

MOSAIC Milieus®

Lizenzierte Adaption der Sinus-Milieus®

Ein bewährtes Tool zur mikrogeografischen Marktsegmentierung von Sinus Sociovision und microm

Die MOSAIC Milieus verknüpfen das auf dem Konzept der mikrogeografischen Marktsegmentation basierende MOSAIC-Datensystem von microm mit dem bewährten Zielgruppenmodell der Sinus-Milieus: in Deutschland, Österreich und in der Schweiz. In den durch die letzten Updates 2006 aktualisierten Versionen konnten die Systeme noch präziser zur Deckung gebracht werden.

Die aus der soziokulturellen Forschung gewonnenen, qualitativ-psychologisch basierten Sinus-Milieus können via MOSAIC Milieus auf die mikrogeografische Segmentation übertragen werden. Die Möglichkeiten der mikrogeografischen Analyse werden damit erweitert, und die Sinus-Milieus werden für Direktmarketing-Anwendungen zugänglich, indem sie auf vorhandene Kunden-Adressbestände und auf beliebige Flächengliederungen projiziert werden können. Die Sinus-Milieus erhalten so über ihre generelle strategische Aussage hinaus einen lokalisierbaren Nutzen.

Sinus Sociovision und microm haben anhand mehrerer für Testzwecke gemeinsam entwickelten Datenbasen (zuletzt über 35.000 Fälle allein in Deutschland) nachgewiesen, dass die Verknüpfung ihrer Datensysteme diesen Informationsmehrwert liefert. Im Rahmen dieser Entwicklung wurden repräsentative Befragungsdaten aus der Sinus-Milieu-Forschung mit den microm-Daten (MOSAIC Typologie, MOSAIC Variablen, etc.) verknüpft. Auf Basis dieser Daten wurden Modelle entwickelt, die für jedes Haus in Deutschland, in Österreich und in der Schweiz die statistische Wahrscheinlichkeit berechnen, mit der die einzelnen Sinus-Milieus vorkommen.

Das **MOSAIC**-Datensystem von microm besteht in allen drei Ländern aus einer flächendeckenden Basis anonymisierter Daten zur Konsumentenstruktur bis zum Haus als kleinster Raumeinheit. Das MOSAIC-System von microm wird zum Zweck der Kunden-, Risiko- und Zielgruppensegmentierung eingesetzt. **microm** Micromarketing-Systeme und Consult GmbH wurde 1992 gegründet und ist heute eine Tochtergesellschaft des Verbands der Vereine Creditreform, der größten deutschen Wirtschaftsauskunftei.

Die **Sinus-Milieus** sind das Ergebnis von drei Jahrzehnten soziokultureller Forschung und fassen die Lebenswelten und Lebensstile in derzeit 18 Nationen zu "Gruppen Gleichgesinnter" zusammen. Das Sinus-Milieumodell wird von führenden Markenartikel-Herstellern und Dienstleistungsunternehmen zum Zweck der strategischen Marketingplanung und Mediazielgruppenoptimierung eingesetzt. **Sinus Sociovision**, Mitglied des ADM, ist Spezialist für psychologische und sozialwissenschaftliche Forschung und Beratung.