

ANWENDERBERICHT

Fressnapf Immobilien- und Vermögensverwaltungs GmbH

„DIE PITNEY BOWES SOFTWARE LÖSUNGEN LIEFERN UNS ZUVERLÄSSIGE RAUMBEZOGENE DATEN FÜR DIE STANDORTANALYSEN UND ZUR BERECHNUNG DES POTENZIALS FÜR NEUE FILIALEN.“

Torsten Toeller, Inhaber und Geschäftsführender Gesellschafter Fressnapf

DIE SOFTWARELÖSUNGEN MAP-INFO PROFESSIONAL® UND MAP-INFO DRIVETIME® ERMÖGLICHEN ES UNTERNEHMEN, NEUE GESCHÄFTSSTANDORTE „LOCATION INTELLIGENT“, ALSO MIT DEM GRÖSSTEN POTENZIAL, ZU PLANEN.



Herausforderung

Die Investitionsentscheidung für den Standort einer neuen Fressnapf-Filiale bestimmt maßgeblich deren Erfolg hinsichtlich Markt-erschöpfung und Rendite und muss die Auswirkungen auf bereits vorhandene Filialen berücksichtigen.

Lösung

Mit den Location Intelligence Lösungen MapInfo Professional® und MapInfo Drivetime® erhält die Fressnapf Immobilien- und Vermögensverwaltungs GmbH zwei zuverlässige und flexible Werkzeuge zur Analyse und Planung ihrer Franchise-Filialen. So können die operativen Kosten gesenkt und Fehlinvestitionen vermieden werden.



Zusammenfassung

Die Fressnapf Gruppe ist mit über 5.000 Mitarbeitern die größte Fachhandelskette für Tiernahrung und -zubehör in Europa. In mehr als 950 Märkten bietet die Kette eine riesige Auswahl an Produkten auf großen Flächen, günstige Discountpreise und fachgerechte Beratung. 2005 wurden die »Fressnapf XXL«-Märkte ins Leben gerufen, in denen Leberabteilungen mit zusätzlichen Dienstleistungen wie Hundefriseuren und Tierarztpraxen kombiniert werden. Die Fressnapf-Märkte bieten damit den kompletten Service rund ums Haustier.

Die Herausforderung bei der Planung neuer Filialstandorte besteht darin, sie so zu optimieren, dass das Marktpotenzial voll ausgeschöpft werden kann. Für die Planung neuer Standorte muss zunächst geprüft werden, ob und wie viele Mitbewerber bereits vor Ort sind und ob der Markt noch einen weiteren Anbieter tragen kann. Besonders für ein Franchise-Unternehmen wie Fressnapf ist das Wissen um die Marktabdeckung essentiell, da der Gebietsschutz der Filialen gewährleistet werden muss.

Um das Umsatzpotenzial voll auszunutzen zu können, ist es zudem wichtig, möglichst viel über die Eigenschaften und das Kaufverhalten der Kunden zu erfahren. Woher kommen die Kunden und was kaufen sie wo ein? Die Auswertung solcher Marktanalysen ist ein wichtiger Faktor für die Fressnapf Gruppe und kostete bislang viel Zeit und Geld.

Mit den Lösungen von Pitney Bowes Software können diese operativen Kosten deutlich gesenkt werden.

Kundenbezogene Daten werden aber nicht nur zur Entscheidung über Standortgründungen herangezogen, sondern bilden auch die Basis für die Kontrolle bestehender Fressnapf-Filialen. Eine regelmäßige Überprüfung von Umsatz, Effizienz und Markt-erschöpfung der Fachmärkte gehört seit langem zum operativen Geschäft. »Bisher konnten wir Informationen über unsere Kunden lediglich durch stichprobenartige Kundenbefragungen in den Filialen bekommen«, so Torsten Toeller, Inhaber und Geschäftsführender Gesellschafter Fressnapf. »Auch unsere Marketingkampagnen hatten bisher zu große Streuverluste. Also haben wir uns nach einer effektiven und flexiblen Softwarelösung umgesehen. Ein entscheidendes Argument für die Lösung von Pitney Bowes Software war die Visualisierung der umfangreichen Daten unserer Filialen in ganz Europa. Wir sind sehr zufrieden mit unserer Wahl, erläutert Torsten Toeller.

Mit der Kombination aus MapInfo Professional® und MapInfo Drivetime® ist nun eine effektive Planung neuer Standorte ebenso möglich wie die optimale Kontrolle bestehender Fachmärkte.

USA

Pitney Bowes Business Insight
4200 Parliament Place, Ste 600
Lanham, MD 20706-1844

Tel: +1 301-731-2300
Fax: +1 301-731-0360

www.pbinsight.com

EUROPA

Pitney Bowes Business Insight
Minton Place
Victoria Street
Windsor, Berkshire SL4 1 EG

Tel: +44 (0)1753 848200
Fax: +44 (0)1753 621140

www.pbbusinessinsight.co.uk

ASIEN/AUSTRALIEN

Pitney Bowes Business Insight
Level 7, Elizabeth Plaza
North Sydney, NSW 2060

Tel: 61 2 9437 6255
Fax: 61 2 9439 1773

www.pbinsight.com

DEUTSCHLAND/ÖSTERREICH/ SCHWEIZ

Pitney Bowes Software GmbH
Pitney Bowes Business Insight
Division
Kelsterbacher Straße 23
65479 Raunheim

Tel.: +49 (0)6142 203-400
Fax: +49 (0)6142 203-444

www.mapinfo.de
www.pbinsight.com

PITNEY BOWES BUSINESS INSIGHT
IS HEADQUARTERED
OUT OF THE UNITED STATES.

 **Pitney Bowes**
Business Insight

www.pbinsight.com

Resultat

Bei den Software-Lösungen von Pitney Bowes Software handelt es sich um einfach zu bedienende Anwendungen. So konnten die Fressnapf Mitarbeiter nach einer kurzen Einweisung ihre Standort-Analysen selbstständig durchführen. Alle bestehenden Fachmärkte liegen dem Unternehmen in Form von Geodaten vor. In den Märkten werden in jährlichen Abständen monatsweise Kassenerhebungen Einzugsgebietsanalyse durchgeführt und die so erhobenen Umsatzdaten dem jeweiligen Postleitzahlgebiet zugeordnet, in dem der befragte Kunde wohnt.

Mittels externer Daten über die tatsächlichen Einwohner- und Kaufkraftverhältnisse errechnet das Unternehmen mit MapInfo Professional® das vorhandene Potenzial pro Postleitzahlgebiet. Dieses wird dann mit den ermittelten Umsatzdaten in Beziehung gesetzt und eine Marktaberschöpfung errechnet. Die ermittelten Daten werden in einer Karte räumlich visualisiert und thematisch analysiert, sodass wichtige Muster schneller und besser erkennbar sind. Für die Standortfindung neuer Filialen werden mit MapInfo Drivetime® Einzugsgebiete um potenziell verfügbare Standorte auf Basis des Straßennetzwerkes in unterschiedlichen Fahrtentfernungen generiert. Die Daten über die vorhandene Kaufkraft werden dazu genutzt, das Potenzial in diesen erzeugten Einzugsgebieten zu ermitteln. Die geographische Nähe zu bestehenden Fachmärkten und dem Wettbewerb fließt dabei ebenso in die Analyse ein.

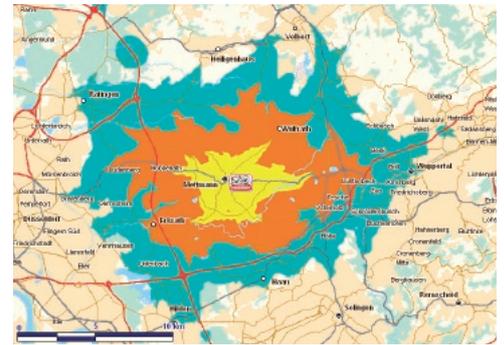


Abb.: Einzugsgebietsanalyse

Auch bestehende Filialen werden auf diese Weise regelmäßig hinsichtlich Umsatzentwicklung, Marktaberschöpfung und möglicher Kannibalisierungseffekte überprüft. So eignet sich die Lösung von Pitney Bowes Software nicht nur zur Planung neuer Märkte, sondern auch als wichtiges Werkzeug zur Überprüfung bestehender Strukturen.

»Durch die zielgruppengenaue Analyse auf Basis geographischer und sozio-demographischer Daten im Vorfeld unserer Mailingaktionen konnten wir unsere operativen Kosten deutlich senken«, freut sich Torsten Toeller. »Da die Location Intelligence Lösungen von Pitney Bowes Software auf unsere bestehenden Systeme aufsetzen, war keine aufwändige Umstellung nötig. Wir konnten sie einfach auf Knopfdruck um die räumliche Komponente erweitern. Einfacher geht es kaum.«