

GfK Einwohner nach Altersklassen

Deutschland

NielsenIQ



Produktbeschreibung

Die GfK Einwohner nach Altersklassen beinhalten aktuelle Bevölkerungszahlen in unterschiedliche Altersklassen und zusätzlich nach Geschlecht unterteilt. Für Deutschland ist neben den 5-Jahrsschritten eine zusätzliche Aufteilung möglich.

Unternehmen haben meist ein deutliches Bild davon, wer die Zielgruppe ist, an die sich ihre Produkte richten. In welchen Regionen diese Zielgruppe allerdings zu finden ist, ist oftmals unklar. Dabei ist genau diese Information die Grundlage für wesentliche Marketingentscheidungen:

- In welchen Regionen können neue Kunden mit Ihren Produkten gewonnen werden?
- Wie lassen sich Streuverluste im Direktmarketing reduzieren?
- Bei welchen Kunden lohnen sich weitere Aktionen, z. B. Produktproben?
- Wo sollen Anzeigen geschaltet werden?
- Wo müsste es noch Nachfragepotenzial geben?

Die GfK Einwohner nach Altersklassen, inklusive der Differenzierung nach Geschlecht, helfen bei diesen Fragestellungen und unterstützen Sie bei Ihrer regionalen Marktbeobachtung und Identifikation der Zielgruppe, die für Ihre Produkte und Werbemaßnahmen besonders affin ist.

So können Sie die Einteilung der Bevölkerung in Altersklassen zur Abschätzung des Nachfragepotenzials und zur Berechnung der Umsatzerwartung in einer Region nutzen, Ihr Direktmarketing optimieren und Ihre Werbemaßnahmen nur dort planen, wo Ihre Zielgruppe gehäuft zu finden ist.

Aufbau des Datensatzes

GfK Einwohner nach Altersklassen (in 5-Jahresschritten)

Gebietsschlüssel (z.B. Gemeindekennziffer, Postleitzahl, etc.)

Gebietsbezeichnung (z.B. Gemeindename, Name der PLZ, Straßenname)

Einwohner und Haushalte

Gesamtanzahl der Einwohner und Haushalte einer Region, angegeben in Absolutwerten.

Einwohner

Anzahl der Einwohner einer Region, angegeben in Absolutwerten.

Einwohner männlich

Anzahl der Einwohner einer Region, angegeben in Absolutwerten.

Einwohner weiblich

Anzahl der Einwohner einer Region, angegeben in Absolutwerten.

Einwohner

Alle Angaben jeweils in Absolutwerten und unterteilt nach männlich und weiblich:

- 0 bis unter 5 Jahre
- 5 bis unter 10 Jahre
- 10 bis unter 15 Jahre
- 15 bis unter 20 Jahre
- 20 bis unter 25 Jahre
- 25 bis unter 30 Jahre
- 30 bis unter 35 Jahre
- 35 bis unter 40 Jahre
- 40 bis unter 45 Jahre
- 45 bis unter 50 Jahre
- 50 bis unter 55 Jahre
- 55 bis unter 60 Jahre
- 60 bis unter 65 Jahre
- 65 bis unter 70 Jahre
- 70 bis unter 75 Jahre
- 75 bis unter 80 Jahre
- 80 bis unter 85 Jahre
- 85 Jahre und älter

Regionale Ebenen

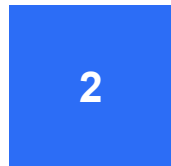
Wir weisen die GfK Einwohner nach Altersklassen in einer deutschlandweit durchgängig hohen Qualität vom Bundesland bis hin zu den Gemeinden bzw. 5-stelligen Postleitzahlen. Auf Anfrage können zusammengefasste Altersklassen bis auf Stadt- und Ortsteilen oder Straßenabschnitten erstellt werden.

Die GfK Einwohner nach Altersklassen können so beliebig auf individuell definierte Gebiete, z. B. auf die Einzugsgebiete Ihrer Filialen oder Außendienstgebiete etc. aggregiert werden.



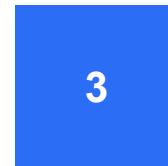
Administrative Regionen

- Bundesländer
- Regierungsbezirke
- Stadt-/Landkre



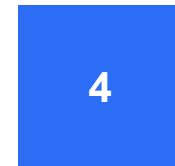
Postalische Regionen

- 1-stellige Postleitzonen
- 2-stellige Postleitregionen
- 5-stellige Postleitzahlen
- Postleitbereiche



Mikrogeografische Regionen

- Stadt- und Ortsteile
- Straßenabschnitte



Kundenspezifische Regionen

- Außendienstgebiete
- Einzugsgebiete

Zeitreihenvergleich

Unsere Daten lassen sich in erster Linie zu regionalen Vergleichen heranziehen. Wir raten in der Regel von Zeitreihenvergleichen ab, da bei

der Erstellung unserer Studien im Lauf der Jahre immer wieder methodische Verbesserungen vorgenommen werden, d. h. bei der Datenberechnung kann es hinsichtlich Datenquellen und statistischer Verfahren Veränderungen geben.

GfK GeoMarketing ermittelt Daten grundsätzlich nach der Maxime, regionale Unterschiede möglichst genau darzustellen. Daher fließen immer wieder verbesserte Methoden sowie neuere und detailliertere Quellen als in der Vergangenheit ein. Darunter "leidet" zwangsläufig der Zeitvergleich.

Umkehrschluss: Wenn wir auf Zeitreihen das Hauptaugenmerk setzen würden, müssten wir verbesserte Methoden weitgehend ignorieren.

Dies betrachten wir als falsch. Zudem verhindern häufige Gebietsstands-änderungen einen korrekten Zeitvergleich.



Möchten Sie mehr erfahren?

Ihr Geomarketing-Team

www.gfk.com/geomarketing-de

T +49 911 395 2600

geomarketing.gfk@smb.nielseniq.com

Unsere Geomarketing-Lösungen finden Sie im:

Produktkatalog

Webshop