

PLZ8 Deutschland PLZ8 Deutschland XXL



Der richtige geographische Bezug ist für den Erfolg eines Planungsprozesses ebenso von entscheidender Bedeutung wie die Qualität der verwendeten sozioökonomischen Daten. Die von DDS und microm geschaffene feinräumige Gebietseinteilung in PLZ8-Bereiche ist ein deutlicher Marktvorteil im adressbasierten Geomarketing.

PLZ8: Ein neues Zeitalter beginnt – mit der besten kleinräumigen Gebietseinteilung

Als Basis der Gliederung Deutschlands in PLZ8-Gebiete dienen die bekannten 5-stelligen Postleitzahl-Gebiete. Ist die PLZ5-Einteilung für manche Zwecke zu großräumig, so haben Marktzellen, Wohnquartiere oder Straßenabschnitte den Nachteil, dass sie nicht mit postalischen Einteilungen kompatibel sind. PLZ8-Gebiete sind – anders als andere kleinräumige Gebietseinheiten – grenzscharf zu den bekannten PLZ5-Gebieten und seit Neuestem auch zu den Gemeindegrenzen. Dies ist einmalig und insbesondere im adressbasierten Geomarketing unverzichtbar.

Die Bundesrepublik Deutschland ist in etwa 82.000 PLZ8-Gebiete gegliedert. Ein Gebiet weist im Durchschnitt 500 Haushalte auf und ist somit kleinräumiger, einheitlicher

und homogener als die PLZ5, welche eine Spannweite von 0 bis 50.000 Haushalte zeigt. Die PLZ8-Gebiete orientieren sich ferner stark an natürlichen Grenzen wie Flüssen oder an Autobahnen.

Die Einsatzmöglichkeiten für die PLZ8-Grenzen und die dazugehörigen Sachdaten sind äußerst vielfältig: Sei es für Vertriebsplanung und – unterteilung, Visualisierung von Verteil- und Vertriebsgebieten oder Standortplanung – dem herkömmlichen Geomarketing werden auf diese Weise völlig neue Möglichkeiten eröffnet.

Dies hat zur Folge, dass Streuverluste beispielsweise bei der Werbemittelverteilung deutlich verringert werden können. Damit lässt sich eine signifikante Kostenersparnis erreichen. Davon profitieren zum Beispiel die Unternehmen, die im Direktmarketing tätig sind, etwa Werbemittel- und Prospektverteiler, Zeitungsun-

ternehmen und Verlage, sowie das Auftraggeber-Unternehmen und selbstverständlich auch Standortplaner. Und die große Nachfrage lässt keinen Zweifel offen, wie lange bereits auf eine Gebietseinteilung, abgeleitet von einer bestehenden PLZ-Gliederung, gewartet worden ist.

PLZ8 oder PLZ8 XXL?

Grenzen ohne zugehörige Daten sind die halbe Miete – aber eben nicht die Ganze!

Für den Großteil aller Anwendungen sind zusätzliche sozioökonomische Daten unverzichtbar. Diese Sachdaten erhalten Sie bei PLZ8 Deutschland XXL. Damit stehen Ihnen die besten Mittel zur Verfügung, um adressbasierte Aufgaben effizient und erfolgreich zu lösen.

Sozioökonomische Daten bei PLZ8 Deutschland XXL

- Altersklassen (Angabe in Jahren, Angabe in Prozent, Basis Einwohnerzahlen, 0-3; 3-6; 6-10; 10-15; 18-20; 20-25; 25-35; 35-40; 40-45; 45-50; 50-55; 55-60; 60-65; 65-75, über 75)
- Einwohner gesamt, männlich, weiblich
- Kaufkraft: Kaufkraft-Summe in €; durchschnittliche KK/HH in €; Index BRD = 100; Index alte BL = 100; neue BL = 100; Kaufkraft-Anteil in Promille
- Mittelpunktskoordinate
- Anzahl Haushalte
- Ausländeranteil (Angabe Anteil/HH, Angabe Anteil/HH in Prozent)

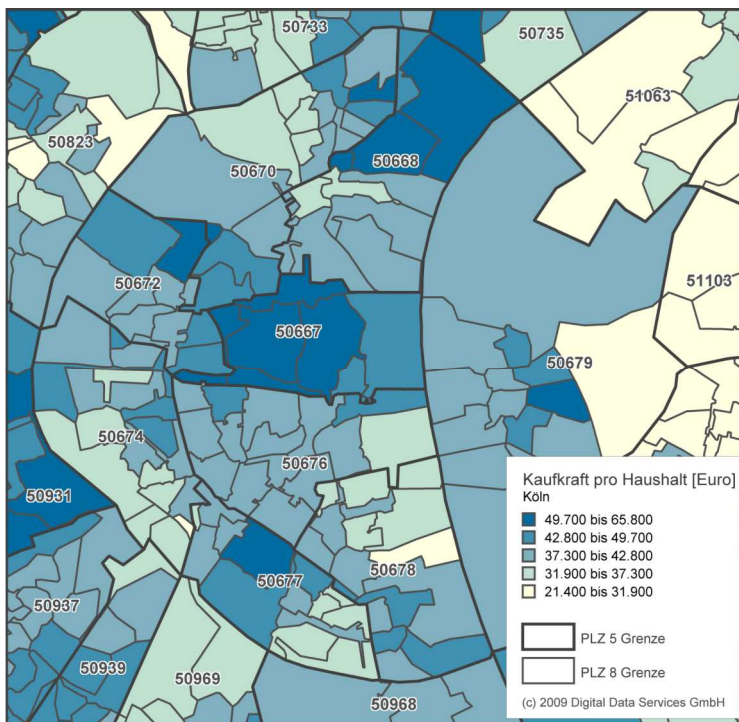


Abb.1: Die Kaufkraft pro Haushalt auf Ebene der PLZ8-Grenzen am Beispiel von Köln



PLZ8 Deutschland PLZ8 Deutschland XXL

Der richtige geographische Bezug ist für den Erfolg eines Planungsprozesses ebenso von entscheidender Bedeutung wie die Qualität der verwendeten sozioökonomischen Daten. Die von DDS und microm geschaffene feinräumige Gebietseinteilung in PLZ8-Bereiche ist ein deutlicher Marktvorteil im adressbasierten Geomarketing.

Aufbau der Schlüsselnummer

Nomen est omen – es handelt sich um eine 8-stellige Nummer, zusammengesetzt aus dem PLZ5-Gebiet und einer zusätzlichen Verfeinerung um drei weitere Zahlen, z. B. 76137.101.

Formate

Geliefert wird PLZ8 in allen Standardformaten wie ESRIShape, MapInfo Tab, MS Access etc. Für den Einsatz in Geoinformationssystemen lassen die PLZ8-Gebiete sich im Rahmen von Analysen und Visualisierungen verarbeiten und darstellen.

Preise

Preise und weiterführende Informationen teilen wir Ihnen auf Anfrage gerne mit.

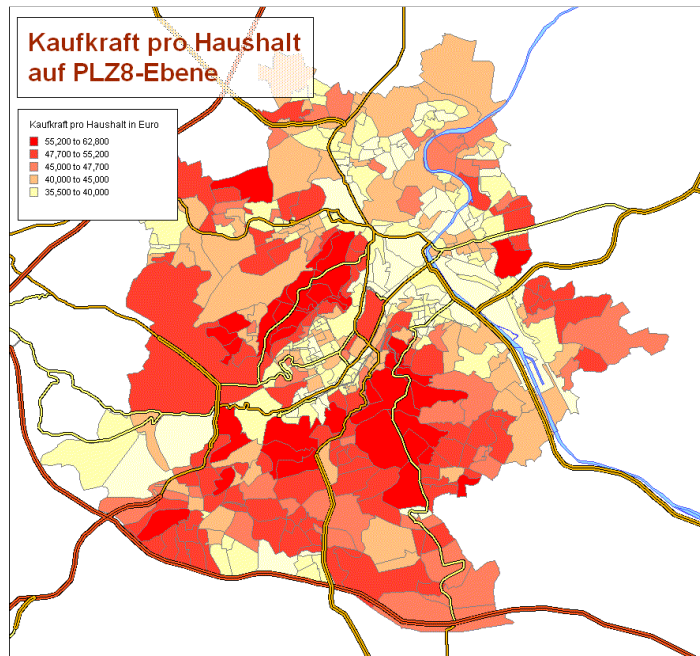


Abb. 2: Die Kaufkraft pro Haushalt auf PLZ8-Ebene am Beispiel von Stuttgart