

**G i N – Forum**

**Geomarketing  
Marketing mit  
Geoinformationssystemen**

Oldenburg  
28. April 2004

---

**Geomarketing  
Markt-, Micro- und Zielgruppenanalysen**

Dipl.-Geogr. Walter Erlenbach

**microm**  
Micromarketing-Systeme und Consult GmbH  
Neuss

## Wir über uns:



- 1992 gegründet
- 34 Mitarbeiter, davon  
19 Geographen
- Sitz in Neuss

Ein Unternehmen der



**Creditreform**

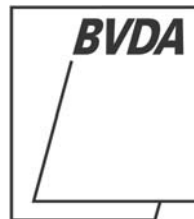


Starke Partner für eine erfolgreiche Zusammenarbeit





DAIMLERCHRYSLER AG



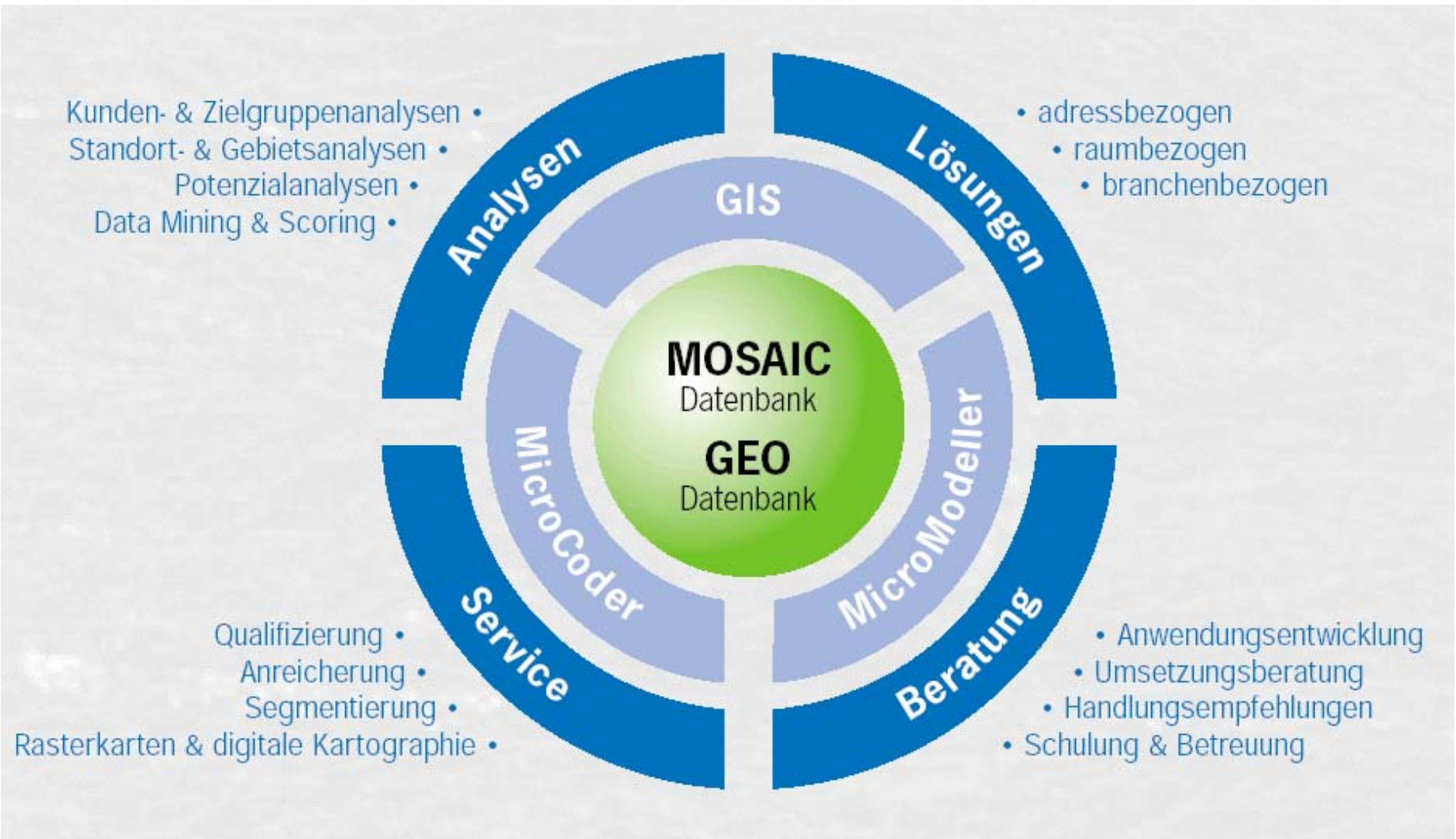
**Marketing** ist die Planung, Koordination und Kontrolle aller auf die aktuellen und potentiellen Märkte ausgerichteten Unternehmensaktivitäten. (Prof. Heribert Meffert)

**Marketing** ist also nicht nur Werbung!

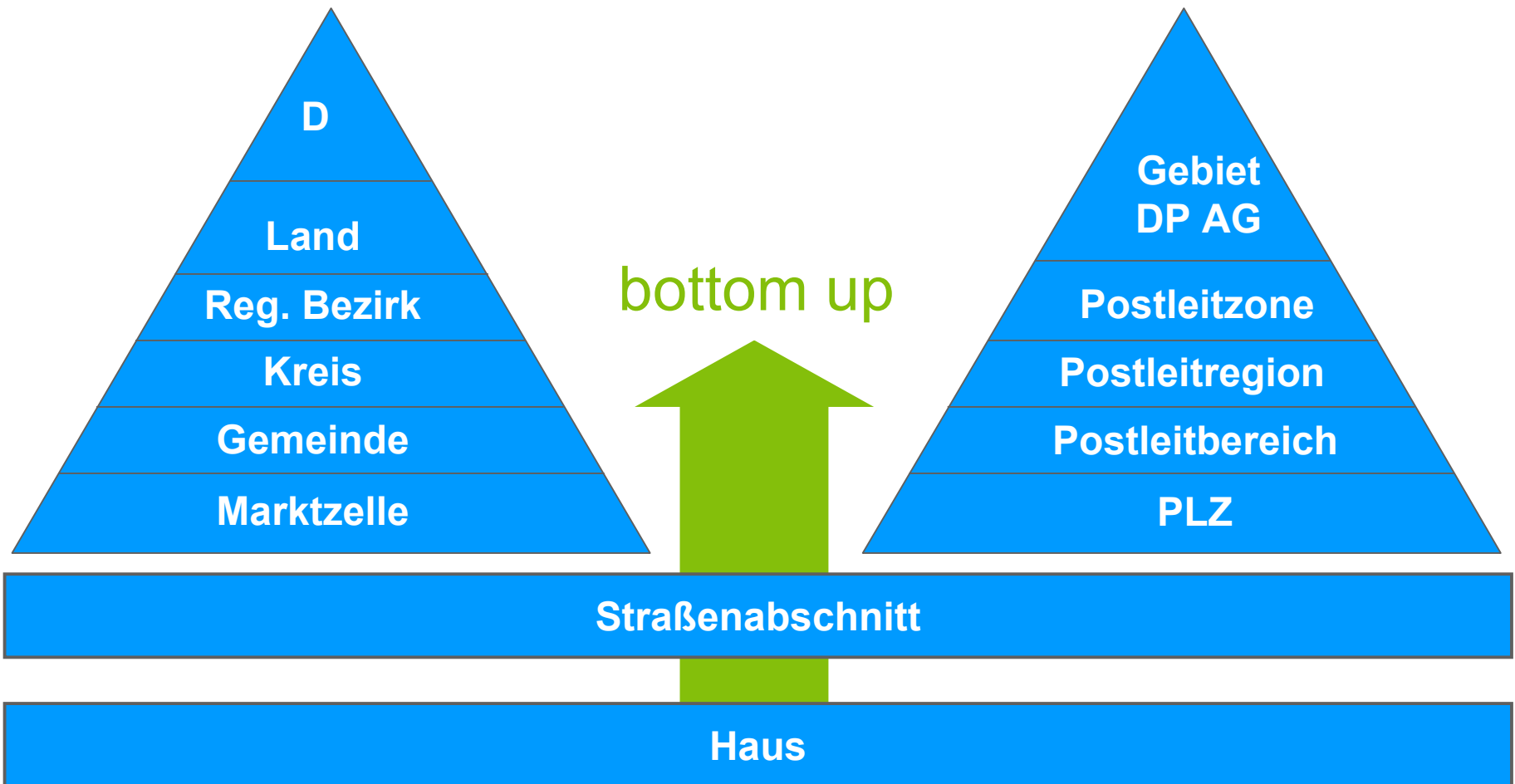
Das kleinste Marktsegment ist der Kunde selbst!



**Wer** sind meine **wertvollen Kunden**, **wie** erreiche ich sie und vor allem: **Wo** wohnen sie?



Hierarchische Raumeinheiten, mit denen alle MOSAIC Daten (Sachdaten) verknüpft werden können.





## Übersicht der **MOSAIC** Daten:

### MOSAIC Variablen

- Anzahl Privathaushalte
- Anzahl Gewerbebetriebe
- Anzahl Häuser
- Status
- Familienstruktur
- Durchschnittsalter HH-Vorstand
- Anteil unter 30-jährigen
- Anteil über 60-jährigen
- Ausländeranteil
- Anonymitätsbedürfnis
- Haustyp
- Straßentyp

**MOSAIC Automobil**

**MOSAIC Kaufkraft**

**MOSAIC Milieus**

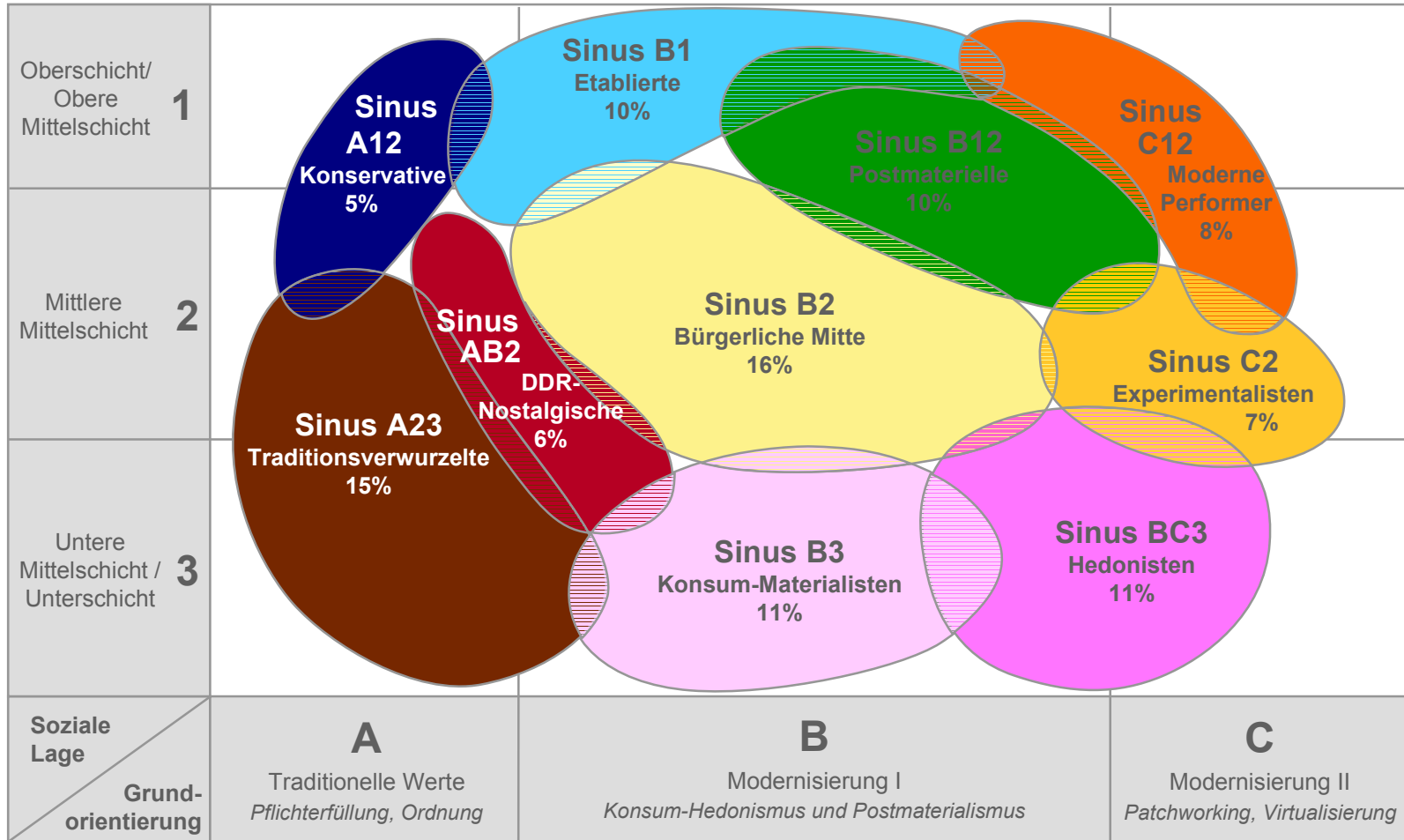
**MOSAIC Mobilität**

**MOSAIC Risiko**

**MOSAIC Targets**

**MOSAIC Typologie**

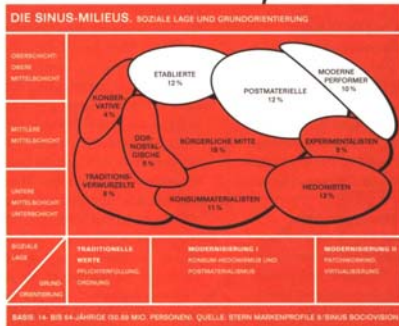
# MOSAIC Milieus - gesamtdeutsch



DIESE GRAFIK ZEIGT, WER DIE GESELLSCHAFTLICHEN LEITMILIEUS SIND.

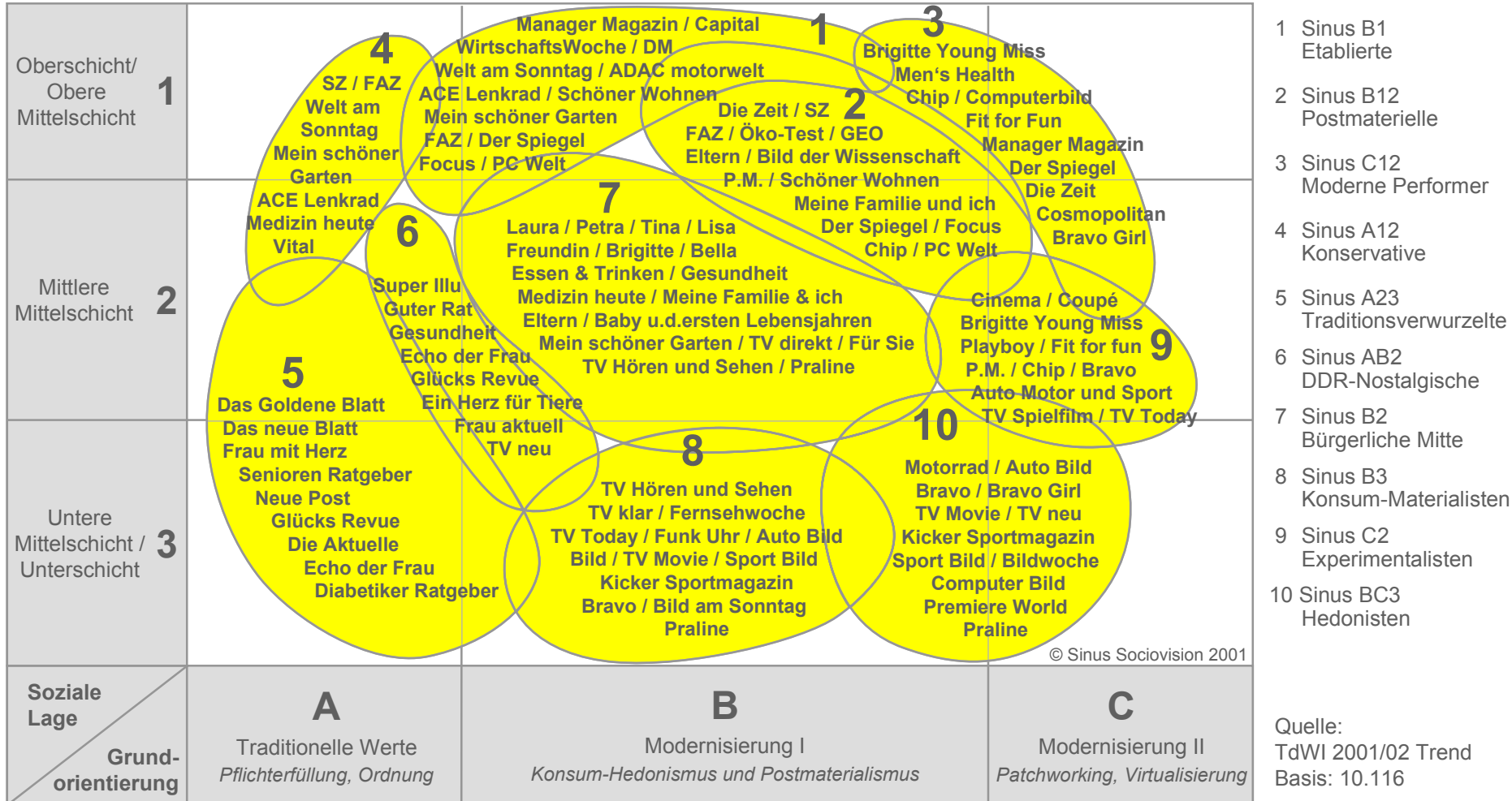
DIESE GRAFIK ZEIGT, WO SIE ALLE ZUSAMMMEN ERREICHEN.

Die Gesellschaftlichen Leitmilieus haben nicht nur die höchste Kaufkraft, sondern auch den größten Einfluss: Sie treffen Markenentscheidungen bewusster und dienen anderen Verbrauchern als Ratgeber und Vorbild. In Deutschland gehören 17,1 Mio. Menschen zwischen 14 und 64 Jahren zu den Gesellschaftlichen Leitmilieus. Sie sind in die Zielgruppen *Etablierte*, *Postmaterielle* und *Moderne Performer* eingeteilt. Behalten Sie den Überblick. [anzeigen@stern.de](mailto:anzeigen@stern.de)



Der stern ist die meistgelesene Kaufzeitschrift der Gesellschaftlichen Leitmilieus. Behalten Sie den Überblick. [anzeigen@stern.de](mailto:anzeigen@stern.de)

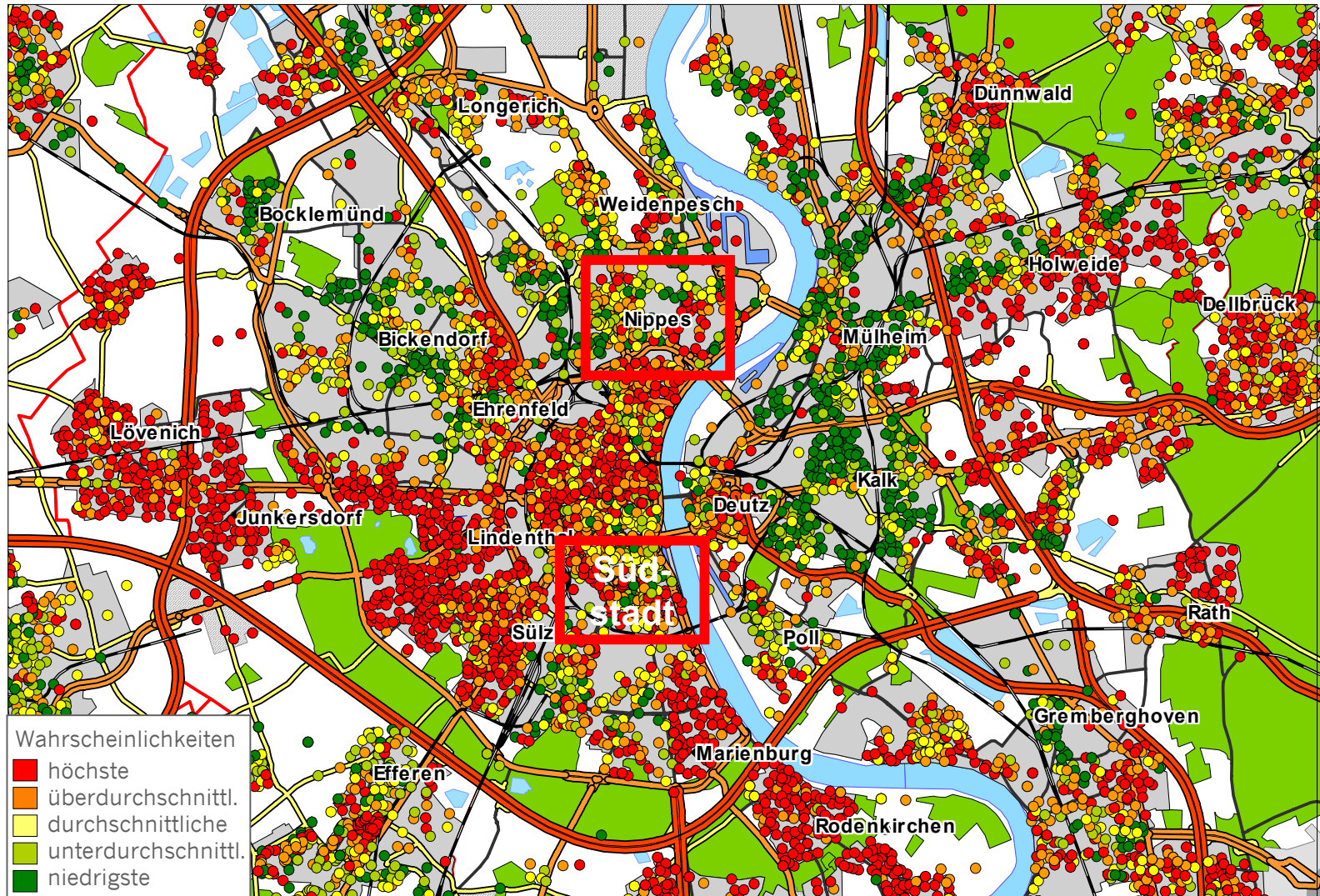
## Überdurchschnittlich genutzte Zeitschriften in den Sinus-Milieus® 2001\*



\*Reichweiten-Indizes > 130; Titel-Reichweiten > 2,0%

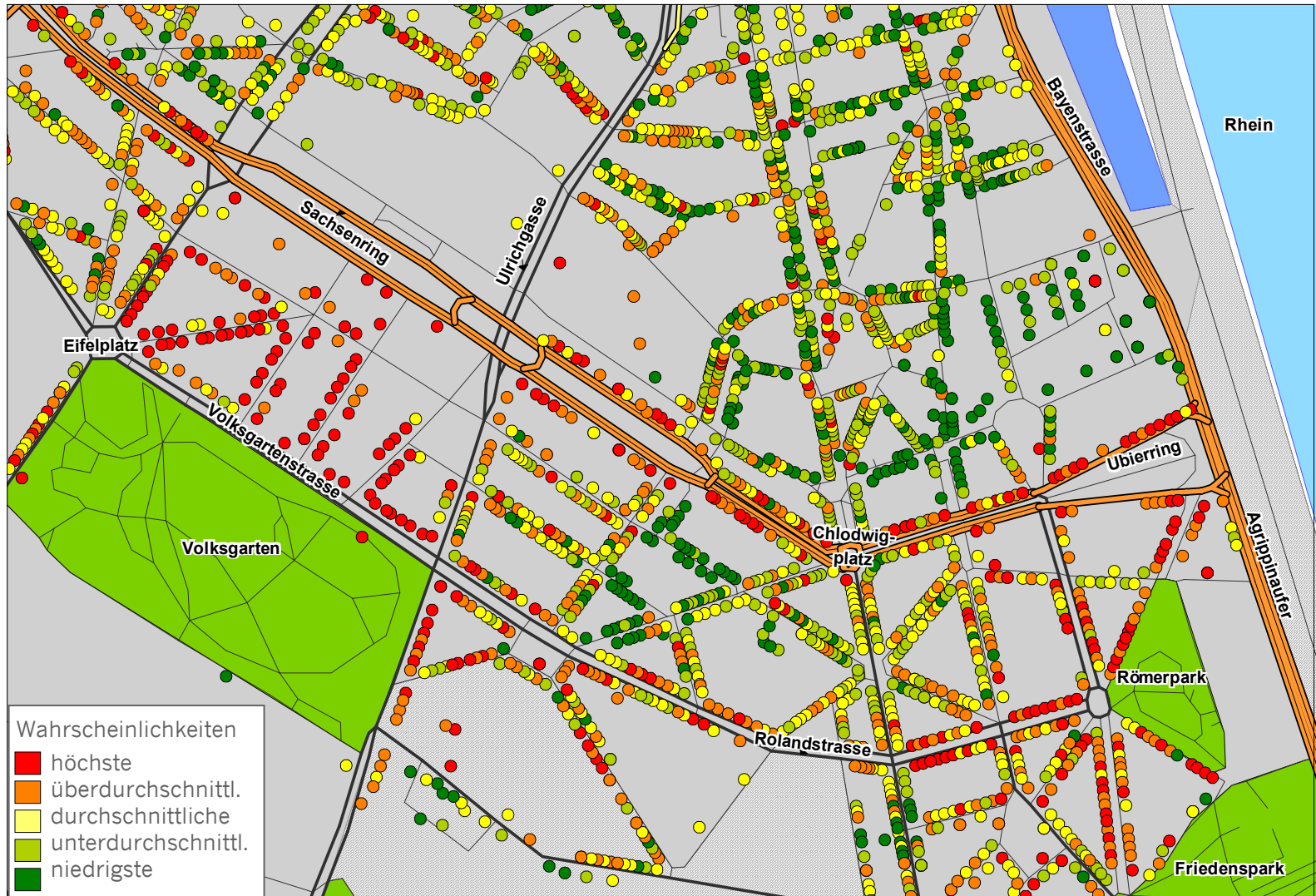
# Milieuwahrscheinlichkeiten für Köln (Straßenabschnittsebene)

## Postmaterielle



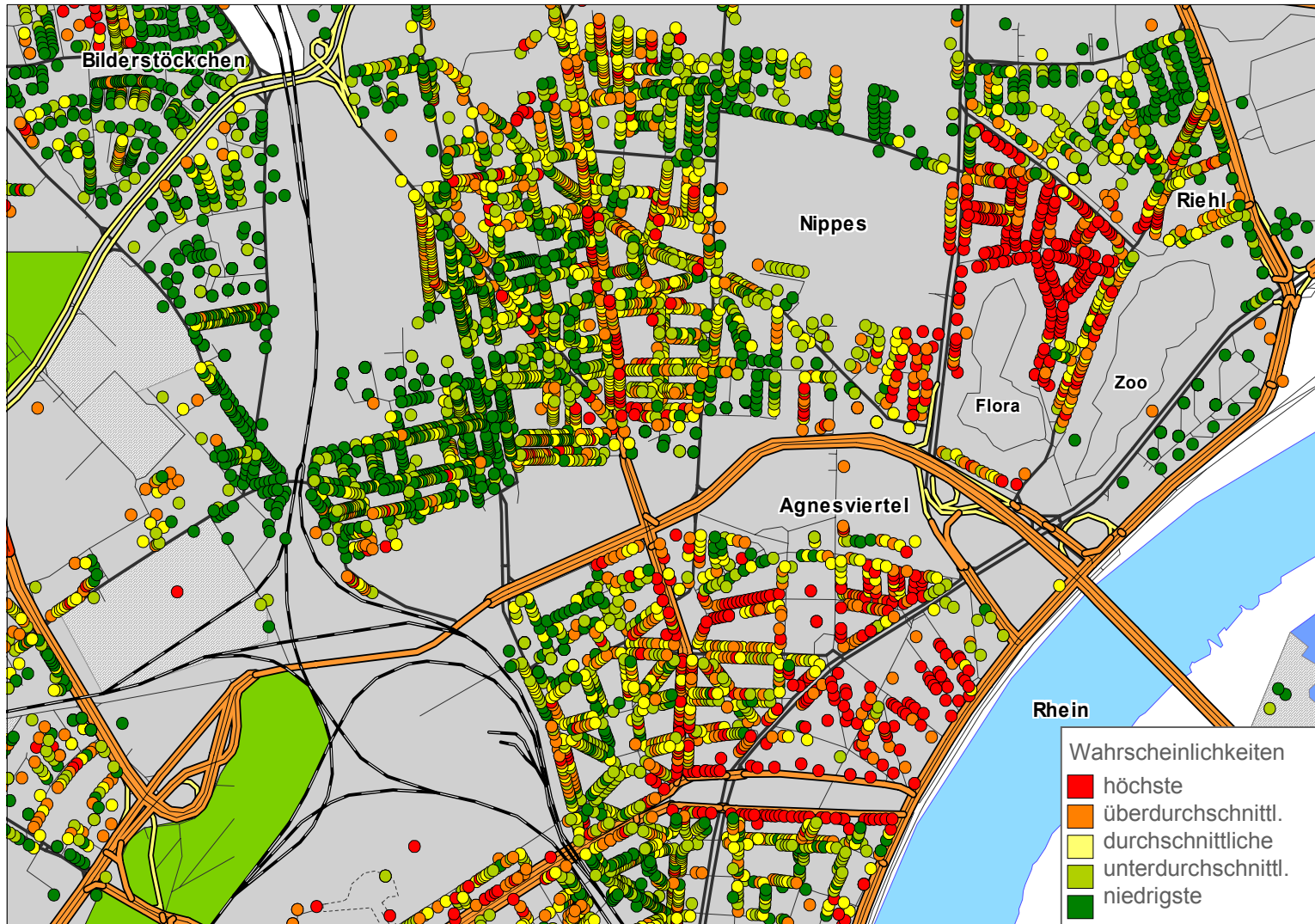
# Milieuwahrscheinlichkeiten für Köln (Haus-Ebene)

## Postmaterielle in der Südstadt

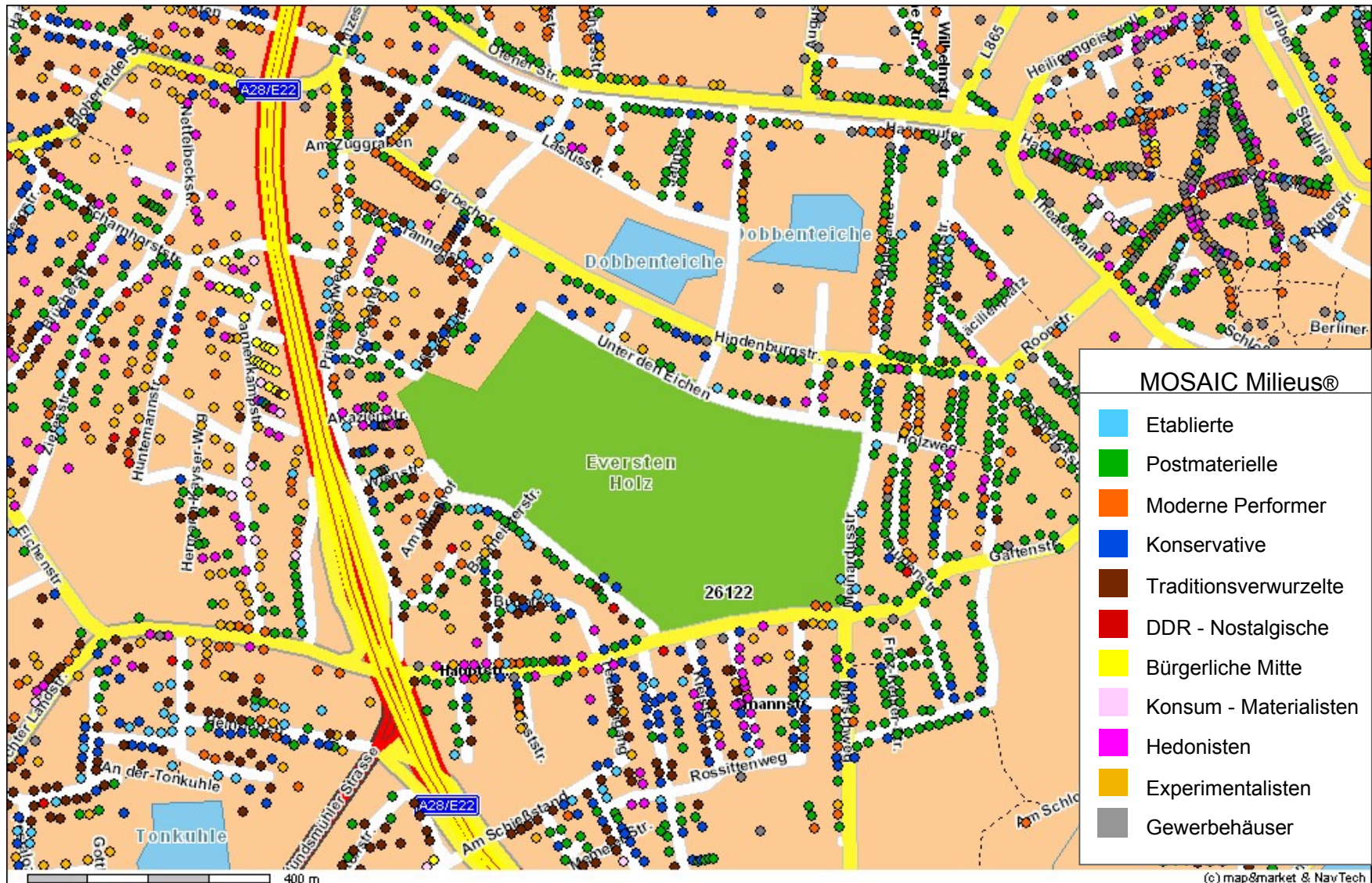


# Milieuwahrscheinlichkeiten für Köln (Haus-Ebene)

## Postmaterielle in Nippes

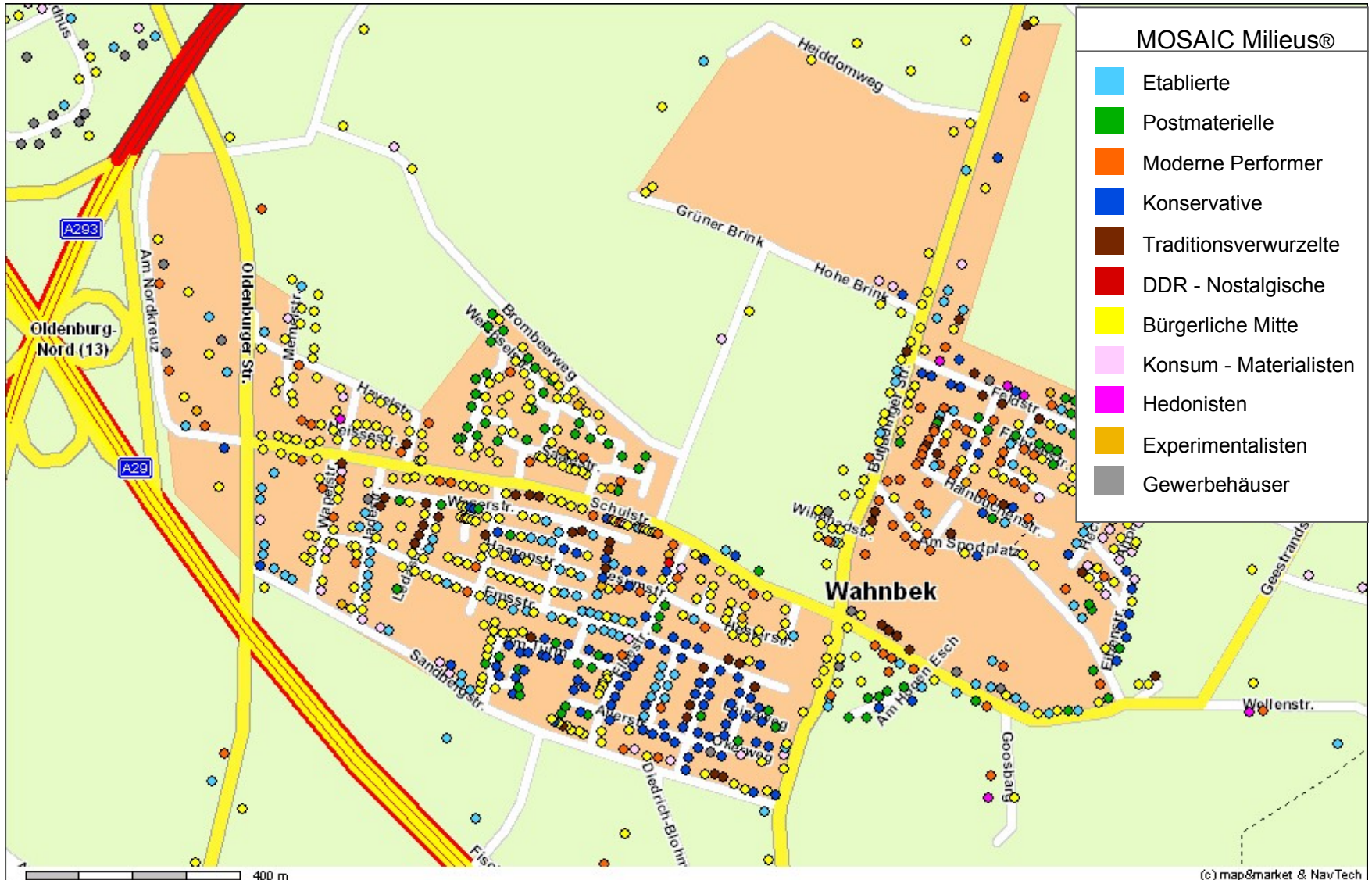


## Oldenburg

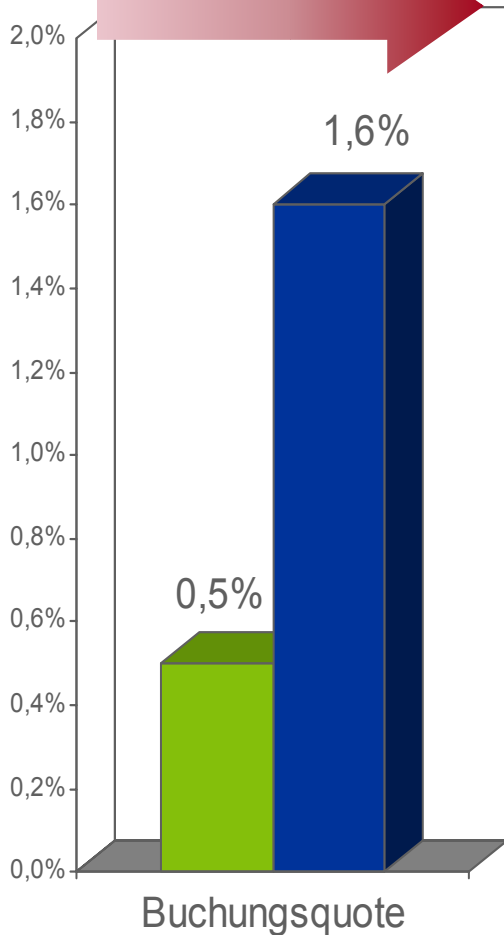




## Rastede - Wahnbek



**Umsatzsteigerung  
um 980.000 €**



„Durch das Scoring mit den MOSAIC Milieus haben wir die Buchungsquote für die Robinson-Clubs mehr als verdreifacht!“

**Frank Weigmann, Leiter Customer Dialogue Management der TUI Deutschland GmbH**

## Die Herausforderung

- Neukundengewinnung durch klassische Adresslisten erschöpft
- Suche nach neuen Adressen zur zielgerichteten Ansprache potenzieller Club-Urlauber

## Die Zielsetzung

- Verbesserung der Buchungsquote im Club-Segment „Robinson“
- gezielte Mailing-Aussendung zur Neukundengewinnung
- Verknüpfung der Ansprache mit Hinweis auf Reisebüros

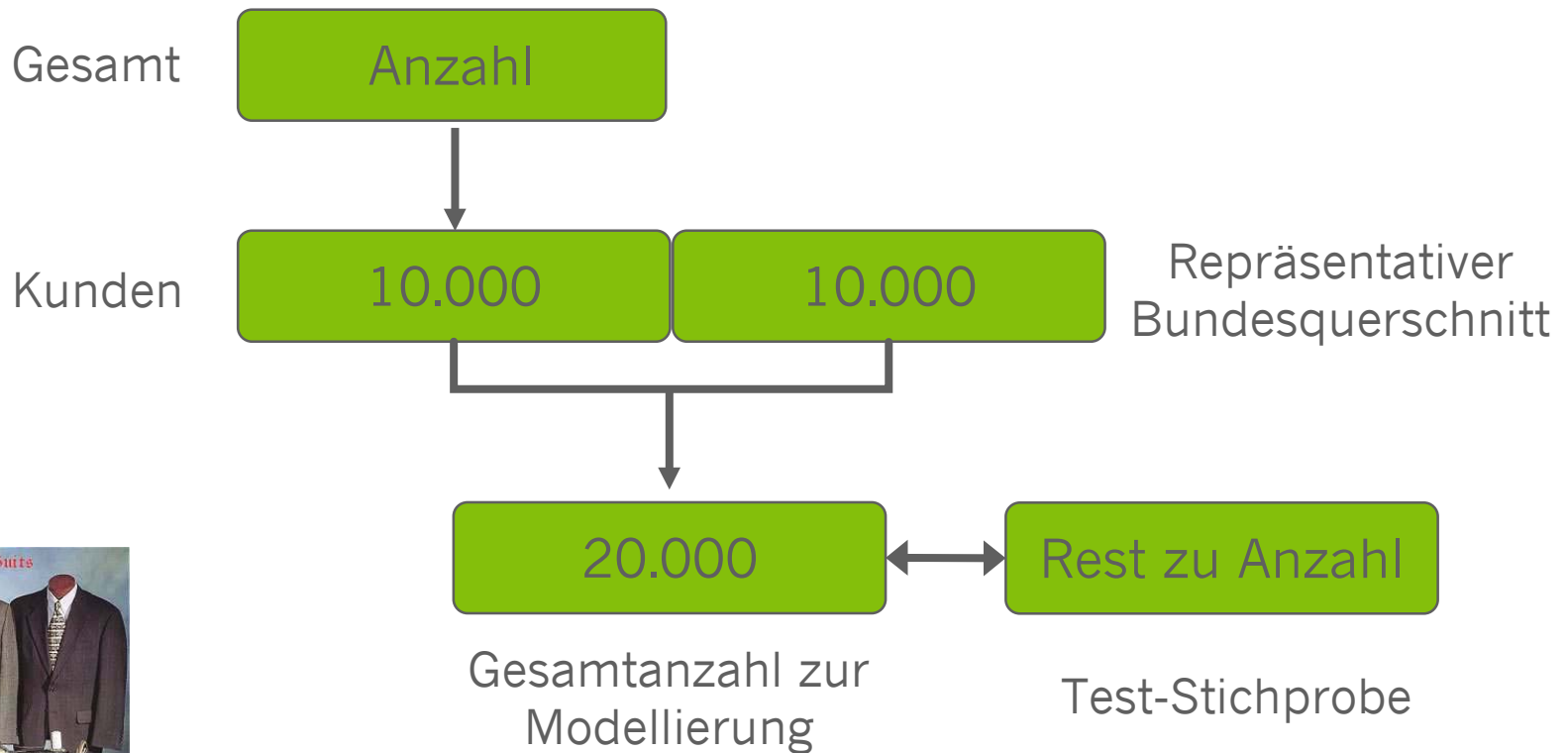
## Die Lösung

- Analyse der Robinson Kunden über ein mehrstufiges Scoring-Verfahren
- Identifizierung und Lokalisierung potenzieller Neukunden und Selektion der passenden Adressen für ganz Deutschland
- Zuordnung der nächstgelegenen Filiale zu jeder einzelnen Adresse
- Anreicherung des zentralen Kundeninformationssystems mit MOSAIC

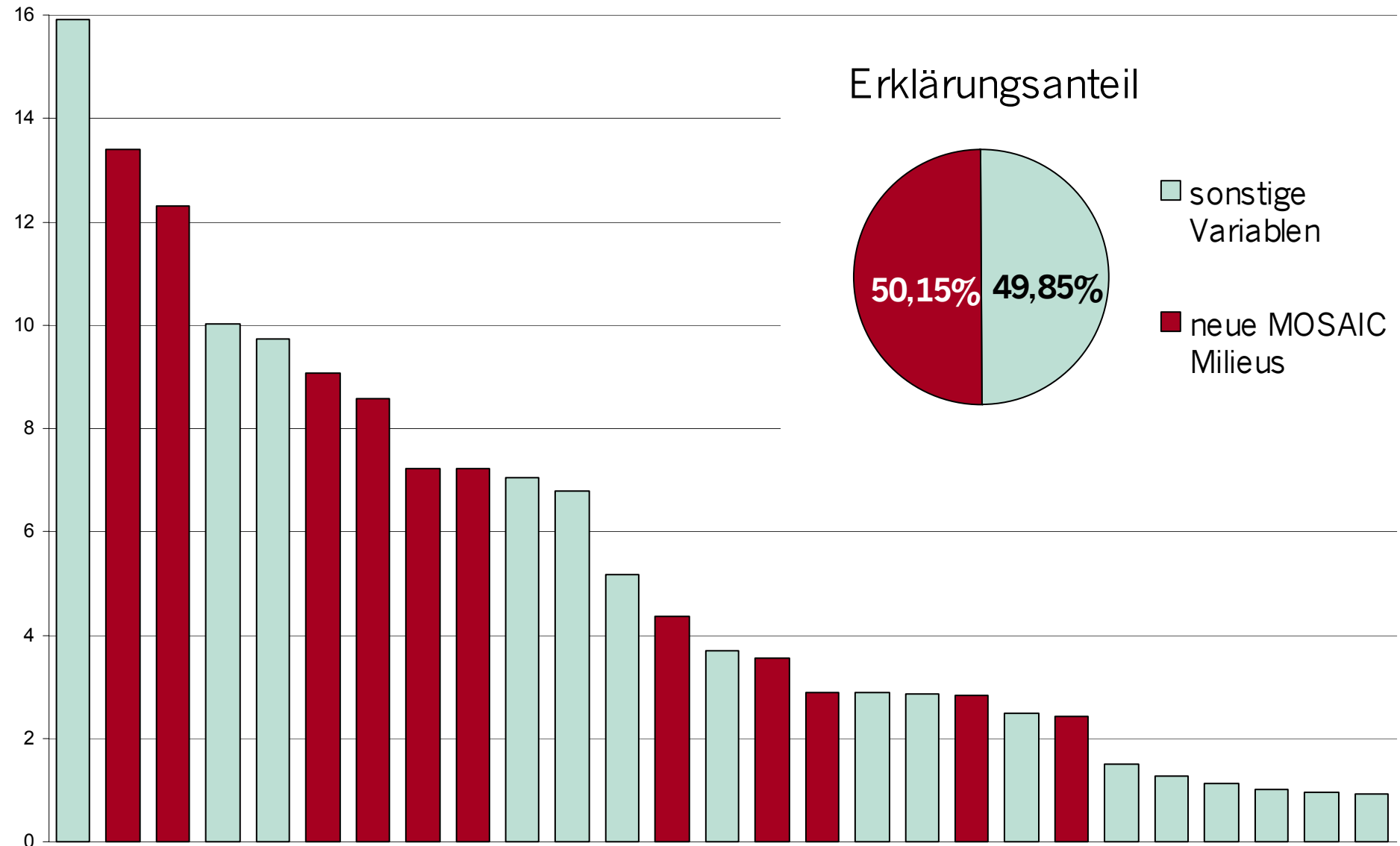
## Der Maßanzug...

...multivariate Analyse von Robinson-Kunden zur Neugewinnung

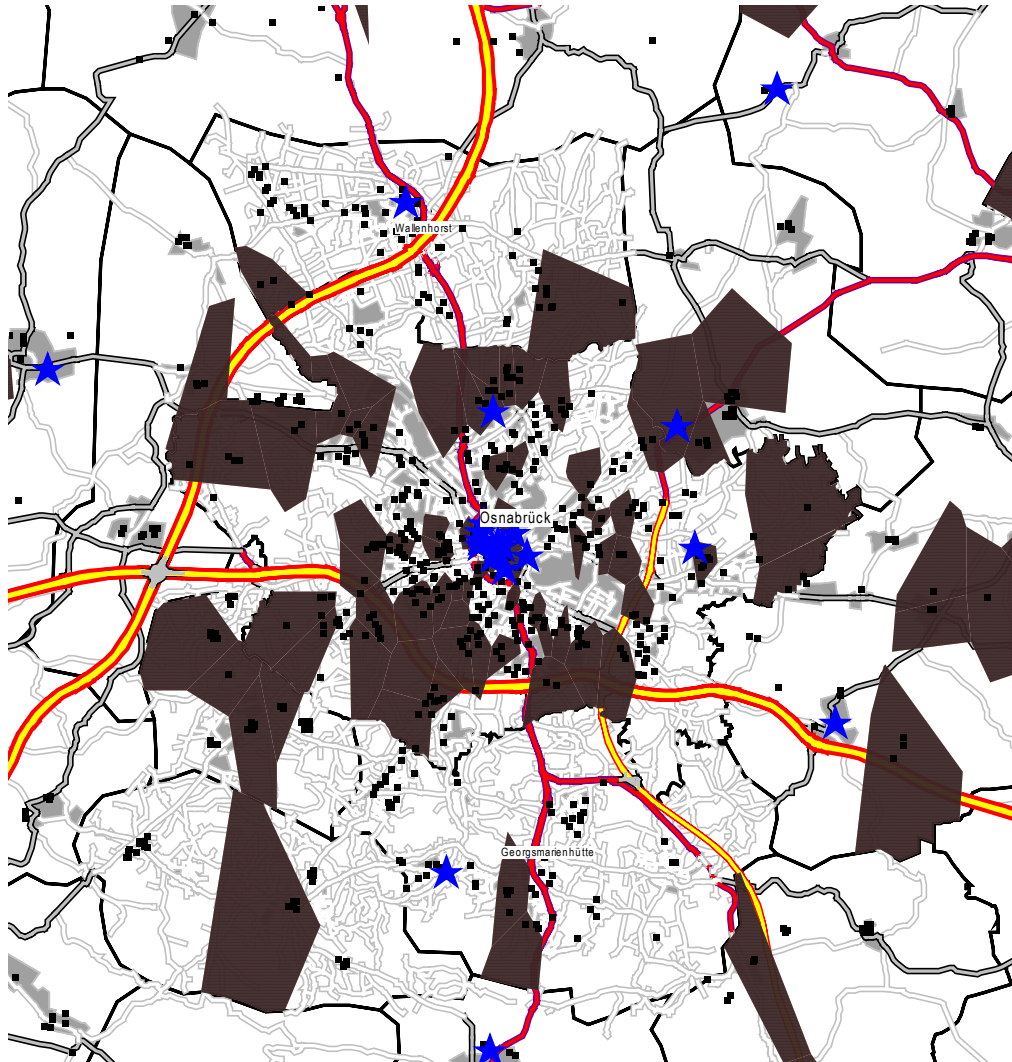
Neukunden des letzten Jahres



## Signifikanzen TUI Robinson



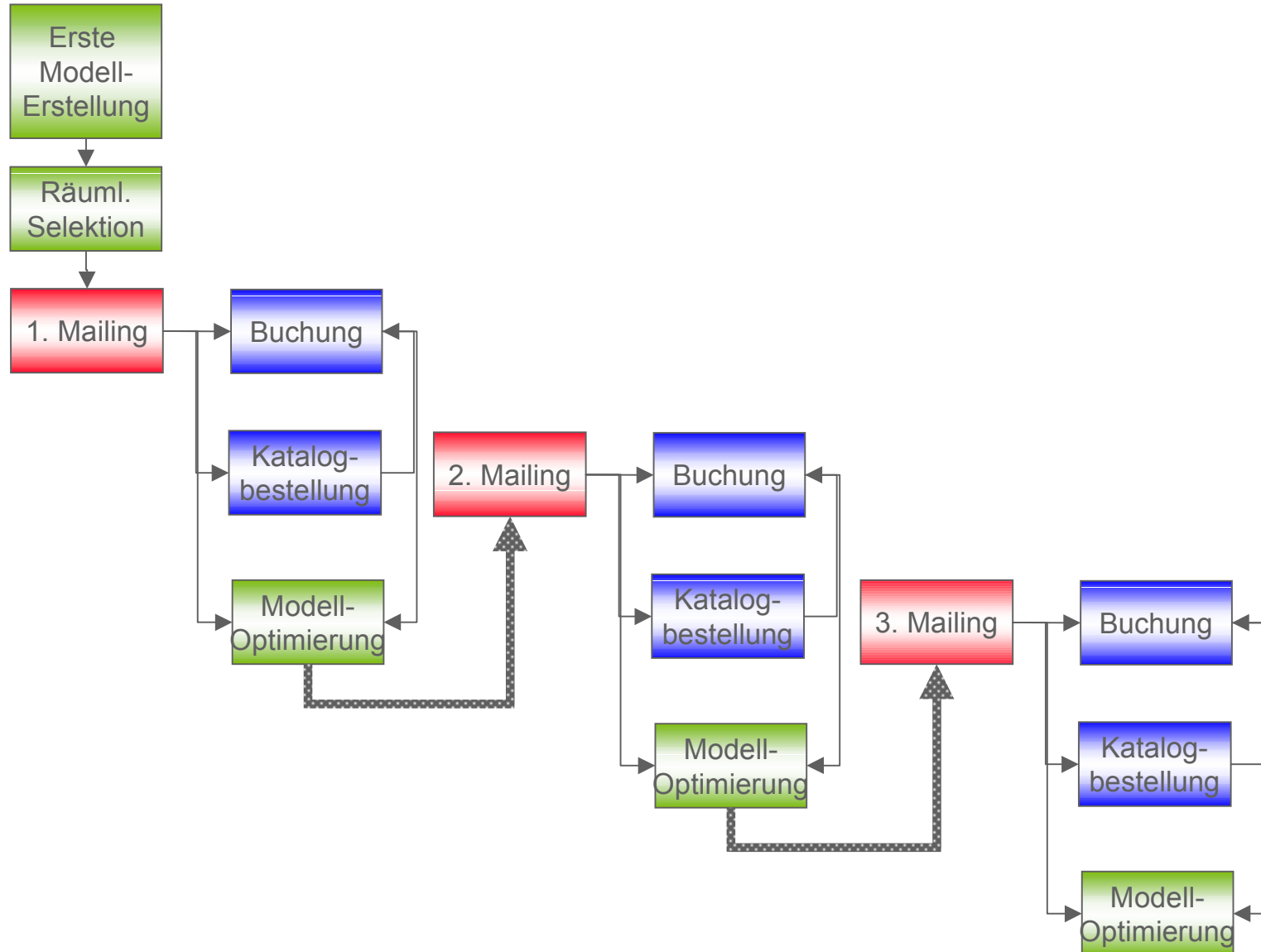
## Data Mining - raumbezogene Anwendung -



Osnabrück

- TUI Kunden
- ★ Reisebüros
- höchste Potenzialklasse

## Neukunden Massnahmen - Mailingstrecke





Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit!

**Dipl.-Geogr.**  
**Walter Erlenbach,**  
**Geschäftsführer**

**microm**  
Micromarketing-Systeme und  
Consult GmbH

Hellersbergstraße 14  
41460 Neuss  
Tel.: 0 21 31-10 97 13  
Fax: 0 21 31-10 97 77  
W.Erlenbach@microm-  
online.de  
[www.microm-online.de](http://www.microm-online.de)