

Wo laufen sie denn? Zielgruppenmarketing in Bewegung – Ein Überblick über neue microgeographische Datenangebote

Sascha Mertes

Microgeographische Daten gehören seit vielen Jahren zum unverzichtbaren Werkzeug für das Geo- und Zielgruppenmarketing. Sie ermöglichen es, sowohl Zielgruppen und deren Wohnumfelder umfassend zu beschreiben als auch Standorte und deren Einzugsgebiete punktgenau zu charakterisieren.

Mit den sog. Bewegungsdaten, die die Firma microm Micromarketing-Systeme und Consult GmbH gemeinsam mit dem Schweizer Unternehmen Senozon AG entwickelt hat und nun für den deutschen Markt zur Verfügung stellt, werden solche Informationen mobil und stellen damit die nächste Generation von Daten für das Zielgruppenmarketing dar.

Basis für die Bewegungsdaten ist ein agentenbasiertes Mobilitätsmodell aus der Verkehrsplanung, das Informationen zum Wohnumfeld von Zielgruppen intelligent mit diversen Standortdaten verknüpft und schließlich vielfältige Aussagen ermöglicht.

Durch den modularen Aufbau lassen sich die im Modell berücksichtigten Dimensionen (Verkehrsmittel, Zeit, Wegezweck, Basisdemographie) mit den microm-Daten frei kombinieren und zudem durch die Integration von Marktforschungsdaten aus Deutschlands größter Markt-Media-Studie best for planning (B4p) für individuelle Zielgruppen ausweisen. Davon profitieren Verkehrsplaner ebenso wie Unternehmen bei der Standortanalyse und der Werbeplanung.

Der Vortrag gibt einen Überblick über die verschiedenen microgeographischen Zielgruppen-, Wohnumfeld- und Standortdaten der microm und stellt die Bewegungsdaten und deren Einsatzmöglichkeiten exemplarisch vor.

Kontaktdaten:

Sascha Mertes
microm Micromarketing-Systeme und Consult GmbH
Hellersbergstr. 11, 41460 Neuss

E-Mail: s.mertes@microm.de
Internet: www.microm.de