

# Übersicht microm MARKET

**microm**  
Consumer Marketing



**KEINER IST  
NÄHER  
AM KUNDEN**

Alle Variablenpakete  
im Überblick

» **microm Typologie (D, A, CH)**

▪ Gruppe

- Statushohe Großstädter
- Gutsituierte in stadtnahen Umlandgemeinden
- Gute Wohngebiete in mittelgroßen Städten
- Städtische Problemgebiete
- Hochhäuser und einfache Mietwohnungen
- Rentner in einfachen Nachkriegsbauten
- Alte Häuser auf dem Land
- Arbeiter in kleinen Städten
- Ältere Leute in Umlandgemeinden
- Landbevölkerung
- Gewerbehäuser

▪ Typ (I-39)

- Attraktive innerstädtische Wohnlagen
- Wohlhabende Akademiker in Villenvierteln
- Gut verdienende Familien in neueren Eigenheimen im Umland
- Gediegene ältere Einzelhäuser
- „Speckgürtel“: Gute neuere Einzelhäuser
- Gute neue Einzelhäuser
- Alte Ortskerne
- Neue Reihenhäuser im ländlichen Raum
- Einfache Häuser im Grünen
- Ältere Mehrfamilienhäuser
- „Aufsteiger“: Gehobene Berufe in Außenbezirken
- Mittelstand in ländlichen Gemeinden
- Sozialer Wohnungsbau und einfache Mehrfamilienhäuser
- Nicht modernisierter Altbau
- Blockbebauung geringen Standards
- Multi-kulturelle Innenstadtbereiche
- Hochhäuser einfachen Standards
- Älterer sozialer Wohnungsbau
- Einfache städtische Zeilenbau-Siedlungen
- „Soziale Brennpunkte“
- Jüngere Leute in älteren Mietwohnungen
- Mittelstand in älteren Quartieren
- Einfache Leute in Mietwohnungen

- Einfache alleinstehende Rentner
- Jüngere Dorfbewohner
- Einfache Berufe auf dem Land
- Gering qualifizierte Arbeiter
- Selbständige in neueren Häusern
- Handwerker im ländlichen Raum
- Sozial schwache Kleinstädter
- „Peripherie“: Dörfer in Randlagen
- Senioren im Umland
- Ältere Familien am Stadtrand
- Solide Rentner in Zweifamilienhäusern
- Ältere Leute in älteren Häusern
- Gutsituierte Senioren in Vororten
- Ältere Landbevölkerung
- Landbevölkerung
- Häuser mit rein gewerblicher Nutzung

▪ Dominante Gruppe

▪ Dominanter Typ

Hinweis: Die einzelnen Typen und Gruppen sind in den drei Ländern je nach Landesgegebenheit unterschiedlich benannt. Hier: Beispiel D

» **microm Risiko (D, A, CH)**

- Statistische Wahrscheinlichkeit von Zahlungsausfällen
- Feinere Beschreibung in Perzentile

» **microm Basis (D, A, CH)**

- Anzahl Private Haushalte
- Anzahl Gewerbebetriebe
- Anzahl Häuser

» **microm Sozio (D, A, CH)**

- Status
- Familienstruktur
- Kinder
- Durchschnittsalter des Haushaltsvorstandes
- Anteil der unter 30-jährigen an den Haushaltsvorständen
- Anteil der über 60-jährigen an den Haushaltsvorständen
- Ausländeranteil
- Anonymitätsbedürfnis

» **microm Bebauung (D, A, CH)**

- Haustyp
  - 1-2 Familienhäuser in homogen bebautem Straßenabschnitt
  - 1-2 Familienhäuser in nicht homogen bebautem Straßenabschnitt
  - 3-5 Familienhäuser
  - 6-9 Familienhäuser
  - Wohnblocks mit 10-19 Haushalten
  - Hochhäuser mit 20 und mehr Haushalten
  - überwiegend gewerblich genutzte Häuser
  - Haus mit rein gewerblicher Nutzung
- Straßentyp
  - reine Wohnstraße
  - Straße geprägt durch Läden und Dienstleistungen
  - Mischform
  - Gewerbestraße
  - extrem gewerblich genutzte Straße
  - Haus mit rein gewerblicher Nutzung

▪ microm PKW Markendichte

- |            |                       |
|------------|-----------------------|
| - Audi     | - Fiat                |
| - VW       | - Nissan              |
| - Opel     | - Toyota              |
| - Ford     | - Mazda               |
| - Mercedes | - Sonstige            |
| - BMW      | - Sonstige Asiaten    |
| - Renault  | - Dominante PKW Marke |
| - Peugeot  |                       |

▪ microm PKW Segmente

- |                |                          |
|----------------|--------------------------|
| - Cabrio       | - Obere Mittelklasse     |
| - Gelände      | - Miniwagen              |
| - Kleinwagen   | - Untere Mittelklasse    |
| - Kombi        | - Van                    |
| - Utilities    | - Sonstige               |
| - Oberklasse   | - Dominantes PKW Segment |
| - Mittelklasse |                          |

▪ microm Kraftrad-Indikator

- Kraftrad-Dichte

» **microm Automobile (D)**

- microm PKW Indikatoren
  - microm PKW Dichte
  - microm PKW Größenindex (Sitzplätze)
  - microm PKW Leistungsindex
  - microm PKW Gebrauchtwagenindex
- microm PKW Haltertypologie
  - Der preisbewusste Rationalist
  - Der jüngere Kleinwagenfahrer
  - Der zweckorientierte Gebrauchtwagenfahrer
  - Der konservative untere Mittelklassefahrer
  - Der qualitätsbewusste Mittelklassefahrer
  - Der familienorientierte Kombifahrer
  - Der markenbewusste Oberklassefahrer
  - Der prestige- und leistungsorientierte Fahrer
  - Dominanter PKW Halter Typ

» **microm Mobilität (D, A)**

- Umzugsvolumen
- Umzugssaldo
- Fluktuation
- Nahumzugsquote
- Fernumzugsvolumen

» **microm Assekuranz (D)**

- Kündigung
- Beitragswahrscheinlichkeit
- Direktversicherung
- Riesterrente
- Lebensversicherung
- Berufsunfähigkeit
- Private KV
- Private Pflege
- Private Unfall
- Private Rente
- Krankenzusatz

» **microm Finance (D)**

- Filial-Banking
- Online-Banking
- Konsumentenkredit
- Baufinanzierung
- konservative Geldanlage
- spekulative Geldanlage
- Loyale Kunden
- Wechselbereite Kunden
- A-Kunden Potenzial

» **microm Targets (D)**

- Fundraising (D, CH)
  - Spenden
- Kommunikation und Technik
  - Internet
  - DSL
  - Mobilfunk
  - Anrufbeantworter
  - Fax (SoHo's)
  - PC-Nutzer
- Hobby und Freizeit
  - Garten
  - Sammeln
  - Haustiere
- Mehrfach-Gewinnspielteilnehmer
- Media
  - Nachrichtenmagazine
  - Überregionale Tageszeitungen
  - Frauenmagazine
- Mailorder
  - Mailorder
  - Heimtextilien und konservative Mode
  - Mailorder Lingerie
- Gesundheit und Wellness
  - Apothekenbesucher

» **microm Geo Milieus (D, A, CH)**

- Etabliertes Milieu
- Postmaterielles Milieu
- Moderne Performer
- Konservatives Milieu
- Traditionsverwurzeltes Milieu
- DDR-nostalgisches Milieu
- Milieu der Bürgerlichen Mitte
- Konsum-Materialistisches Milieu
- Hedonistisches Milieu
- Experimentalistisches Milieu
- Dominantes microm Geo Milieu

Hinweis: Die einzelnen Milieus sind in den drei Ländern je nach Landesgegebenheit unterschiedlich benannt. Hier: Beispiel D

» **microm Lebensphasen (D)**

- Lebensphasen:
  - Junge Singles
  - Singles
  - Alleinstehende Senioren
  - Junge Paare
  - Paare
  - Ältere Paare
  - Junge Familien mit Kind
  - Familien mit Kind
  - Ältere Mehrpersonenhaushalte
- Erweitert um Status
  - Finanziell schwächer
  - Finanziell solide
  - Finanziell stärkere

» **microm Upper Class (D)**

- Exklusive Nachbarschaften
- Akademiker

» **microm LoHaS (D)**

- Abbildung der Zielgruppe, die einen luxus- und genussorientierten Lebensstil mit Fokus auf Gesundheit und Nachhaltigkeit pflegt und Produkte bevorzugt, die ressourcenschonend und politisch korrekt hergestellt wurden.

» **microm Limbic® Types (D)**

- Performer
- Disziplinierte
- Traditionalisten
- Harmoniser
- Offene
- Hedonisten
- Abenteurer

» **Kaufkraft (D, A, CH)**

- Durchschnittliche Kaufkraft pro Haushalt
- Kaufkraft-Summe in €/ CHF
- Kaufkraft-Anteil in Promille
- Kaufkraft-Index bezogen auf die gesamte Bundesrepublik
- Kaufkraft-Index bezogen auf die Alten und Neuen Bundesländer

» **Ethno (D)**

- Sprachzugehörigkeit (Deutschland, Italien, Türkei, Griechenland, Spanien/ Portugal, Balkan, Osteuropa, Islamische Staaten, Asien, Spätaussiedler frühere Sowjetunion, Übrige)

» **Wohnen (D)**

- Eigentümer
- Mieter

» **Arbeitslosenquote (D)**

- Arbeitslosenquote
- Arbeitslosenindex Gesamtdeutschland
- Arbeitslosenindex West- und Ostdeutschland
- Arbeitslosenklasse

» **Marktzellen Typologie (D)**

- Marktzellen Gruppen
  - Städtische Zentren
  - Verdichtetes Wohnen
  - Wohnen in städtischen Randlagen
  - Ländliche Zentren
  - Feriengebiete
  - Ländliche Gebiete
  - Gewerbegebiete
- Marktzellen Typen (I-15)
  - Stadtzentrum
  - Neben- und kleine Zentren
  - Einkaufs-, Kultur- und Freizeitbereiche
  - Kleinstzentren
  - Innerstädtisches, hoch verdichtetes Wohnen
  - Großstädtisch geprägte verdichtete Wohngebiete
  - Kleinstädtisch geprägte verdichtete Wohngebiete
  - Großstädtisch geprägte Wohngebiete in Randlagen
  - Wohnen im städtischen Umland
  - Kleinstädtische Wohngebiete in Randlage
  - Kleine Zentren im ländlichen Raum
  - Ferien- und Freizeitgebiete
  - Wohnen im ländlichen Raum
  - Landwirtschaftliche geprägte Gebiete
  - Gewerblich geprägte Gebiete

» **Zentralität (D)**

- Distanz zum Bebauungsmittelpunkt einer Gemeinde
- Distanz zum nächsten "Zentralen Ort"
- Distanz zum nächsten Oberzentrum

» **Funktionalität (D)**

- Einwohnerdichte
- Fußgängerzonen
- Kultur und Freizeit

» **Einwohner und Altersstruktur (D)**

- Anzahl Einwohner gesamt
- Anzahl Einwohner männlich
- Anzahl Einwohner weiblich
- Anteil Einwohner nach Altersklasse (6 Klassen)
- Anteil Einwohner nach Altersklasse (17 Klassen)

» **Konfessionen (D)**

- Römisch-katholisch
- Evangelisch
- Sonstige und Konfessionslose

» **Gemeindetyp (BBR) (D)**

» **Ortsgrößenklassen (D, A, CH)**

» **Straßenabschnitt-Geburtsdatum (D)**

» **Zukunftskompass - Milieu-Regio-Trend®**

- Etabliertes Milieu
- Postmaterielles Milieu
- Moderne Performer
- Konservatives Milieu
- Traditionsverwurzeltes Milieu
- DDR-nostalgisches Milieu
- Milieu der Bürgerlichen Mitte
- Konsum-Materialistisches Milieu
- Hedonistisches Milieu
- Experimentalistisches Milieu

» **Zukunftskompass - Haushaltszahlen und Haushaltsstrukturen**

- Anzahl Private Haushalte
- Gliederung von 1-Personen-Haushalt bis 5-Personen-Haushalt

» **Zukunftskompass – Einwohner- und Altersklassen**

- Einwohner nach Altersklassen
  - Einwohner gesamt
  - Einwohner im Alter 0 - 5 Jahre
  - Einwohner im Alter 5 - 10 Jahre
  - Einwohner im Alter 10 - 15 Jahre
  - Einwohner im Alter 15 - 20 Jahre
  - Einwohner im Alter 20 - 25 Jahre
  - Einwohner im Alter 25 - 30 Jahre
  - Einwohner im Alter 30 - 35 Jahre
  - Einwohner im Alter 35 - 40 Jahre
  - Einwohner im Alter 40 - 45 Jahre
  - Einwohner im Alter 45 - 50 Jahre
  - Einwohner im Alter 50 - 55 Jahre
  - Einwohner im Alter 55 - 60 Jahre
  - Einwohner im Alter 60 - 65 Jahre
  - Einwohner im Alter 65 - 70 Jahre
  - Einwohner im Alter 70 und älter
- Einwohner nach Geschlecht
  - Einwohner gesamt
  - Einwohner männlich
  - Einwohner weiblich

**Zukunftskompass Deutschland - Prognosedaten für die Jahre 2010, 2015 und 2020 zur strategischen Bewertung und Planung**

» **Zukunftskompass - Raum-Entwicklungscluster**

- stark prosperierende Gebiete
- Gebiete mit positiver Bevölkerungs- & solider Wirtschaftsentwicklung
- Städte mit hoher Wirtschaftskraft
- Regionen relativer Stabilität
- Gebiete mit schwieriger wirtschaftlicher & demographischer Ausgangslage
- Entleerungsgebiete



» **Wir über uns**

microm - einer der führenden Zielgruppen-Spezialisten für Consumer Marketing – stellt die ganzheitliche Kundenbetreuung durch einen am Kundennutzen und individuellen Problemstellungen orientierten Beratungsansatz in den Vordergrund. Die Schwerpunkte der Geschäftsaktivitäten liegen auf Kunden- und Marktstrukturanalysen sowie der Optimierung von Maßnahmen für ein innovatives Zielgruppenmarketing von der Neukundengewinnung bis hin zur Kundenreaktivierung. Diese Kernleistungen basieren auf einer soliden Datensubstanz mit nachweisbar hoher Qualität und Quantität. Strukturen entdecken, Informationen ergänzen und Wissen generieren sind die Eckpfeiler für die Optimierung von (Dialog-) Marketing- und Vertriebsmaßnahmen, Standortbewertungen und Customer-Lifecycle-Prozessen. Als Servicepartner wählt microm immer die am besten geeigneten Instrumente aus – Standardprodukte, maßgeschneiderte Lösungskonzepte oder Zukauf von Leistungen Dritter.

microm ist ein Unternehmen der Creditreform Gruppe mit Hauptsitz in Neuss und Niederlassungen in der Schweiz und in Österreich.

» **Wir über uns**

microm  
Micromarketing-Systeme  
und Consult GmbH  
Hellersbergstraße 11  
41460 Neuss

Tel.: +49 (0)2131 109-701  
e-Mail: [info@microm-online.de](mailto:info@microm-online.de)  
URL: [www@microm-online.de](http://www@microm-online.de)

microm  
Micromarketing-Systeme  
und Consult AG  
Zürcherstrasse 601  
CH-9015 St. Gallen

Antje Schulze  
Tel.: +49 (0)2131 109-727  
e-Mail: [info@microm-online.ch](mailto:info@microm-online.ch)  
URL: [www@microm-online.ch](http://www@microm-online.ch)

microm  
Micromarketing-Systeme  
und Consult GmbH  
Altmannsdorferstr. 311  
A-1230 Wien

Walter Erlenbach  
Tel.: +49 (0)2131 109-713  
e-Mail: [info@microm-online.at](mailto:info@microm-online.at)  
URL: [www@microm-online.at](http://www@microm-online.at)

» **Unser Portfolio für Ihren Erfolg**

