmeldename	mustermann
Paket	Plus
Freischaltcode	0P9SCLTU4R
Datum	23.08.2016

Inhaltsverzeichnis

Titel	Seite
Inhalt	2
1. Marktcharakteristik	
Ihr Standort Fischhaus Fritze in Köln, Stadt	3
Ihr Einzugsgebiet zu Standort "Fischhaus Fritze"	4
Wettbewerber im Einzugsgebiet zu Standort "Fischhaus Fritze"	5
2. Potenzialprognosen	
Wahrscheinlichkeit, dass am Standort "Fischhaus Fritze" eingekauft wird	7
Ihr Kundenpotenzial für Standort "Fischhaus Fritze"	8
Gesamtes Kundenpotenzial für alle Marktteilnehmer	9
Ihr Umsatzpotenzial für Standort "Fischhaus Fritze"	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	20
Frequenzbringer – Behörden	21
Frequenzbringer – Bäckereien und Konditoreien	22
Frequenzbringer – Sport und Fitness	23
Frequenzbringer – Ärzte	24
Frequenzbringer – Apotheken	25
Frequenzbringer – Banken und Geldautomaten	26
Standortcheck – Zusammenfassung	27



Die Raumstrukturtypen des Bundesamtes für Bauwesen und Raumordnung gliedern die Gemeinden nach Zentrenreichbarkeit (Zentral-, Zwischen- und Periphererraum) sowie Bevölkerungsdichte.

Die Gemeinde **Köln, Stadt** 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 Köln, Stadt

Merkmal		Köln, Stadt	BRD	Anteil/Vergleich
Bevölkerung	gesamt	1.017.155	81.843.743	1,2428 %
	Anteil der 0-15 jährigen	13,13 %	13,24 %	-0,10 %
	Anteil der 15-65 jährigen	68,78 %	66,14 %	+2,64 %
	Anteil der über 65 jährigen	18,09 %	20,63 %	-2,53 %
	Einkünfte je Steuerpflichtigem(r)	34.122,74 €	31.659,02 €	+7,78 %
	Bevölkerungsdichte [Einwohner/km ²]	2.511	229	+995,59 %
	Zuwanderung bezogen auf Gesamtbevölkerung	5,91 %	5,89 %	+0,03 %
	Abwanderung bezogen auf Gesamtbevölkerung	5,02 %	5,44 %	-0,41 %
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	gesamt	373.960	29.970.480	1,2478 %
	Bezogen auf 15-65 Jährige	53,46 %	55,37 %	-1,91 %
	Ausländer von gesamt	13,64 %	7,18 %	+6,46 %
	Beschäftigtendichte [Beschäftigte/km ²]	922,99	83,91	+999,96 %
Arbeitslose	gesamt	52.124	2.950.250	1,7668 %
	Bezogen auf 15-65 Jährige	7,45 %	5,45 %	+2,00 %
	Ausländer von gesamt	31,83 %	17,10 %	+14,73 %
Landwirtschaft	Betriebe gesamt	120	374.514	0,0320 %
	Betriebe bezogen auf 1000 Einwohner	0,12	4,58	-97,42 %
	Anteil landwirtschaftlicher Nutzfläche	17,12 %	52,21 %	-35,09 %
Verarbeitendes Gewerbe	Betriebe gesamt	256	45.274	0,5654 %
	Beschäftigte bezogen auf Gesamtbevölkerung	4,88 %	7,31 %	-2,43 %
	Beschäftigte bezogen auf 15-65 Jährige	7,09 %	11,06 %	-3,96 %
Gebäude	gesamt	134.202	18.204.355	0,7372 %
	Wohnungen	528.348	40.473.823	1,3054 %
	durchschn. Wohnfläche [m ²]	72,03	85,15	-13,13 %
Tourismus	Beherbergungsbetriebe	268	53.246	0,5033 %
	Gästebetten	28.678	3.564.213	0,8046 %
	Gästeübernachtungen gesamt	5.082.627	407.259.922	1,2480 %
	Gästeübernachtungen je Einwohner	5,00	4,98	+0,42 %
Straßenverkehrsunfälle	gesamt	5.909	397.927	1,4849 %
	bezogen auf 1000 Einwohner	5,81	4,86	+19,48 %
Steuern und Politik in der Gemeinde	Steuern und steuerähn. Einnahmen je Einw.	Keine Angabe	908,41 €	Keine Angabe
	Gewerbsteuerhebesatz	475 %	393 %	82 %
	Grundsteuer B	515 %	425 %	90 %
	letzte Bundestagswahl vor 10/2009	CDU, CSU		33,00 %
	letzte Landtagswahl vor 05/2011	Sonstige		-nan, %

Erläuterung

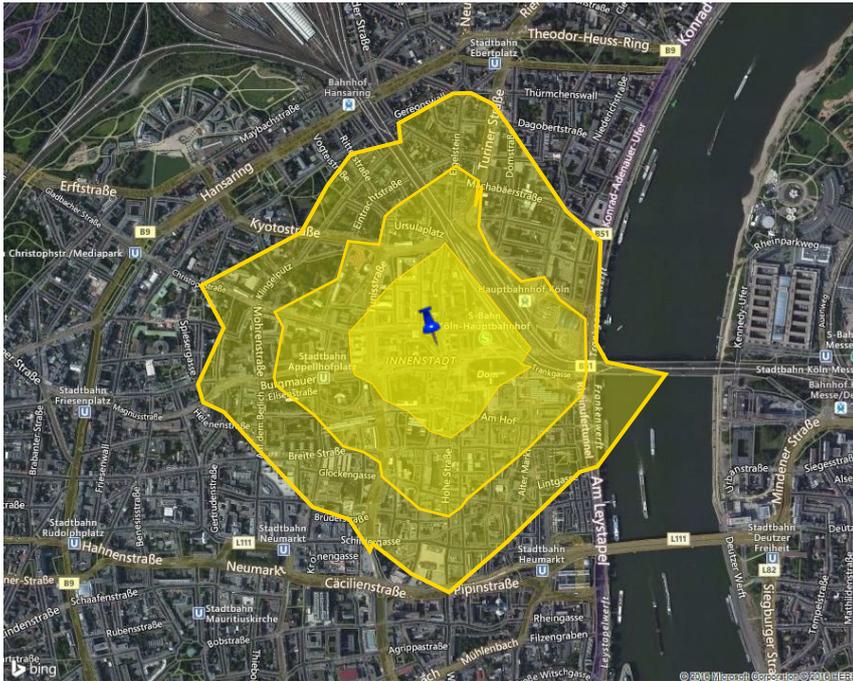
Die statistischen Daten repräsentieren verschiedene **Standortfaktoren** der Gemeinde Ihres Standortes und stellen diese den durchschnittlichen Werten für die Bundesrepublik Deutschland gegenüber. Sie können so z.B. leicht ablesen, ob an Ihrem Standort überdurchschnittlich viele junge oder alte Menschen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



Einzugsgebiet

4 Gehminuten

7 Gehminuten

10 Gehminuten

Marktinformationen für Ihr Einzugsgebiet

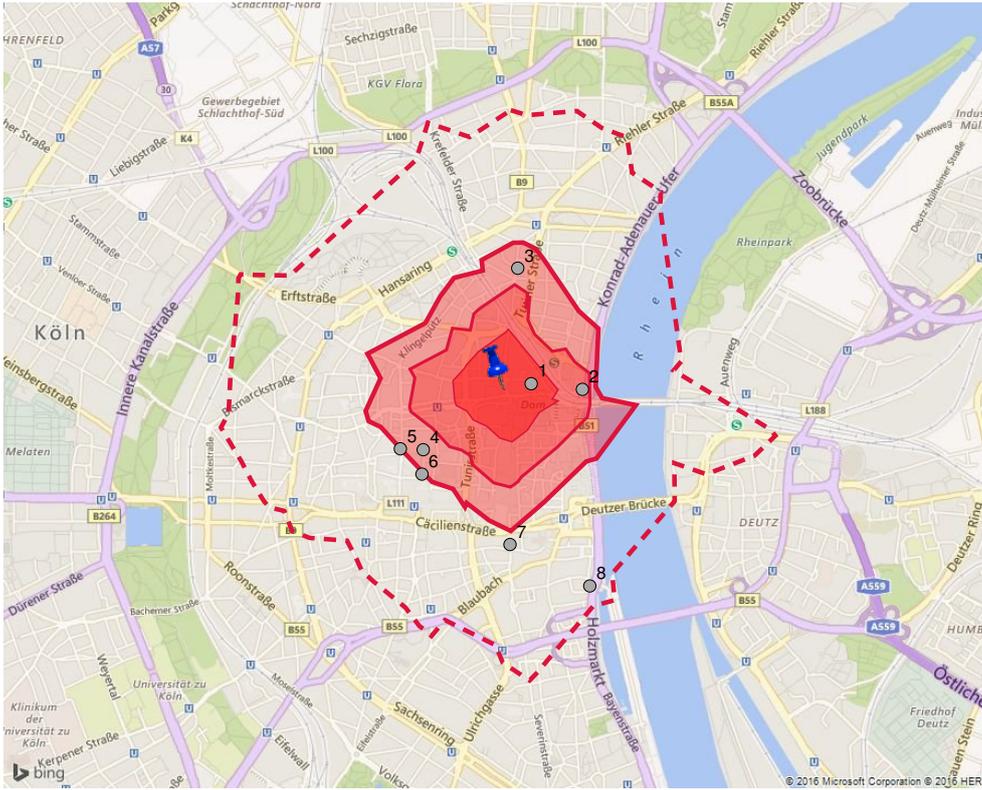
Merkmal	4 Minuten	7 Minuten	10 Minuten	Einzugsgebiet	BRD
Einwohner	2.915	5.866	11.024	19.804	80.523.746
Büroarbeitsplätze	6.804	9.214	9.801	25.819	17.852.412
Bevölkerungsdichte [Einwohner/km²]	5.188	9.743	13.733	10.070	229
Anteil der 0-15 jährigen [%]	2,92	5,25	5,94	5,29	13,29
Anteil der 15-25 jährigen [%]	23,85	18,58	16,95	18,45	11,01
Anteil der 25-50 jährigen [%]	47,91	51,73	53,94	52,40	34,16
Anteil der 50-65 jährigen [%]	11,31	12,81	12,89	12,64	20,85
Anteil der über 65 jährigen [%]	14,01	11,62	10,28	11,22	20,68
Anteil der Frauen [%]	51,72	51,60	51,43	51,52	51,08
Ausländeranteil [%]	14,17	13,40	18,08	16,12	8,16
Anzahl der Haushalte	2.306	4.263	7.512	14.080	39.930.676
Einwohner pro Haushalte	1,3	1,4	1,5	1,4	2,0
Anteil der Erwerbstätigen [%]	40,14	48,51	49,13	47,62	50,11
Arbeitslosenquote [%]	14,49	13,62	15,49	14,81	6,51
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Einwohner pro Jahr [€]	9.689	8.328	7.255	7.931	6.309
Kaufkraft für Ihr Sortiment pro Einwohner pro Jahr [€]	68	59	51	56	44
Index der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft	153,58	132,01	114,99	125,71	100,00
Einzelhandelsumsatz pro Einwohner pro Jahr [€]	37.431	38.415	20.693	28.405	5.616
Index des Einzelhandelsumsatzes	666,47	683,98	368,44	505,76	100,00
Kaufkraftzufluss in das Einzugsgebiet [Mio. €]	80,865	176,473	148,141	405,479	-55.754,030
Zentralitätsindex	434	518	320	402	100

Erläuterung

Gemäß Ihren eigenen Angaben erwarten Sie ein **Einzugsgebiet von bis zu 10 Minuten Fußweg um Ihre Verkaufsstätte**. **Dieses Einzugsgebiet ist dreigeteilt**, wobei nach den Grundsätzen der Handelsforschung von Kunden der inneren Zone (0-4 Minuten) der weitaus größte Teil Ihres Umsatzes (bis zu 70%) hervorgerufen wird. Von Kunden der zweiten Zone (4-7 Minuten) sind ca. 20% Umsatzanteil, von Kunden der dritten, äußeren Zone (7-10 Minuten) nur ca. 10% Umsatzanteil zu erwarten. Das in diesem Standortcheck ermittelte **Umsatzpotenzial** (Seite 10) wird diese pauschale Einteilung Ihres Einzugsgebietes in Abhängigkeit vom Wettbewerb und den tatsächlichen Kundenpotenzialen differenzierter darstellen, sodass Sie sehr genau sehen können, von wo genau innerhalb Ihres Einzugsgebietes Sie den meisten Umsatz zu erwarten haben.

Die **Marktinformationen** oben stehender Tabelle werden für Ihr Einzugsgebiet angegeben und den Durchschnittswerten der BRD gegenüber gestellt. Unter der **einzelhandelsrelevanten Kaufkraft** versteht man dabei denjenigen Teil des "verfügbaren Einkommens", welcher der Wohnbevölkerung eines bestimmten Gebietes für Ausgaben im Einzelhandel (ohne Einzelhandel mit Kraftfahrzeugen, Kfz-Teilen, Brennstoffen, Tankstellen, mit den Umsätzen des Lebensmittelhandwerks) zur Verfügung steht. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft beträgt in der Bundesrepublik Deutschland derzeit knapp 30% der gesamten Kaufkraft. Die **Umsätze im Einzelhandel** wurden nach der amtlichen Klassifikation der Wirtschaftszweige erfasst und anhand der Umsatzentwicklungen aus der Umsatzsteuerstatistik unter Einbeziehung der Eröffnungen und Schließungen von Ladengeschäften fortgeschrieben. Die Relation aus Einzelhandelsumsatz zu einzelhandelsrelevanter Kaufkraft der Wohnbevölkerung bildet die **Einzelhandelszentralität**. Übersteigt der Umsatz im Einzelhandel die am Ort verfügbare Kaufkraft der Wohnbevölkerung, handelt es sich um ein Gebiet mit **Kaufkraftzufluss**, umgekehrt ein Gebiet mit **Kaufkraftabfluss**. Der Zentralitätsindex zeigt das Maß an Attraktivität ("Magnetwirkung") eines Gebiets für sein Umland.

Alle Indexwerte stellen jeweils den prozentualen Vergleich zur BRD (=100) als Pro-Kopf-Index dar. Datenquelle: panadress marketing intelligence GmbH 2014



Legende



Ihr Standort

1

Wettbewerber-ID



Standorte ihrer Wettbewerber



Einzugsgebiet



4 Gehminuten



7 Gehminuten

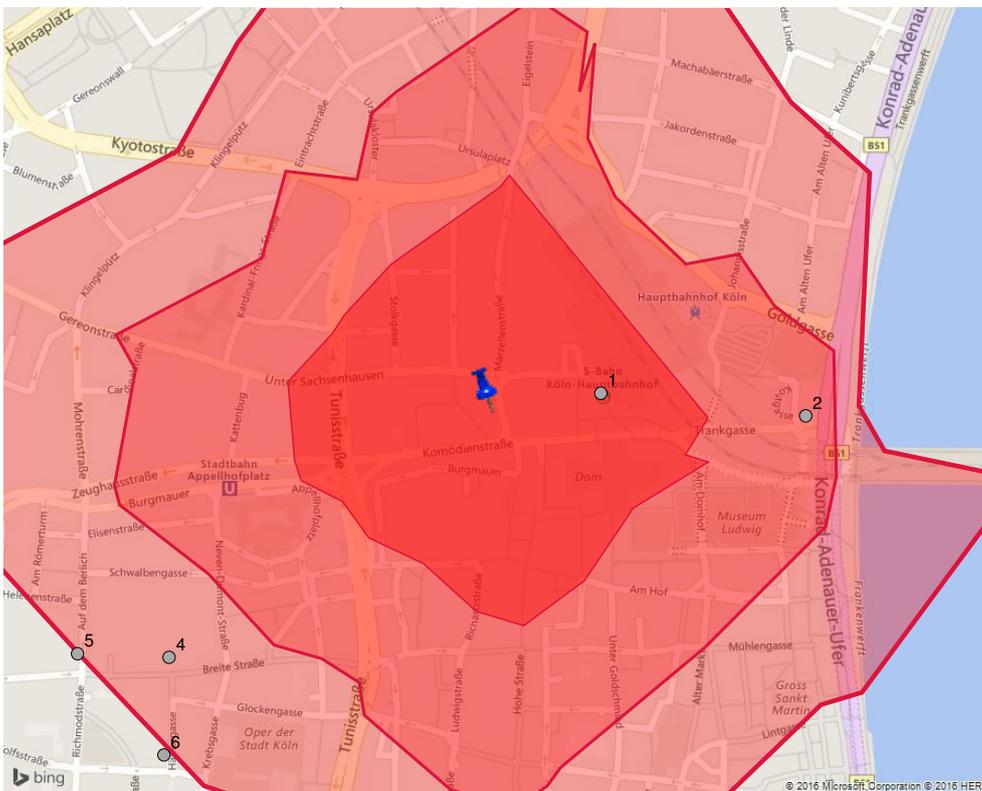


10 Gehminuten



20 Gehminuten

Wettbewerber im gesamten Einzugsgebiet



Wettbewerber im Nahbereich des Standortes



Liste der Wettbewerber

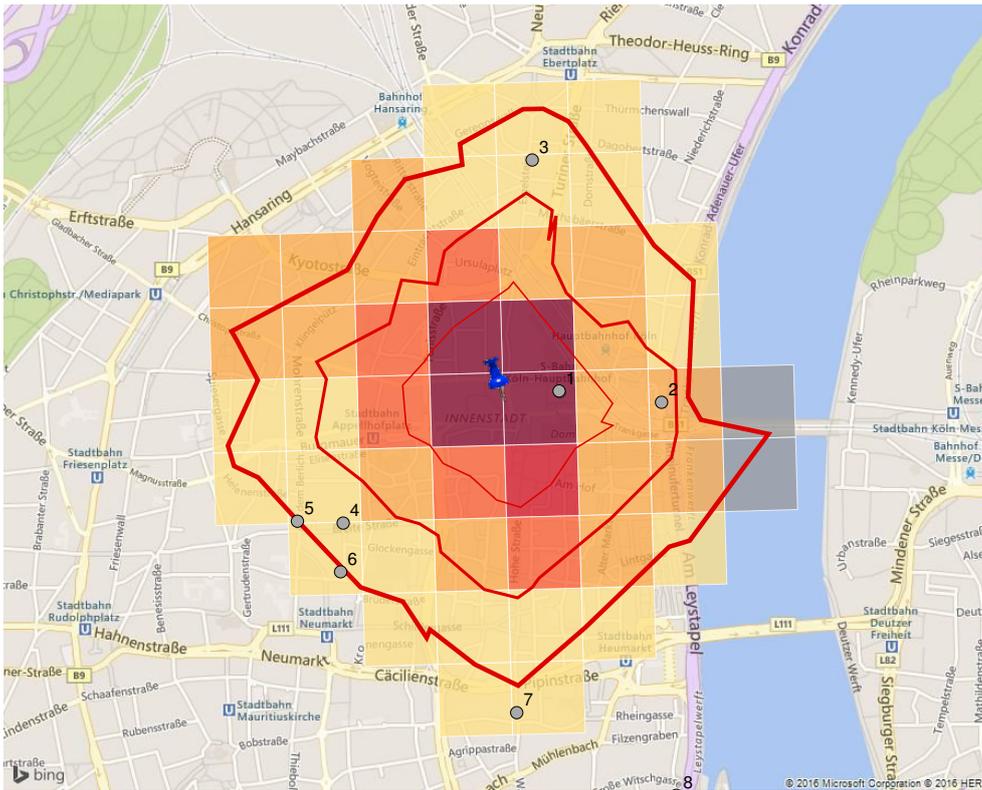
	Name	Straße	PLZ	Ort	Fläche	Wegstrecke	Zeit
1	Nordsee	Bahnhofsvorplatz 11	50667	Köln	25 m ²	0,2 km	2 Min
2	Nordsee	Trankgasse 11	50667	Köln	25 m ²	0,5 km	6 Min
3	Fischparadies Ozan Özüak	Eigelstein 72	50668	Köln	40 m ²	0,7 km	8 Min
4	REWE	Breite Str. 80 -90	50667	Köln	10 m ²	0,8 km	9 Min
5	Fischhaus Köln	Auf Dem Berlich 1	50667	Köln	65 m ²	0,8 km	10 Min
6	Karstadt Köln	Breite Straße 103-135	50667	Köln	15 m ²	0,9 km	10 Min
7	Nordsee	Hohe Str. 68	50667	Köln	25 m ²	0,9 km	11 Min
8	Kölner Fischhalle	Holzmarkt 73	50676	Köln	50 m ²	1,6 km	19 Min

Erläuterung

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

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

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



Legende

- Ihr Standort
- 1 Wettbewerber-ID
- Standorte ihrer Wettbewerber
- Einzugsgebiet**
- 4 Gehminuten
- 7 Gehminuten
- 10 Gehminuten
- Einkaufswahrscheinlichkeit (%)**
- 0,99 - 15,35
- 15,35 - 29,70
- 29,70 - 44,06
- 44,06 - 58,41
- 58,41 - 72,76
- Teilfläche ohne Besiedlung

Einkaufswahrscheinlichkeit - Tops

Standort	Wahrscheinlichkeit gesamt
Einzugsgebiet Fischhaus Fritze	21,51 %

Tops	Teilfläche	Wahrscheinlichkeit
1	An den Dominikanern (Köln)	72,76 %
2	Marzellenstraße (Köln)	71,46 %
3	Kardinal-Höfner-Platz, Trankgasse (Köln)	65,77 %
4	Stolkgasse, Tunisstraße (Köln)	58,54 %
5	Am Hof, Unter Goldschmied (Köln)	52,05 %
6	Tunisstraße (Köln)	43,35 %
7	Kattenbug, Komödienstraße (Köln)	41,40 %
8	Ursulakloster, Ursulaplatz (Köln)	34,97 %
9	Auf dem Hunnenrücken, Enggasse (Köln)	32,01 %
10	Rathausplatz, Unter Goldschmied (Köln)	30,22 %
11	Ursulastraße (Köln)	26,11 %
12	Kurt-Hackenber-Platz (Köln)	25,79 %
13	Klingelpütz (Köln)	22,97 %
14	Altengrabengäßchen, Klingelpütz (Köln)	22,91 %
15	Trankgasse (Köln)	20,88 %

Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit
1	Nordsee	25 m ²	2 Min
2	Nordsee	25 m ²	6 Min
3	Fischparadies Ozan Özüak	40 m ²	8 Min
4	REWE	10 m ²	9 Min
5	Fischhaus Köln	65 m ²	10 Min
6	Karstadt Köln	15 m ²	10 Min
7	Nordsee	25 m ²	11 Min
8	Kölner Fischhalle	50 m ²	19 Min

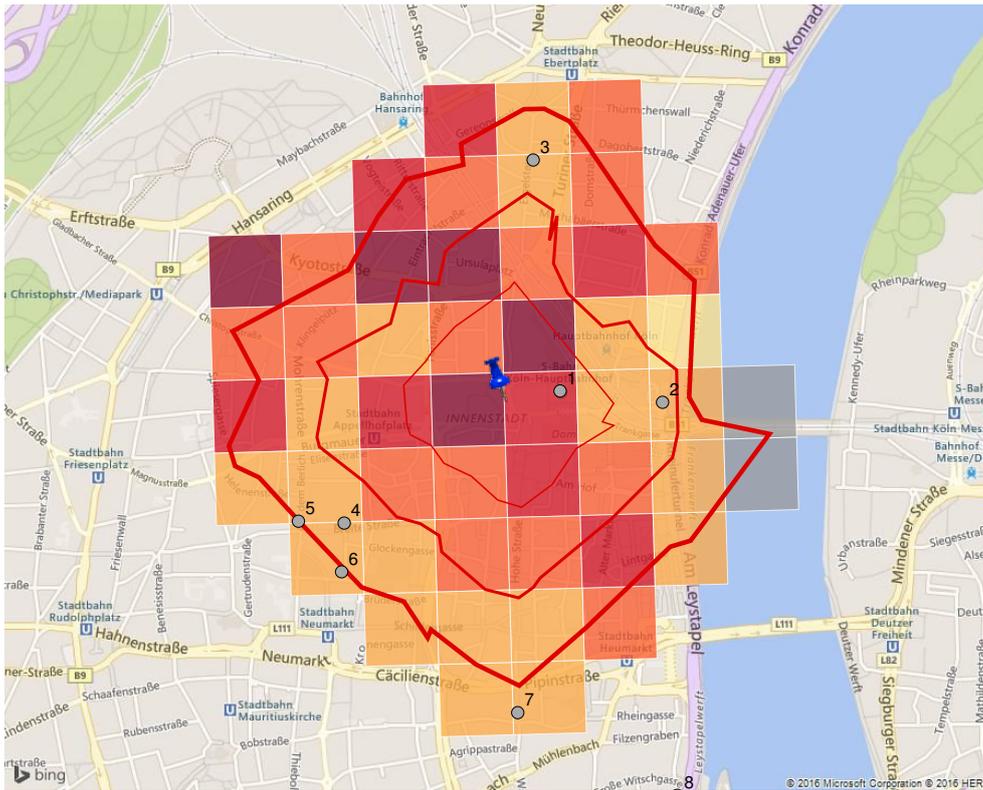
Erläuterung

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

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

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

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



Kundenpotenzial für Ihren Standort - Tops

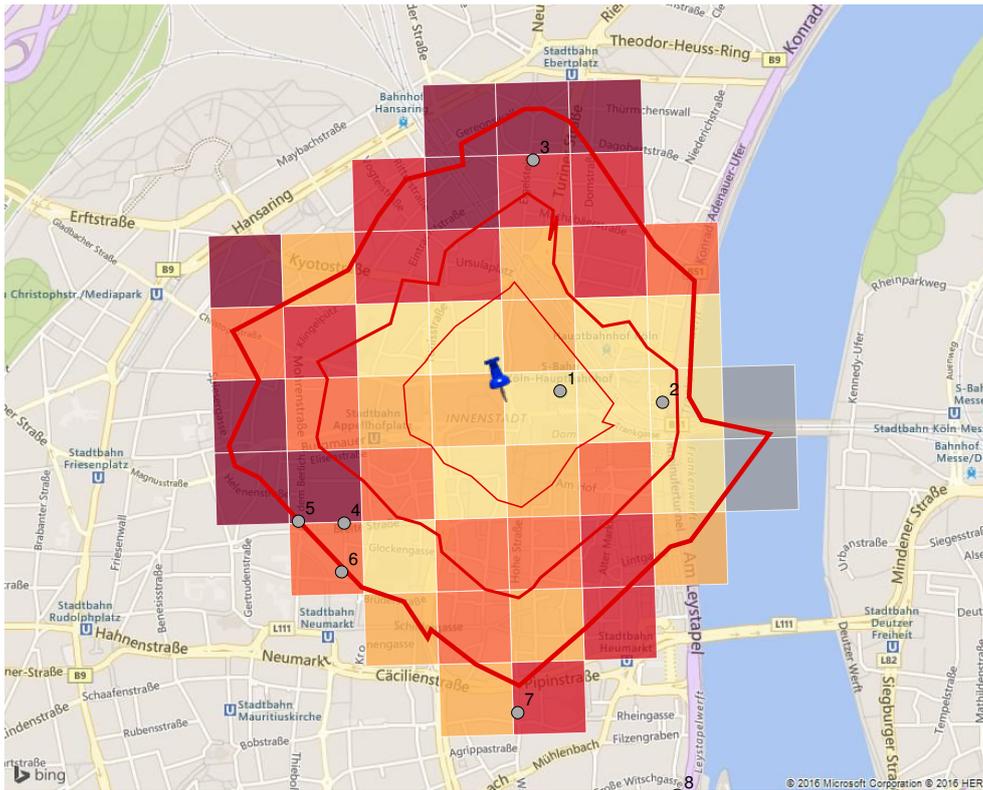
Kundenbindung Ihres Standortes	Kunden
Einzugsgebiet Fischhaus Fritze	3.249

Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit
1	Nordsee	25 m ²	2 Min
2	Nordsee	25 m ²	6 Min
3	Fischparadies Ozan Özüak	40 m ²	8 Min
4	REWE	10 m ²	9 Min
5	Fischhaus Köln	65 m ²	10 Min
6	Karstadt Köln	15 m ²	10 Min
7	Nordsee	25 m ²	11 Min
8	Kölner Fischhalle	50 m ²	19 Min

Tops	Teilfläche	Kundenpotenzial
1	An den Dominikanern (Köln)	187
2	Marzellenstraße (Köln)	181
3	Hansaring, Von-Werth-Straße (Köln)	178
4	Ursulakloster, Ursulaplatz (Köln)	171
5	Altengrabengäßchen, Klingelpütz (Köln)	158
6	Gereonswall, Vogteistraße (Köln)	143
7	Brandenburger Straße (Köln)	130
8	Judengasse, Portalsgasse (Köln)	124
9	Friesenstraße, Magnusstraße (Köln)	114
10	Hansaring, Lübecker Straße (Köln)	111
11	Kattenbug, Komödienstraße (Köln)	105
12	Am Hof, Unter Goldschmied (Köln)	105
13	Kardinal-Höfner-Platz, Trankgasse (Köln)	103
14	Kurt-Hackenber-Platz (Köln)	93
15	Rathausplatz, Unter Goldschmied (Köln)	91

Erläuterung

Das Kundenpotenzial für Ihren Standort gibt an, wie viele potenzielle Kunden innerhalb Ihres Einzugsgebietes zu erwarten sind. Die Prognose wurde ermittelt aus der Einkaufswahrscheinlichkeit und der, den Teilflächen Ihres Einzugsgebietes zu Grunde liegenden **Einwohnerzahl**. Die erste Tabelle gibt das Kundenpotenzial des gesamten Einzugsgebietes an. Die **Tops** zeigen die Teilgebiete innerhalb des Einzugsgebietes mit dem höchsten Kundenpotenzial. Diese Teilgebiete sind auch in der Karte unterschiedlich stark eingefärbt. Je **dunkler eine Teilfläche** ist, desto höher ist Ihr Kundenpotenzial bzw. Ihr zu erwartender Marktanteil. Das **Kundenpotenzial** liefert eine **absolute Größe**. Die Kernaussage ist: „**von wo kommen die meisten Kunden?**“. Dies beantwortet aber nicht unbedingt die Frage „von wo kommt der meiste Umsatz?“, da es z.B. durchaus Teilflächen mit vorrangig wohlhabender Bevölkerung geben kann, die trotz geringem Kundenpotenzial (wenig Einwohner) ein hohes Umsatzpotenzial bieten können (wegen höherer Einkommen). Der Mehrwert der Kartendarstellung liegt vor allem in der Verdeutlichung Ihrer **Potenzialgebiete für Stammkundschaft**. Für einen gezielten und effizienten 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
- 1 Standort ihrer Wettbewerber
- Einzugsgebiet
- 4 Gehminuten
- 7 Gehminuten
- 10 Gehminuten
- Kundenpotenzial**
- 10 - 157
- 157 - 266
- 266 - 433
- 433 - 775
- 775 - 1.027
- Teilfläche ohne Besiedlung

Kundenpotenzial für alle Wettbewerber - Tops

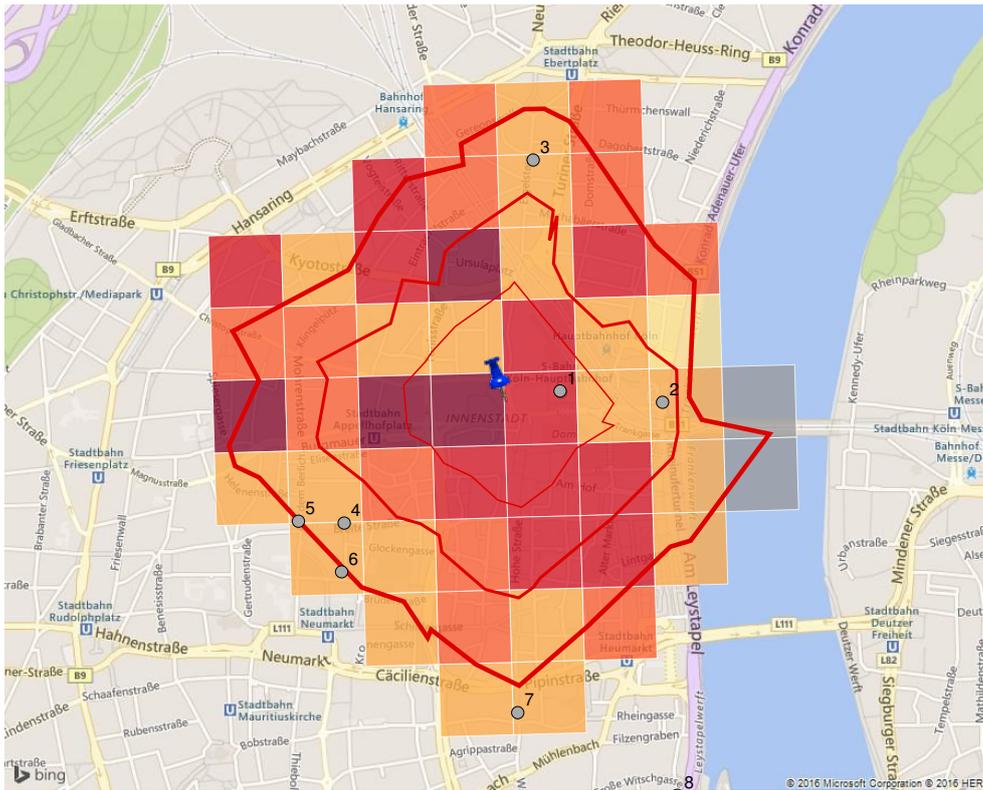
Kundenbindung aller Wettbewerber	Kundenpotenzial
Einzugsgebiet Fischhaus Fritze	19.804

Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit
1	Nordsee	25 m ²	2 Min
2	Nordsee	25 m ²	6 Min
3	Fischparadies Ozan Özüak	40 m ²	8 Min
4	REWE	10 m ²	9 Min
5	Fischhaus Köln	65 m ²	10 Min
6	Karstadt Köln	15 m ²	10 Min
7	Nordsee	25 m ²	11 Min
8	Kölner Fischhalle	50 m ²	19 Min

Tops	Teilfläche	Kundenpotenzial
1	Friesenstraße, Magnusstraße (Köln)	1.027
2	Hansaring, Lübecker Straße (Köln)	1.012
3	Hansaring, Von-Werth-Straße (Köln)	962
4	Thürmchenswall, Turiner Straße (Köln)	877
5	Auf dem Berlich, Schwalbengasse (Köln)	876
6	Eigelstein (Köln)	870
7	Eintrachtstraße, Ritterstraße (Köln)	828
8	Am Römerturm (Köln)	824
9	Brandenburger Straße (Köln)	775
10	Turiner Straße (Köln)	753
11	Gereonswall, Vogteistraße (Köln)	732
12	Altengrabengäßchen, Klingelpütz (Köln)	690
13	Dagobertstraße, Im Krannenhof (Köln)	688
14	Judengasse, Portalsgasse (Köln)	612
15	Hohe Pforte, Hohe Straße (Köln)	564

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 Abruflwahrscheinlichkeit 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 Werbemiteleinsatz, der Ihnen noch genauer ermöglicht, diese Kundengruppe erfolgreich zu akquirieren, empfehlen wir Ihnen die Auswertung „**Umsatzpotenzial für alle Wettbewerber**“ aus dem **Pluspaket** des Online Standortcheck.



Legende

- Ihr Standort
- 1 Wettbewerber-ID
- 2 Standorte ihrer Wettbewerber
- Einzugsgebiet**
- 4 Gehminuten
- 7 Gehminuten
- 10 Gehminuten
- Umsatzpotenzial**
- 0,00 - 172,87
- 172,87 - 2.442,56
- 2.442,56 - 5.673,11
- 5.673,11 - 8.903,67
- 8.903,67 - 14.124,83
- Teilfläche ohne Besiedlung

Umsatzpotenzial für Ihren Standort - Tops

Umsatzquelle	Umsatzpotenzial
Einzugsgebiet Fischhaus Fritze	190.718,16 €
Kaukraftzufluss über Laufkunden	409.390,47 €
Summe	600.108,63 €

Tops	Teilfläche	Umsatzpotenzial €
1	An den Dominikanern (Köln)	14.124,83 €
2	Ursulakloster, Ursulaplatz (Köln)	11.528,45 €
3	Kattenbug, Komödienstraße (Köln)	9.907,89 €
4	Friesenstraße, Magnusstraße (Köln)	9.475,63 €
5	Am Hof, Unter Goldschmied (Köln)	8.608,81 €
6	Marzellenstraße (Köln)	7.737,35 €
7	Brandenburger Straße (Köln)	7.712,43 €
8	Hansaring, Von-Werth-Straße (Köln)	7.138,45 €
9	Judengasse, Portalsgasse (Köln)	6.724,78 €
10	Rathausplatz, Unter Goldschmied (Köln)	6.619,51 €
11	Altengrabengäßchen, Klingelpütz (Köln)	6.193,15 €
12	Gereonswall, Vogteistraße (Köln)	6.017,11 €
13	Kardinal-Höfner-Platz, Trankgasse (Köln)	5.917,45 €
14	Kurt-Hackenber-Platz (Köln)	5.868,85 €
15	Tunisstraße (Köln)	5.832,66 €

Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit
1	Nordsee	25 m²	2 Min
2	Nordsee	25 m²	6 Min
3	Fischparadies Ozan Özüak	40 m²	8 Min
4	REWE	10 m²	9 Min
5	Fischhaus Köln	65 m²	10 Min
6	Karstadt Köln	15 m²	10 Min
7	Nordsee	25 m²	11 Min
8	Kölner Fischhalle	50 m²	19 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 Abruftwahrscheinlichkeit und der, den Teilflächen Ihres Einzugsgebietes zu Grunde liegenden **Kaukraft für Ihre Kerndienstleistungen**. Die erste Tabelle gibt das Umsatzpotenzial des gesamten Einzugsgebietes an, der **Kaukraftzufluss** von Kunden außerhalb Ihres Einzugsgebietes wurde hier entsprechend der Abruftwahrscheinlichkeit am Standort hinzugerechnet.

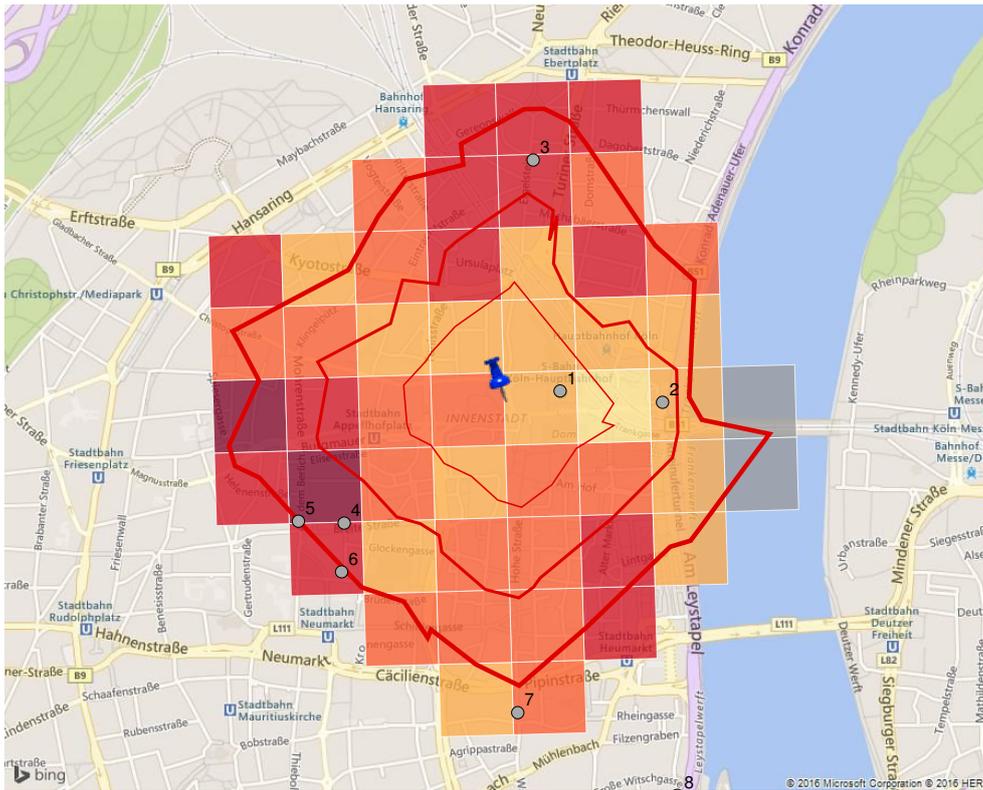
Die **Tops** zeigen die Teilgebiete innerhalb des Einzugsgebietes mit dem höchsten Umsatzpotenzial. Diese Teilgebiete sind auch in der Karte unterschiedlich stark eingefärbt. Je **dunkler eine Teilfläche** ist, desto höher ist Ihr Umsatzpotenzial bzw. Ihr zu erwartender Marktanteil.

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 Gehminuten
- 7 Gehminuten
- 10 Gehminuten
- Umsatzpotenzial**
- 10,04 - 1.586,11
- 1.586,11 - 15.696,16
- 15.696,16 - 31.382,27
- 31.382,27 - 47.068,39
- 47.068,39 - 85.318,91
- Teilfläche ohne Besiedlung

Umsatzpotenzial für alle Wettbewerber - Tops

Umsatzquelle	Umsatzpotenzial gesamt
Einzugsgebiet Fischhaus Fritze	1.106.343,15 €
Summe	1.106.343,15 €

Tops	Teilfläche	Umsatzpotenzial €
1	Friesenstraße, Magnusstraße (Köln)	85.318,91 €
2	Auf dem Berlich, Schwalbengasse (Köln)	60.262,61 €
3	Brandenburger Straße (Köln)	45.798,60 €
4	Hansaring, Von-Werth-Straße (Köln)	38.473,39 €
5	Am Römerturm (Köln)	38.412,41 €
6	Eintrachtstraße, Ritterstraße (Köln)	36.248,65 €
7	Thürmchenschwall, Turiner Straße (Köln)	35.910,78 €
8	Am Alten Posthof, Richmodstraße (Köln)	34.819,67 €
9	Hansaring, Lübecker Straße (Köln)	34.783,89 €
10	Judengasse, Portalsgasse (Köln)	33.273,29 €
11	Eigelstein (Köln)	33.107,82 €
12	Ursulakloster, Ursulaplatz (Köln)	32.969,88 €
13	Geyergasse, Gürzenichstraße (Köln)	32.576,03 €
14	Auf dem Berlich, Burgmauer (Köln)	31.679,58 €
15	Turiner Straße (Köln)	31.444,70 €

Nr.	Die 10 nächsten Wettbewerber	Fläche	Zeit
1	Nordsee	25 m ²	2 Min
2	Nordsee	25 m ²	6 Min
3	Fischparadies Ozan Özüak	40 m ²	8 Min
4	REWE	10 m ²	9 Min
5	Fischhaus Köln	65 m ²	10 Min
6	Karstadt Köln	15 m ²	10 Min
7	Nordsee	25 m ²	11 Min
8	Kölner Fischhalle	50 m ²	19 Min

Erläuterung

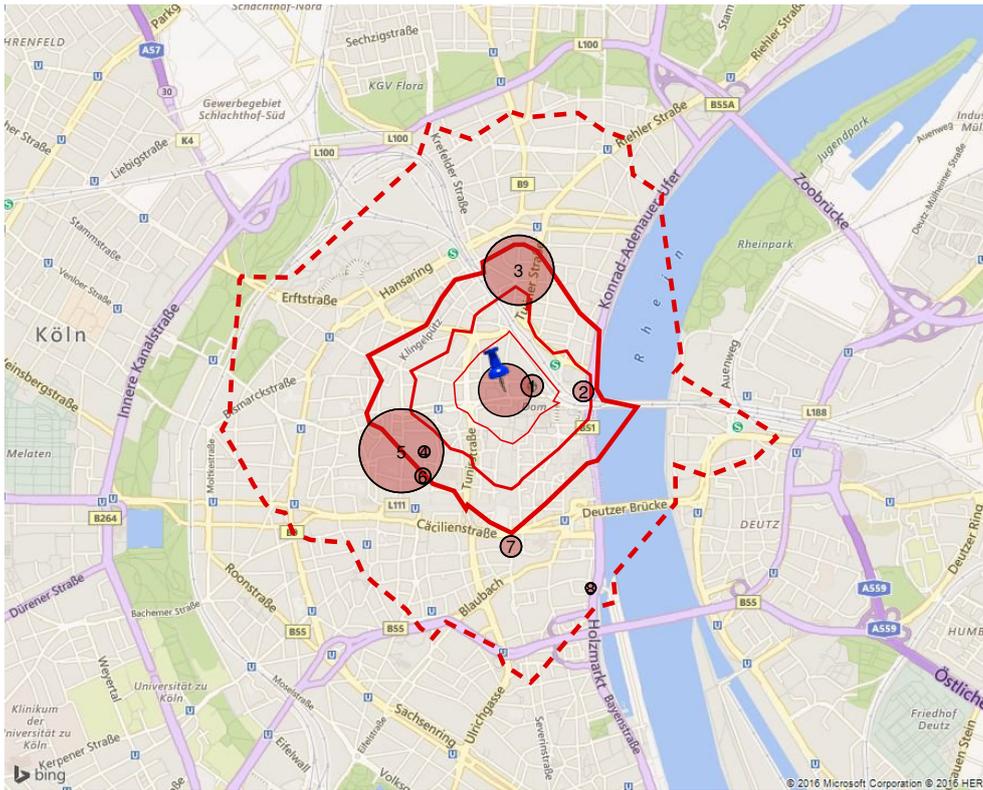
Das Umsatzpotenzial für **das gesamte Einzugsgebiet** gibt an, wie hoch der zu erwartende **Bruttoumsatz aller Wettbewerber in Summe** ausfallen kann. Die Prognose wurde ermittelt aus der Abrufwahrscheinlichkeit und der, den Teilflächen Ihres Einzugsgebietes zu Grunde liegenden **Kaufkraft für Ihre Kerndienstleistungen**.

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

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

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

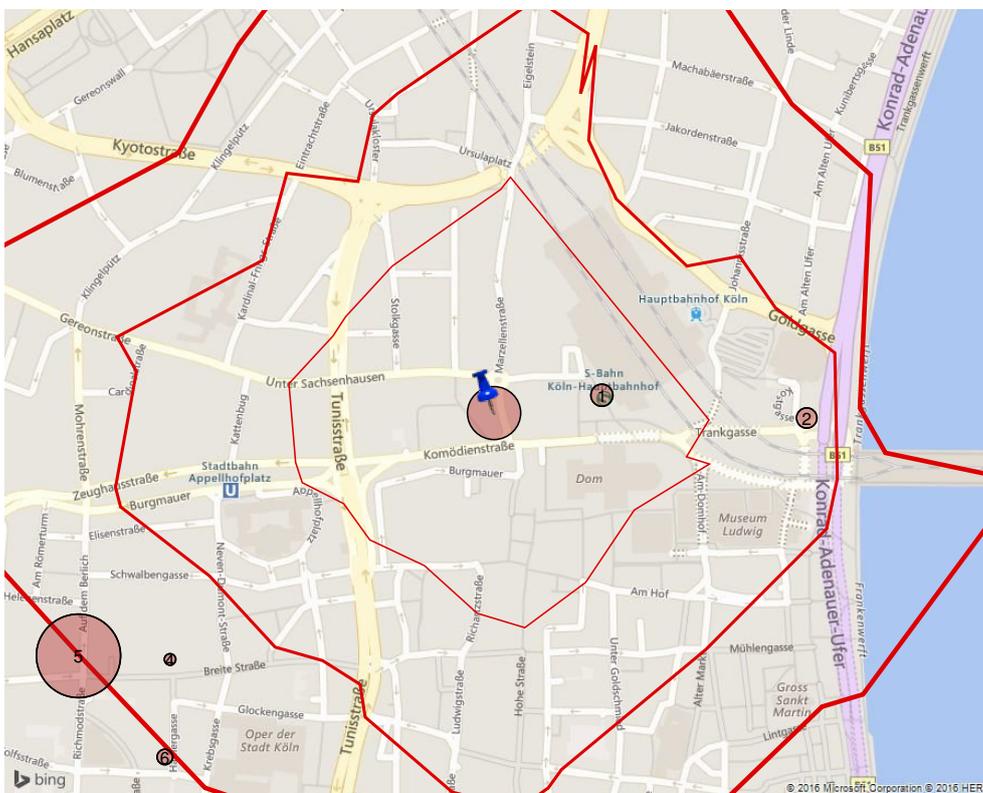
Der Mehrwert dieser Kartendarstellung liegt also vor allem in der **Bewertung des Standortes für den Absatzmarkt** sowie in der Verdeutlichung Ihrer **Potenzialgebiete für zusätzliche, vom Wettbewerb eroberte Kundschaft und für gezielten und effizienten Werbemiteileinsatz**, um diese Kundengruppe zu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



Legende

- Ihr Standort
- 1 Wettbewerber-ID
- 2 Standorte ihrer Wettbewerber
- Einzugsgebiet**
- 4 Gehminuten
- 7 Gehminuten
- 10 Gehminuten
- 20 Gehminuten
- 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 Fischhaus Fritze	1.106.343,15 €

Standort	Fläche	Zeit	Umsatz	Marktanteil
Fischhaus Fritze	50 m ²	0,0 Min	190.718,16 €	17,24 %

Nr.	Die 10 stärksten Wettbewerber im Einzugsgebiet + eigene Marke	Fläche	Zeit	Umsatz	Marktanteil
5	Fischhaus Köln	65 m ²	10,0 Min	301.820,43 €	27,28 %
3	Fischparadies Ozan Özüak	40 m ²	8,2 Min	251.753,77 €	22,76 %
1	Nordsee	25 m ²	2,4 Min	78.827,99 €	7,13 %
7	Nordsee	25 m ²	10,9 Min	75.795,69 €	6,85 %
2	Nordsee	25 m ²	5,8 Min	73.056,30 €	6,60 %
6	Karstadt Köln	15 m ²	10,4 Min	56.230,37 €	5,08 %
4	REWE	10 m ²	9,0 Min	40.948,33 €	3,70 %
8	Kölner Fischhalle	50 m ²	19,1 Min	37.192,11 €	3,36 %
	Summe eigene Marke			0,00 €	0,00 %

Szenario: Einzugsgebiet ohne neuen Standort

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

Erläuterung

Die Darstellung der **Marktanteile der Wettbewerber** gibt an, wie hoch der Anteil am zu erwartenden **Umsatz im gesamten Einzugsgebiet** ausfallen kann. Die Prognose wurde ermittelt aus dem nunmehr auf alle Wettbewerber bezogenen **Umsatzpotenzial für das gesamte Einzugsgebiet** (Seite 11). Auch hier wird nur das **lokale Umsatzpotenzial** ohne Kaufkraftzufluss betrachtet.

Die erste Tabelle gibt wieder das Umsatzpotenzial des gesamten Einzugsgebietes an.

In der Karte symbolisieren größere Kreise einen höheren Marktanteil, in der großen Tabelle können Sie die exakten Werte Ihres Standortes und Ihrer Konkurrenten ablesen.

Die Kernaussagen sind: „**wer ist mein stärkster Wettbewerber in meinem Einzugsgebiet?**“ und „**ist mein Marktanteil in meinem Einzugsgebiet ausreichend?**“. Hinterfragen Sie auffällig hohes Umsatzpotenzial und Marktanteile der Konkurrenten. Ursache kann z.B. ein ungünstig gewählter eigener Standort in Bezug auf den Absatzmarkt sein (zu große Entfernung zu den Potenzialgebieten, siehe auch Seite 11).

Der Mehrwert dieser Kartendarstellung liegt vor allem in der Verdeutlichung Ihrer **Position gegenüber Ihren Wettbewerbern**.

Beachten Sie aber, dass die Modellberechnung keine Unterschiede der Art und Weise der Geschäftsführung vornimmt. Mit entsprechendem Engagement im Eroberungswettbewerb, z.B. durch gezielten Einsatz von Werbung in die Potenzialgebiete der Konkurrenten, kann der **Marktanteil deutlich erhöht** werden!

Definition

Als Frequenzbringer werden Kundenmagnete bezeichnet, die zahlreiche Kunden aus unterschiedlichen Käufergruppen anziehen und somit Kundenströme erzeugen.

Für die umliegenden, für sich allein genommen weniger stark frequentierten Geschäfte ergeben sich hieraus meist wertvolle Mitnahmeeffekte.

- Frequenzbringer haben eine wichtige Funktion im Branchenmix, indem sie Kaufkraft binden und Mitnahmeeffekte für anliegende Geschäfte erzeugen.
- Je nach Größe einer Stadt und der Struktur des Einzelhandelsbesatzes kann ein Frequenzbringer ganz unterschiedlich definiert sein. Klassische Frequenzbringer sind Kauf- und Warenhäuser mit einem breiten und/oder tiefen Warensortiment und mit einer relativ großen Verkaufsfläche. Aber auch größere Filialisten, Fachmärkte und Parkhäuser besitzen in Klein- und Mittelstädten eine derartige Funktion.
- Neben Handelseinrichtungen können auch Freizeit-, Dienstleistungs- oder Kultureinrichtungen als Frequenzbringer fungieren. Aber auch Wochenmärkte, Cafés, Parkhäuser oder Bushaltestellen können als innerstädtische Anziehungspunkte erhöhte Frequenzen (Kundenströme) für ihren Standort erzeugen.
- Die Ansiedlung von großflächigen Frequenzbringern, wie Einkaufszentren allein, ist noch keine Garantie für die Wiederbelebung eines Geschäftszentrums. Ist (beispielsweise aufgrund eines langjährigen Investitionsstaus) der ortsansässige Einzelhandel nicht konkurrenzfähig, können die Auswirkungen auch unabhängig vom Centerkonzept negativ für den gesamten Einzelhandelsstandort Innenstadt ausfallen.

Vom Verlust eines Frequenzbringers sind vorwiegend Klein- und Mittelstädte betroffen, da sich gerade hier der Ersatz oder die Nachnutzung als sehr schwierig erweist. Neben dem Wegfall kann auch eine Verlagerung eines Frequenzbringers erhebliche Auswirkungen haben: Die Passantenströme am Standort werden geringer, die Umsätze im Einzelhandel gehen zurück und die Kaufkraftbindung der Innenstadt nimmt ab.

Seit einigen Jahren werden großflächige Frequenzbringer, wie Einkaufszentren, zunehmend nicht mehr in Randgebieten, sondern an innerstädtischen Standorten angesiedelt. Wesentliche stadtentwicklungspolitische Strategie hierbei ist die Belebung der Innenstädte. Der gewünschte Effekt, dass der Gesamtstandort Innenstadt von der Ansiedlung und den neu gewonnenen Kundenströmen profitiert, kann jedoch nur dann eintreten, wenn der Frequenzbringer nicht bloß in räumlicher Nähe zur Innenstadt liegt, sondern wirklich in diese integriert ist. Dies trifft insbesondere für Einkaufszentren zu.

(Quelle: Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft, 2009)

Erläuterung

Dieser Ergebnisbericht der Standortanalyse zeigt Infrastruktureinrichtungen und Frequenzbringer auf, wobei den letztgenannten eine Doppelfunktion zugewiesen wird.

Während die Infrastruktureinrichtungen nur als solche zur besseren Erreichbarkeit verstanden werden, also als reine „Kunden-Zubringer“, werden die hier als Frequenzbringer bezeichneten Einrichtungen nicht nur als **Kundenmagneten**, sondern auch als mögliche **Kooperations- und Werbepartner** für eine aktive, strategische Marktbearbeitung verstanden.

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

Prüfen Sie, welcher Frequenzbringer auf Ihre Zielgruppe die höchste Anziehungskraft ausübt und gleichzeitig in einem Teilgebiet mit hohem Umsatzpotenzial zu finden ist (siehe Seite 10, „Umsatzpotenzial für Standort "Fischhaus Fritze"“, **nur Pluspaket**). Dort macht eine gezielte Kundenansprache über Werbematerialien besonders Sinn. Lesen Sie die Erläuterungen auf den folgenden Seiten, um entsprechende Tipps zu erhalten.

Folgende Infrastruktureinrichtungen und Frequenzbringer werden dargestellt:

Infrastruktur – Öffentliche Parkmöglichkeiten

Infrastruktur – ÖPNV

Frequenzbringer – Einkaufszentren, Warenhäuser und Supermärkte

Frequenzbringer – Gastronomie

Frequenzbringer – Bildungseinrichtungen

Frequenzbringer – Behörden

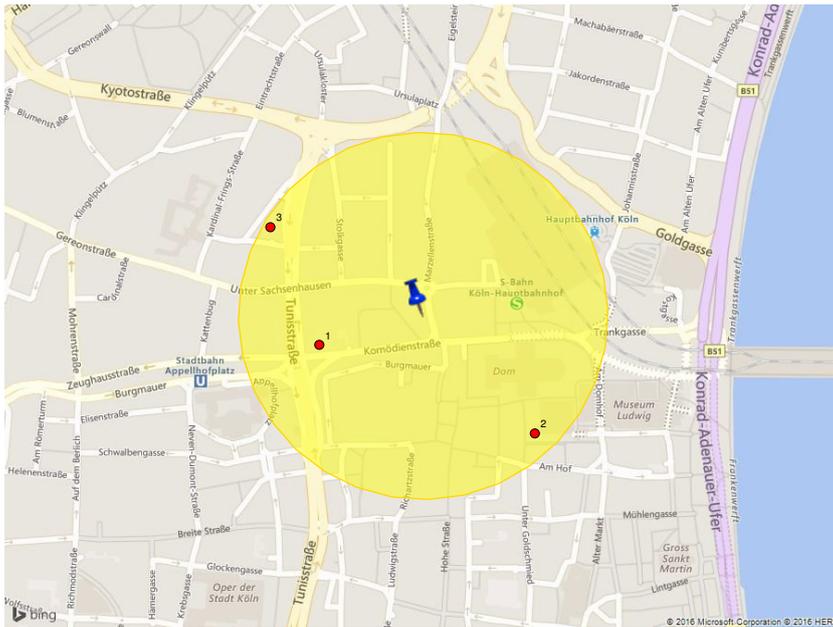
Frequenzbringer – Bäckereien und Konditoreien

Frequenzbringer – Sport und Fitness

Frequenzbringer – Ärzte

Frequenzbringer – Apotheken

Frequenzbringer – Banken und Geldautomaten



Legende



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

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

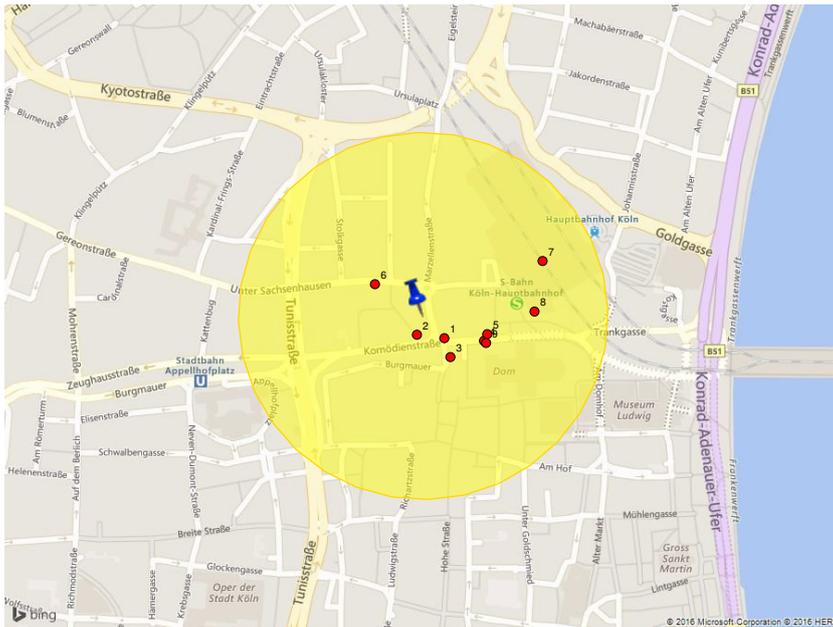
Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Parkmöglichkeit	Komödienstraße 22	50667	Köln	innere	0,2 km	2,8 Min
2	Parkmöglichkeit	Am Hof 23	50667	Köln	mittlere	0,4 km	4,8 Min
3	Parkmöglichkeit	Auf dem Hunnenrücken 14	50668	Köln	mittlere	0,5 km	5,6 Min

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 27) 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)

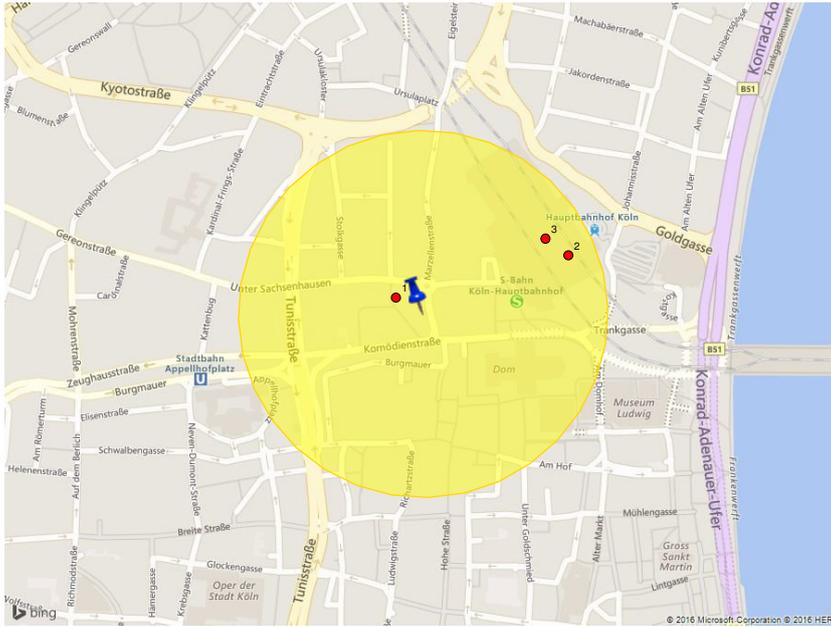
Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Dom/Hbf (U-Bahn-Zugang)	Komödienstraße	50667	Köln	innere	0,1 km	0,7 Min
2	Dom/Hbf (U-Bahn-Zugang)	Andreaskloster 4	50667	Köln	innere	0,1 km	0,9 Min
3	Dom/Hbf (U-Bahn-Zugang)	Kardinal-Höfner-platz	50667	Köln	innere	0,1 km	1,0 Min
4	Dom/Hbf (Bushaltestelle)	Trankgasse	50667	Köln	innere	0,1 km	1,5 Min
5	Dom/Hbf (U-Bahn-Zugang)	Trankgasse 9	50667	Köln	innere	0,1 km	1,6 Min
6	Andreaskloster (Bushaltestelle)	An den Dominikanern 15	50668	Köln	innere	0,1 km	1,6 Min
7	Köln Hbf	Bahnhofsvorplatz	50668	Innenstadt	innere	0,2 km	2,0 Min
8	Dom/Hbf (U-Bahn-Zugang)	Chargesheimerplatz & Bahnhofsvorplatz	50667	Köln	innere	0,2 km	2,8 Min
9	Dom/Hbf (Straßenbahn)	Trankgasse	50667	Köln	innere	0,3 km	3,2 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 27) 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	City-Shop	Andreaskloster 12	50667	Köln	innere	0,1 km	1,6 Min
2	FARMHAUS	Breslauer Platz	50668	Köln	mittlere	0,5 km	6,0 Min
3	Farm Haus	Breslauer Platz	50668	Innenstadt	mittlere	0,5 km	6,4 Min

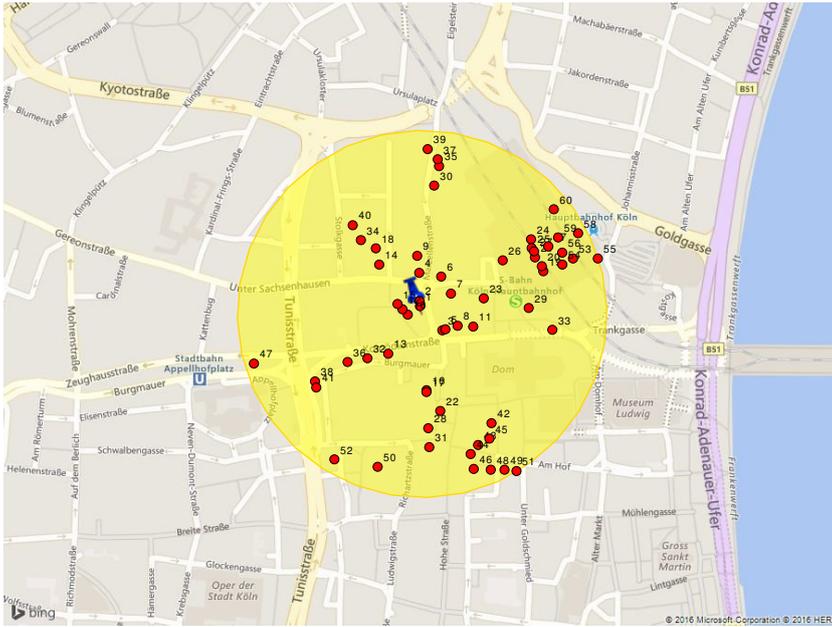
Erläuterung

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

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

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

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



Legende



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

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

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Big China	Marzellenstraße 7	50667	Köln	innere	0,0 km	0,2 Min
2	Istanbul	Marzellenstraße 9	50667	Köln	innere	0,0 km	0,2 Min
3	McDonald's	Komödienstraße	50667	Köln	innere	0,0 km	0,3 Min
4	Dominikaner	Marzellenstraße 13	50668	Köln	innere	0,1 km	0,7 Min
5	Peking	Trankgasse 1	50667	Köln	innere	0,1 km	0,7 Min
6	Maredo	Domprompt-Ketzer-straße 3	50667	Köln	innere	0,1 km	0,8 Min
7	Hanse Stube	Domprompt-Ketzer-straße 8	50667	Köln	innere	0,1 km	0,9 Min
8	Taku	Trankgasse 3	50667	Innenstadt	innere	0,1 km	1,1 Min
9	IceBar	Marzellenstraße 15	50668	Köln	innere	0,1 km	1,1 Min
10	Em Klösterchen	Andreaskloster 6	50667	Köln	innere	0,1 km	1,2 Min
11	Gaffel am Dom	Trankgasse 7	50667	Köln	innere	0,1 km	1,3 Min
12	Big China	Andreaskloster 8	50667	Köln	innere	0,1 km	1,4 Min
13	Scholl	Komödienstraße 25	50667	Köln	innere	0,1 km	1,5 Min
14	Alte Post	Postprivatstraße	50668	Köln	innere	0,1 km	1,6 Min
15	Banker's	Andreaskloster	50667	Köln	innere	0,1 km	1,6 Min
16	Reichard	Unter Fettenhennen 9	50667	Köln	innere	0,1 km	1,7 Min
17	Café Reichard	Unter Fettenhennen 9	50667	Köln	innere	0,2 km	1,9 Min
18	Atrium	Postprivatstraße	50668	Köln	innere	0,2 km	1,9 Min
19	BURGER KING	Bahnhofsvorplatz	50667	Köln	innere	0,2 km	2,0 Min
20	Wiener Feinbäcker	Bahnhofsvorplatz	50667	Köln	innere	0,2 km	2,0 Min
21	GOSCH	Bahnhofsvorplatz	50667	Köln	innere	0,2 km	2,0 Min
22	Lederer	Unter Fettenhennen 2	50667	Köln	innere	0,2 km	2,1 Min
23	Galestro	Domprompt-Ketzer-straße 6	50667	Köln	innere	0,2 km	2,2 Min
24	Segafredo	Bahnhofsvorplatz	50668	Köln	innere	0,2 km	2,2 Min
25	Pizza Hut	Bahnhofsvorplatz	50668	Köln	innere	0,2 km	2,2 Min
26	Starbucks coffee	Bahnhofsvorplatz	50668	Köln	innere	0,2 km	2,2 Min
27	asiagourmet	Bahnhofsvorplatz	50668	Köln	innere	0,2 km	2,2 Min
28	campi im funkhaus	Wallrafplatz 5	50667	Köln	innere	0,2 km	2,5 Min
29	Zeitcafe	Bahnhofsvorplatz	50667	Köln	innere	0,2 km	2,6 Min
30	Big China	Marzellenstraße 54	50668	Köln	innere	0,2 km	2,6 Min
31	Farmers	An der Rechtschule 1	50667	Köln	innere	0,2 km	2,7 Min
32	Great Wall	Burgmauer 18	50667	Köln	innere	0,2 km	2,7 Min
33	die kunstbar	Trankgasse	50667	Köln	innere	0,2 km	2,9 Min
34	Dom Café	Stolkgasse	50668	Köln	innere	0,3 km	3,0 Min
35	Da Damiano	Marzellenstraße 66	50668	Innenstadt	innere	0,3 km	3,1 Min
36	Silvano	Burgmauer 22	50667	Köln	innere	0,3 km	3,1 Min
37	Luciano	Marzellenstraße 66	50668	Köln	innere	0,3 km	3,2 Min
38	Im Mariengarten	arterial	50667	Innenstadt	innere	0,3 km	3,2 Min
39	Enoteca	Marzellenstraße 41	50668	Köln	innere	0,3 km	3,3 Min
40	La Gazette	Stolkgasse	50668	Köln	innere	0,3 km	3,3 Min
41	Mediterrano	Arterial & Tunisstraße	50667	Köln	innere	0,3 km	3,4 Min
42	Ustinov's	Roncalliplatz	50667	Köln	innere	0,3 km	3,5 Min



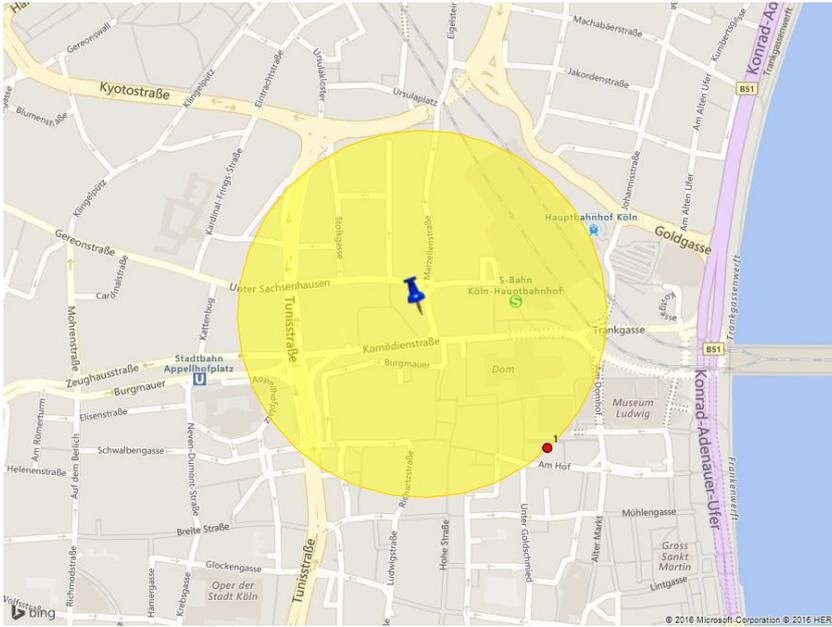
Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
43	Starbucks	Am Hof	50667	Köln	innere	0,3 km	3,6 Min
44	Gelateria 4D	Am Hof 14	50667	Innenstadt	innere	0,3 km	3,6 Min
45	Le Merou	Roncalliplatz	50667	Köln	innere	0,3 km	3,9 Min
46	Früh	Am Hof 16	50667	Innenstadt	innere	0,3 km	3,9 Min
47	Die Suppenbar	Komödienstraße 105	50667	Köln	mittlere	0,3 km	4,0 Min
48	Hof 18	Sporergasse 5	50667	Köln	mittlere	0,3 km	4,2 Min
49	Maggiano's	Sporergasse 2	50667	Köln	mittlere	0,4 km	4,3 Min
50	Café im MAK	An der Rechtschule 7	50667	Köln	mittlere	0,4 km	4,5 Min
51	Chicago Steakhouse	Unter Goldschmied 29	50667	Köln	mittlere	0,4 km	4,7 Min
52	Örgelchen	Drususgasse 5	50667	Köln	mittlere	0,4 km	4,8 Min
53	CAFETIERO	Breslauer Platz	50668	Köln	mittlere	0,4 km	5,2 Min
54	PizzaHut	Breslauer Platz	50668	Innenstadt	mittlere	0,4 km	5,2 Min
55	McDonald's	Johannisstraße	50668	Innenstadt	mittlere	0,4 km	5,2 Min
56	Sushi and more	Breslauer Platz	50668	Köln	mittlere	0,5 km	6,0 Min
57	Mr. CLOU	Breslauer Platz	50668	Köln	mittlere	0,5 km	6,4 Min
58	McCafe	Breslauer Platz	50668	Innenstadt	mittlere	0,5 km	6,4 Min
59	Kölsch Treff	Breslauer Platz	50668	Köln	mittlere	0,5 km	6,4 Min
60	Tchibo	Breslauer Platz	50668	Köln	mittlere	0,5 km	6,5 Min

Erläuterung

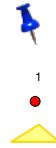
Gastronomische Einrichtungen sind für den Einzelhandel und stationäre Dienstleistungen hauptsächlich als Kundenmagneten zu sehen. Es ist zu beobachten, dass das Einkaufserlebnis mehr und mehr mit einem Imbiss oder „Essen gehen“ verbunden wird.

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



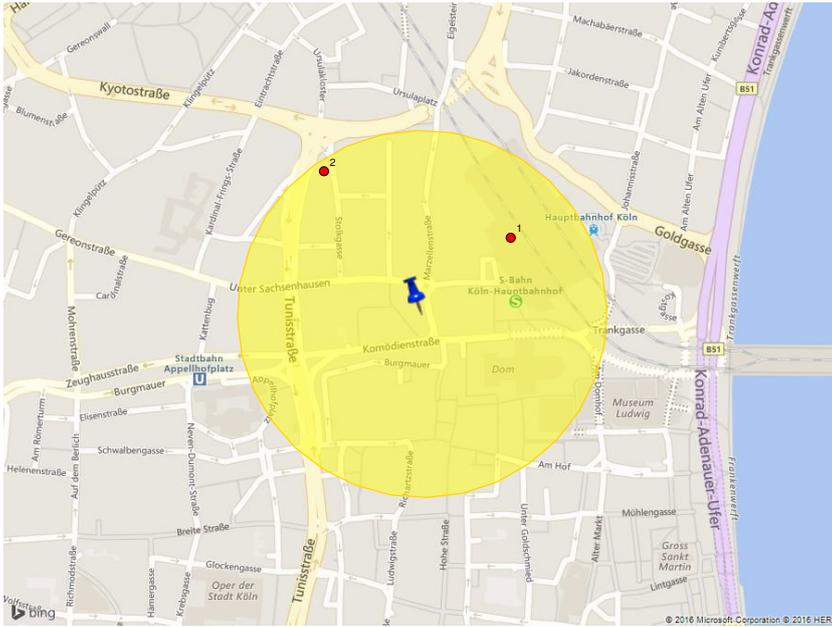
Ihr Standort
 Frequenzbringer-ID
 Standorte der Frequenzbringer
 Umkreis von 300m

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

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Bücherei der Dompfarrei	Am Hof	50667	Köln	mittlere	0,4 km	5,0 Min

Erläuterung

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



Legende



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

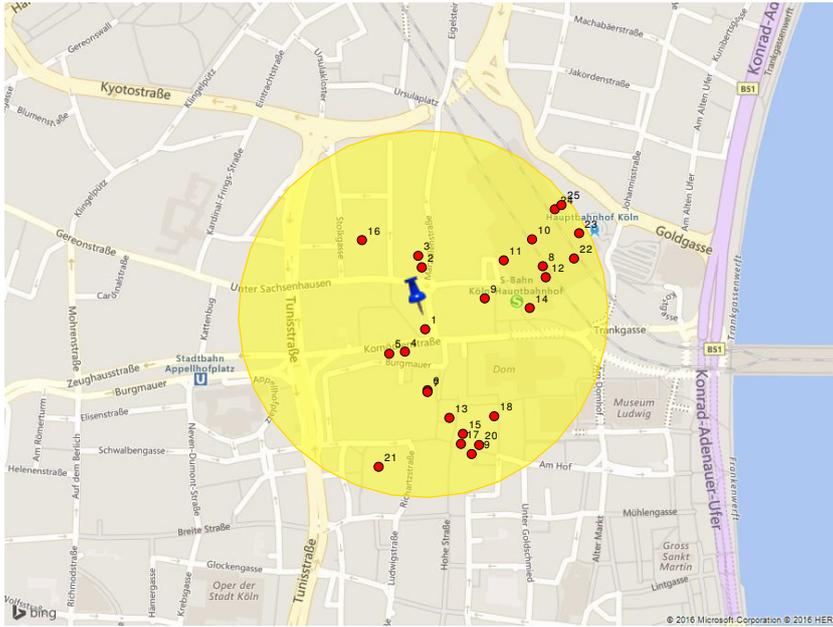
Liste der Behörden (im Umkreis von 300m, Ausgabe als Gehzeit)

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Bundespolizeiinspektion	Bahnhofsvorplatz	50668	Köln	innere	0,2 km	2,2 Min
2	Polizeiinspektion Mitte	Stolkgasse 29	50668	Köln	mittlere	0,4 km	4,4 Min

Erläuterung

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

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



Legende



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

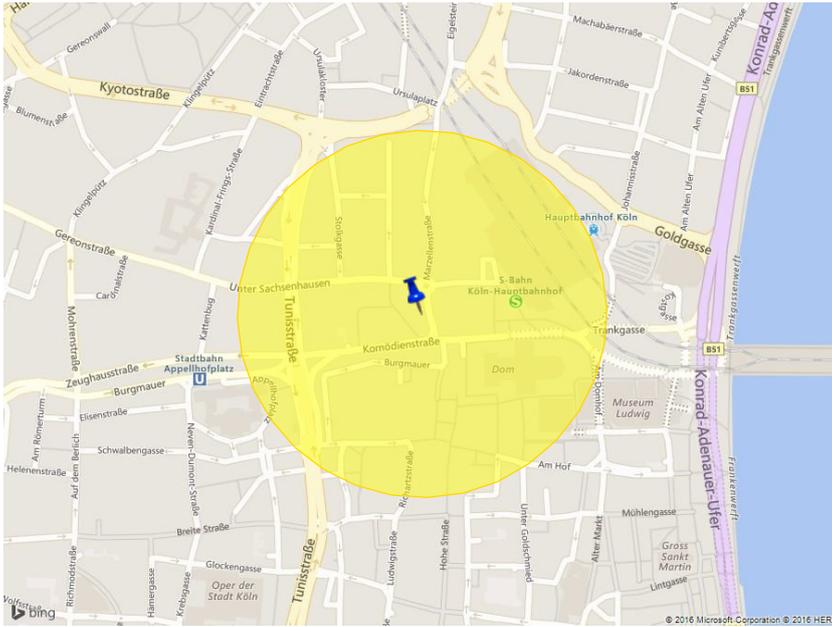
Liste der Bäckereien und Konditoreien (im Umkreis von 300m, Ausgabe als Gehzeit)

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Kamps	Marzellenstraße 3	50667	Köln	innere	0,0 km	0,3 Min
2	Kamps	Marzellenstraße 13	50668	Köln	innere	0,1 km	0,9 Min
3	IceBar	Marzellenstraße 15	50668	Köln	innere	0,1 km	1,1 Min
4	Visser Chocolate	Komödienstraße 17	50667	Innenstadt	innere	0,1 km	1,2 Min
5	Scholl	Komödienstraße 25	50667	Köln	innere	0,1 km	1,5 Min
6	Reichard	Unter Fettenhennen 9	50667	Köln	innere	0,1 km	1,7 Min
7	Café Reichard	Unter Fettenhennen 9	50667	Köln	innere	0,2 km	1,9 Min
8	Wiener Feinbäcker	Bahnhofsvorplatz	50667	Köln	innere	0,2 km	2,0 Min
9	Galestro	Dompropst-Ketzer-straße 6	50667	Köln	innere	0,2 km	2,2 Min
10	Segafredo	Bahnhofsvorplatz	50668	Köln	innere	0,2 km	2,2 Min
11	Starbucks coffee	Bahnhofsvorplatz	50668	Köln	innere	0,2 km	2,2 Min
12	HUSSEL	Bahnhofsvorplatz	50667	Köln	innere	0,2 km	2,4 Min
13	Leonidas	Wallrafplatz 9	50667	Köln	innere	0,2 km	2,6 Min
14	Zeitcafe	Bahnhofsvorplatz	50667	Köln	innere	0,2 km	2,6 Min
15	Merzenich	Wallrafplatz 4	50667	Köln	innere	0,2 km	2,7 Min
16	Dom Café	Stolkgasse	50668	Köln	innere	0,3 km	3,0 Min
17	Kölner Dom-Spekulatius	Am Hof	50667	Köln	innere	0,3 km	3,3 Min
18	Confiserie am Dom	Roncalliplatz	50667	Köln	innere	0,3 km	3,4 Min
19	Gelateria 4D	Am Hof 14	50667	Innenstadt	innere	0,3 km	3,6 Min
20	Starbucks	Am Hof	50667	Köln	innere	0,3 km	3,6 Min
21	Café im MAK	An der Rechtschule 7	50667	Köln	mittlere	0,4 km	4,5 Min
22	CAFETIERO	Breslauer Platz	50668	Köln	mittlere	0,4 km	5,2 Min
23	McCafe	Breslauer Platz	50668	Innenstadt	mittlere	0,5 km	6,4 Min
24	Tchibo	Breslauer Platz	50668	Köln	mittlere	0,5 km	6,5 Min
25	BackWerk	Breslauer Platz	50668	Köln	mittlere	0,6 km	7,4 Min

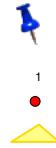
Erläuterung

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



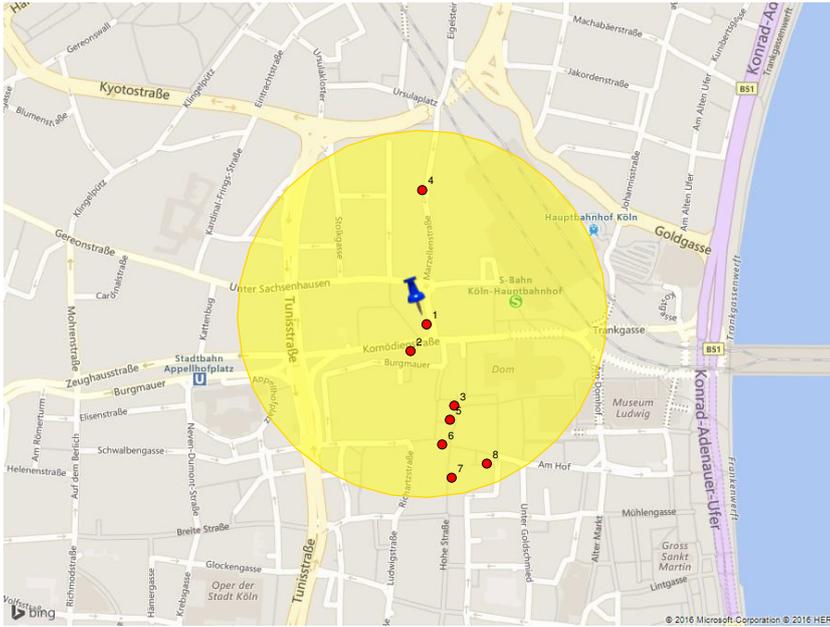
Ihr Standort
 Frequenzbringer-ID
 Standorte der Frequenzbringer
 Umkreis von 300m

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

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

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 Ärzte (im Umkreis von 300m, Ausgabe als Gehzeit)

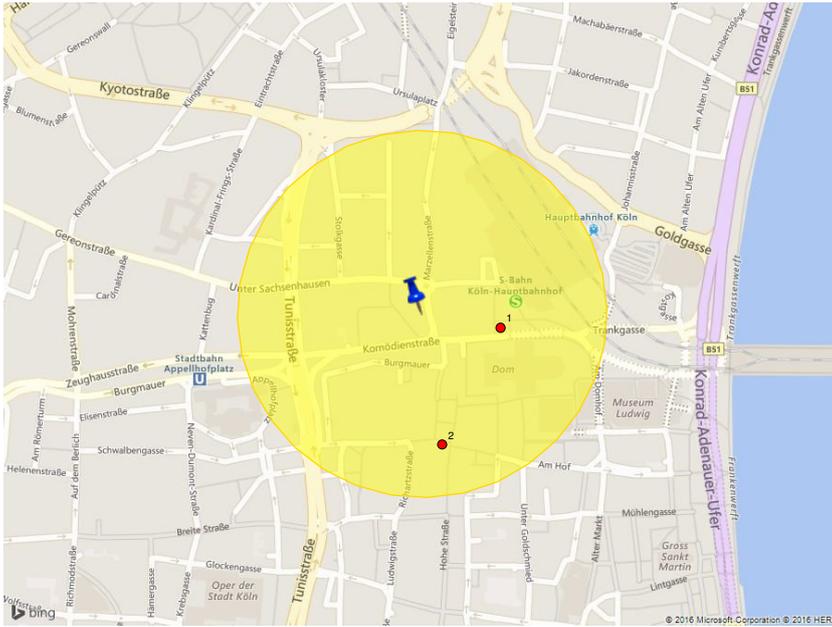
Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Herrn Matthias Salewski Facharzt für Innere Medizin und Nephrologie (und 4 weitere)	Marzellenstr. 1	50667	Köln	innere	0,0 km	0,2 Min
2	Dr. med. Ingrid Macarie	Komödienstr. 11	50667	Köln	innere	0,1 km	1,1 Min
3	Erfurdt Ursula Ärztin Für Augenheilkunde	Domkloster 1	50667	Köln	innere	0,2 km	2,3 Min
4	Dr. med. Michaela Olten Praktische Ärztin	Marzellenstr. 23	50668	Köln	innere	0,2 km	2,5 Min
5	Dr. Milena Samek	Wallrafplatz 9	50667	Köln	innere	0,2 km	2,7 Min
6	Sabine Herrmann (und 3 weitere)	Wallrafplatz 1	50667	Köln	innere	0,2 km	2,9 Min
7	Heilpraktiker Puri Rüdiger Fey	Hohe Str. 156	50667	Köln	innere	0,3 km	3,7 Min
8	Dr. med. Eva Gross	Am Hof 16	50667	Köln	innere	0,3 km	4,1 Min

Erläuterung

Ärzte und andere Gesundheitseinrichtungen sind zur Tageszeit Frequenzbringer von mittleren und älteren Bevölkerungsgruppen. Die Passantenfrequenzen können mitunter beachtlich sein, da vermehrt Gemeinschaftspraxen, Arzthäuser oder Gesundheitszentren entstehen. Denken Sie auch darüber nach, in Kooperation mit diesen Einrichtungen Ihr Sortiment zu bewerben.

Befindet sich ein Arzt o.ä. in einem Teilgebiet mit auffällig hohem Umsatzpotenzial? Dann macht so eine Werbe-Kooperation besonders Sinn, auch wenn dieses Teilgebiet Ihren eigenen Wettbewerbern näher ist. Teilgebiete mit hohem Umsatzpotenzial haben auch ein hohes Eroberungspotenzial!

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



Legende



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

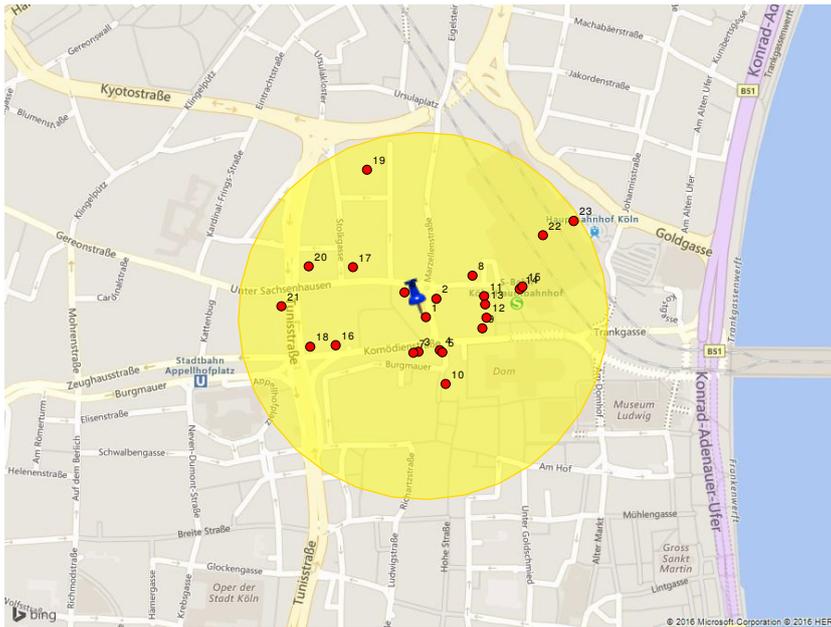
Liste der Apotheken (im Umkreis von 300m, Ausgabe als Gehzeit)

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Apotheke im Hauptbahnhof	Trankgasse 11	50667	Köln	innere	0,2 km	1,9 Min
2	Hof-Apotheke	Wallrafplatz 1	50667	Köln	innere	0,2 km	2,9 Min

Erläuterung

Apotheken sind sehr häufig in der Nähe von Ärzten anzutreffen, daher gilt in Bezug auf Passantenfrequenz und Werbung das gleiche wie für die Ärzte.

Die Apothekendichte ist allerdings deutlich geringer als diejenige von Ärzten, dadurch ist die Frequenz also noch konzentrierter.



Legende



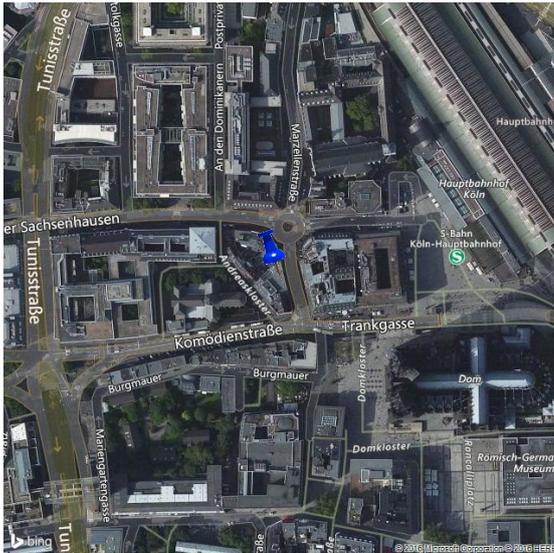
Ihr Standort
 Frequenzbringer-ID
 Standorte der Frequenzbringer
 Umkreis von 300m

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

Nr.	Name	Straße, Hausnummer	PLZ	Ort	Zone	Wegstrecke	Zeit
1	Geldautomat	Marzellenstraße 5	50667	Köln	innere	0,0 km	0,0 Min
2	HypoVereinsbank	Arterial	50667	Köln	innere	0,0 km	0,4 Min
3	#ekerbank	Komödienstraße 11	50667	Köln	innere	0,1 km	0,7 Min
4	Geldautomat Sparkasse	Kardinal-Höfner-platz 1	50667	Köln	innere	0,1 km	0,8 Min
5	Geldwechselstelle	Kardinal-Höfner-platz 1	50667	Köln	innere	0,1 km	0,9 Min
6	DHB Bank Nederland	An den Dominikanern 5	50668	Köln	innere	0,1 km	0,9 Min
7	Ziraat Bank	Komödienstraße 13	50667	Köln	innere	0,1 km	1,0 Min
8	BBBbank	Dompropst-Ketzer-straße 7	50667	Köln	innere	0,1 km	1,4 Min
9	Deutsche Bank	Trankgasse 9	50667	Innenstadt	innere	0,1 km	1,5 Min
10	Pax-Bank	Unter Fethenhennen	50667	Köln	innere	0,1 km	1,5 Min
11	Banque Chaabi du Maroc	Dompropst-Ketzer-straße & Bahnhofsvorplatz	50667	Köln	innere	0,1 km	1,6 Min
12	Halkbank	Dompropst-Ketzer-straße 4	50667	Köln	innere	0,2 km	2,1 Min
13	Banco Santander Totta	Dompropst-Ketzer-straße 4	50667	Köln	innere	0,2 km	2,3 Min
14	ReiseBank	Bahnhofsvorplatz	50667	Köln	innere	0,2 km	2,3 Min
15	Reisebank	Bahnhofsvorplatz	50667	Köln	innere	0,2 km	2,3 Min
16	Deutsche Bank AG	Komödienstraße 18	50667	Köln	innere	0,2 km	2,3 Min
17	Sparkasse	Stolgasse	50668	Köln	innere	0,2 km	2,5 Min
18	Dresdner Bank	Komödienstraße 24	50667	Köln	innere	0,3 km	3,3 Min
19	Hauptpost	Postprivatstraße	50668	Köln	mittlere	0,3 km	3,5 Min
20	Sal. Oppenheim	Tunisstraße	50668	Köln	innere	0,3 km	3,6 Min
21	Merck Finck & Co	Tunisstraße 23	50667	Innenstadt	innere	0,3 km	3,7 Min
22	Sparkasse	Breslauer Platz	50668	Innenstadt	mittlere	0,5 km	6,4 Min
23	Sparkasse	Breslauer Platz	50668	Innenstadt	mittlere	0,5 km	6,4 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 +
Arbeitsorientierte Standortfaktoren	Ertragspotenzial	Einkünfte je Steuerpflichtigem(r)	hoch +
Abgabeorientierte Standortfaktoren	Arbeitsmarkt	Arbeitslosenquote	hoch -
	Steuern	Grundsteuer B	hoch -
		Gewerbsteuer	hoch -
Infrastrukturelle Standortfaktoren	Verkehrsanbindung für Kunden	Zentrenreichbarkeit	hoch +

Mikro-Analyse (Einzugsgebiet und Standort)

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

Erläuterung

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

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

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

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

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

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

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