

mail & media visions

Björn Stanek

Moltkestraße 22

68723 Plankstadt

Telefon 0 62 02 / 60 99 97

Telefax 0 62 02 / 60 99 96

info@mmvisions.de

www.mmvisions.de

Fragebogen Select-Mail (teiladressierte Werbesendung)

1. Allgemeines

Firma: _____

Ihr Name: _____

Straße: _____

PLZ/Ort: _____

Telefon: _____

Telefax: _____

eMail: _____

2. Individuelle Wünsche

Selektieren Sie Ihre Zielgruppe (zB. Hochhäuser ab zehn Briefkästen **nicht** befüllen)

3. Verteilung

Bundesweit Region: _____

4. Soziodemografie

Alter (In Jahren)

18-29 30-34 35-39 40-44 45-49 50-54 55-59 ab 60 Jahre unbekannt

Kaufkraft (lt. Hausbewertung)

sehr hoch hoch mittel niedrig sehr niedrig

Familienstand *

hoher Anteil an Familien hoher Anteil an Singles

Akademische Titelträger *

vorhanden

Ausländ. Kulturkreisschwerpunkt *

hoch niedrig

Arbeitslosenquote *

hoch niedrig

* (md) = (Datenbssismicrodialog)

5. Wohnsituation

Gebäudetyp

- Ein/Zwei-Familienhaus
 Reihen-/Doppelhaus
 Mehrfamilienhaus
 Hochhaus/Wohnblock
 Bauernhaus

Gebäude-Baujahr

- vor 1900
 1900-1945
 1946-1960
 1961-1970
 1971-1980
 1981-1985
 1986-1995
 1996-2000
 ab 2001

Wohngegend

- gut
 befriedigend
 ausreichend
 unbefriedigend

Pflegezustand

- sehr gepflegt
 gepflegt
 ausreichend gepflegt
 wenig gepflegt

Garten

- ohne Garten
 mit Garten

Lage des Hauses

- Ortskernlage
 Ortslage
 Ortsrandlage

6. Konsumschwerpunkt

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Auserlesenes | <input type="radio"/> Kosmetik/Gesundheit |
| <input type="radio"/> Auto/Motorrad | <input type="radio"/> Lotterie |
| <input type="radio"/> Beruf/Weiterbildung | <input type="radio"/> Männerliste |
| <input type="radio"/> Bürotechnik | <input type="radio"/> Mode |
| <input type="radio"/> Computer | <input type="radio"/> Nahrungs-/Genussmittel |
| <input type="radio"/> Familie/Kinder | <input type="radio"/> Reisen/Freizeit |
| <input type="radio"/> Finanzen | <input type="radio"/> Spenden |
| <input type="radio"/> Frauenliste | <input type="radio"/> Technik |
| <input type="radio"/> Fun/Erotik | <input type="radio"/> Umwelt |
| <input type="radio"/> Garten | <input type="radio"/> Unterhaltung |
| <input type="radio"/> Gewinnspielteilnehmer | <input type="radio"/> Versandhandel |
| <input type="radio"/> Haus/Heim | <input type="radio"/> Wirtschaft |
| <input type="radio"/> Haushalt/Spontankäufer | |
| <input type="radio"/> Heimbüro/Freiberufler | |

Versandhandelsaffinität *

- | | |
|--|---|
| <input type="radio"/> Braune Ware | <input type="radio"/> Möbel |
| <input type="radio"/> Büro/Telekommunikation | <input type="radio"/> Oberbekleidung Damen |
| <input type="radio"/> Elektro Großgeräte | <input type="radio"/> Oberbekleidung Herren |
| <input type="radio"/> Elektro Kleingeräte | <input type="radio"/> Schuhe/Lederwaren |
| <input type="radio"/> Haushalt/Schmuck | <input type="radio"/> Sonstige Hartwaren |
| <input type="radio"/> Heimtextilien | <input type="radio"/> Wäsche |
| <input type="radio"/> Kindersortiment | |

Durchschnittl. Bestellwert *

- hoch
 mittel
 niedrig

Versandaffinität *

- hoch
 mittel
 niedrig

Bonitätsindex *

- hoch
 mittel
 niedrig

Multibuyer-Index *

- hoch
 mittel
 niedrig

* (md) = (Datenbssismicrodialog)

7. Gesellschaftliche Leitmilieus

Etablierte

eher 40-60 J., überdurchschn. Bildungsniveau, leitende Position, hohes Einkommen, selbstbewusste Elite, ausgeprägter Exklusivitätsanspruch, beruflicher Erfolg wichtig, konsumieren edel / genießen Luxus

Postmaterielle

eher jünger (20 - „junge Alte“), hohe Bildung, höhere Angestellte/Beamte/Freiberufler/Studenten, gehobenes Einkommen, kosmopolitisch, tolerant, Kritiker der Übertechnisierung, definieren sich mehr über Intellekt/Kreativität als über Besitz/Konsum

Moderne Performer

eher <30 J., hohe Bildung, viele Schüler/Studenten mit Job, auch kl. Selbstständige/Freiberufler, gehobenes Einkommen, junge, unkonventionelle Leistungselite, intensiv leben berufl./privat, flexibel, ehrgeizig (oft selbstständig), Chancen nutzen („Ich-AG“), multimedial

8. Traditionelle Milieus

Konservative

>60 J., akad. Abschluss/Frauen qualifiz. Berufsausbildung, zuvor leit. Ang./Bea/Selbstständige/Freiberufler, gehobenes Einkommen, dt. Bildungsbürgertum, konservativ, Traditions-/Normenpflege, Pflichtauffassung, ehrenamtl. tätig, Familienzusammenhalt, gepflegte Umgangsform, z.T. Vermögen

Traditionsverwurzelte

>65 J., eher Frauen, Hauptschulabschluss, Rentner/Pensionäre, ehemals kleine Ang./Bea/Arb./Bauern, kl./mittl. Einkommen, Sicherheits-/ordnungsliebende Kriegsgeneration: Kleinbürgertum/traditionelle Arbeiterkultur, Bewahrer v. Pflichterfüllung/Disziplin/Moral, Interessen: eigene 4 Wände, Gesundh., Familie/Nachbarschaft, Kinder/Enkel, suchen Anerkennung im soz. Umfeld, bescheiden (unterstützen Kinder/Enkel)

DDR-Nostalgiker

>50 J., einfache/mittl. Bildung, auch Hochschulabschlüsse, einfache Ang./Fach-/Arb., kl./mittl. Einkommen (Doppelverdiener), resignierte Wende-Verlierer, zuvor Führungskader in Politik/Verwaltung/Kultur, arbeitslos, verbittert, Ablehnung westl. Welt, Familiensinn/Verein

9. Mainstream-Milieus

Bürgerliche Mitte

30-50 J., kinderfreundlich, qualifizierte mittlere Bildung, einfache/mittlere Ang./Bea./Facharb., mittlere Einkommen, statusorientierte mod. Mainstream: strebt nach berufl./soz. Etablierung (angenehm-komfortabl. Leben) und gesicherten/harmonischen Verhältnissen.

Konsum-Materialisten

breite Altersstreuung bis 60 J., Volks-/Hauptschulabschluss mit/ohne berufl. Ausbildung, (Fach-)Arb./Arbeitslose, unteres Einkommen, Konsummaterialismus trotz beschränkter finanz.Mittel (mithalten können), wollen als normale Durchschnittsbürger gelten, fühlen sich benachteiligt

10. Hedonistische Milieus

Experimentalisten

<30 J., gehobene Bildung, viele Azubis/Schüler/Stud., mittl. Ang./kl.Selbstständige/Freiberufler, Arb. (Jobber), überdurchschn. Einkommen extrem individualistische neue Bohème: ungehindert spontan, offen f. Lebensstile/Szenen/Kulturen, Selbstverständnis als Lifestyle-Avantgarde

Hedonisten

eher <30 J., auch <50 J., einfache/mittl. Bildung, oft ohne Berufsausbildung/Einkommen, einfache Ang./Arb., viele Schüler/Azubis, fun-orientierte/moderne Unterschicht, Berufsalltag contra privat hedonistisch, wenig Zukunftsgedanken, Unterhaltung (Szene/Club/Fangemeinde)

Telefax 0 62 02 / 60 99 96

Wir danken Ihnen dafür, daß Sie sich die Zeit genommen haben, unsere Fragen zu beantworten.

Den ausgefüllten Fragebogen können Sie uns zufaxen oder per eMail zuschicken.

Wir werden uns schnellstmöglich bei Ihnen melden um Ihre Vorstellungen gemeinsam mit Ihnen in die Tat umzusetzen. Selbstverständlich werden wir Ihre Angaben streng vertraulich behandeln und nicht an Dritte weitergeben.

Marketing-Know-how vom Profi: www.mmvisions.de