

# Auf der Straße zum Erfolg

## Europäische Netzwerkplanung mit PTV Map&Market und DDS-Daten

„Unser strategisches Ziel ist es, zum führenden Anbieter für Reifen und Autoservice in Europa zu werden. Zusammen mit den nationalen Märkten, die über ausgebaute Netze von Filialen und Franchisepartnern verfügen, arbeiten wir daran, diese ehrgeizigen Ziele zu erreichen.“, so Thomas Nacke, bei ContiTrade zuständig für Franchise und die europaweite Expansion des Servicenetzwerks. ContiTrade ist ein Geschäftsbereich der Pkw-Reifen-Division und vereint unter einem Dach alle europäischen Handels- und Franchiseaktivitäten der Continental AG.

Seit 2000 setzt Continental das Geoinformationssystem PTV Map&Market zur Standortplanung und Marktanalyse ein. Die digitale Basis liefert die DDS Digital Data Services GmbH mit verschiedensten Gebietsgrenzen und Potenzialdaten.

Anwender: **Continental AG**, Reifenhersteller für Pkw, Nutzfahrzeuge und Zweiräder, einer der weltweit führenden Zulieferer der Automobilindustrie.

Aufgabe: Ausbau und Optimierung des europaweiten Vertriebsnetzes.

Lösung: Standortplanung und Marktanalyse mit PTV Map&Market sowie Gebietsgrenzen und Potenzialdaten der DDS GmbH.

### Europaweites Filialnetz

„Mit PTV Map&Market identifizieren wir die Attraktivität an den lokalen Märkten und erkennen auf einen Blick, welche Gebiete für uns interessant und welche weniger lukrativ sind.“, erläutert Nacke.

Zur Marktanalyse hat sich bei ContiTrade ein dreistufiges Verfahren bewährt: Zunächst wird anhand bestimmter Faktoren wie Einwohnerzahlen, Kaufkraft, Anzahl der Pkw-Halter und der direkten Wettbewerber die Marktattraktivität eines Gebiets bestimmt. Das breite Portfolio an DDS-Potenzialdaten kombiniert mit administrativen Gebietsgrenzen ermöglicht, europaweit lokale Marktpotenziale oder auch direkte Wettbewerber bis auf Gemeindeebene darzustellen.

Im zweiten Schritt wird die Marktattraktivität mit möglichen Investitionen wie neue Standorte oder Modernisierungsmaßnahmen abgeglichen. In Schritt drei werden die Filialen durch geocodierte Adressdaten

der DDS lokalisiert und unter Berücksichtigung interner betriebswirtschaftlicher Daten wie Umsatz, Ertragsstärke oder Mietzins in der Karte visualisiert. Im Abgleich mit Faktoren wie Standortlage oder Verkehrslasten, die der Standortbewertung dienen, ergibt sich die Leistungsfähigkeit der einzelnen Filiale.



### Polen – neuer Markt mit höchster Attraktivität

Mit der geobasierten Netzwerkstrategie identifizierten Thomas Nacke und seine Kollegen Polen als neuen Markt mit höchster Attraktivität: „Polen ist der zweitwichtigste Winterreifenmarkt Europas, in dem ContiTrade derzeit mit 19 Franchisebetrieben eine geringe Rolle spielt. Mit unseren digital erstellten Karten können wir den europäischen Landesgesellschaften klar und einfach deutlich machen, wo sich Investitionen lohnen und welche Gebiete eher zu vernachlässigen sind“, so Nacke. Wichtig ist hier der schnelle und einfache Informationszugriff: Die geocodierten Analysen sollen den Marktverantwortlichen kurzfristig im Intranet zur Verfügung stehen. „Wer auf den Märkten von morgen Erfolg haben will, braucht kreative Strategien, um diese wirksam umzusetzen. Mit PTV Map&Market und den ergänzenden Daten der DDS steht uns ein intelligentes Analyse-Werkzeug zur optimierten und effizienten Planung unseres europäischen Netzwerkes zur Verfügung“, ist Nacke überzeugt.