

wissenstransfer-kiel, ein Spin-off aus der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel, bietet als Dienstleistungen Geomarketing und Geocontrolling an. Wissenstransfer steht für den methodischen und inhaltlichen Austausch von Möglichkeiten verschiedener Disziplinen. Damit werden Werkzeuge wie Geographische Informationssysteme oder Computermodelle mit Marketingwissen zu Geomarketing kombiniert. Neben öffentlichen Auftraggebern für Auftragsstudien gehören KMU's insbesondere für die Dienstleistung Geomarketing zu den Kunden von witra-kiel.

Was ist Geomarketing?

Viele Unternehmensdaten oder auch Daten der Marktforschung haben einen direkten Raumbezug. Der Kunde hat einen Wohnort, die Filiale einen Standort, das Einzugsgebiet eine mehr oder weniger klar abgrenzbare Fläche. Ist der Standort, Wohnort oder das Einzugsgebiet exakt bekannt, können weitere Merkmale zu diesen Standorten genutzt werden, um ein genaueres Bild vom Kunden, seinen Bedürfnissen oder der

Marktsituation zu gewinnen. Geomarketing ist in der Lage, den Raumbezug aktiv als weitere Informationsquelle zu nutzen. Werden diese Daten normalerweise in Tabellen oder Diagrammen präsentiert, können diese nun mit Hilfe Geographischer Informationssystemen als Karten ausgegeben werden. Damit tragen diese wesentlich zu einer übersichtlichen Visualisierung und Kommunikation von Sachverhalten bei.

Sie kennen ihren „typischen“ Kunden?

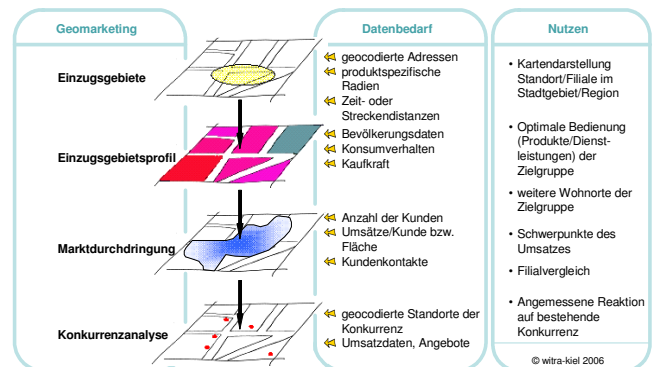
Geomarketing zeigt Ihnen weitere Wohn- oder Standorte Ihrer Kunden!

Arbeitsschritte des Geomarketings

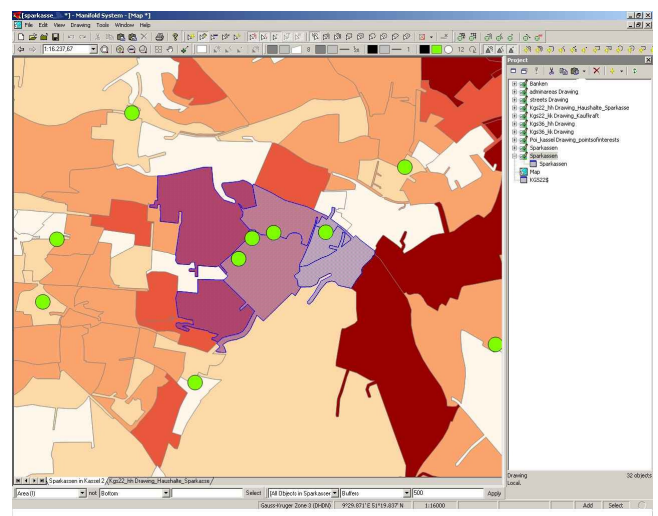
Die Präzision der Aussage von Geomarketing ist einerseits von der Informationsdichte der zugrunde gelegten Daten abhängig (z. B. Einwohnerwerte auf Gemeindebasis oder auf Basis von Straßenabschnitten), andererseits von der Tiefe der Analyse. Die witra-kiel bietet daher einen modularen Aufbau einer Untersuchung an, um allen qualitativen Ansprüchen gerecht werden zu können. Zunächst wird das **Einzugsgebiet** eines Unternehmens bestimmt. Dieses ergibt sich aus den Stand- bzw. Wohnorten seiner Kunden oder aus Fahrzeiten- oder Entfernungsdistanzen um den Unternehmensstandort.

Sie wissen woher Ihre Kunden kommen?

Geomarketing zeigt Ihnen weitere Eigenschaften und Lebensumstände Ihrer Kunden!



Werden darüber hinaus unternehmensexterne Daten zum Einzugsgebiet erhoben, können zusätzliche Informationen durch das **Einzugsgebietsprofil** gewonnen werden. Die **Penetrationsanalyse** zeigt die Marktdurchdringung. Basierend auf den Kundendaten und bezogen auf einzelne Aspekte des Einzugsgebietsprofils (z. B. Anteil der Bevölkerung einer Altersklasse oder Kaufkraft für ein Wirtschaftsgut) wird die Anzahl der Kundenkontakte oder das Volumen zum theoretischen Potenzial eines Einzugsgebietes ermittelt. Damit werden beispielsweise verschiedene Filialen eines Unternehmens vergleichbar. Werden dazu die Standorte der Konkurrenz mit berücksichtigt, können in der **Konkurrenzanalyse** die Ursachen möglicher Umsatzzwächen hinterfragt oder Standorte neuer Filialen beurteilt werden.



wissenstransfer-kiel GbR

Dr. Thomas Fels Dr. Malte Kersten
Universität Kiel
eXist
Christian-Albrechts-Platz 4
D-24098 Kiel

Telefon: 0431 – 880 5153
Fax: 0431 – 880 2044
Internet: www.witra-kiel.de
eMail: info@witra-kiel.de