

**KEINER IST
NÄHER
AM KUNDEN**

Das Prinzip der
Microgeographie

Der microgeographische Ansatz

Wissenschaftlicher Hintergrund:

Gleich und gleich gesellt sich gern



Nachbarschaftsprinzip

Nach dem Prinzip der sozialen Segregation entstehen kleinräumige homogene Nachbarschaften.

Besonderheit microm Daten:

kleinräumig,
flächendeckend und repräsentativ



Bottom Up

Für kleinräumige Nachbarschaften werden Daten gesammelt und zu einem repräsentativen Gesamtbild zusammengefügt.



Prozess der Datenentwicklung



Entwicklung der microm GEO-Ebenen

am Beispiel der Variable microm Status*

Anonymisierte Personen- und Haushaltsdaten:

- Akademischer Titel
- Beteiligungen an Unternehmen
- Selbständige
- Berufe
- SOHO`s

PKW Daten:

- KW Klassen
- Neuwagen
- Luxus-Klasse

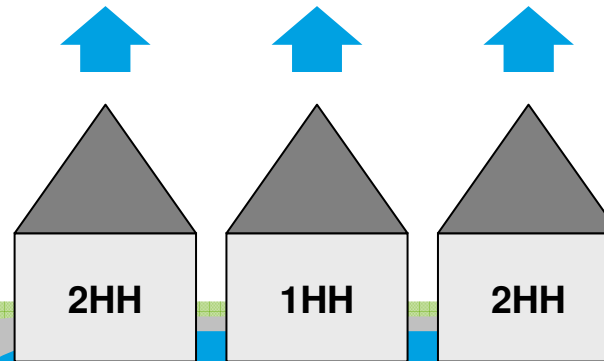
Grobräumige Daten:

- Arbeitslosenquote
- Kaufkraft

Alle Gebäude in einer Zelle werden der gleichen Klasse zugeordnet:

➔ **Wahrscheinlichkeitswert Status**

➔ *Klassifikation*



Status	
1	niedrigster Status
2	weit unterdurchschnittlicher Status
3	unterdurchschnittlicher Status
4	leicht unterdurchschnittlicher Status
5	durchschnittlicher Status
6	leicht überdurchschnittlicher Status
7	überdurchschnittlicher Status
8	weit überdurchschnittlicher Status
9	höchster Status

$$\frac{\partial F}{\partial t} + \sum_{i=1}^n r_i s_i \frac{\partial F}{\partial s_i} + \frac{1}{2} \sum_{i,j=1}^n |\sigma \sigma^*|_{ij} s_i s_j \frac{\partial^2 F}{\partial s_i \partial s_j} - r \cdot F = 0$$

Microzelle >= 5HH

KBA-Zelle >= 20HH

Straßen-, Marktzellen-, Gemeinde Ebene

*fiktive Darstellung

Kontakt microm
Micromarketing-Systeme und Consult GmbH

Telefon +49 (0)2131 109-701
E-Mail info@microm-online.de
URL www.microm-online.de

microm
Consumer Marketing

**KEINER IST
NÄHER
AM KUNDEN**

