

Goebel, Jan; Spieß, C. Katharina; Witte, Nils R. J.; Gerstenberg, Susanne

Research Report

Die Verknüpfung des SOEP mit MICROM-Indikatoren: Der MICROM-SOEP Datensatz

DIW Data Documentation, No. 26

Provided in Cooperation with:

German Institute for Economic Research (DIW Berlin)

Suggested Citation: Goebel, Jan; Spieß, C. Katharina; Witte, Nils R. J.; Gerstenberg, Susanne (2007) : Die Verknüpfung des SOEP mit MICROM-Indikatoren: Der MICROM-SOEP Datensatz, DIW Data Documentation, No. 26, Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW), Berlin

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/129237>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.



DIW Berlin

Deutsches Institut
für Wirtschaftsforschung

Data Documentation 26



Jan Goebel
C. Katharina Spieß
Nils R. J. Witte
Susanne Gerstenberg

**Die Verknüpfung des SOEP
mit MICROM-Indikatoren:
Der MICROM-SOEP Datensatz**

IMPRESSUM

© DIW Berlin, 2007

DIW Berlin
Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung
Mohrenstr. 58
10117 Berlin
Tel. +49 (30) 897 89-0
Fax +49 (30) 897 89-200
www.diw.de

ISSN 1861-1532

All rights reserved.
Reproduction and distribution
in any form, also in parts,
requires the express written
permission of DIW Berlin.



Data Documentation 26

Jan Goebel *

C. Katharina Spieß **

Nils R. J. Witte

Susanne Gerstenberg

Die Verknüpfung des SOEP mit MICROM-Indikatoren:

Der MICROM-SOEP Datensatz

Berlin, November 2007

* DIW Berlin, Abteilung SOEP. jgoebel@diw.de

** DIW Berlin, Abteilung SOEP, und FU Berlin, kspiess@diw.de

Inhaltsverzeichnis

1 Kurzbeschreibung des Datensatzes.....	1
2 Aufbau des zugewiesenen Datensatzes.....	2
3 Dokumentation der Variablen.....	4
3.1 SOEP-Variablen.....	4
3.2 microm-Variablen	5
3.2.1 MOSAIC.....	5
3.2.1.1 MOSAIC Bebauung	13
3.2.1.2 MOSAIC Automobil	14
3.2.1.3 MOSAIC Mobilität	19
3.2.1.4 MOSAIC Targets	22
3.2.1.5 MOSAIC Milieus	28
3.2.2 Kaufkraft.....	31
3.2.3 Sonstige Variablen.....	32

Verzeichnis der Tabellen

Tab. 1 Erhebungsjahr	4
Tab. 2 MOSAIC Gruppen	5
Tab. 3 Siedlungsstruktureller Gemeindetyp	8
Tab. 4 MOSAIC Sozio - Alter	11
Tab. 5 Haustyp	13
Tab. 6 Straßentyp	13
Tab. 7 PKW Größe	14
Tab. 8 PKW Markendichte	16
Tab. 9 PKW Dominante Marke	17
Tab. 10 PKW Halter-Typologie	18
Tab. 11 Dominantes MOSAIC Milieu®	30
Tab. 12 Bundesland	33
Tab. 13 Ortsgrößenklasse	33
Tab. 14 Nielsen Gebiete	34
Tab. 15 Welleneintritt	35
Tab.16 microm-Versionsnummer	36
Tab. 17 Returncode	37

1 Kurzbeschreibung des Datensatzes

Der „Microm-SOEP-Datensatz“ macht eine Verknüpfung der Daten des Sozio-oekonomischen Panels (SOEP) mit kleinräumigen Indikatoren des Mikromarketing-Unternehmens microm möglich.

Die Microm-Indikatoren wurden auf der Basis von Häuserblocks dem SOEP zugespielt. Aus datenschutzrechtlichen Gründen erfolgte diese Verknüpfung bei Infratest Sozialforschung, welches die Feldarbeit für das SOEP durchführt und allein die Adresse der Befragten kennt. Die Anonymität der Befragungshaushalte wird dabei voll gewahrt. Wegen der Kleinräumigkeit der Zusatzinformationen ist jedoch aus Sicherheitsgründen eine Analyse nur auf speziell gesicherten Geräten bei der SOEP-Gruppe im DIW Berlin möglich.

Im Wesentlichen enthalten die Microm-Indikatoren Informationen, die zunächst relevant für ein Zielgruppenmarketing sind. Dazu gehören Auskünfte über den Typus der Wohngegend, über die Kaufkraft, sozialstrukturelle Informationen, Informationen zu den angemeldeten Kraftfahrzeugen, zur Häufigkeit und Art der Umzüge und zum Konsumverhalten sowie Informationen zur Wahrscheinlichkeit des Auftretens der verschiedenen Sinus-Milieus®. Für wissenschaftliche Analysen sind diese Informationen aber ebenfalls von großer Relevanz. Insbesondere dienen sie dazu das regionale Umfeld der SOEP Befragten systematisch zu beschreiben.

Die microm-Daten beziehen sich auf die Jahre 2004, 2005 und 2006. Die microm-Informationen aus dem Jahr 2004 wurden den SOEP-Haushalten zugeordnet, die mindestens in einem Jahre zwischen 2000 bis 2004 befragt wurden. Die microm-Daten aus dem Jahr 2005, wurden SOEP-Haushalten zugeordnet, die im Jahr 2005 befragt wurden. Im wesentlichen erfolgt diese Zuordnung also nur für SOEP-Haushalte im so genannten Nettobestand. Im Jahr 2006 wurden die microm-Informationen erstmals auch allen SOEP-Haushalten aus dem Bruttobestand der Stichprobe H zugeordnet, das heißt es liegen microm-Informationen für Haushalte vor, die nicht befragt werden konnten.¹

¹ Zur näheren Beschreibung des SOEP Datensatzes siehe das [Desktop Companion](#) auf der Webseite des SOEP.

Die von microm auf Haushaltsebene gesammelten und aufbereiteten Indikatoren sind auf Segmentebene gespeichert. Ein ‚microm-Segment‘ enthält mindestens fünf und im Durchschnitt acht Haushalte. Häuser mit weniger als fünf Haushalten wurden daher nach dem Kriterium der Strukturähnlichkeit zu Segmenten zusammengefasst. Ein ‚microm-Segment‘ enthält dann mehr als fünf Haushalte, wenn ein Haus mehr als fünf Haushalte beherbergt. Diese Segmentinformationen wurden bei der Verknüpfung mit den SOEP-Daten einzelnen SOEP-Haushalten zugeordnet. Die Anonymität wird dabei voll gewahrt.

Die microm-Daten stammen aus den Datenbeständen mehrerer Kooperationspartner von microm, wie dem Verband der Vereine Creditreform e. V., dem Kraftfahrtbundesamt und anderen öffentlichen Behörden. Eine ausführliche Listung der microm-Partner befindet sich auf der Homepage des Unternehmens (www.microm-online.de, Unternehmen/Partner).

Die vorliegende Dokumentation ist angelehnt an die Dokumentation „MOSAIC-, KAUFKRAFT- und GEO-DATEN“ (2004) von microm, welche ausführlichere marketingspezifische Beschreibungen der microm-Variablen enthält.

2 Aufbau des zugespielten Datensatzes

Die microm-Daten sind im so genannten Long-Format abgelegt. Daher erfolgt die Identifikation der Haushalte über die Kombination von Erhebungsjahr (Variable ERHEBJ) und aktueller Haushaltsnummer (Variable HHNRAKT).

Die Konstruktion des vorliegenden Datensatzes ist für die Jahre 2000 bis 2004 gleichermaßen gestaltet. Obgleich die microm-Variablen nur in den Jahren 2004, 2005 und 2006 erhoben wurden (MV), sind im vorliegenden Datensatz auch Fälle für die Jahre 2000 bis 2003 vorhanden, sofern ein Haushalt am SOEP teilgenommen hat. Für einen Haushalt, der zwischen 2000 und 2004 in jedem Jahr im SOEP befragt wurde liegt somit fünf Mal die identische Information vor, sofern der Haushalt nicht umgezogen ist.

Im Jahr 2005 liegen aktuelle microm-Informationen für alle Nettohaushalte aus dem SOEP vor, außerdem wurden einigen Haushalten der Erhebungsjahre 2000 bis 2004 aktualisierte Informationen zugespielt. Im Jahr 2006 liegen microm-Informationen für alle Bruttohaushalte der Stichprobe H aus dem SOEP vor.

Variablenverzeichnis

3.1 SOEP-Variablen	4
ERHEBJ - Erhebungsjahr	4
HHNRAKT - Aktuelle Haushaltsnummer	4
HHNR - Haushaltsnummer	4
3.2 microm-Variablen	5
3.2.1 MOSAIC	5
HA_MTY_A - MOSAIC Typen	5
HA_MTY_K - MOSAIC Gruppen	5
GK_REG_K - Siedlungsstruktureller Gemeindetyp	8
HA_MRI_K - MOSAIC Risiko	8
HA_MBA_W - MOSAIC Basis – Anzahl Haushalte	9
HA_MBA_A - MOSAIC Basis – Anzahl Gewerbebetriebe	9
3.2.1.1 MOSAIC Sozio	9
HA_MSO_K - MOSAIC Sozio – Status	9
HA_MSO_A - MOSAIC Sozio – Familie	10
HA_MSO_B - MOSAIC Sozio – Alter	11
HA_MSO_C - MOSAIC Sozio – Alter30	11
HA_MSO_D - MOSAIC Sozio – Alter60	11
HA_MSO_E - MOSAIC Sozio – Ausländeranteil	12
HA_MSO_F - MOSAIC Sozio – Anonymitätsbedürfnis	12
3.2.1.2 MOSAIC Bebauung	13
HA_MBE_K - MOSAIC Bebauung – Haustyp	13
HA_MBE_A - MOSAIC Bebauung – Straßentyp	13
3.2.1.3 MOSAIC Automobil	14
HA_MPI_K - MOSAIC Automobil – PKW Dichte	14
HA_MPI_A - MOSAIC Automobil – PKW Größe	14
HA_MPI_B - MOSAIC Automobil – PKW Leistung	15
HA_MPI_C - MOSAIC Automobil – PKW Gebrauchtwagenindex	15
HA_MPM_A bis HA_MPM_O (ohne ~_K) - MOSAIC Automobil – Markendichte	16
HA_MPM_K - MOSAIC Automobil – Dominante Marke	17
HA_MPH_K - MOSAIC Automobil – PKW Halter-Typologie	17
3.2.1.4 MOSAIC Mobilität	149
HA_MMO_K - MOSAIC Mobilität – Umzugsvolumen Haushalte	19
MZ_MMO_K - MOSAIC Mobilität – Umzugsvolumen Marktzellen	19
HA_MMO_A - MOSAIC Mobilität – Umzugssaldo Haushalte	20
MZ_MMO_A - MOSAIC Mobilität – Umzugssaldo Marktzellen	20
HA_MMO_B - MOSAIC Mobilität – Fluktuation Haushalte	20
MZ_MMO_B - MOSAIC Mobilität – Fluktuation Marktzellen	20
MZ_MMO_C - MOSAIC Mobilität – Nahumzugsquote	21
MZ_MMO_D - MOSAIC Mobilität – Fernumzugsvolumen	21
3.2.1.5 MOSAIC Targets	22
HA_TFI_K - MOSAIC Targets – Kreditkarte	22
HA_TFI_A - MOSAIC Targets – Raten- und Teilzahlung	23
HA_TFI_B - MOSAIC Targets – Bausparen	23
HA_TFI_C - MOSAIC Targets – Geldanlage	23
HA_TFR_K - MOSAIC Targets – Spenden	24
HA_TKO_A - MOSAIC Targets – Fax	24
HA_TKO_B - MOSAIC Targets – Internet	24
HA_TKO_C - MOSAIC Targets – ISDN	24
HA_TKO_D - MOSAIC Targets – Mobilfunk	25
HA_TKO_K - MOSAIC Targets – Anrufbeantworter-Nutzer	25
HA_TKO_E - MOSAIC Targets – PC-Nutzer	25
HA_THF_K - MOSAIC Targets – Garten	25
HA_THF_A - MOSAIC Targets – Sammeln	26
HA_THF_B - MOSAIC Targets – Haustiere	26
HA_TME_A - MOSAIC Targets – Nachrichtenmagazine	26
HA_TME_B - MOSAIC Targets – Überregionale Tageszeitungen	26
HA_TME_K - MOSAIC Targets – Frauenmagazine	26
HA_TMO_B - MOSAIC Targets – Mailorder	27
HA_TMO_A - MOSAIC Targets – Mailorder von Lingerie	27
HA_TMO_K - MOSAIC Targets – Mailorder von Heimtextilien	27
HA_TGW_K - MOSAIC Targets – Apothekenbesucher	27
HA_TGL_K - MOSAIC Targets – Gewinnspiel	27
3.2.1.6 MOSAIC Milieus	28
HA_MMI_A bis HA_MMI_I und HA_MMI_S - MOSAIC Milieus	28
HA_MMI_K - MOSAIC Milieus – Dominantes Milieu	30
3.2.2 Kaufkraft	31
ST_KKR_A bis ST_KKR_D und ST_KKR_W – Kaufkraft microm-Segmente	31
MZ_KKR_A bis MZ_KK_D und MZ_KKR_W – Kaufkraft Marktzellen	31
3.2.3 Sonstige Variablen	32

HA_MOW_K – Ost/West	32
BLNAME und BLAND_ID – Bundesland	32
GK_REG_A - Ortsgrößenklasse	33
NIELSEN – ACNielsen Gebiete Deutschland	34
WEIN - Welleneintritt	35
MV – microm-Versionsnummer	35
RETURNCO – Zuspiel von microm- und SOEP-Daten	36

3 Dokumentation der Variablen

3.1 SOEP-Variablen

ERHEBJ - Erhebungsjahr

Diese Variable gibt für jeden Haushalt an, in welchen Jahren er im SOEP befragt wurde.

Tab. 1 Erhebungsjahr

Erhebungsjahr	absol. Häufigkeit (Fallzahlen)	rel. Häufigkeit (Spaltenanteile)
2000	14.062	14,25
2001	14.044	14,23
2002	14.376	14,57
2003	13.756	13,94
2004	13.117	13,29
2005	12.836	13,01
2006	16.484	16,71

Quelle: microm_soep 2006, N = 98.675

HHNRAKT - Aktuelle Haushaltsnummer

Jede aktuelle Haushaltsnummer ist innerhalb eines Erhebungsjahrs nur für einen Haushalt vergeben. Sie ermöglicht also die eindeutige Identifikation eines Haushalts innerhalb eines Erhebungsjahrs sowie die Verknüpfung mit weiteren SOEP-Daten.

HHNR - Haushaltsnummer

Jede (ursprüngliche) Haushaltsnummer ist einem SOEP-Ursprungshaushalt zugeordnet. Die Aufteilung von Haushalten kann dazu führen, dass einzelne Haushaltsnummern mehrfach vorkommen. Die Off-Spring-Haushalte haben dann zwar dieselbe ursprüngliche Haushaltsnummer aber unterscheiden sich in der aktuellen Haushaltsnummer.

3.2 microm-Variablen

3.2.1 MOSAIC

HA_MTY_A - MOSAIC Typen

microm ordnet die Haushalte (bzw. Segmente) 39 unterschiedlichen Typen zu. Die Typen lassen sich im wesentlichen anhand der Dimensionen ‚Stadt – Land‘, ‚alte Bewohner - junge Bewohner‘ sowie nach dem Alter und der Nutzungsart der Häuser und dem Einkommen der Bewohner beschreiben. Für die Zuordnung wurde durch Clusteranalyse eine Vielzahl von Informationen zu strukturähnlichen Typen zusammengefasst. Eine Auflistung der vorhandenen Typen findet sich in der Beschreibung der MOSAIC-Gruppen Variable, die eine Zusammenfassung der Typen darstellt.

HA_MTY_K – MOSAIC Gruppen

Die MOSAIC Typen sind elf Gruppen (A-K) zugeordnet. Die Gruppen umfassen unterschiedlich viele MOSAIC Typen. Sie sind nach den gleichen Kriterien wie die Typen gebildet, fassen jedoch noch einmal stärker zusammen.

Tab. 2 MOSAIC Gruppen

	Gruppe	absol. Häufigkeit* (Fallzahlen)	rel. Häufigkeit* (Spaltenanteile ohne Missings)
A	Statushohe Großstädter	744	4,74
B	Gutsituierte in stadtnahen Umlandgemeinden	1.717	10,93
C	Gute Wohngebiete in mittelgroßen Städten	1.342	8,54
D	Städtische Problemgebiete	1.903	12,12
E	Hochhäuser und einfache Mietwohnungen	2.371	15,10
F	Rentner in einfachen Nachkriegsbauten	1.681	10,70
G	Alte Häuser auf dem Land	1.241	7,90
H	Arbeiter in kleinen Städten	2.019	12,85
I	Ältere Leute in Umlandgemeinden	2.096	13,34
J	Landbevölkerung	574	3,65
K	Gewerbehäuser	19	0,12
	Miss	777	

Quelle: microm_soep 2006, N = 15.707, *Jahr 2006

MOSAIC Gruppen und MOSAIC Typen im Überblick:

Gruppe A – Statushohe Großstädter²

Typ 1	Attraktive innerstädtische Wohnlagen
Typ 2	Wohlhabende Akademiker in Villenvierteln
Typ 3	Gut verdienende Familien in neueren Eigenheimen im Umland

Gruppe B – Gutsituierte in stadtnahen Umlandgemeinden

Typ 4	Gediegene ältere Einzelhäuser
Typ 5	“Speckgürtel”: Gute neuere Einzelhäuser
Typ 6	Gute neue Einzelhäuser
Typ 7	Alte Ortskerne
Typ 8	Neue Reihenhäuser im ländlichen Raum

Gruppe C – Gute Wohngebiete in mittelgroßen Städten

Typ 9	Einfache Häuser im Grünen
Typ 10	Ältere Mehrfamilienhäuser
Typ 11	“Aufsteiger”: Gehobene Berufe in Außenbezirken
Typ 12	Mittelstand in ländlichen Gemeinden

Gruppe D – Städtische Problemgebiete

Typ 13	Sozialer Wohnungsbau und einfache Mehrfamilienhäuser
Typ 14	Nicht modernisierter Altbau
Typ 15	Blockbebauung geringen Standards
Typ 16	Multi-kulturelle Innenstadtbereiche

Gruppe E – Hochhäuser und einfache Mietwohnungen

Typ 17	Hochhäuser einfachen Standards
Typ 18	Älterer sozialer Wohnungsbau
Typ 19	Einfache städtische Zeilenbau-Siedlungen
Typ 20	„Soziale Brennpunkte“
Typ 21	Jüngere Leute in älteren Mietwohnungen

² Vgl. microm: MOSAIC-, KAUFKRAFT- und GEO-DATEN, 2004, S. 5.

Gruppe F – Rentner in einfachen Nachkriegsbauten

Typ 22	Mittelstand in älteren Quartieren
Typ 23	Einfache Leute in Mietwohnungen
Typ 24	Einfache alleinstehende Rentner

Gruppe G – Alte Häuser auf dem Land

Typ 25	Jüngere Dorfbewohner
Typ 26	Einfache Berufe auf dem Land

Gruppe H – Arbeiter in kleinen Städten

Typ 27	Gering qualifizierte Arbeiter
Typ 28	Selbständige in neueren Häusern
Typ 29	Handwerker im ländlichen Raum
Typ 30	Sozial schwache Kleinstädter
Typ 31	„Peripherie“: Dörfer in Randlagen

Gruppe I – Ältere Leute in Umlandgemeinden

Typ 32	Senioren im Umland
Typ 33	Ältere Familien am Stadtrand
Typ 34	Solide Rentner in Zweifamilienhäusern
Typ 35	Ältere Leute in älteren Häusern
Typ 36	Gutsituierte Senioren in Vororten

Gruppe J – Landbevölkerung

Typ 37	Ältere Landbevölkerung
Typ 38	Landbevölkerung

Gruppe K – Gewerbehäuser

Typ 39	Häuser mit rein gewerblicher Nutzung
--------	--------------------------------------

Genauere Beschreibungen der verschiedenen Typen finden sich in den MOSAIC Typen Portraits.³

³ Vgl. microm: MOSAIC-, KAUFKRAFT- und GEO-DATEN, 2004, S. 7-16 oder unter http://www.creditreform-hannover.de/creditreform_hannover/documents/ConsumerUmfelddaten.pdf [Stand 30.05.07].

GK_REG_K – Siedlungsstruktureller Gemeindetyp

Auf Basis einer siedlungsstrukturellen Einteilung des Bundesgebiets durch die Bundesforschungsanstalt für Landeskunde und Raumordnung (BfLR) werden 17 Gemeindetypen unterschieden.

Tab. 3 Siedlungsstruktureller Gemeindetyp

Siedlungsstruktureller Gemeindetyp		absol. Häufigkeit* (Fallzahlen)	rel. Häufigkeit* (Spaltenanteile ohne Missings)
1	Agglomerationsräume- hochverdichtete Kreise, sonstige Gemeinden	747	4,54
2	Agglomerationsräume- hochverdichtete Kreise, Ober-/Mittelzentren	1.662	10,11
3	Agglomerationsräume- Kernstädte unter 500.000 Einwohner	1.712	10,41
4	Agglomerationsräume- Kernstädte über 500.000 Einwohner	2.408	14,64
5	Agglomerationsräume- ländliche Kreise, sonstige Gemeinden	385	2,34
6	Agglomerationsräume- ländliche Kreise, Ober-/Mittelzentren	351	2,13
7	Agglomerationsräume- verdichtete Kreise, sonstige Gemeinden	734	4,46
8	Agglomerationsräume- verdichtete Kreise, Ober-/Mittelzentren	730	4,44
9	Ländliche Räume- ländliche Kreise, sonstige Gemeinden	694	4,22
10	Ländliche Räume- ländliche Kreise, Ober-/Mittelzentren	643	3,91
11	Ländliche Räume- geringe Dichte, sonstige Gemeinden	443	2,69
12	Ländliche Räume- geringe Dichte, Ober-/Mittelzentren	324	1,97
13	Verstädterte Räume- Kernstädte	1.151	7,00
14	Verstädterte Räume- ländliche Kreise, sonstige Gemeinden	744	4,52
15	Verstädterte Räume- ländliche Kreise, Ober-/Mittelzentren	746	4,54
16	Verstädterte Räume- verdichtete Kreise, sonstige Gemeinden	1.457	8,86
17	Verstädterte Räume- verdichtete Kreise, Ober-/Mittelzentren.	1.515	9,21
Miss.		38	

Quelle: microm_soep 2006, N = 16.484, *Jahr 2006

HA_MRI_K - MOSAIC Risiko

Die Variable Risiko beschreibt die statistische Wahrscheinlichkeit von Zahlungsausfällen für einen Haushalt. Die Werte für die microm-Population sind in neun etwa gleich große Klassen eingeteilt.

Risikoklasse

1	niedrigstes Risiko
2	weit unterdurchschnittliches Risiko
3	unterdurchschnittliches Risiko
4	leicht unterdurchschnittliches Risiko
5	mittleres Risiko
6	leicht überdurchschnittliches Risiko
7	überdurchschnittliches Risiko
8	weit überdurchschnittliches Risiko
9	höchstes Risiko

HA_MBA_W - MOSAIC Basis – Anzahl Haushalte

Diese Variable beschreibt die Anzahl der Privathaushalte pro Haus, für das microm-Segment in dem der untersuchte Haushalt lebt.

HA_MBA_A - MOSAIC Basis – Anzahl Gewerbebetriebe

Diese Variable beschreibt die Anzahl der Gewerbebetriebe pro Haus, für das microm-Segment in dem der untersuchte Haushalt lebt. Diese Information wurde auf Basis der Unternehmensregister ermittelt. Das deutsche Unternehmensregister wird von den Statistischen Ämtern der Länder geführt und vom Bundesamt für Statistik zusammengefasst. Darin sind Unternehmen und Betriebe mit steuerbarem Umsatz aus Lieferungen und Leistungen und sozialversicherungspflichtig Beschäftigten erfasst.

Unter folgendem Link finden sich ausführlichere Informationen zum Unternehmensregister.

http://www.statistikportal.de/Statistik-Portal/de_entMethDef.asp (Zugriff: 25.1.2007)

3.2.1.1 MOSAIC Sozio

HA_MSO_K - MOSAIC Sozio – Status

Die Variable ‚Status‘ erfasst die Haushalte nach Bildung und Einkommen. „Informationsbasis hierzu sind hauptsächlich die Berufsangaben und akademischen Titel der Telefonteilnehmer

bundesweit und die Adressen des Verbandes der Vereine Creditreform e.V. von Führungskräften der Wirtschaft.“⁴

Die Werte für die microm-Population sind in neun etwa gleich große Klassen eingeteilt.

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

HA_MSO_A - **MOSAIC Sozio – Familie**

ie Variable ‚Familie‘ enthält Informationen über die Sozialstruktur der Nachbarschaft eines Haushalts. Auf der Dimension ‚Singlehaushalte – Haushalte von Familien mit Kindern‘ werden neun Abstufungen mit gleicher Fallzahl unterschieden.

Die zugrunde liegenden Informationen stammen aus freiwilligen Angaben der Befragten und aus der Datei für Privatkonsumenten des Verbandes der Vereine Creditreform e. V.

Familienstruktur	
1	überwiegend Alleinstehende/Singlehaushalte
2	weit überdurchschnittlicher Anteil von Singlehaushalten
3	überdurchschnittlicher Anteil von Singlehaushalten
4	leicht überdurchschnittlicher Anteil von Singlehaushalten
5	gemischte Familienstruktur
6	leicht unterdurchschnittlicher Anteil von Familien mit Kindern
7	überdurchschnittlicher Anteil von Familien mit Kindern
8	weit überdurchschnittlicher Anteil von Familien mit Kindern
9	höchster Anteil von Familien mit Kindern

⁴ microm: MOSAIC-, KAUFKRAFT- und GEO-DATEN, 2004, S. 20.

HA_MSO_B - MOSAIC Sozio – Alter

Die Variable ‚Alter‘ gibt das ungefähre Alter des jeweiligen Haushaltsvorstands an. Die Werte beruhen auf konkreten Altersangaben falls vorhanden sowie auf Schätzungen mittels Vornamenanalyse. Die Daten stammen vom Verband der Vereine Creditreform e. V. Ursprünglich wurde der Altersdurchschnitt der Haushaltsvorstände eines microm-Segments berechnet.

Tab. 4 MOSAIC Sozio - Alter

Durchschnittsalter des Haushaltsvorstandes		absol. Häufigkeit* (Fallzahlen)	rel. Häufigkeit* (Spaltenanteile ohne Missings)
1	bis 35 Jahre	1.066	6,80
2	über 35 Jahre bis 40 Jahre	1.683	10,73
3	über 40 Jahre bis 45 Jahre	2.397	15,28
4	über 45 Jahre bis 50 Jahre	2.843	18,12
5	über 50 Jahre bis 55 Jahre	2.350	14,98
6	über 55 Jahre bis 60 Jahre	2.074	13,22
7	über 60 Jahre bis 65 Jahre	1.621	10,33
8	über 65 Jahre	1.654	10,54
Miss.		796	

Quelle: microm_soep 2006, N = 16.484, *Jahr 2006

HA_MSO_C - MOSAIC Sozio – Alter30

Diese Variable beschreibt ursprünglich den Anteil der unter Dreißigjährigen an den Haushaltsvorständen eines microm-Segments. Die Variablenwerte können hier als Wahrscheinlichkeiten für einen unter dreißigjährigen Haushaltsvorstand im untersuchten Haushalt verstanden werden.

HA_MSO_D - MOSAIC Sozio – Alter60

Diese Variable beschreibt ursprünglich den Anteil der über sechzigjährigen an den Haushaltsvorständen eines Segments. Die Variablenwerte können hier als Wahrscheinlichkeiten für einen über sechzigjährigen Haushaltsvorstand im untersuchten Haushalt verstanden werden.

HA_MSO_E - MOSAIC Sozio – Ausländeranteil

Ursprünglich wird durch diese Variable der erwartete Anteil ausländischer Haushaltsvorstände in einem microm-Segment beschrieben. Hier kann die Variable zur Einschätzung der Nachbarschaft eines Haushaltes herangezogen werden. Die Werte für die microm-Population sind in neun etwa gleich große Klassen eingeteilt.

Datenbasis ist die von microm durchgeführte Vornamenanalyse.

Ausländeranteil der Haushaltsvorstände im betreffenden Segment

1	niedrigster Anteil
2	extrem niedriger Anteil
3	sehr niedriger Anteil
4	weit unterdurchschnittlicher Anteil
5	unterdurchschnittlicher Anteil
6	leicht unterdurchschnittlicher Anteil
7	durchschnittlicher Anteil
8	überdurchschnittlicher Anteil
9	höchster Anteil

HA_MSO_F - MOSAIC Sozio – Anonymitätsbedürfnis

Die Variable ‚Anonymitätsbedürfnis‘ ist ein Index aus den gegebenen und zurückgehaltenen Angaben zu Beruf, vollständigem Vornamen und vollständiger Adresse.

Die Werte für die microm-Population sind in neun etwa gleich große Klassen eingeteilt.

Anonymitätsbedürfnis

1	niedrigstes Anonymitätsbedürfnis
2	weit unterdurchschnittliches Anonymitätsbedürfnis
3	unterdurchschnittliches Anonymitätsbedürfnis
4	leicht unterdurchschnittliches Anonymitätsbedürfnis
5	mittleres Anonymitätsbedürfnis
6	leicht überdurchschnittliches Anonymitätsbedürfnis
7	überdurchschnittliches Anonymitätsbedürfnis
8	weit überdurchschnittliches Anonymitätsbedürfnis
9	höchstes Anonymitätsbedürfnis

3.2.1.2 MOSAIC Bebauung

HA_MBE_K - MOSAIC Bebauung – Haustyp

Je nach der Anzahl der Haushalte, die ein Haus beherbergt und nach der Homogenität des Straßenabschnitts (gewerbliche Nutzung) werden sieben bzw. acht Haustypen unterschieden.

Tab. 5 Haustyp

Haustyp des Segments		absol. Häufigkeit* (Fallzahlen)	rel. Häufigkeit* (Spaltenanteile ohne Missings)
1	Ein- bis Zweifamilienhaus in homogen bebautem Straßenabschnitt	2.818	17,96
2	Ein- bis Zweifamilienhaus in nicht homogen bebautem Straßenabschnitt	4.300	27,41
3		2.919	18,61
4	Drei- bis Fünffamilienhaus	2.736	17,44
5	Sechs- bis Neunfamilienhaus	1.893	12,07
6	Wohnblock mit zehn bis neunzehn Haushalten	866	5,52
7	Hochhaus mit 20 und mehr Haushalten	156	0,99
Miss.	Überwiegend gewerblich genutztes Haus	796	

Quelle: microm_soep 2006, N = 16.484, *Jahr 2006

HA_MBE_A - MOSAIC Bebauung – Straßentyp

Je nach Ausmaß der gewerblichen Nutzung der Haushalte in einer Straße, werden fünf bzw. sechs Straßentypen unterschieden. Die Variablenausprägung richtet sich nach der Arbeitsplatzquote und nach der Art der gewerblichen Nutzung im jeweiligen microm-Segment. Letztere wiederum ergibt sich aus der Anzahl der Läden, Freiberufler und Gaststätten sowie nach der Anzahl der Betriebe mit beeinträchtigendem Gewerbe.

Tab. 6 Straßentyp

Straßentyp des Segments		absol. Häufigkeit* (Fallzahlen)	rel. Häufigkeit* (Spaltenanteile ohne Missings)
1	reine Wohnstraße	8.028	51,17
2	Straße geprägt durch Läden und Dienstleistungen	2.171	13,84
3	Mischform	3.119	19,88
4	Gewerbestraße	2.177	13,88
5	extrem gewerblich genutzte Straße	193	1,23
Miss.		796	

Quelle: microm_soep 2006, N = 16.484, *Jahr 2006

3.2.1.3 MOSAIC Automobil

HA_MPI_K - MOSAIC Automobil – PKW Dichte

Die PKW-Dichte errechnet sich aus dem Verhältnis der Anzahl an PKW zu der Anzahl an Haushalten. Die Werte für die microm-Population sind in neun etwa gleich große Klassen eingeteilt.

Die Datengrundlage ist das Zentrale Fahrzeugregister des Kraftfahrtbundesamtes in Flensburg. Alle Kraftfahrzeuginformationen liegen ursprünglich nur für Segmente von mindestens 20 Haushalten vor.

Dichteklasse	
1	niedrigste Dichte
2	weit unterdurchschnittliche Dichte
3	unterdurchschnittliche Dichte
4	leicht unterdurchschnittliche Dichte
5	durchschnittliche Dichte
6	leicht überdurchschnittliche Dichte
7	überdurchschnittliche Dichte
8	weit überdurchschnittliche Dichte
9	höchste Dichte

HA_MPI_A - MOSAIC Automobil – PKW Größe

Die PKW-Größe gibt die Anzahl der Sitze in einem PKW an. Die Variable misst die durchschnittliche Größe der Autos in einem Segment.

Die Datengrundlage ist das Zentrale Fahrzeugregister des Kraftfahrtbundesamtes in Flensburg. Alle Kraftfahrzeuginformationen liegen ursprünglich nur für Segmente von mindestens 20 Haushalten vor.

Tab. 7 PKW Größe

Größenklasse		absol. Häufigkeit* (Fallzahlen)	rel. Häufigkeit* (Spaltenanteile ohne Missings)
1	überdurchschnittlicher Anteil an Zwei- bis Viersitzern	3.351	21,36
2	überdurchschnittlicher Anteil an Fünfsitzern oder gemischte Struktur	8.991	57,31
3	überdurchschnittlicher Anteil an Sechs- bis Achtsitzern	3.346	21,33
Miss.		796	

Quelle: microm_soep 2006, N = 16.484, *Jahr 2006

HA_MPI_B - MOSAIC Automobil – PKW Leistung

Die PKW-Leistung ist ein Index aus Leistung (kW), Hubraum (ccm) und Höchstgeschwindigkeit (km/h) der PKW. Die Variable misst die durchschnittliche Größe der Autos in einem Segment. Die Werte für die microm-Population sind in neun etwa gleich große Klassen eingeteilt.

Die Datengrundlage ist das Zentrale Fahrzeugregister des Kraftfahrtbundesamtes in Flensburg. Alle Kraftfahrzeuginformationen liegen ursprünglich nur für Segmente von mindestens 20 Haushalten vor.

Leistungsklasse	
1	niedrigste Leistung
2	weit unterdurchschnittliche Leistung
3	unterdurchschnittliche Leistung
4	leicht unterdurchschnittliche Leistung
5	durchschnittliche Leistung
6	leicht überdurchschnittliche Leistung
7	überdurchschnittliche Leistung
8	weit überdurchschnittliche Leistung
9	höchste Leistung

HA_MPI_C - MOSAIC Automobil – PKW Gebrauchtwagenindex

In den Gebrauchtwagenindex fließen die Anzahl der Halter eines KFZ und das Jahr seiner Erstzulassung (Approximation für Baujahr) ein. Die Werte für die microm-Population sind in neun etwa gleich große Klassen eingeteilt.

Die Datengrundlage ist das Zentrale Fahrzeugregister des Kraftfahrtbundesamtes in Flensburg. Alle Kraftfahrzeuginformationen liegen ursprünglich nur für Segmente von mindestens 20 Haushalten vor.

Gebrauchtwagenindex	
1	niedrigster Anteil alter oder gebrauchter Fahrzeuge
2	weit unterdurchschnittlicher Anteil alter oder gebrauchter Fahrzeuge
3	unterdurchschnittlicher Anteil alter oder gebrauchter Fahrzeuge
4	leicht unterdurchschnittlicher Anteil alter oder gebrauchter Fahrzeuge
5	durchschnittlicher Anteil alter oder gebrauchter Fahrzeuge
6	leicht überdurchschnittlicher Anteil alter oder gebrauchter Fahrzeuge
7	überdurchschnittlicher Anteil alter oder gebrauchter Fahrzeuge
8	weit überdurchschnittlicher Anteil alter oder gebrauchter Fahrzeuge
9	höchster Anteil alter oder gebrauchter Fahrzeuge

HA_MPM_A bis HA_MPM_O (ohne ~_K) - **MOSAIC Automobil – Markendichte**

Angaben zur Markendichte liegen für 13 verschiedene Marken bzw. Markengruppen vor. Die Markendichte gibt den Anteil an der Anzahl aller PKW in einem Raum an. Die Werte sind je nach Markenanteil in neun Klassen eingeteilt.

Die Datengrundlage ist das Zentrale Fahrzeugregister des Kraftfahrtbundesamtes in Flensburg. Alle Kraftfahrzeuginformationen liegen ursprünglich nur für Segmente von mindestens 20 Haushalten vor.

Tab. 8 PKW Markendichte

Markendichteklasse für Beispiel BMW (Vorsicht: Die Labels einiger Markenvariablen weichen von diesem Schema ab.)		absol. Häufigkeit* (Fallzahlen)	rel. Häufigkeit* (Spaltenanteile ohne Missings)
1	keine Fahrzeuge der Marke	3.911	24,93
2	weit unterdurchschnittlicher Anteil	1.478	9,42
3	unterdurchschnittlicher Anteil	1.553	9,90
4	leicht unterdurchschnittlicher Anteil	1.655	10,55
5	durchschnittlicher Anteil	1.317	8,39
6	leicht überdurchschnittlicher Anteil	1.476	9,41
7	überdurchschnittlicher Anteil	1.527	9,73
8	weit überdurchschnittlicher Anteil	1.243	7,92
9	höchster Anteil	1.528	9,74
Miss.		796	

Quelle: microm_soep 2006, N = 16.484, *Jahr 2006

HA_MPM_K - MOSAIC Automobil – Dominante Marke

Diese Variable gibt den Anteil einer Marke bzw. Markengruppe an allen PKW im untersuchten Gebiet an. Die Dominante Marke ist diejenige Marke, die im Verhältnis zur Gesamtverteilung im untersuchten Gebiet am stärksten überrepräsentiert ist.

Die Datengrundlage ist das Zentrale Fahrzeugregister des Kraftfahrtbundesamtes in Flensburg. Alle Kraftfahrzeuginformationen liegen ursprünglich nur für Segmente von mindestens 20 Haushalten vor.

Tab. 9 PKW Dominante Marke

Marken und Markengruppen		absol. Häufigkeit* (Fallzahlen)	rel. Häufigkeit* (Spaltenanteile ohne Missings)
1	Audi	831	5,30
2	BMW	963	6,14
3	Fiat (einschl. Alfa Romeo, Lancia)	644	4,11
4	Ford	1.472	9,38
5	Mazda	397	2,53
6	Mercedes	1.280	8,16
7	Nissan	429	2,73
8	Opel	2.606	16,61
9	Peugeot (einschl. Citroen)	649	4,14
10	Renault	915	5,83
11	Sonstige Japaner	709	4,52
12	Sonstige	1.040	6,63
13	Toyota (einschl. Lexus)	436	2,78
14	Volkswagen	3.317	21,14
Miss.		796	

Quelle: microm_soep 2006, N = 16.484, *Jahr 2006

HA_MPH_K - MOSAIC Automobil – PKW Halter-Typologie

Aus der Verknüpfung von technischen Informationen über die PKW mit sozioökonomischen und einstellungsspezifischen Informationen über die Halter entstand die vorliegende Halter-Typologie, die acht verschiedene Typen aufweist.

Neben den MOSAIC-Variablen dient das Zentrale Fahrzeugregister des Kraftfahrtbundesamtes in Flensburg als Datengrundlage. Alle Kraftfahrzeuginformationen liegen ursprünglich nur für Segmente von mindestens 20 Haushalten vor.

Tab. 10 PKW Halter-Typologie

Halter Typ	absol. Häufigkeit* (Fallzahlen)	rel. Häufigkeit* (Spaltenanteile ohne Missings)
1 der preisbewusste Rationalist	2.145	13,67
2 der jüngere Kleinwagenfahrer	2.021	12,88
3 der zweckorientierte Gebrauchtwagenfahrer	2.342	14,93
4 der konservative Untere-Mittelklasse-Fahrer	2.365	15,08
5 der qualitätsbewusste Mittelklassefahrer	2.130	13,58
6 der familienorientierte Kombifahrer	2.010	12,81
7 der markenbewusste Oberklassefahrer	1.425	9,08
8 der prestige- und leistungsorientierte Fahrer	1.250	7,97
Miss.	796	

Quelle: microm_soep 2006, N = 16.484, *Jahr 2006

Kurzbeschreibung der Halter-Typen⁵:

- Typ 1 Der preisbewusste Rationalist: „Dieser PKW Halter Typ hat Familie, wohnt ländlich und ist in den älteren Bevölkerungsgruppen überrepräsentiert. Sein Status ist eher gering.“
- Typ 2 Der jüngere Kleinwagen-Fahrer: „Bei diesem PKW Halter Typ handelt es sich mit Abstand um den jüngsten aller Fahrzeughalter. Er ist Single und weist eine äußerst geringe Kaufkraft auf. Man findet ihn sowohl im ländlichen Raum als auch in städtischen Gebieten.“
- Typ 3 Der zweckorientierte Gebrauchtwagenfahrer: „Die PKW Halter dieses Typs sind städtisch geprägt und insbesondere in Kernstädten mit mehr als 500.000 Einwohnern weit überrepräsentiert. Sie gehören zu den jüngeren PKW-Haltern und sind eher unter den Singles zu finden. Die Kaufkraft ist leicht unterdurchschnittlich.“
- Typ 4 Der konservative untere Mittelklasse-Fahrer: „Der konservative untere Mittelklasse-Fahrer wohnt eher im ländlichen Raum und weist ein mittleres Einkommens- und Bildungsniveau auf. Er ist stark in den älteren Bevölkerungsgruppen vertreten.“

⁵ Vgl. microm: MOSAIC-, KAUFKRAFT- und GEO-DATEN, 2004, S. 34.

- Typ 5 Der qualitätsbewusste Mittelklasse-Fahrer: „Dieser Halter Typ ist durchschnittlich alt und zeigt eine deutliche Tendenz zur Familie. Er wohnt häufig in ländlichen Gebieten. Seine Kaufkraft ist leicht überdurchschnittlich.“
- Typ 6 Der familienorientierte Kombifahrer: „Der familienorientierte Kombi-Fahrer ist in den jüngeren Bevölkerungsgruppen deutlich überrepräsentiert. Er wohnt in stadtnahen Umlandgemeinden und hat Familie. Das Einkommens- und Bildungsniveau ist weit überdurchschnittlich.“
- Typ 7 Der markenbewusste Oberklasse-Fahrer: „Dieser PKW Halter Typ ist vor allem in den älteren Bevölkerungsgruppen zu finden. Er wohnt in Großstädten, sein Status ist weit überdurchschnittlich.“
- Typ 8 Der prestige- und leistungsorientierte Fahrer: „Der prestige- und leistungsorientierte Fahrer wohnt sowohl in stadtnahen Umlandgemeinden als auch in der Großstadt. Er gehört überwiegend zu den älteren Bevölkerungsgruppen und weist einen besonders hohen Status auf.“

3.2.1.4 MOSAIC Mobilität

HA_MMO_K - **MOSAIC Mobilität – Umzugsvolumen Haushalte**

MZ_MMO_K - **MOSAIC Mobilität – Umzugsvolumen Marktzellen**

“Das Umzugsvolumen beschreibt die Gesamtmenge aller Umzüge bezogen auf 1.000 Haushalte.“⁶ Die Information liegt sowohl für die Haushaltsebene als auch für die Marktzellenebene vor. Die Werte für die microm-Population sind in neun etwa gleich große Klassen eingeteilt.

Umzugsvolumenklasse	
1	niedrigstes Umzugsvolumen
2	weit unterdurchschnittliches Umzugsvolumen
3	unterdurchschnittliches Umzugsvolumen
4	leicht unterdurchschnittliches Umzugsvolumen
5	mittleres Umzugsvolumen
6	leicht überdurchschnittliches Umzugsvolumen
7	überdurchschnittliches Umzugsvolumen
8	weit überdurchschnittliches Umzugsvolumen
9	höchstes Umzugsvolumen

⁶ microm: MOSAIC-, KAUFKRAFT- und GEO-DATEN, 2004, S. 37.

HA_MMO_A - MOSAIC Mobilität – Umzugssaldo Haushalte

MZ_MMO_A - MOSAIC Mobilität – Umzugssaldo Marktzellen

Der Umzugssaldo beschreibt die Differenz aus Zuzügen und Wegzügen bezogen auf eintausend Haushalte. Daraus lässt sich ablesen, ob die Bevölkerung umzugsbedingt wächst oder abnimmt. Die Information liegt sowohl für die Haushaltsebene als auch für die Marktzellenebene vor. Die Werte für die microm-Population sind in neun etwa gleich große Klassen eingeteilt.

Umzugssaldoklasse

1	sehr stark negativer Umzugssaldo
2	stark negativer Umzugssaldo
3	negativer Umzugssaldo
4	leicht negativer Umzugssaldo
5	ausgeglichener Umzugssaldo
6	leicht positiver Umzugssaldo
7	positiver Umzugssaldo
8	stark positiver Umzugssaldo
9	sehr stark positiver Umzugssaldo

HA_MMO_B - MOSAIC Mobilität – Fluktuation Haushalte

MZ_MMO_B - MOSAIC Mobilität – Fluktuation Marktzellen

Die Fluktuation wird unter Berücksichtigung von Umzugsvolumen und Umzugssaldo berechnet. Sie misst den Umzugssaldo unter Berücksichtigung des Umzugsvolumens ursprünglich auf einer Ebene von durchschnittlich 28 Haushalten. Die höchste Fluktuation resultiert aus einem hohen Umzugsvolumen und einem negativen Saldo. Die geringste Fluktuation tritt bei einem niedrigen Umzugsvolumen mit positivem Saldo auf. Die Information liegt sowohl für die Haushaltsebene als auch für die Marktzellenebene vor. Die Werte für die microm-Population sind in neun etwa gleich große Klassen eingeteilt.

Fluktuationsklasse	
1	niedrigste Fluktuation
2	weit unterdurchschnittliche Fluktuation
3	unterdurchschnittliche Fluktuation
4	leicht unterdurchschnittliche Fluktuation
5	durchschnittliche Fluktuation
6	leicht überdurchschnittliche Fluktuation
7	überdurchschnittliche Fluktuation
8	weit überdurchschnittliche Fluktuation
9	höchste Fluktuation

MZ_MMO_C - MOSAIC Mobilität – Nahumzugsquote

Die Umzugsquote beschreibt das Verhältnis von Umzügen innerhalb einer Marktzelle zur Anzahl von Umzügen insgesamt. Ein hoher Anteil von gebietsinternen Umzügen lässt eine hohe Zufriedenheit mit dem Gebiet vermuten. Die Werte für die microm-Population sind in neun etwa gleich große Klassen eingeteilt.

Nahumzugsquotenklasse	
1	niedrigste Nahumzugsquote
2	weit unterdurchschnittliche Nahumzugsquote
3	unterdurchschnittliche Nahumzugsquote
4	leicht unterdurchschnittliche Nahumzugsquote
5	durchschnittliche Nahumzugsquote
6	leicht überdurchschnittliche Nahumzugsquote
7	überdurchschnittliche Nahumzugsquote
8	weit überdurchschnittliche Nahumzugsquote
9	höchste Nahumzugsquote

MZ_MMO_D - MOSAIC Mobilität – Fernumzugsvolumen

Das Fernumzugsvolumen beschreibt ausschließlich Umzüge über die Grenzen eines Gebietes (hier einer Marktzelle) hinweg bezogen auf eintausend Haushalte. Die Werte für die microm-Population sind in neun etwa gleich große Klassen eingeteilt.

Fernumzugsvolumenklasse

1	niedrigstes Fernumzugsvolumen
2	weit unterdurchschnittliches Fernumzugsvolumen
3	unterdurchschnittliches Fernumzugsvolumen
4	leicht unterdurchschnittliches Fernumzugsvolumen
5	mittleres Fernumzugsvolumen
6	leicht überdurchschnittliches Fernumzugsvolumen
7	überdurchschnittliches Fernumzugsvolumen
8	weit überdurchschnittliches Fernumzugsvolumen
9	höchstes Fernumzugsvolumen

3.2.1.5 MOSAIC Targets

Die MOSAIC Targets sind ein Kooperationsprodukt von microm und Global Direct GmbH, einem Dialogmarketing-Unternehmen, dass „eine der größten Endverbraucher-Datenbanken in Deutschland mit aktuell ca. 62 Mio. Adressen bzw. Personendaten (Stand: August 2005)“ vorhält. (Startseite, <http://www.global-direct.de/>, Zugriff: 25.01.2007). Informationen zu den Targets finden sich unter: http://www.global-direct.de/gd/produkte_services/gdtarget.php.

Für die Variablen dieses Abschnitts wurde die microm-Population jeweils in neun etwa gleich große Klassen eingeteilt. Die Ausprägungen haben stets folgende Bedeutungen:

1	niedrigste Affinität
2	weit unterdurchschnittliche Affinität
3	unterdurchschnittliche Affinität
4	leicht unterdurchschnittliche Affinität
5	durchschnittliche Affinität
6	leicht überdurchschnittliche Affinität
7	überdurchschnittliche Affinität
8	weit überdurchschnittliche Affinität
9	höchste Affinität

HA_TFI_K - MOSAIC Targets – Kreditkarte

Die Variable ‚Kreditkarte‘ enthält Informationen zur Nutzung von Kreditkarten bei einzelnen Personen. Das Kreditkartennutzungsverhalten erlaubt einige Rückschlüsse auf den Sozioöko-

nomischen Status (SES). Der SES von Kreditkartennutzern wird als überdurchschnittlich eingeschätzt.

Im vorliegenden Datensatz sind die Informationen auf Haushaltsebene gesichert. Die Variable unterscheidet neun Grade der Affinität.

HA_TFI_A - MOSAIC Targets – Raten- und Teilzahlung

Die Variable erfasst ursprünglich die Affinität von Personen zur Ratenzahlung von Gebrauchs- und Anlagegütern in neun Klassifizierungsgruppen. Die Kaufkraft von Personen mit hoher Affinität zur Raten- und Teilzahlung wird von microm als gering eingeschätzt.

Die Variable unterscheidet neun Grade der Affinität.

HA_TFI_B - MOSAIC Targets – Bausparen

Als hohe Bausparaffinität wird das durch Bestellung von Informationsmaterial per Post oder Internet nachgewiesene Interesse an Bausparprodukten interpretiert. Personen mit hoher Affinität zum Bausparen werden von microm als tendenziell jung und zudem sicherheitsbedürftig eingeschätzt.

Die Variable unterscheidet neun Grade der Affinität.

HA_TFI_C - MOSAIC Targets – Geldanlage

Die Variable ‚Geldanlage‘ erfasst Leser von Informationsbriefen und Zeitschriften zu den Themen Aktien und Geldanlagen, also Personen, die sich anscheinend für das Thema Geldanlage interessieren. „Es handelt sich meist um Personen mit gehobenem Einkommen. Überwiegend männlich, besitzt diese Personengruppe neben dem ausgeprägten Bedarf an Kapitalanlagen auch ein großes Interesse an exklusiven Konsumgütern.“⁷ Die Variable unterscheidet neun Grade der Affinität.

⁷ microm: MOSAIC-, KAUFKRAFT- und GEO-DATEN, 2004, S. 42.

HA_TFR_K - MOSAIC Targets – Spenden

Personen mit hoher Affinität sind solche, die in der Vergangenheit gespendet haben oder Artikel gekauft haben, die auf Spendenaffinität schließen lassen. Die Variable erfasst den Grad der Spendenbereitschaft in neun Abstufungen. „Sie [Personen mit hoher Spendenbereitschaft; NW] verfügen generell über einen hohen Bildungsstand und nehmen aktiv am gesellschaftlichen Leben teil. Da es ihnen und ihrer Familie «gut geht» und sie auf einer soliden wirtschaftlichen Basis stehen, sind sie auch bereit, finanzielle Hilfe zu leisten.“⁸

HA_TKO_A - MOSAIC Targets – Fax

Werte für diese Variable wurden nur in den Jahren 2005 und 2006 erhoben. Zur Ermittlung dieser Variable liegen keine weiteren Informationen vor.

HA_TKO_B - MOSAIC Targets – Internet

Personen mit hoher Affinität zum Internet haben per Internet Bestellvorgänge abgewickelt, Informationen angefordert oder an Gewinnspielen teilgenommen. „Personen dieser Zielgruppe stellen ein einkommensstarkes Potential dar. Sie gehören meist zu gehobenen Berufsgruppen, Akademiker sind überproportional vertreten. Männer sind in dieser Zielgruppe immer noch deutlich stärker repräsentiert.“⁹ Die Variable unterscheidet neun Grade der Affinität.

HA_TKO_C - MOSAIC Targets – ISDN

Die Informationen dieser Variable beruhen auf freiwilligen Angaben der Internetnutzer zu ihren Verbindungseigenschaften. Die Ausstattung mit moderner Kommunikationstechnik bei ISDN-Nutzern wird als hoch eingeschätzt. Zudem ist laut microm von hoher Kaufkraft und Aufgeschlossenheit gegenüber Angeboten per Post und gegenüber E-Commerce auszugehen. „Gutsituierte, Freiberufler und «SoHos» sind ebenso wie Akademiker in dieser Zielgruppe sehr stark vertreten.“¹⁰ Die Variable unterscheidet neun Grade der Affinität.

⁸ ebd., S. 43.

⁹ ebd., S. 43.

¹⁰ ebd., S. 43.

HA_TKO_D - MOSAIC Targets – Mobilfunk

Mobilfunk-Nutzer werden als kaufkräftig und überdurchschnittlich gebildet eingeschätzt. Es wird davon ausgegangen, dass sie über moderne Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik verfügen. Die Variable unterscheidet neun Grade der Affinität. Zur Ermittlung dieser Variable liegen keine weiteren Informationen vor.

HA_TKO_K - MOSAIC Targets – Anrufbeantworter-Nutzer

Der sozioökonomische Status von Nutzern von Anrufbeantwortern wird als hoch eingeschätzt, sie sind meist männlich. Die Variable unterscheidet neun Grade der Affinität. Zur Ermittlung dieser Variable liegen keine weiteren Informationen vor.

HA_TKO_E - MOSAIC Targets – PC-Nutzer

„PC-Nutzer sind überdurchschnittlich häufig in den jüngeren Altersschichten vertreten. Sie leben vorwiegend in guten städtischen Wohnlagen... [...] Die Kaufkraft dieser Zielgruppe liegt über dem Bundesdurchschnitt.“¹¹ Die Variable unterscheidet neun Grade der Affinität. Zur Ermittlung dieser Variable liegen keine weiteren Informationen vor.

HA_THF_K - MOSAIC Targets – Garten

Hohe Affinität zu ‚Garten‘ haben Personen, die per Post oder per Internet Artikel für den eigenen Garten bestellt haben oder spezialisierte Gartenmagazine lesen. Die Variable unterscheidet neun Grade der Affinität.

¹¹ ebd., S. 44.

HA_THF_A - MOSAIC Targets – Sammeln

Hohe Affinität zu ‚Sammeln‘ haben Personen, die per Post oder per Internet Sammlerartikel wie Briefmarken, Münzen oder Spielzeug bestellt haben. Der Lebensstil von Sammlern wird als konservativ eingeschätzt. Die Variable unterscheidet neun Grade der Affinität.

HA_THF_B - MOSAIC Targets – Haustiere

Hohe Affinität zu Haustieren haben Personen, die Tiermagazine lesen oder abonniert haben. „Haustierbesitzer sind oft Senioren oder Personen mit Familie. Sie leben vielfach in Häusern mit Garten, [...] Durch ihre Einstellung zu Tieren signalisieren sie auch soziales Verantwortungsbewusstsein.“¹² Die Variable unterscheidet neun Grade der Affinität.

HA_TME_A - MOSAIC Targets – Nachrichtenmagazine

„In dieser Zielgruppe finden sich überwiegend männliche Personen mit einem gehobenen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Status.“¹³ Die Variable unterscheidet neun Grade der Affinität. Zur Ermittlung der Variable liegen keine Informationen vor.

HA_TME_B - MOSAIC Targets – Überregionale Tageszeitungen

„Es handelt sich um eine überwiegend männliche Zielgruppe mit einem hohen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Status. Leser überregionaler Zeitungen sind ein eher kaufkräftiges Potential.“¹⁴ Die Variable unterscheidet neun Grade der Affinität. Zur Ermittlung der Variable liegen keine Informationen vor.

HA_TME_K - MOSAIC Targets – Frauenmagazine

Zur Ermittlung der Variable liegen keine Informationen vor. Die Werte für diese Variable wurden nur in den Jahren 2005 und 2006 erhoben.

¹² ebd., S. 45.

¹³ ebd., S. 45.

HA_TMO_B - MOSAIC Targets – Mailorder

Diese Variable berücksichtigt Bestellungen per Post, Fax und Internet. Kaufkraft und sozialer Status von Personen, die per Mailorder einkaufen, wird tendenziell durchschnittlich bis niedrig eingeschätzt. Sie nutzen gerne die Möglichkeit der Ratenzahlung. Die Variable unterscheidet neun Grade der Affinität.

HA_TMO_A - MOSAIC Targets – Mailorder von Lingerie

Zur Ermittlung der Variable liegen keine Informationen vor. Werte für diese Variable wurden nur in den Jahren 2005 und 2006 erhoben.

HA_TMO_K - MOSAIC Targets – Mailorder von Heimtextilien

Zur Ermittlung der Variable liegen keine Informationen vor. Die Werte für diese Variable wurden nur in den Jahren 2005 und 2006 erhoben.

HA_TGW_K - MOSAIC Targets – Apothekenbesucher

Apothekenbesucher werden als überwiegend weiblich und älter als 45 Jahre eingestuft. Sie leben häufig am Stadtrand oder in Umlandgemeinden. Die Variable unterscheidet neun Grade der Affinität.

HA_TGL_K - MOSAIC Targets – Gewinnspiel

Zur Ermittlung der Variable liegen keine Informationen vor. Die Werte für diese Variable wurden nur im Jahr 2005 erhoben.

¹⁴ microm: MOSAIC-, KAUFKRAFT- und GEO-DATEN, 2004, S. 45.

3.2.1.6 MOSAIC Milieus

HA_MMI_A bis HA_MMI_I und HA_MMI_S - MOSAIC Milieus

Die MOSAIC-Milieus® sind eine Projektion der von Sinus Sociovision GmbH erstellten Sinus-Milieus® auf die Ebene der Haushalte bzw. auf die Ebene der microm-Segmente.

Die Sinus-Milieus® sind eine Typologie, die aus Wertprioritäten und Lebensstilen durch qualitative Analyseverfahren ermittelt wurden. Die Milieus erfassen die wichtigsten Erlebnisbereiche der Menschen und wurden in der Marktforschung ermittelt, weshalb das Konsumverhalten eine wichtige Rolle bei der Charakterisierung spielt. Erst die MOSAIC-Milieus® erlauben jedoch die geographische Zuordnung der Sinus-Milieus®. Für die zielgenaue Verknüpfung werden verschiedene MOSAIC-Variablen aus dem microm-Datensatz verwendet.

Den Haushalten wurden allerdings nicht deterministisch Milieus sondern Wahrscheinlichkeiten für das Auftreten von Milieus zugewiesen. Jede der zehn Milieu-Variablen gibt also die statistische Wahrscheinlichkeit an, mit der ein Haushalt dem jeweiligen Milieu zuzuordnen ist.

HA_MMI_S - MOSAIC Milieu – Etablierte (Sinus B1)

„Das selbstbewusste Establishment: Erfolgs-Ethik, Machbarkeitsdenken und ausgeprägte Exklusivitätssansprüche.“¹⁵

HA_MMI_A - MOSAIC Milieu – Postmaterielle (Sinus B12)

„Das aufgeklärte Nach-68-er Milieu: Liberale Grundhaltung, postmaterielle Werte und intellektuelle Interessen.“

HA_MMI_B - MOSAIC Milieu – Moderne Performer (Sinus C12)

„Die junge, unkonventionelle Leistungselite: intensives Leben – beruflich und privat, Multi-Optionalität, Flexibilität und Multimedia-Begeisterung.“

¹⁵ Vgl. hierzu und im Folgenden: microm: MOSAIC-, KAUFKRAFT- und GEO-DATEN, 2004, S. 51.

HA_MMI_C - MOSAIC Milieu – Konservative (Sinus A12)

„Das alte deutsche Bildungsbürgertum: konservative Kulturkritik, humanistisch geprägte Pflichtauffassung und gepflegte Umgangsformen.“

HA_MMI_D - MOSAIC Milieu – Traditionsverwurzelte (Sinus A23)

„Die Sicherheit und Ordnung liebende Kriegsgeneration: verwurzelt in der kleinbürgerlichen Welt bzw. in der traditionellen Arbeiterkultur.“

HA_MMI_E - MOSAIC Milieu – DDR-Nostalgische (Sinus AB2)

„Die resignierten Wende-Verlierer: Festhalten an preußischen Tugenden und altsozialistischen Vorstellungen von Gerechtigkeit und Solidarität.“

HA_MMI_F - MOSAIC Milieu – Bürgerliche Mitte (Sinus B2)

„Der statusorientierte moderne Mainstream: Streben nach beruflicher und sozialer Etablierung, nach gesicherten und harmonischen Verhältnissen.“

HA_MMI_G - MOSAIC Milieu – Konsum-Materialisten (Sinus B3)

„Die stark materialistisch geprägte Unterschicht: Anschluss halten an die Konsum-Standards der breiten Mitte als Kompensationsversuch sozialer Benachteiligungen.“

HA_MMI_H - MOSAIC Milieu – Hedonisten (Sinus BC3)

„Die Spaß-orientierte moderne Unterschicht/ untere Mittelschicht: Verweigerung von Konventionen und Verhaltenserwartungen der Leistungsgesellschaft.“

HA_MMI_I - MOSAIC Milieu – Experimentalisten (Sinus C2)

„Die extrem individualistische neue Bohème: Ungehinderte Spontaneität, Leben in Widersprüchen, Selbstverständnis als Lifestyle-Avantgarde.“

HA_MMI_K - MOSAIC Milieus – Dominantes Milieu

Die MOSAIC-Milieus® sind eine Projektion der von Sinus Sociovision GmbH erstellten Sinus-Milieus® auf die Ebene der Haushalte bzw. auf die Ebene der microm-Segmente.

Die Sinus-Milieus® sind eine Typologie, die aus Wertprioritäten und Lebensstilen durch qualitative Analyseverfahren ermittelt wurden. Die Milieus erfassen die wichtigsten Erlebnissbereiche der Menschen und wurden in der Marktforschung ermittelt, weshalb das Konsumverhalten eine wichtige Rolle bei der Charakterisierung spielt. Erst die MOSAIC-Milieus® erlauben jedoch die geographische Zuordnung der Sinus-Milieus®. Für die zielgenaue Verknüpfung werden verschiedene MOSAIC-Variablen aus dem microm-Datensatz verwendet.

Den Haushalten wurden allerdings nicht Milieus sondern Wahrscheinlichkeiten für das Auftreten von Milieus zugewiesen. Diese Variable gibt nun das dominante Milieu für die jeweils untersuchte geographische Ebene an.

Tab. 11 Dominantes MOSAIC Milieu®

Dominantes MOSAIC Milieu® auf Bundesebene		absol. Häufigkeit	rel. Häufigkeit
1	Etablierte	1.314	10,65
2	Postmaterielle	1.403	11,37
3	Moderne Performer	1.222	9,90
4	Konservative	566	4,59
5	Traditionsverwurzelte	1.625	13,17
6	DDR-Nostalgiker	666	5,40
7	Bürgerliche Mitte	2.088	16,92
8	Konsum-Materialisten	1.349	10,93
9	Hedonisten	1.196	9,69
10	Experimentalisten	912	7,39
11	Haus mit gewerblicher Nutzung	50	
Miss.		445	

Quelle: microm_soep 2006, N = 12.836, *Jahr 2005

3.2.2 Kaufkraft

ST_KKR_A bis ST_KKR_D und ST_KKR_W – **Kaufkraft microm-Segmente**

MZ_KKR_A bis MZ_KK_D und MZ_KKR_W – **Kaufkraft Marktzellen**

Die Kaufkraft wird auf Grundlage der von der GfK Marktforschung verarbeiteten amtlichen Lohn- und Einkommensteuerstatistik berechnet. Die amtlichen Statistiken liegen allerdings nur auf Gemeindeebene vor. Durch die Verknüpfung der von GfK Marktforschung gelieferten Daten mit verschiedenen MOSAIC-Variablen hat microm die Kaufkraft der einzelnen microm-Segmente und die der Marktzellen errechnet. Die Kaufkraft wurde dabei getrennt nach Ost- und Westdeutschland modelliert.

ST_KKR_W - **Kaufkraftindex bezogen auf die gesamte Bundesrepublik**

Bezugsebene ist der Straßenabschnitt. Der von microm ermittelte Bundesdurchschnitt hat den Wert 100.

MZ_KKR_W - **Kaufkraftindex bezogen auf die gesamte Bundesrepublik**

Bezugsebene ist die Marktzelle. Der von microm ermittelte Bundesdurchschnitt hat den Wert 100.

ST_KKR_A - **Kaufkraftindex getrennt bezogen auf die Alten/die Neuen Bundesländer**

MZ_KKR_A - **Kaufkraftindex getrennt bezogen auf die Alten/die Neuen Bundesländer**

Die durchschnittliche Kaufkraft wurde von microm getrennt für die Alten und die Neuen Bundesländer berechnet. Die Werte für Straßenabschnitt und Marktzellen in den Neuen Ländern beziehen sich also auf die durchschnittliche Kaufkraft für die Neuen Länder. Zur Verwendung dieser Variablen empfiehlt sich die Kombination mit der Variable HA_MOW_K oder einer entsprechenden SOEP-Variable, die angibt in welchem Teil der Bundesrepublik sich die Haushalte befinden.

ST_KKR_B - Durchschnittliche Kaufkraft pro Haushalt in Euro

MZ_KKR_B - Durchschnittliche Kaufkraft pro Haushalt in Euro

ST_KKR_C - Kaufkraftanteil der microm-Segmente in Promille

MZ_KKR_C - Kaufkraftanteil der Marktzellen in Promille

ST_KKR_D - Kaufkraftsumme in Euro

MZ_KKR_D - Kaufkraftsumme in Euro

3.2.3 Sonstige Variablen

HA_MOW_K – Ost/West

Diese Variable gibt die Region der Adresse (Ost- oder Westdeutschland) wider.

BLNAME und BLAND_ID – Bundesland

(BLAND_ID - Nummer für die Eindeutige Zuordnung der Bundesländer)

Jedes der 16 Bundesländer hat eine Identifikationsnummer in der Variable BLAND_ID. Die Namen der Bundesländer sind separat in der Variable BLNAME abgelegt.

Tab. 12 Bundesland

Bundesland	absol. Häufigkeit	rel. Häufigkeit
1 Baden-Württemberg	1.943	11,81
2 Bayern	2.300	13,99
3 Berlin	716	4,35
4 Brandenburg	666	4,05
5 Bremen	135	0,82
6 Hamburg	290	1,76
7 Hessen	1.177	7,16
8 Mecklenburg-Vorpommern	375	2,28
9 Niedersachsen	1.434	8,72
10 Nordrhein-Westfalen	3.457	21,02
11 Rheinland-Pfalz	786	4,78
12 Saarland	223	1,36
13 Sachsen	1.102	6,70
14 Sachsen-Anhalt	647	3,93
15 Schleswig-Holstein	562	3,42
16 Thüringen	633	3,85
Miss.	38	

Quelle: microm_soep 2006, N = 16.484, *Jahr 2006

GK_REG_A - Ortsgrößenklasse

Die Variable gibt die kategorisierte Einwohnerzahl der Gemeinde an, in der sich der jeweils betrachtete Haushalt befindet.

Tab. 13 Ortsgrößenklasse

Ortsgrößenklasse	absol. Häufigkeit	rel. Häufigkeit
1 500.000 und mehr Einwohner	2.408	14,64
2 100.000 bis unter 500.000 Einwohner	2.975	18,09
3 50.000 bis unter 100.000 Einwohner	1.559	9,48
4 20.000 bis unter 50.000 Einwohner	3.094	18,81
5 5.000 bis unter 20.000 Einwohner	4.026	24,48
6 2.000 bis unter 5.000 Einwohner	1.452	8,83
7 weniger als 2.000 Einwohner	932	5,67
Miss.	38	

Quelle: microm_soep 2006, N = 16.484, *Jahr 2006

NIELSEN – ACNielsen Gebiete Deutschland

„Aufgrund der langen Erfahrungen in den bereits vorher existierenden ACNielsen Niederlassungen in anderen Ländern wurden bei der Gliederung der Bundesrepublik in ACNielsen Gebiete zum einen demographische, soziale und strukturelle Bedingungen berücksichtigt, vor allem der Handelslandschaft. Die Berücksichtigung der Grenzen von Bundesländern erlaubt andererseits einen Vergleich zu den offiziellen Statistiken. Daher wurden Bundesländer innerhalb der ACNielsen Gebiete zusammengefasst.“¹⁶

Tab. 14 Nielsen Gebiete

Nielsen Gebiete	absol. Häufigkeit* (Fallzahlen)	rel. Häufigkeit* (Spaltenanteile ohne Missings)
Nielsen 1 - Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein, Niedersachsen	2.421	14,72
Nielsen 2 - Nordrhein-Westfalen	3.457	21,02
Nielsen 3a - Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland	2.186	13,29
Nielsen 3b - Baden-Württemberg	1.943	11,81
Nielsen 4 - Bayern	2.300	13,99
Nielsen 5 - Berlin	716	4,35
Nielsen 6 - Brandenburg, Sachsen-Anhalt, Mecklenburg-Vorpommern	1.688	10,26
Nielsen 7 - Thüringen, Sachsen	1.735	10,55
Miss.	38	

Quelle: microm_soep 2006, N = 16.484, *Jahr 2006

¹⁶ <http://www.acnielsen.de/company/acnielsengebiete.shtml> [Stand 23.05.07]

WEIN - Welleneintritt

Diese Variable gibt an, in welchem Jahr der jeweilige Haushalt zum ersten Mal zur Stichprobe des SOEP gehört hat.

Tab. 15 Welleneintritt

Welleneintritt		absol. Häufigkeit	rel. Häufigkeit
1	1984	910	5,52
2	1985	46	0,28
3	1986	52	0,32
4	1987	49	0,30
5	1988	58	0,35
6	1989	58	0,35
7	1990	572	3,47
8	1991	80	0,49
9	1992	78	0,47
10	1993	98	0,59
11	1994	138	0,84
12	1995	204	1,24
13	1996	185	1,12
14	1997	181	1,10
15	1998	693	4,20
16	1999	269	1,63
17	2000	3.083	18,70
18	2001	482	2,92
19	2002	1.263	7,66
20	2003	697	4,23
21	2004	807	4,90
22	2005	1.107	6,72
23	2006	5.374	32,60

Quelle: microm_soep 2006, N = 16.484, *Jahr 2006

MV – microm-Versionsnummer

Diese Variable gibt das Jahr an, in dem microm die Haushaltsinformationen für das jeweilige Erhebungsjahr geliefert hat. Die möglichen Lieferzeitpunkte sind 2004, 2005 und 2006. Im Jahr 2004 wurden Informationen zu SOEP-Netto-Haushalten der Jahre 2000 bis 2004 geliefert (siehe Kap. 1).

Tab.16 microm-Versionsnummer

microm-Versionsnummer		absol. Häufigkeit	rel. Häufigkeit
1	monu versionsnr 2004 microm datenbestand	65.171	66,05
2	mpot versionsnr 2005 microm datenbestand	17.020	17,25
3	mmps versionsnr 2006 microm datenbestand	16.484	16,71

Quelle: microm_soep 2006, N = 98.675

Jahr des microm-zuspiels (=date i)	[mv]versionsnummer des microm			
	monu vers	mpot vers	mmps vers	Total
2000	1,661	720	0	2,381
2001	4,150	768	0	4,918
2002	5,299	806	0	6,105
2003	5,214	846	0	6,060
2004	48,845	1,044	0	49,889
2005	0	12,836	0	12,836
2006	0	0	16,484	16,484
Total	65,169	17,020	16,484	98,673

RETURNCO – Zuspiel von microm- und SOEP-Daten

Diese Variable enthält Informationen über das Zuspiel der microm- an die SOEP-Daten. Angegeben wird, ob Probleme beim Zuspiel aufgetreten sind und auf welcher Ebene (Haus oder Straßenabschnitt) das Zuspiel erfolgte. Für das Jahr 2006 konnten beispielsweise direkt 92,21% und nach Korrekturen letztlich 99,77% der Daten erfolgreich verknüpft werden.

Tab. 17 Returncode

		absol. Häufigkeit	rel. Häufigkeit
11111	alles korrekt, anreicherung auf haus	14.637	88,80
11113	alles korrekt, anr.auf strassenabschn.	563	3,42
11211	strasse korrigiert, anreicherung haus	558	3,39
11213	strasse korrig., anr.auf strassenabschn	29	0,18
11805	nachbrenner, plz, ort ident., strasse mehr	32	0,19
11905	nachbrenner, plz, ort ident., str.n.id.	61	0,37
12111	ort korrigiert, anreicherung auf haus	283	1,72
12113	ort korrigiert, anr. strassenabschnitt	23	0,14
12211	ort,strasse korr., anreicherung auf hau	13	0,08
12213	ort,strasse korr., anr. strassenabschni	5	0,03
21111	plz korrigiert, anreicherung auf haus	198	1,20
21113	plz korrigiert, anr. strassenabschnitt	14	0,08
21211	plz, strasse korr., anreicherung auf hau	7	0,04
21213	plz, strasse korr., anr. auf strabschnit	3	0,02
22111	plz, ort korrigiert, anreicherung haus	11	0,07
22113	plz, ort korrigiert, anr. strassenabschn	9	0,05
90000	nicht identifizierbar	38	0,23

Quelle: microm_soep 2006, N = 16.484, *Jahr 2006