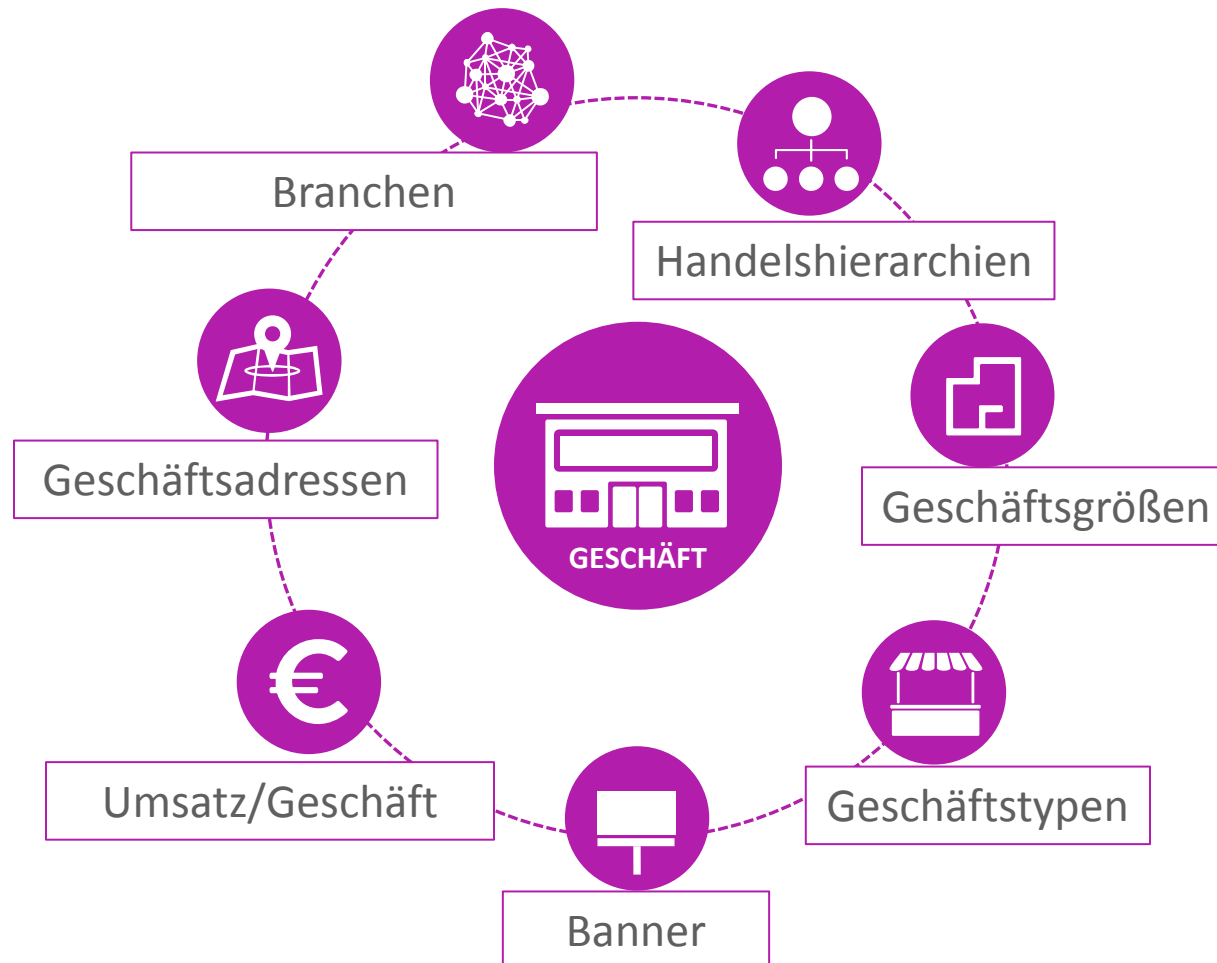




# SEGMENTIERUNG DER RICHTIGEN GESCHÄFTE

hierzu benötigt man ein tiefes Verständnis des Marktes



Alle diese Segmentierungskriterien sind bereits bei TradeDimensions verfügbar!

# WAS MACHT DIE TD DATEN NOCH AUSSAGEKRÄFTIGER?

Fahrzeit  
pro Geschäftstyp



3 verschiedene Lagekriterien  
(Regiotypen)



Agglomerationsraum



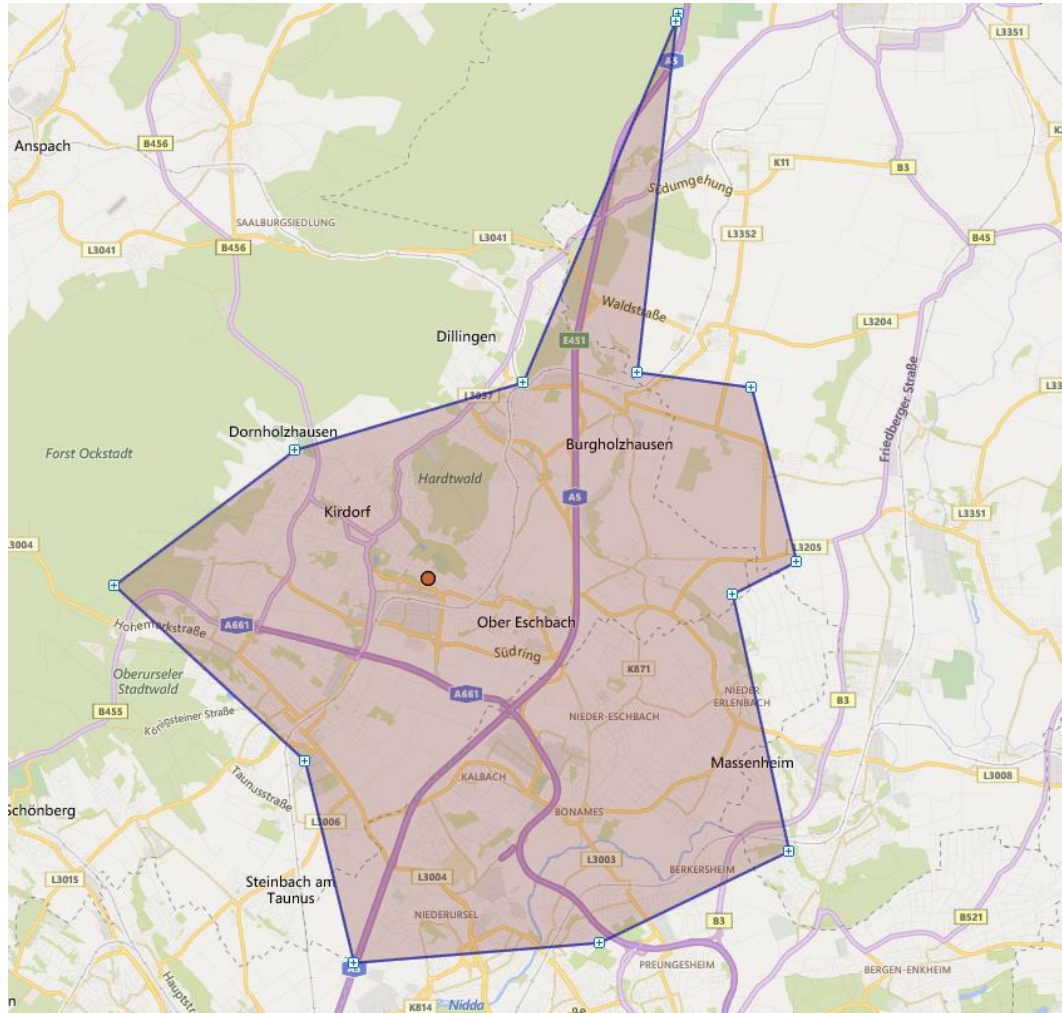
städtisch



ländlich

Die Fahrzeit definiert das Einzugsgebiet eines Geschäftes.

# BEISPIEL: EINZUGSGEBIET EINES GESCHÄFTES MIT 8 MIN. FAHRZEIT



In diesem Einzugsgebiet wird nun der Käuferkreis betrachtet.

# IN DEM EINZUGSGEBIET DIESES GESCHÄFTES BEFINDET SICH FOLGENDER KÄUFERKREIS

Umfeldanalyse					
<b>Allgemeine Information</b>					
05436096					
Banner	WEZ				
Name / Handelszentrale	WEZ		Edeka Minden-Hannover		
Straße	Ringstr. 74		Preuß		
PLZ Ort	32427 Minden				
Bundesland/Micro Region	Nordrhein-Westfalen		Detmold (8)		
Typ / Nielsentyp	Hypermarket 1.500-4.999m <sup>2</sup>		Hypermarket $\geq$ 2.500 m <sup>2</sup>		
Betriebsform	Selbständig				
<b>Käuferkreis</b>					
<b>TD Potenziale</b>					
Verkaufsfläche Food in m <sup>2</sup>	Verkaufsfläche Gesamt		2.500		
Umsatz Food in Mio Euro *	11,591		Umsatz Gesamt in Mio Euro *		12,216
Anzahl Kassen			Anzahl Parkplätze		
<b>Käuferkreis</b>					
<b>Paramater Definition Einzugsgebiet</b>					
Regio-Typ	Urban				
Fahrzeit in Minuten	10				
<b>Kaufkraft</b>					
<b>Index</b>		<b>Einkommen pro Haushalt</b>		<b>Index</b>	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	102		Unter 900 €		92
Private Kaufkraft	99		Unter 1.300 €		93
<b>Anzahl Haushalte</b>					
<b>Index</b>		Unter 1.500 €		96	
Gesamt (absolut)	49.052		Unter 2.000 €		539
Einpersonenhaushalte	95		Unter 2.600 €		99
Mehrpersonenhaushalte	103		Unter 3.600 €		95
Haushalte mit Kindern	108		Unter 5.000 €		95
Haushalte ohne Kinder	98		Über 5.000 €		96
<b>Bevölkerung</b>					
				<b>Index</b>	
Gesamtbevölkerung (absolut)				103.028	
Männliche Gesamtbevölkerung				100	
Weibliche Gesamtbevölkerung				100	
0-unter 3 Jahre				107	
3-unter 6 Jahre				99	
6-unter 10 Jahre				104	
10-unter 15 Jahre				105	
15-unter 18 Jahre				118	
18-unter 20 Jahre				115	
20-unter 25 Jahre				95	
25-unter 30 Jahre				89	
30-unter 35 Jahre				91	
35-unter 40 Jahre				92	
40-unter 45 Jahre				118	
45-unter 50 Jahre				98	
50-unter 55 Jahre				92	
55-unter 60 Jahre				95	
60-unter 65 Jahre				94	
65-unter 75 Jahre				102	
75 und darüber				107	

\* Umsätze von TradeDimensions sind modelliert

Identifizieren Sie diejenigen Geschäfte, die Ihrer Zielgruppe entsprechen.

# SO GROß KÖNNEN UNTERSCHIEDE SEIN. VERGLEICHEN SIE MIT VORHERIGER SEITE

Umfeldanalyse					
<b>Allgemeine Information</b>		00037835			
Banner	Edeka				
Name / Handelszentrale	Edeka Röhthemer	Edeka Minden-Hannover			
Straße	Albert-Schweitzer-Str. 8	Röhthemer			
PLZ Ort	32457 Porta Westfalica				
Bundesland/Micro Region	Nordrhein-Westfalen	Detmold (8)			
Typ / Nielsentyp	Hyper 1.500-4.999m <sup>2</sup>	Small Hypermarket 1.000-2.499m <sup>2</sup>			
Betriebsform	Independent				
<b>TD Potenziale</b>			<b>Bevölkerung</b>		
Verkaufsfläche Food in m <sup>2</sup>	1,608	Verkaufsfläche Gesamt	1,658	<b>Index</b>	
Umsatz Food in Mio Euro *	5,98	Umsatz Gesamt in Mio Euro*	6,165	Gesamtbevölkerung (absolut)	30.513
Anzahl Kassen	4	Anzahl Parkplätze		Männliche Gesamtbevölkerung	100
<b>Paramater Definition Einzugsgebiet</b>					
Regio-Typ	Urban				
Fahrzeit in Minuten	10				
<b>Kaufkraft</b>		<b>Einkommen pro Haushalt</b>			
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Index 102		Index		
Private Kaufkraft	103	Unter 900 €	103	30-unter 35 Jahre	86
<b>Anzahl Haushalte</b>				35-unter 40 Jahre	94
Gesamt (absolut)	14.453	Unter 1.300 €	101	40-unter 45 Jahre	107
Einpersonenhaushalte	90	Unter 1.500 €	103	45-unter 50 Jahre	105
Mehrpersonenhaushalte	106	Unter 2.000 €	481	50-unter 55 Jahre	102
Haushalte mit Kindern	102	Unter 2.600 €	110	55-unter 60 Jahre	98
Haushalte ohne Kinder	99	Unter 3.600 €	103	60-unter 65 Jahre	101
		Unter 5.000 €	106	65-unter 75 Jahre	110
		Über 5.000 €	106	75 und darüber	114

\* Umsätze von TradeDimensions sind modelliert

Verschiedene Produkte können unterschiedliche Zielgruppen erfordern.

# IHRE VORTEILE



Die Umfeldanalyse nach Fahrzeitzone liefert Ihnen die ideale Verbindung von Geschäftsstandorten und deren potenziellen Konsumenten. Dies ermöglicht:

- Zielgerichtete Ansprache der richtigen Geschäfte
- Zielgerichtete Ansprache der Konsumenten
- Definition der richtigen Sortimente
- Optimierung des Besuchsuniversums der Feldmannschaft
- Optimierung von Werbemaßnahmen



# WAS SIND ...



- |  | Seite |
|--|-------|
| • Regiotypen   | 9     |
| • Fahrtzeitzone  | 10    |
| • Grundlagen der Fahrtzeitzone                           | 11    |
| • die soziodemografischen Bestandteile der Umfeldanalyse | 12-16 |
| • Datenumfang, Preise & Kontakt                          | 17-18 |



# DEFINITION DER 3 REGIOTYPEN

Die Regiotypen werden durch 2 Dimensionen definiert



## Dimension Siedlungsstruktur

Die Geschäfte werden in 3 Regiotypen unterteilt.

- Agglomerationsraum = Regio-Typ 1 **mehr als** 400 Einwohner pro km<sup>2</sup> und **mehr als** 500.000 Einwohner gesamt (z.B. Großraum Frankfurt)
- Städtische Räume = Regio-Typ 2 **mehr als** 250 Einwohner pro km<sup>2</sup> und **mehr als** 100.000 Einwohner gesamt (z.B. Koblenz)
- Ländliche Räume = Regio-Typ 3 **bis zu** 250 Einwohner pro km<sup>2</sup> und **bis** 100.000 Einwohner gesamt (z.B. Mendig)

## Dimension Zentralität

Innerhalb der Zentralität gibt es folgende Variablen:

- Gesundheitliche Versorgung  
Vielfalt und Dichte von Fachärzten und Krankenhäusern
- Beschäftigung / Arbeitsstellen  
Anzahl sozialversicherter Angestellter, Anzahl Beschäftigte und Anzahl Firmen
- Administration und Verwaltung
- Infrastruktur  
Banken, Einzelhandel, etc.
- Bildungseinrichtungen  
Schulen, Universitäten
- Kulturelle Einrichtungen  
Museen, Theater, Büchereien, Bühnen

# WAS IST DER VORTEIL VON FAHRZEITZONEN?

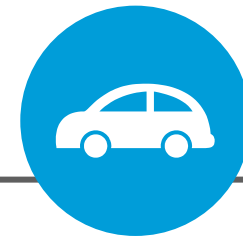
Fahrzeitzone berücksichtigen natürliche Barrieren



Kunden in St. Goar werden ihre Einkäufe nicht in St. Goarshausen tätigen, da auf 50km Entfernung eine Brücke fehlt.

# DEFINITIONEN FÜR DIE FAHRZEITZONEN




Klassifikation der Geschäfte nach Regiotyp und Geschäftstyp



Geschäftstyp	Fahrzeiten Regiotyp 1+2	Geschäftstyp	Fahrzeiten Regiotyp 3
SB-Warenhäuser	12 min.	SB-Warenhäuser	20 min.
Verbrauchermärkte	10 min.	Verbrauchermärkte	17 min.
Große Supermärkte	8 min.	Große Supermärkte	13 min.
Supermärkte	6 min.	Supermärkte	10 min.
Kleine Supermärkte	4 min.	Kleine Supermärkte	7 min.
Discounter	6 min.	Discounter	10 min.
Drogeriemärkte	6 min.	Drogeriemärkte	11 min.
Tankstellen	8 min.	Tankstellen	13 min.
Getränkemärkte	8 min.	Getränkemärkt	13 min.

# BEVÖLKERUNGSDATEN IN DER FAHRZEITZONE

Sp litt der Bevölkerung nach total, männlich und weiblich

ANZAHL MÄNNLICHE BEVÖLKERUNG	ANZAHL WEIBLICHE BEVÖLKERUNG	GESAMTANZAHL BEVÖLKERUNG
		

nach Gesamtanzahl der Bevölkerung und Index in der Fahrzeitzone

# BEVÖLKERUNGSDATEN NACH ALTERSKLASSEN

innerhalb der Fahrzeitzone

ALTERSKLASSE*	ALTERSKLASSE*	ALTERSKLASSE*
0 – 3 Jahre	20 – 25 Jahre	50 – 55 Jahre
3 – 6 Jahre	25 – 30 Jahre	55 – 60 Jahre
6 – 10 Jahre	30 – 35 Jahre	60 – 65 Jahre
10 – 15 Jahre	35 – 40 Jahre	65 – 75 Jahre
15 – 18 Jahre	40 – 45 Jahre	älter als 75 Jahre
18 -20 Jahre	45 – 50 Jahre	





\*Gesamtanzahl der Bevölkerung und Index in der Fahrzeitzone



# HAUSHALTSSTRUKTUREN

innerhalb der Fahrzeitzone



SINGLE HAUSHALTE	MEHR PERSONEN HAUSHALTE	HAUSHALTE MIT KINDERN	HAUSHALTE OHNE KINDER
			

nach Gesamtanzahl der Bevölkerung und Index in der Fahrzeitzone

# EINKOMMENSKLASSEN (NETTO MONATSGEHALT)

innerhalb der Fahrzeitzone

HAUSHALTE EINKOMMEN	HAUSHALTE EINKOMMEN	HAUSHALTE EINKOMMEN	HAUSHALTE EINKOMMEN	HAUSHALTE EINKOMMEN	HAUSHALTE EINKOMMEN	HAUSHALTE EINKOMMEN	HAUSHALTE EINKOMMEN
< 900 €*	<1.300 €*	<1.500 € *	<2.000 €*	<2.600 €*	<3.600 €*	<5.000 €*	>5.000 €*
							

\*nach Gesamtanzahl der Haushalte und Index in der Fahrzeitzone



# KAUFKRAFTDATEN

innerhalb der Fahrzeitzonen



## ALLEGEMEINE KAUFKRAFT

- Gesamtwert in Mio. Euro
- Als Index in der Fahrzeitzone



## EINZELHANDELSRELEVANTE KAUFKRAFT

- Gesamtwert in Mio. Euro
- Als Index in der Fahrzeitzone





## DATENUMFANG UND PREISE

Die Adressen mit den Umfeldinformationen können als Paket oder einzeln erworben werden. Sie erhalten die Informationen als Excel-Tabelle.

Auswahlkriterien können z.B. sein: alle Geschäfte einer Handelszentrale, bestimmte Geschäftstypen, PLZ-Gebiete, bestimmte demografische Indizes.

Der Preis beträgt EUR 1,05 pro Datensatz zzgl. EUR 250,00 Selektionsaufwand und MwSt. Für Datenpakete erstellen wir Ihnen gerne ein unverbindliches Angebot.



Für Fragen und weitere Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Ihr TradeDimensions Team

Birgit Arndt

Gudrun Craighead

Hanita Mauerhoff

Gisela Mies

Telefon: 069 / 7938 530 E-Mail: [tdsalesde@nielsen.com](mailto:tdsalesde@nielsen.com)