

PRESSEMITTEILUNG

### **Nexiga und microm setzen gemeinsame Hausdatenbank auf**

*Die Kunden der beiden Geomarketing-Spezialisten können ab sofort beide Datenwelten parallel nutzen*

**Bonn / Neuss, 20. November 2017.** Straßenumbenennungen, Neubauten und Gebietsreformen: Deutschlands Gebäudebestand und die dazugehörigen Adresseninformationen sind im ständigen Wandel. Wer Geomarketing betreiben will, benötigt kontinuierlich aktualisierte Datenbanken. Externe Anbieter dafür gibt es viele. Das Problem: weil viele Marketer mehrere parallel nutzen, müssen sie aufwendig Adressdaten und Gebäudeschlüssel abgleichen. Die Kunden von Nexiga und microm können sich das in Zukunft sparen. Die beiden Geomarketing-Spezialisten haben eine gemeinsame, standardisierte Hausdatenbank aufgestellt. Das ist ein wichtiger Schritt bei der Konkretisierung der Ende 2016 gestarteten strategischen Allianz beider Unternehmen.

Die gemeinsame Hausdatenbank wurde am 01. Oktober 2017 fertiggestellt und ist das Ergebnis von 15 Monaten Arbeit einer gemeinsamen Arbeitsgruppe von Nexiga und microm. Die Datenbanken wurden systematisch abgeglichen und zusammengelegt. Ab sofort werden zehn Datenquellen verarbeitet, die unterschiedlichen Input in diese standardisierte Datenbank liefern: Nexiga, microm, Deutsche Telekom, TomTom, HERE, Creditreform, beDirect, Schober Information Group, OpenStreetMap und amtliche Katasterdaten.

Der wichtigste Vorteil für die Kunden: Die Gebäudeschlüssel der beiden Unternehmen sind abgeglichen. Sie können die Datenbanken beider Unternehmen nun ohne mühsames Angleichen parallel nutzen.

„Wir sind diesen Schritt gegangen, um Kunden einen Standard zu bieten“, sagt **Dirk Schneider**, Geschäftsführer von Nexiga. „Wir schaffen somit eine optimale und amtlich genaue Datenqualität für alle Kunden und für die, die es aus diesen Gründen noch werden wollen.“

„Wir sind der Überzeugung, dass die Bündelung unseres Know-hows und unserer Quellen zu einer neuen und am Markt nicht zu überbietenden Qualität führt“, so die microm-Geschäftsführerin **Sabine Ahlemeier**. Ihr Geschäftsführungskollege, **Rolf Küppers**, ergänzt: „Dies wird einen wesentlichen Beitrag dazu leisten, unsere neue Hausdatenbank als Standard am Markt zu etablieren, völlig unabhängig davon, dass ein solcher Standard für die gesamte Branche und vor allem für unsere Kunden von großem Nutzen sein wird.“

Seit 1994 ist der Bestand an Wohngebäuden in Deutschland um 17,6 Prozent gewachsen, der Bestand der Nichtwohngebäude (z. B. Gewerbegebäude) um 13,2 Prozent. Am 31. Dezember 2016 existierten in Deutschland rund 42 Millionen Wohnungen in Wohn- und Nichtwohngebäuden, das sind 15,2 Prozent mehr als 1994 (Quelle: © Statista 2017). In den letzten 8 Jahren gab es bei 21 Prozent der Gemeinden sowie bei 23 Prozent der PLZ-Gebiete größere Veränderungen (Quelle: Nexiga 2017).

Über eine Geocodierungssoftware, zum Beispiel den LOCAL® Geocoder, können Adressdaten neben einer Adressvalidierung mit Geokoordinaten und Hausschlüsseln

angereichert werden. In Zukunft werden Nexiga und microm ebenfalls ihre Geometrien und Strukturen (z.B. PLZ8 und Wohnquartiere) aneinander anpassen.

---

### **Über microm**

Die microm Micromarketing-Systeme und Consult GmbH ist einer der bedeutendsten Anbieter für Mikro- und Geomarketing: von der Neukundengewinnung bis hin zur Kundenreaktivierung in Deutschland. Schwerpunkte sind die Beratung von Kunden und Marktstrukturanalysen sowie die Optimierung der Maßnahmen für ein innovatives Zielgruppenmarketing. Von der richtigen Zielgruppe über den richtigen Standort bis hin zur richtigen Botschaft für den richtigen Werbekanal: Alles aus einer Hand für eine feinräumige, zielgruppenoptimierte Multi-Channel-Planung. Weitere Informationen unter: [www.microm.de](http://www.microm.de)

### **Über Nexiga**

Die Nexiga GmbH ist Pionier und einer der Marktführer für Geomarketing. Mit der zunehmenden Integration von Geomarketing-Komponenten in den Geschäftsprozessen der Unternehmen unterstützt der Full-Service-Anbieter diese in der Planung und Bewertung von Standorten, Vertriebsgebieten, Zielgruppen und der Ermittlung von Marktpotenzialen.

Mit LOCAL® - der ganzheitlichen Geomarketing-Lösung - bietet Nexiga neben einer enormen Datenbasis auch die notwendigen Technologien für detaillierte und passgenaue Analysen: So beschreiben die hausgenauen Daten von LOCAL® Data Standorte anhand von Markt- und Geodaten samt branchenspezifischer Merkmale und liefern damit essentielle Inhalte für genaue Analysen über das Marktpotenzial sowie die Infrastruktur der Standorte vor Ort. Eine systematische Marketing- und Vertriebsplanung ist über die automatische Anreicherung von Datensätzen mit raumbezogenen Informationen durch die Geomarketing-Systeme von LOCAL® Systems möglich. Adressen werden schnell und präzise verifiziert, lokalisiert und dargestellt, so dass sie als Basis für die strategische Marktbearbeitung dienen. Werbe- und Marketingmaßnahmen sind mess- und planbar, weil genau ermittelt werden kann, wo potenzielle Neukunden zu erreichen sind.

LOCAL® Competence rundet das Full-Service-Paket von Nexiga ab. Das erfahrene Expertenteam sorgt mit seiner langjährigen Erfahrung und dem gezielten Einsatz von umfassenden Analyse-, Planungs- und Berechnungsmethoden für eine zuverlässige Beratungskompetenz.

### **Über Geomarketing**

„All success is local“: Die räumliche Komponente spielt in der Wirtschaft eine herausragende Rolle und hilft Unternehmen, optimal und effizient zu steuern und strategisch fundierte Entscheidungen mit minimalem wirtschaftlichem Risiko zu treffen. Für die wirtschaftliche Betrachtung und Bewertung eines Marktes macht Nexiga räumliche Zusammenhänge nach den relevanten Parametern für die weitere Bearbeitung transparent und beantwortet zusätzlich durch exakte Geoinformationen und -daten die wichtige Frage nach dem „Wo“. Darüber hinaus gibt der Kompetenzführer für Geomarketing Unternehmen ergänzende Marktinformationen und -daten an die Hand, mit denen sie die für sich interessanten Gebiete nach wirtschaftlichen und soziodemographischen Gesichtspunkten, wie Kaufkraft, Alter, Wohnumfeld oder

Produktaffinität noch besser und exakter einschätzen können. Auf dieser Basis erhalten Kunden eine optimale Planungsgrundlage für Up- und Cross-Selling-Maßnahmen sowie Neukundengewinnung.

Weitere Informationen unter <http://www.nexiga.com>

#### **Pressekontakte**

##### **Nexiga**

Christoph Hausel

ELEMENT C

Tel.: 089 720 137 – 20

[nexiga@elementc.de](mailto:nexiga@elementc.de)

##### **microm**

Kerstin Neurohr

neurohr & andrä GbR

Tel.: 0221 82 91 880

[neurohr@na-komm.de](mailto:neurohr@na-komm.de)