

**Bericht zur
Umsatzpotenzialanalyse**

Muster-Bericht

Muster-Apotheke /

Susi Sorgenlos

Alphaweg 99 /

Musterstraße 36

99999 Musterstadt

Inhaltsverzeichnis

1.	Auftragsdaten	Seite	3
2.	Theoretische Grundlagen	Seite	4
3.	Aufgabenstellung / Ausgangssituation	Seite	5
4.	Umsatzpotenzial	Seite	6
4.1	Muster-Apotheke	Seite	6
4.2	Muster-Apotheke Verlagerung	Seite	6
5.	Einzugsgebiet / Lage	Seite	7
5.1	Einzugsgebiet	Seite	7
5.2	Informationen zum Standort "Stadt-Quartier"	Seite	8
6.	Wettbewerbssituation	Seite	9
7.	Verordnerinformationen	Seite	10
8.	Fazit	Seite	10

Übersicht der Tabellen

Tabelle 1	Umsatzpotenzial der Muster-Apotheke	Seite	6
Tabelle 2	Umsatzpotenzial der Muster-Apotheke Stadt-Quartier	Seite	6
Tabelle 3	Wettbewerber	Seite	9

1. Auftragsdaten

Auftraggeber:

Muster-Apotheke
Susi Sorgenlos
Alphaweg 99
99999 Musterstadt

Auftragsinhalt:

Erstellung einer Umsatzpotenzial-Analyse für den geplanten neuen Apothekenstandort im ehemaligen Einkaufscenter-Gebäude in der Musterstraße in Musterstadt

Erstellungszeitpunkt:

Anmerkungen:

Datenquellen:

- ©microm Micromarketing-Systeme und Consult GmbH
- Gebietsstand der administrativen und postalischen Grenzen 01.01.2017

Sofern auf Bench-Mark-Daten beziehungsweise Branchendaten verwiesen wird beziehungsweise diese zur Beurteilung herangezogen werden, beruhen diese Daten auf allgemein zugänglichen Daten, die von Verbänden und Organisationen zum Beispiel aus dem Apothekenmarkt, Steuerberatungsgesellschaften veröffentlicht werden. Vereinzelt kommen auch Daten aus eigenen Datenbanken der apomind CoMM GmbH zum Einsatz.

Haftungsausschluss:

Die apomind CoMM GmbH übernimmt grundsätzlich keine Gewährleistung für die von ihren Nutzern zur Verfügung gestellten Informationen oder getätigten Aussagen. Trotz größtmöglicher Sorgfalt bei der Erstellung haftet die apomind CoMM GmbH 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 ©microm Micromarketing-Systeme und Consult GmbH schließen die apomind CoMM GmbH und ©microm Micromarketing-Systeme und Consult GmbH jedwede Gewährleistungspflicht aus.

2. Theoretische Grundlagen

Der Ermittlung der Umsatzpotenziale liegen folgende Standort- und Geomarketing-Informationen zu Grunde

- a) Einwohnerstrukturdaten (Alter der Einwohner in 5 Jahres-Clustern)
- b) Durchschnittliche Gesundheitsausgaben der Einwohner innerhalb des jeweiligen Alters-Clusters
- c) Entfernung des Wohnsitzes der Einwohner von der Apotheke
- d) Informationen zu Kaufkraftzufluss / Kaufkraftabfluss in das Einzugsgebiet

Berechnungsmodell zur Ermittlung der Umsatzpotenziale

Das Huff-Modell ist ein mathematisches Modell zur Abgrenzung und Segmentierung von Marktgebieten von Einzelhandelsbetrieben (Apotheken). In Abhängigkeit der Distanzen des Wohnorts der Einwohner (potenzielle Kunden) von der Apotheke, der Attraktivität der analysierten Apotheke und der Wettbewerber wird die Wahrscheinlichkeit berechnet, mit der diese potenziellen Kunden die Apotheke aufsuchen werden.

Aus dieser Wahrscheinlichkeit wird unter Berücksichtigung der durchschnittlichen Gesundheitsausgaben der potenziellen Kunden in ihrer Altersstruktur im Einzugsgebiet der Apotheke der rechnerische Umsatz der Apotheke errechnet.

Prämissen des Modells

- ◆ Die Wahrscheinlichkeit, die Apotheke aufzusuchen nimmt mit zunehmender Entfernung vom Standort der Apotheke ab.
- ◆ Alle Apotheken weisen die gleiche Attraktivität und die gleiche Marketing-Aktivität auf

Beurteilung der Ergebnisse

Beim ermittelten Umsatzpotenzial handelt es sich um einen Wert, der auf Basis des Rechenmodells und der "harten" Fakten zum Alter und den durchschnittlichen Gesundheitsausgaben der potenziellen Kunden errechnet wird. Einflüsse wie aktuelle / zukünftige Marketing-Aktivitäten der analysierten Apotheke und der Wettbewerber, Image, Attraktivität des Ladenlokals etc. können zu Abweichungen zwischen dem ermittelten Umsatzpotenzial und dem tatsächlichen Umsatz führen.

3. Aufgabenstellung / Ausgangssituation

Frau Sorgenlos überlegt, die Apotheke, die im neuen Stadt-Quartier konzipiert ist, zu übernehmen und den bestehenden Standort im Alphaweg aufzugeben. Vor diesem Hintergrund haben wir sowohl für den bestehenden Standort der **Muster-Apotheke im Alphaweg** (ohne Apotheke im Stadt-Quartier) als auch für den neuen Standort der **Muster-Apotheke im Stadt-Quartier** (ohne Muster-Apotheke im Alphaweg) eine Umsatzpotenzial-Analyse auf Basis der unter 2. dargestellten Prämissen erstellt.

In beiden Berechnungsvarianten haben wir die geplante neue Apotheke im MVZ in der Deltastraße bereits als Wettbewerber berücksichtigt.

Muster-Bericht

4 Umsatzpotenzial-Berechnung

4.1 Muster-Apotheke

Für den Standort der **Muster-Apotheke im Alphaweg** ergibt sich auf Basis der unter "2." dargelegten Prämissen folgendes Umsatzpotenzial:

Potenzial	Wert
Umsatzpotenzial	EUR 1.130.000

Tabelle 1: Umsatzpotenzial der Muster-Apotheke

Der aktuelle Umsatz liegt angabegemäß, unter Berücksichtigung Hochpreiser-Rezept mit TEUR 300 bei rd. EUR 1,4 Mio.

4.2 Muster-Apotheke im Stadt-Quartier

Für den Standort der **Muster-Apotheke im Stadt-Quartier** ergibt sich auf Basis der unter "2." dargelegten Prämissen folgendes Umsatzpotenzial:

Potenzial	Wert
Umsatzpotenzial	EUR 3.025.000

Tabelle 2: Umsatzpotenzial der Muster-Apotheke im Stadt-Quartier

Anmerkungen:

Da es sich bei der Muster-Apotheke im Stadt-Quartier um eine Verlagerung an einen neuen Standort handelt, werden die Umsatzpotenziale natürlich nicht von "heute auf morgen" erreicht, sondern es muss mit einer Anlaufzeit von mindestens 3 Jahren gerechnet werden.

Für die Nutzung der vollen Umsatzpotenziale des Standorts sind jedoch folgende Aktivitäten von zwingender Voraussetzung:

- ◆ Einsatz moderner Marketing- und Kommunikations-Instrumente
- ◆ Entwicklung eines auf den Standort abgestimmten Marketing- und Kommunikationskonzepts mit u.a. folgenden Inhalten:
 - ↳ strategische Positionierung der Apotheke am Standort und Abgrenzung zum Wettbewerb
 - ↳ Maßnahmen zur Kundenbindung und Kundenfindung
 - ↳ Aktives Aktions- und Zielgruppenmanagement u.a.
 - ↳ Einsatz und Nutzung der Tools des Online-Marketings (von Newsletter-Marketing bis hin zur Nutzung Social-Media-Kanäle)

Sofern diese Konzept nicht entwickelt bzw. das entwickelte Konzept nicht stringent umgesetzt wird, werden die dargestellten Umsatzpotenziale wohl nicht erreicht

5. Einzugsgebiet / Lage

5.1 Einzugsgebiet

Zur zutreffenden Ermittlung des Umsatzpotenzials ist es notwendig, das Einzugsgebiet exakt zu definieren. Gemäß den Grundlagen der Handelsforschung, den vorliegenden Informationen von Frau Sorgenlos und der Erfahrungen der apomind GmbH haben wir das Einzugsgebiet wie folgt definiert:

- ◆ Das Einzugsgebiet wird mit 5 Fahrminuten definiert

Anmerkungen zur Definition des Einzugsgebiets:

- ◆ Durch die Magnetwirkung und die Anziehungskraft der Stadt Musterstadt sind die Teilorte im Umfeld von Musterstadt ebenfalls zum potenziellen Einzugsgebiet der Apotheken zu zählen. Die dort lebende Bevölkerung weist eine hohe Bereitschaft auf, Fahrzeuge oder den ÖPNV zu nutzen.

Muster-Bericht

5.2 Informationen zum Standort "Stadt-Quartier"

Folgende Informationen zum Standort wurden uns zur Verfügung gestellt bzw. wurden von uns recherchiert.

Das ehemalige Einkaufscenter-Gebäude wird zu einem Multi-Service-Center um- und ausgebaut und wird folgende Handelsgeschäfte / Dienstleister beherbergen:

- ◆ -Markt
- ◆ Bäckerei
- ◆ Hotel
- ◆ Fitnessstudio
- ◆ Pflegeheim mit ca. 80 Betten
- ◆ Betreutes Wohnen mit ca. 35 Wohnungen

Darüber hinaus befinden sich mehrere Bus- und Straßenbahnhaltestellen direkt vor dem Gebäude (angabegemäß mit rd. 20.000 Ein- und Aussteigen pro Tag).

Entweder im 1.OG des Stadt-Quartiers oder im Nebengebäude wird sich aller Voraussicht nach eine hausärztliche Gemeinschaftspraxis mit 3 Ärzten niederlassen.

Muster-Bericht

6. Wettbewerbssituation

Nachfolgend sind die wesentlichen Wettbewerber der Muster-Apotheke dargestellt (eine detaillierte Wettbewerbs-Analyse war nicht Gegenstand des Auftrags):

Apotheken	Attraktivitätseinschätzung (Skala von 0 - 10)	
Alpha-Apotheke	10	Erstklassige Lage im Forum; sehr attraktiver Standort und Apotheke
Beta-Apotheke	10	junge motivierter Inhaber; aktiv; Ärztehaus
Gamma-Apotheke	9	zwar optisch wenig attraktiv aber genießt einen sehr guten Ruf; eher im höheren Preissegment angesiedelt; ethisch
XY-Apotheke	9	"da geht man hin; viele Zugaben; wenig aktiv
Muster-Apotheke (Alphaweg)	8	kleine Offizin, wenig Ware; sehr marketingaktiv
Apotheke im MVZ	8	neuer Wettbewerber; guter Standort
Gamma-Apotheke	7	1b-Lage, Krankenhausversorgende Apotheke; "unsympathisch"
Ypsilon-Apotheke		nette, kleine Apotheke
Ypsilo-Apotheke am Ruhrquartier	6	Filiale der Ypsilon-Apotheke; Ärztehaus; Freitagnachmittag und Samstag geschlossen

Tabelle 3: Wettbewerber

*Einschätzung der Attraktivität der Apotheke (durch Frau Sorgenlos und den Verfasser)

Muster-Bericht

7. Verordnerinformationen

Im Umfeld um die **Muster-Apotheke / Muster-Apotheke im Stadt-Quartier** praktizieren standorttypisch eine große Anzahl → 63 Ärzte.

8. Fazit

Auf Basis der Umsatzpotenzial-Analyse werden von uns folgende Aussagen getroffen:

- ♦ die Muster-Apotheke an ihrem jetzigen Standort ist auf Dauer nicht überlebensfähig
- ♦ das Stadt-Quartier halten wir für einen sehr attraktiven Standort

Vor diesem Hintergrund gehen wir davon aus, dass unter der Voraussetzung:

- ♦ Entwicklung und Umsetzung eines stringenten Marketing-Konzepts
- ♦ Anpassung der Apotheke an das Umfeld (von den Öffnungszeiten bis hin zu kompetenten und beratungsaffinen Mitarbeitern / Mitarbeiterinnen)

mittelfristig die berechneten Umsatzpotenziale erreicht werden können und die **Muster-Apotheke im Stadt-Quartier** erfolgreich betrieben werden kann.

Muster-Bericht