

# Standortplanung und Standortbewertung



Für Filialisten ist der richtige Standort entscheidend für den Erfolg des Unternehmens. Die Anforderungen an einen Standort variieren je nach Branche und Ort stark voneinander. Die Auswahl und Bewertung geeigneter Kriterien zur Standortbeurteilung setzt detaillierte Kenntnisse des Marktes, der räumlichen Gegebenheiten und der Kundenstruktur voraus.

Erkenntnisse aus dem Verhalten bestehender Kunden lassen sich übertragen auf das zu erwartende Verhalten von Neukunden. Demnach steht eine Kundenstrukturanalyse am Anfang jeder Standortbewertung.

## Analysiert werden sollten folgende Merkmale:

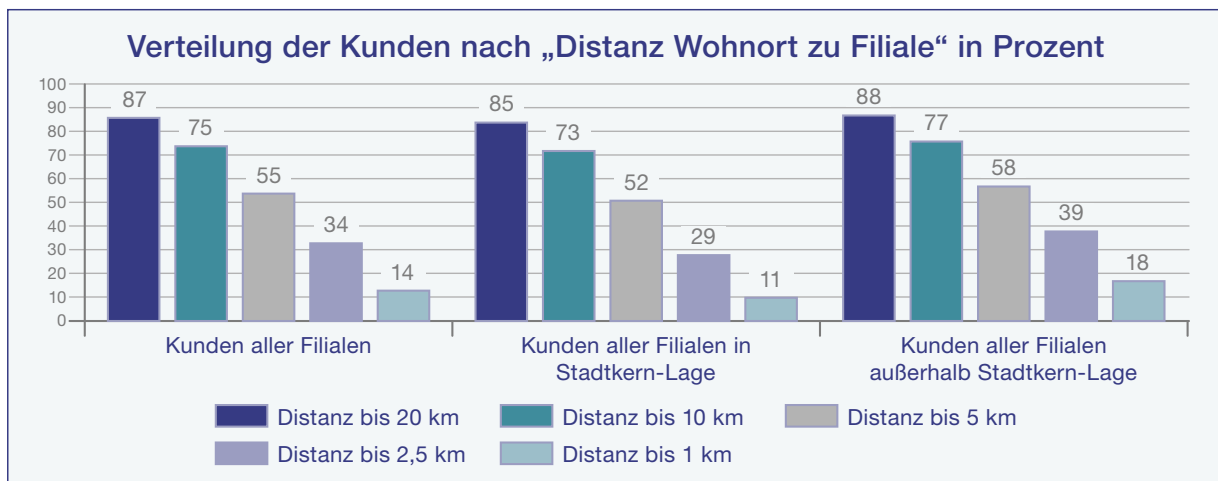
- Wie weit entfernt liegt der Wohnort von Bestandskunden zu einer Filiale oder einem Betrieb? Wie lange braucht der Kunde für diese Distanz?
- Gibt es „typische“ soziodemografische Merkmale der Kunden?
- Unterscheiden sich die Kunden von Standorten in unterschiedlichen räumlichen Lagen?

Je nach geplantem Standort muss untersucht werden, ob ausreichend Kundenpotenzial einer bestimmten soziodemografischen Gruppe im Einzugsbereich vorhanden ist.

## Hier der typische Verlauf einer Standortfindung:

### 1. Recherche Branchenanforderungen, Konkurrenzanalyse

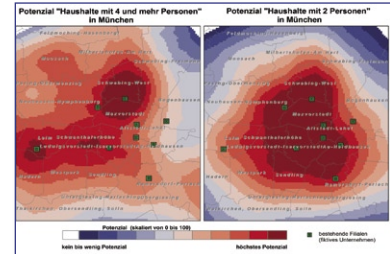
### 2. Analyse der Bestandskunden – Beispielhafte Ergebnisse



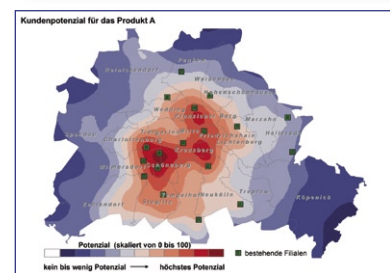
- Filialen in Stadtkernbereichen mit hohen Passantenfrequenzen haben meist einen größeren Anteil „externer“ Kunden als Filialen in Lagen mit überwiegender Wohnfunktion.
- Für potenzielle Standorte in Stadtkerngebieten ist daher ein größeres Einzugsgebiet zu untersuchen als bei Filialen, die überwiegend die vor Ort wohnende Bevölkerung versorgen sollen.
- Aber auch bei Filialen in Stadtkerngebieten wohnen die Kunden häufig zum größten Teil in der Nähe ihrer Filiale, daher ist das direkte Umfeld immer von großer Bedeutung.
- Die Attraktivität des Standortes einer Filiale wird je nach Kundentyp unterschiedlich wahrgenommen.



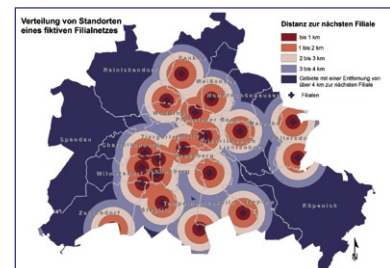
### 3. Auswahl und Berechnung der Potenzialwerte für einzelne Merkmale unter Berücksichtigung der Kundenabnahme mit der Distanz



### 4. Gewichtete Addition der Potenzialwerte der einzelnen Merkmale

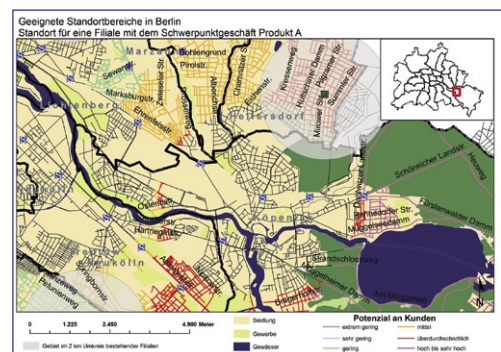


### 5. Festlegung von Ausschlussflächen



### 6. Verschneidung der Ergebnisse mit dem Straßennetz

- Ausweisung geeigneter Standorte auf Straßenabschnitten



**Ergebnis ist das Ranking potenzieller Standorte nach Eignung**

Zur Beantwortung Ihrer Fragen zu diesem Thema, wenden Sie sich einfach an:

**Dr. Susanne Kickner**

Tel.: +49 (0) 89 / 85 709 434 • Fax: +49 (0) 89 / 85 709 455  
susanne.kickner@acxiom.com • www.acxiom.de