Anforderungen an Geo-Datendienste in der Marktforschung
Neue Möglichkeiten durch den Einsatz mikrogeographischer Informationen

ISS - Fachtagung am 20 November 2008

in Kooperation mit infas GEOdaten

Inhalte der Präsentation

- infas - ganz kurz
- Anforderungen
  und methodische Rahmenbedingungen
- einige Beispiele: Pilotprojekte
- weitere Perspektiven

infas -
ganz kurz

Das Institut:
infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH

- infas wurde 1959 gegründet.
- infas arbeitet am Standort Bonn und verfügt über ein eigenes Telefonstudio,
- infas hat ein eigenes Face-to-Face-Interviewerfeld, das bundesweit verteilt ist.

- infas beschäftigt:
  - 50 wissenschaftliche Mitarbeiter
  - hat einen Interviewerstamm von etwa 800 selbstständigen Interviewern für das Telefon- und Face-to-Face-Feld.
- infas erzielte im Geschäftsjahr 2007 einen Umsatz von etwa 8 Mio. Euro.
- infas betreut auch internationale Studien - in Europa oder weltweit.
- infas ist Mitglied im ADM sowie bei Esomar.

Forschungsbereiche bei infas: fünf Schwerpunkte

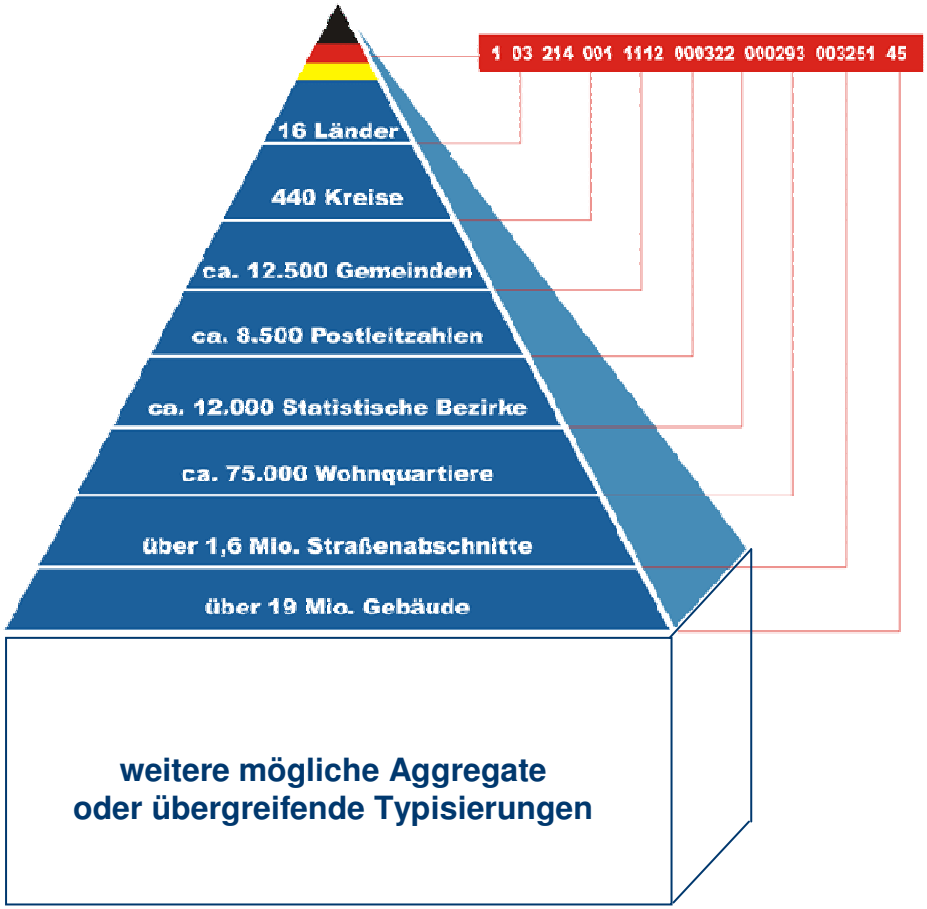
Anforderungen
und methodische Rahmenbedingungen

Anforderungen für Phasen in einem Marktforschungsprojekt: von der Stichprobe bis zur Anreicherung der Ergebnisse

Grundgesamtheit	Anreicherung mit zusätzlichen Daten über den Haushalt oder Betrieb hinaus
Stichprobe	zusätzliche Merkmale für eine gezielte Ziehung
Rücklaufkontrolle	Überprüfung auf mögliche verzerrende Effekte
Ergebnisse	Verknüpfung mit zusätzlichen Merkmalen nach Lage, Typ oder weiteren Aggregatstufen
Hochrechnung	kleinräumige Differenzierung, Anreicherung, Abbildung von Kundengruppen
weiteres Marketing	Übergang zum Direktmarketing und anderen Formen der Marktbearbeitung

infas

Anforderungen auf unterschiedlichen räumlichen Ebenen: je nach Projekt vielfältige Merkmale nutzbar



Basisinformationen

- Anzahl Privathaushalte
- Anzahl Gewerbehaushalte
- Gebäudeart und Gebäudealter
- Lage innerhalb der Gemeinde
- Straßencharakteristik
- sozialer Status des Wohngebiets
- Wahlverhalten
- produktspezifische Kaufkraftkennziffern
- Konsumtypologien
- Mieter- und Eigentümerquoten
- Pkw-Bestandsstruktur

Mögliche Ergänzungen:

- Infrastrukturmerkmale
- Telefonnummern auf Haushaltsebene, zugeordnet zu den Gebäuden
- Filialnetze
- ...

infas

Kritische Aspekte:
vieles geht, aber nicht alles ist sinnvoll und richtig

Aktualität

häufig veraltet,
Qualität muss hinterfragt werden

Verfügbarkeit

nicht immer bekannt oder einfach verfügbar

Datenformate

zu beachten, aber lösbar

Datenschutz

deutlich unterschätzt,
gesetzliche Änderungen zu erwarten

Belastbarkeit

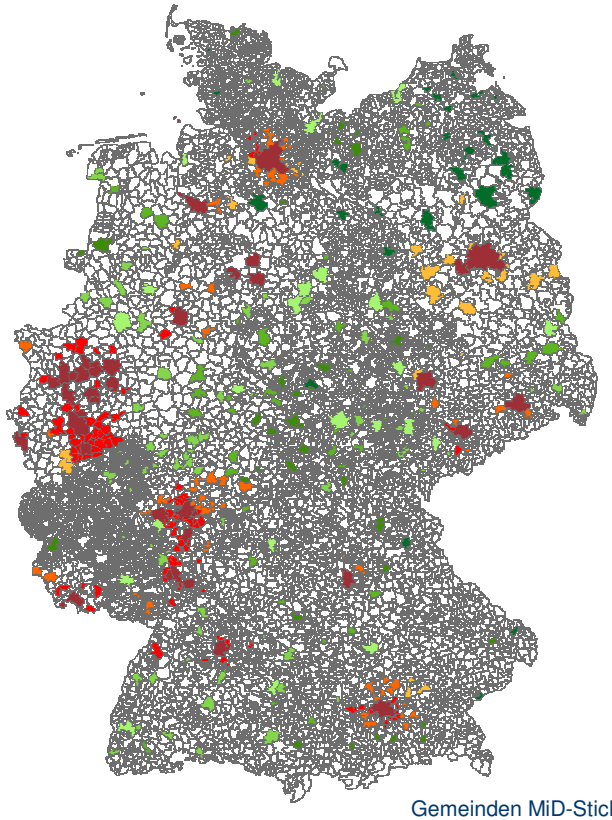
oft zu hohe Erwartungen,
Gefahr von ökologischen Fehlschlüssen,
falsche Anwendungsbereiche

Einige Beispiele: Pilotprojekte

Übergreifendes Beispiel: Verbesserung der Stichprobenziehung

bisher?

- Ziehung nach Gebietstypen bzw. Gemeinden, also auf einer relativ hohen Aggregatsstufe



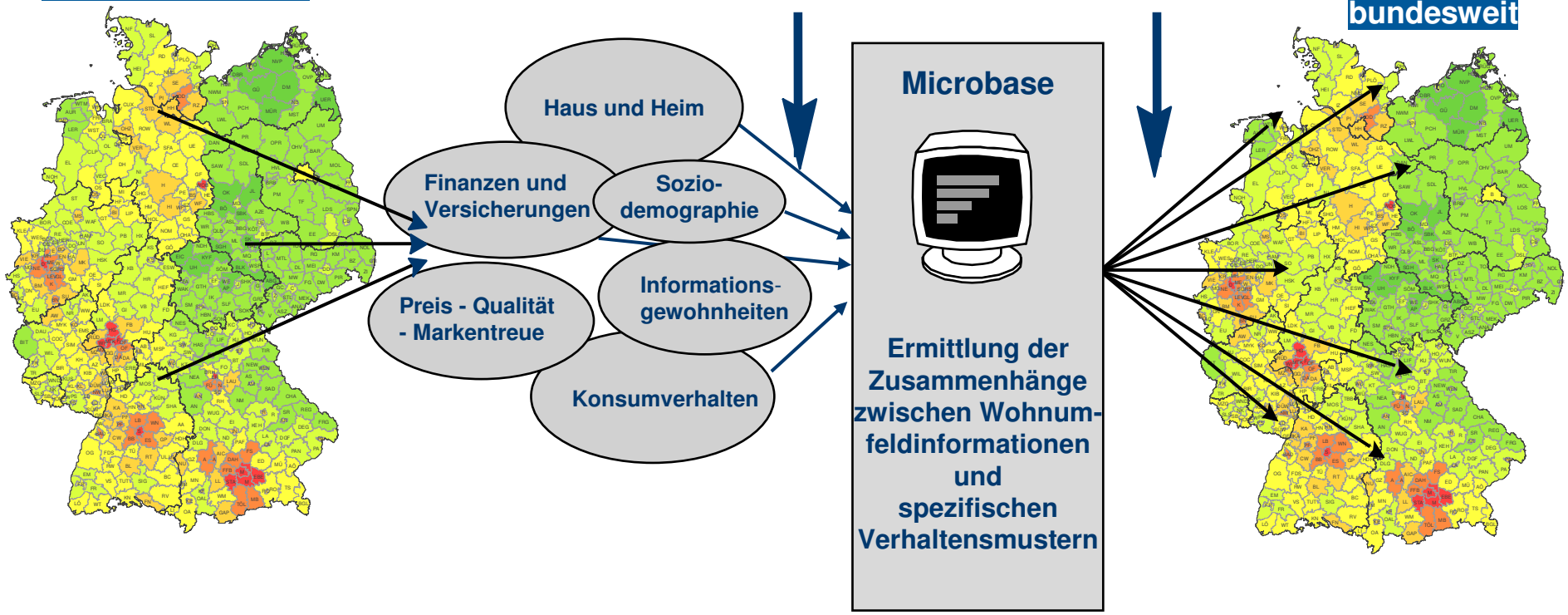
Gemeinden MiD-Stichprobe 2008
(einschließlich Aufstockungen)

zukünftig?

- zusätzliche Nutzung der infas GEOdaten Microbase mit Informationen zu 75.000 Wohnquartieren, 1,6 Mio Straßenabschnitten und 19 Mio Wohngebäuden
- exakte Steuerung und Kontrolle der Stichproben nach mikrogeografischen Merkmalen
- kleinräumige regionale Gliederung schon in der Stichprobenziehung berücksichtigt
- Übertragung der Befragungsergebnisse auf strukturgleiche mikrogeografische Cluster
- Ergebnis: genaue Erreichbarkeit von Kundengruppen durch Regionalisierung von Potentialanalysen und Hochrechnungen

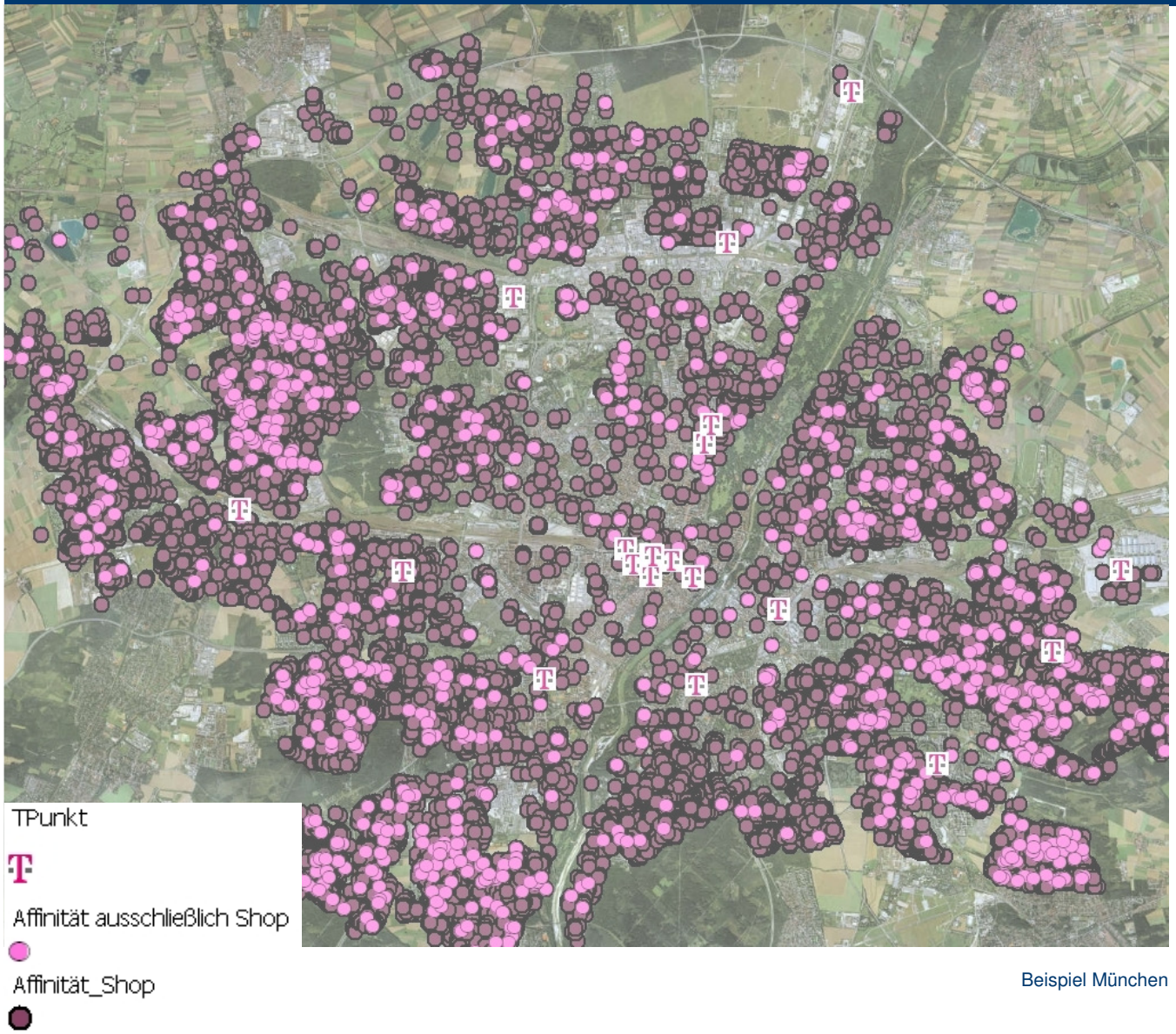
infas

übergreifendes Beispiel:
Analyse und Verscorung von Marktbefragungen durch Anwendung der Microbase



- Kundendaten
- Konsumentenverhalten
- Marktforschungsdaten
- Daten aus amtlichen Statistiken

Projektbeispiel:
Regionalisierung der Vertriebskanalaffinitäten Deutsche Telekom



Beispiel München

- Die Affinität „Shop“ ist hier fast flächendeckend gegeben.
- Aber die ausschließliche Affinität für den Laden-kauf ist in einigen Wohn-gebieten besonders konzentriert.
- Damit ergeben sich wichtige Ansätze für die Standortplanung.

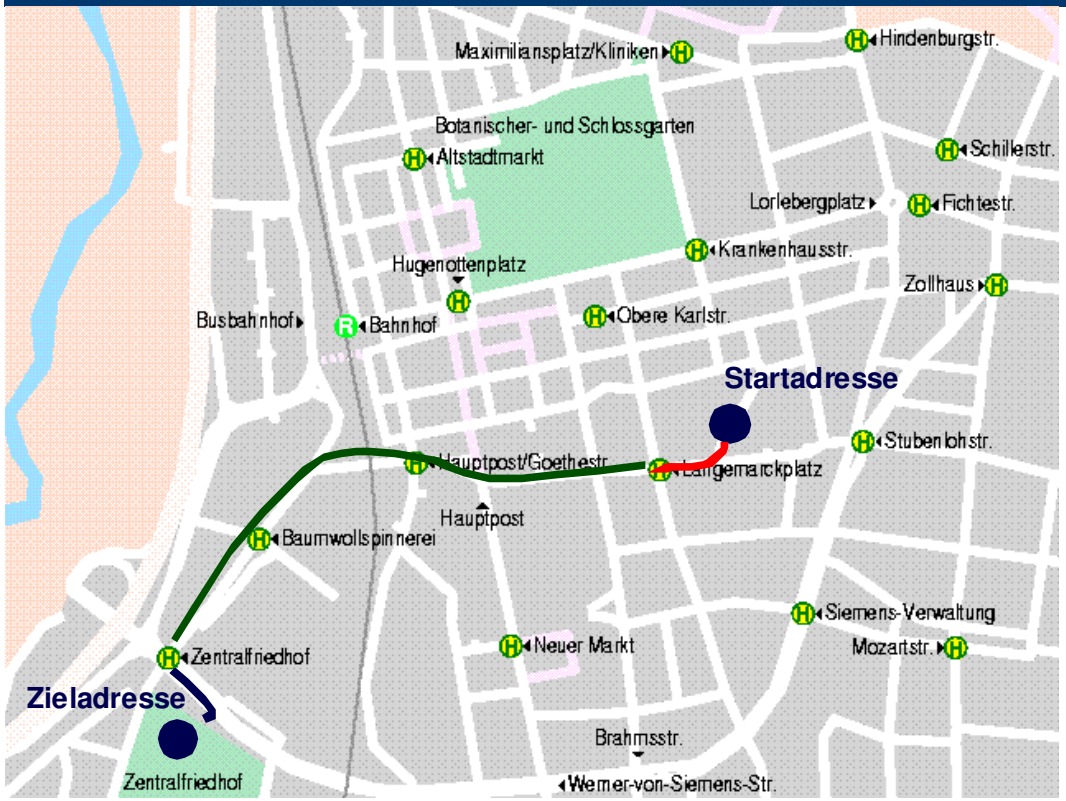
infas

Projektbeispiel:
Pretest Vermögenssurvey - Optimierung der Stichprobe

- **Befragung von vermögenden Haushalten: Haushalte mit einem Jahreseinkommen ab 75.000,- Euro und weiteren Vermögenswerten (z.B. Immobilien)**
- **Verknüpfung der üblichen Stichprobenansätze mit Informationen aus der Microbase**
  - **Wohngebietsstatus**
  - **Bauweise**
  - **Pkw-Klassifizierung (KBA-Daten)**
- **Vorteile: geringerer Screeningaufwand, Grundlage zur Auswahl der Sampling-Points und verbesserte Stichprobenkontrolle**

infas

Projektbeispiel:
Geocodierung und Wegeanalyse in Mobilitätsstudien



Ermittlung Fußwegentfernung zur Haltestelle

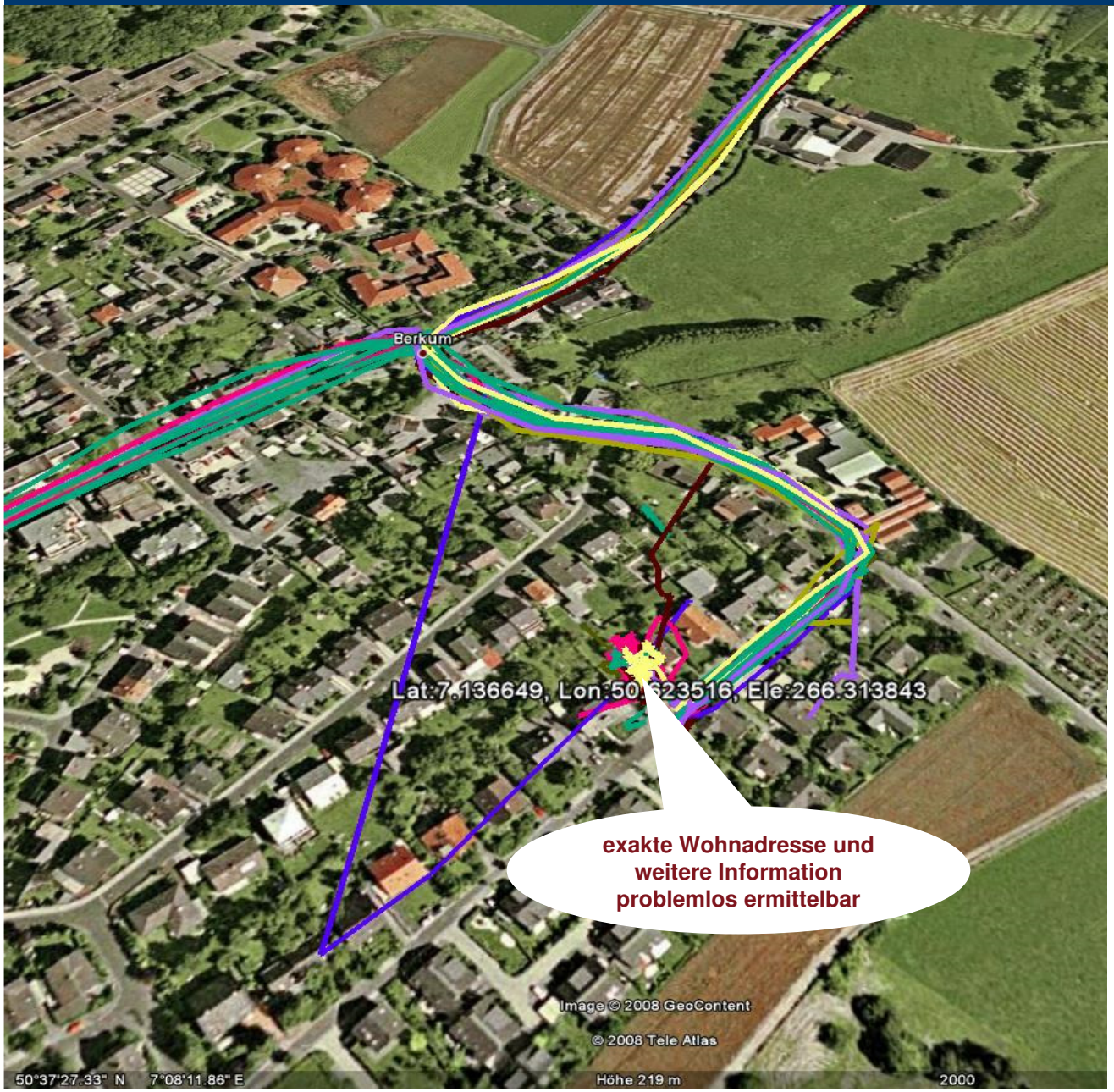
Ermittlung der besten ÖPNV-Verbindung

Ermittlung Fußwegentfernung zum Ziel

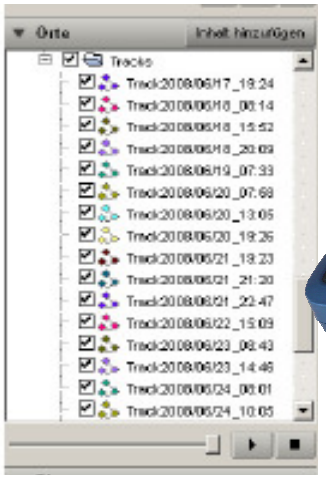
- Erfassung von Start- und Zieladresse im Interview
- Geocodierung der Angaben
- Wegeanalyse mit Routenplaner
- Verknüpfung mit Einzugs-gebieten von Haltestellen
- Modellierung von Verkehrsmittel-wahlentscheidungen

infas

Projektbeispiel Wegeerfassung über GPS-Logging: Datenschutz nicht auf die leichte Schulter zu nehmen!

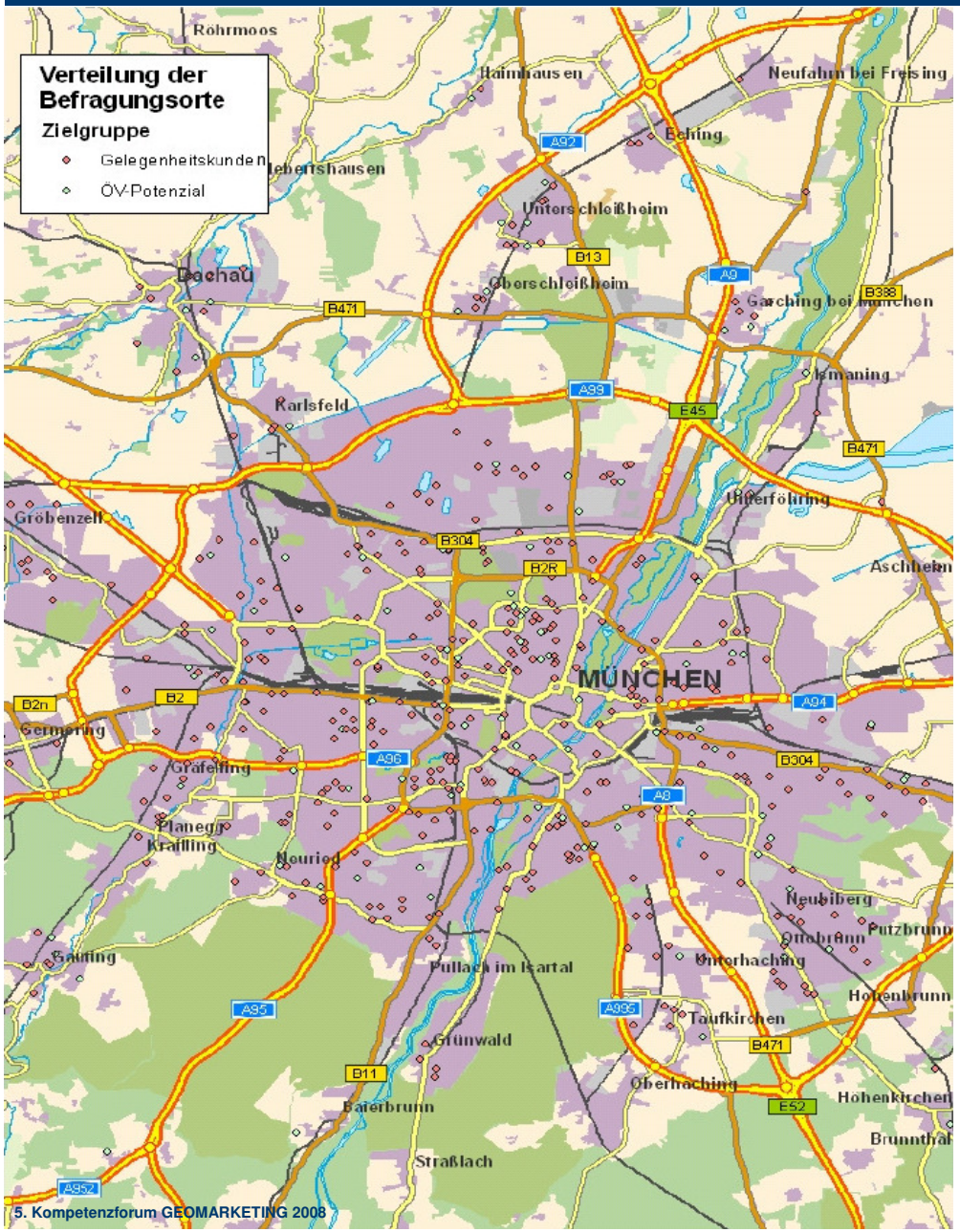


- exakte Auswertung möglich, aber Aggregierung auf Ebene über Hausgenauigkeit erforderlich
- lösbar bei Verwendung von Verkehrszellen oder ähnlichen Rastern
- Schutz der weiteren exakten Wegeinformationen unbedingt erforderlich (Zeiten etc.)



infas

Projektbeispiel:
Lokalisierung von Kundenpotentialen im öffentlichen Verkehr



- Identifizierung von potentiellen zusätzlichen Fahrgästen in einer Befragung (Stichprobe)
- nachträgliche Darstellung der Wohnadressen
- teilweise Konzentration an den S-Bahnen erkennbar
- weitere Auswertungsmöglichkeiten:
  - Haltestellenentfernungen
  - Auswahl von ähnlichen Haushalten
  - Grundlage für weitere Marketingaktivitäten

infas

weitere Perspektiven

Zusammenfassung:
Wünsche eines Marktforschers

- Dokumentation der verfügbaren Daten
- Qualitätssicherung und aktuelle Datengrundlagen
- mehr Sensibilität und Sorgfalt im Bereich Datenschutz
- Stärkung der interdisziplinären Zusammenarbeit
- Nutzung der aktuellen technischen und inhaltlichen Möglichkeiten für innovative Projektideen
- Mut unserer Auftraggeber

Ansprechpartner

Rufen Sie uns an: Ansprechpartner

infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH
Friedrich-Wilhelm-Straße 18
53113 Bonn
www.infas.de

Robert Follmer
Bereichsleiter Verkehrs- und Marktforschung
Telefon: 0228 / 3822-419
E-Mail: r.follmer@infas.de