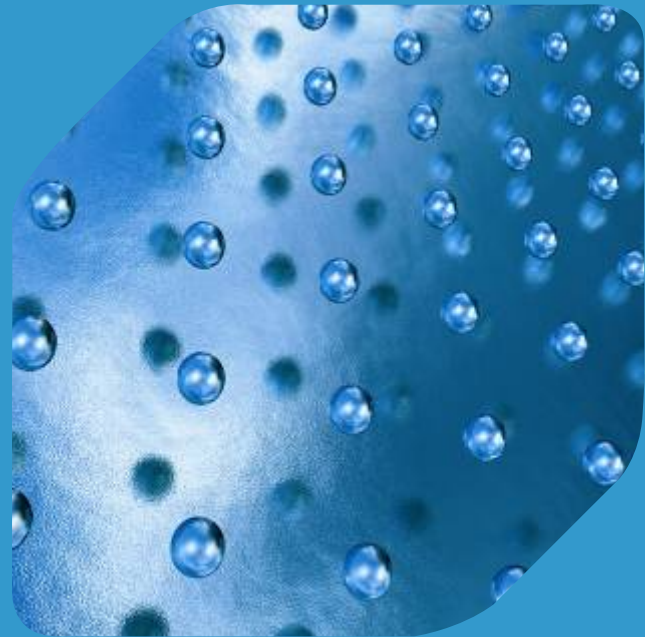


# TNS EX·A·MINE™

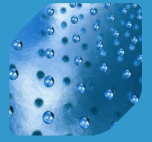
## GeoCheck

Evaluation und Selektion  
mikrogeographischer Daten  
für Marketing und Vertrieb

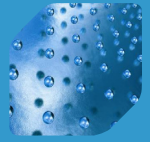


# TNS EX▪A▪MINE™ GeoCheck

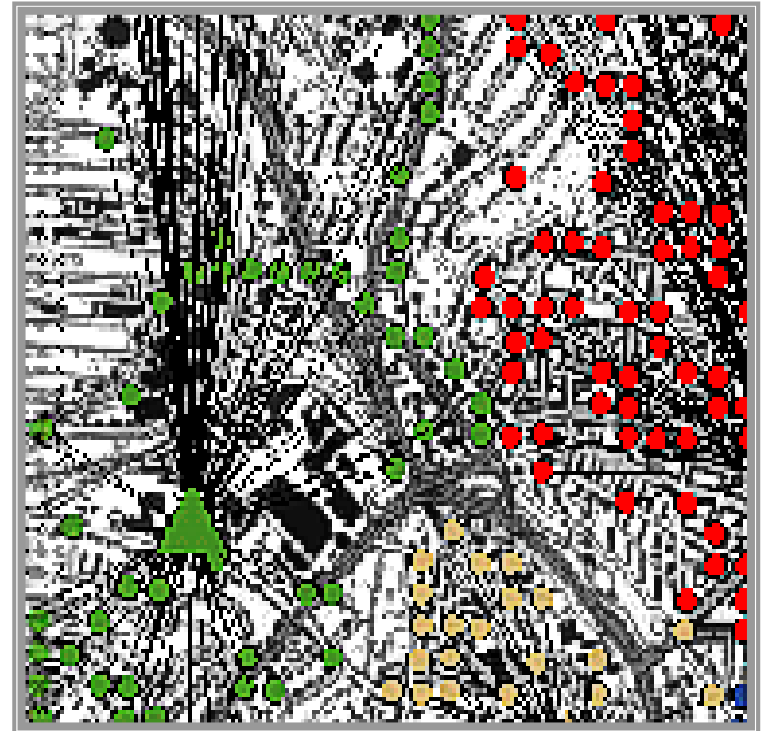
## Warum GeoCheck für Sie interessant ist

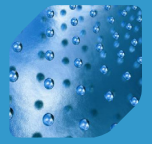


- **Mikrogeographische Informationen** werden vermehrt zur Anreicherung von Kundendatenbanken herangezogen
- Es existieren **zahlreiche Anbieter** von Mikrogeographie, deren Angebote sich
  - zwar bzgl. **Breite** (Merkmale) und **Tiefe** (Feinheit) der verfügbaren Daten,
  - jedoch nur schwer bzgl. der **Aussagekraft** der Daten für eine konkrete Fragestellung vergleichen und bewerten lassen
- TNS EX▪A▪MINE GeoCheck unterstützt Sie daher bei
  - der **Evaluierung** mikrogeographischer Daten (Testanreicherung)
  - der **Auswahl** des Informationsanbieters, dessen Angebot die stärkste Aussagekraft in Bezug auf die analysierte Fragestellung aufweist (ggf. auch Kombination von Merkmalen mehrerer Anbieter)



- Grundprinzip der „neighbourhoods“ (räumliche „Klumpung“ von Personen mit ähnlichen Merkmalen)
- Jedem Haushalt werden anhand seiner Adresse Wahrscheinlichkeiten für den Besitz bestimmter Eigenschaften (z.B. Soziodemographie, Produktnutzung, Einstellungen etc.) zugeordnet
- Besitzen z.B. 70% der Anwohner einer bestimmten Straße einen Porsche, so wird jedem Haushalt dieser Straße die Wahrscheinlichkeit von 70% für den Besitz eines Porsche zugewiesen



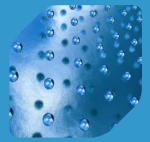


### Führende Anbieter mikrogeographischer Daten

- Acxiom (früher Claritas + Consodata/pan-adress), AZ Direct, microm, Schober, Deutsche Post Direkt, Global direct, infas GEOdaten

### Differenzierungsmerkmale

- Datenbreite – verwendete Quellen (Begehung, amtliche Statistik, Unternehmens-DB, ...)
- Datentiefe (räumliche Feingliederung)
- Sonstige Dienstleistungen: Adressabgleich /-bereinigung, Adressverkauf, Analyse, Datenerfassung, Distanzberechnungen, GIS-Tools, Lettershop, Listbroking, ...
- Schwerpunkt: Privat-HH / [Firmen]
- **Aber: Aussagekraft für eine konkrete Fragestellung???**



### **Soziodemographische und sozioökonomische Merkmale**

- Geschlecht
- Alter
- Risiko
- Status
- Kaufkraft
- Familienstruktur
- Nationalität
- Anonymitätsbedürfnis
- Ausbildung
- Erwerbstätigkeit
- Arbeitslosigkeit
- Pendler
- Wohnsituation
- Kraftfahrzeuge etc.

### **Typologien**

- z.B. MOSAIC Typologie microm
- ACXIOM Mikrotyp (inkl. Versicherungsverhalten)
- GeoBase (Nationalitäten), Global Direct

### **Life Styles / „Lebenswelten“**

- z.B. MOSAIC Milieus – (SINUS Sociovision), microm
- Cosmos® Viewer, Acxiom
- Euro-Socio-Styles (ESS), GfK
- GfK Roper Consumer Styles

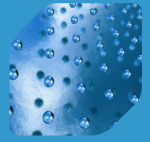
### **Branchenspezifische Indizes**

- z.B. ACXIOM Versicherungstypen (6 Ausprägungen, z.B. Treuer Vertreterkunde, Anspruchsvoller Delegierer etc.)

### **Semiometrie**

- SemioSelect & SemioScore, AZ Direct/TNS Infratest

# Anwendungsbeispiel: Anreicherung von Adressen mit MOSAIC-Typ

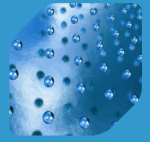


	A	B	C	D	E		G	H
1	Versicherungs-Nr.	Strasse	Haus-Nr.	PLZ	Ort	MOSAIC-TYP		
2	19271819	Kiefernstrasse	4	80331	München	14		
3	19271820	Mühlenweg	23a	81469	München	1		
4	19271821	Starnberger Landstr	551	80759	München	13		
5	19271822	Bergweg	2	83567	München	5		
					München	16		

## MOSAIC-Typen

- Gruppe A Statushohe Großstädter**  
Typ 1 Attraktive innerstädtische Wohnanlagen  
...
- Gruppe B Gutsituierte Stadtrandbewohner**  
Typ 5 "Speckgürtel": Gute neue Einzelhäuser  
...
- Gruppe D Städtische Problemgebiete**  
Typ 13 Sozialer Wohnungsbau in Mittelstädten  
Typ 14 Nicht modernisierter Altbau  
Typ 16 "Szene": alternatives Milieu

# Anwendungsbeispiel: Anreicherung der Adressen mit Versicherungsbesitz



	A	B	C	D	E	F	G	H
1	Versicherungs-Nr.	Strasse	Haus-Nr.	PLZ	Ort	MOSAIC-TYP	F-Gruppe A	F-Gruppe B
					en	14	2	3
					en	1	4	5
					en	13	1	2
					en	5	5	4
					en	16	2	1

## Ergebnis der Modelle (basierend auf Mikrogeographie)

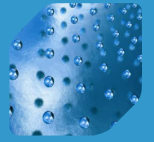
### A Besitzwahrscheinlichkeit PKV-Vollversicherung

- 1 mehr als 30% unter dem Durchschnitt
- 2 bis 30% unter dem Durchschnitt
- 3 durchschnittlich
- 4 bis 30% über dem Durchschnitt
- 5 mehr als 30% über dem Durchschnitt

### B Besitzwahrscheinlichkeit PKV-Teilversicherung

- 1 mehr als 30% unter dem Durchschnitt
- 2 bis 30% unter dem Durchschnitt
- 3 durchschnittlich
- 4 bis 30% über dem Durchschnitt
- 5 mehr als 30% über dem Durchschnitt

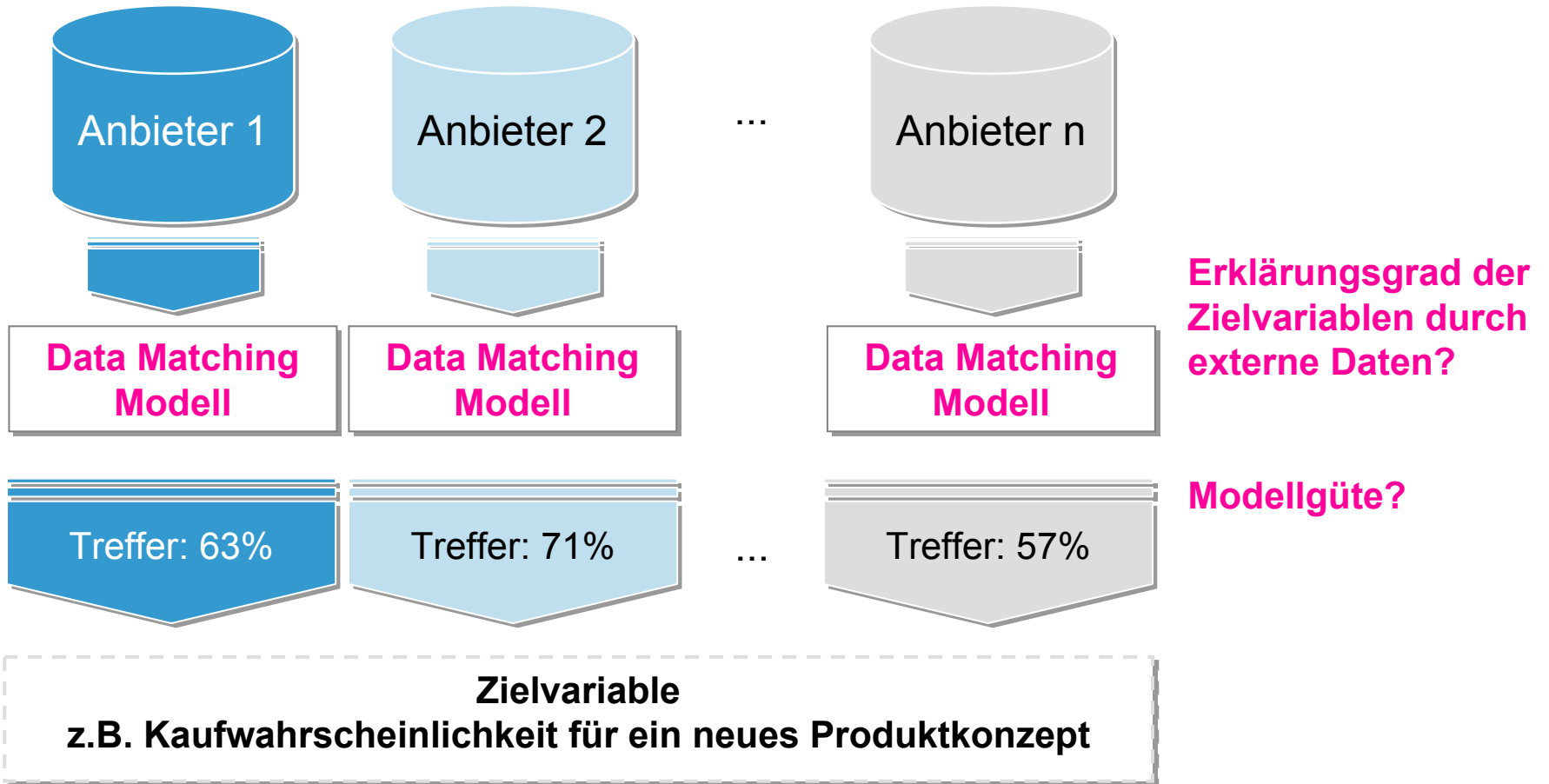
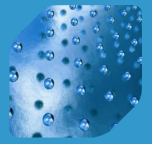
Interessante Adressen  
identifizieren und  
selektieren

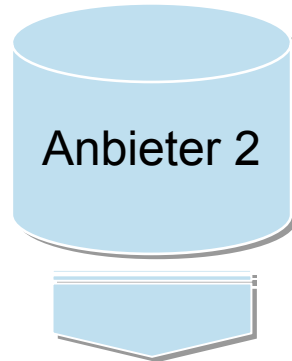
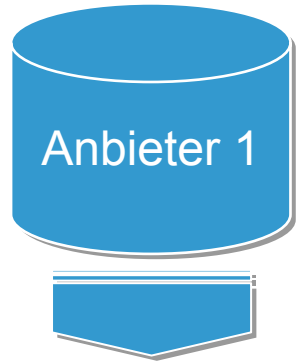
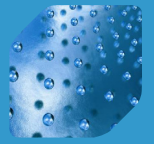


- **Definition der Zielgröße(n)**: z.B. Segmentzugehörigkeit, Kaufwahrscheinlichkeit, Kündigungswahrscheinlichkeit, Response etc.
- **Auswahl geeigneter Anbieter** mikrogeographischer Informationen
- **Anreicherung einer Stichprobe** von Adressen aus der Kundendatenbank mit den mikrogeographischen Informationen der zu testenden Anbieter
- **Evaluation der Anbieter und Merkmale** in Bezug auf die Zielgrößen
- **Selektion ...**
  - ... der besten Merkmale und Anbieter je Zielgröße
  - ... des besten Anbieters insgesamt (über alle Zielgrößen)
  - ... der optimalen Kombination von Merkmalen und Anbietern

# TNS EX·A·MINE™ GeoCheck

## Auswahl des besten Einzel-Anbieters





...



**Data Matching Modell**

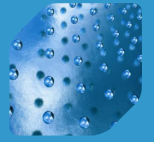
**Erklärungsgrad der Zielvariablen durch externe Daten?**



**Modellgüte?**

**Zielvariable**

**z.B. Kaufwahrscheinlichkeit für ein neues Produktkonzept**



- **Interne Daten vs. Mikrogeographie**

Welcher Zusatznutzen ergibt sich durch die Mikrogeographie?

- **Vergleich der Modellgüte für unterschiedliche Zielgrößen**

Welche Zielgrößen (z.B. Kundenwert, Produktaffinität etc.) weisen die höchste Verbindung zur Mikrogeographie auf?

- **Vergleich der Anbieter**

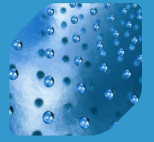
Auswahl des-/derjenigen Anbieter, deren Daten die höchste Aussagekraft in Bezug auf die Fragestellung aufweisen

- **Vergleich der ausgewählten Variablen**

Auswahl derjenigen Variablen, welche die höchste Aussagekraft aufweisen

- **Deutliche Kostenersparnis**

im Vergleich zur Gesamtanreicherung mit allen potenziellen Merkmalen!



Holistic  
Customer  
Understanding  
[EX▪A▪MINE  
Services]

**Dr. Robert Hartl**  
Tel. 089 5600 – 1320  
[robert.hartl@tns-infratest.com](mailto:robert.hartl@tns-infratest.com)

