



mosaic
Huishouden

experian®



MOSAIC Huishouden

De nieuwe generatie consumentensegmentatie

Gedurende de afgelopen 20 jaar heeft Experian bewezen de meest vooraanstaande leverancier te zijn op het gebied van consumentensegmentatie. Ons doel is om u te voorzien van instrumenten en diensten die u helpen om met succes micro-marketing strategieën te implementeren.

Of u zich nu wilt richten op het werven, beheren of verder ontwikkelen van winstgevende klantenrelaties, wij leveren een uitgebreide reeks segmentatieoplossingen om uw bedrijf te helpen groeien. De nieuwe MOSAIC segmentatie voor Nederland vervult een plaats in een mondiaal MOSAIC netwerk dat één miljard mensen wereldwijd classificeert.

Dit netwerk zorgt ervoor dat MOSAIC door meer dan 10.000 organisaties wereldwijd wordt gebruikt.

MOSAIC Huishouden

MOSAIC is gedurende vele jaren verfijnd dankzij de toename in beschikbaarheid van data uit verschillende bronnen en op diverse (steeds fijnmaziger) geografische niveaus. MOSAIC Huishouden is ontworpen om alle ruim 7 miljoen huishoudens in Nederland te identificeren en te classificeren. Het segmenteert de consumentenhuishoudens in 44 Typen, samengevoegd in 10 Groepen.

De classificatie is ontworpen onder leiding van Professor Richard Webber, verbonden aan University College London, wereldwijd één van de voornaamste deskundigen op het gebied van consumentensegmentatie en grondlegger van MOSAIC.

Het ontwerpen en bouwen van de MOSAIC classificatie heeft meer dan een jaar in beslag genomen. Het resultaat is een classificatie die een duidelijk beeld schetst van de Nederlandse consumenten voor wat betreft hun socio-demografie, levensstijl, cultuur en (koop-)gedrag. Dit geeft u het meest nauwkeurige inzicht in de Nederlandse consumenten aan het begin van de 21e eeuw.

Hoe wordt MOSAIC gebouwd?

Gedurende de afgelopen 20 jaar heeft Experian over de gehele wereld meer dan 40 consumentenclassificaties opgezet. Dit geeft ons een uitstekend inzicht in de beste databronnen en methodologieën om innovatieve en betrouwbare segmentatiesystemen te bouwen. Voor het bouwen van MOSAIC Huishouden zijn de volgende vier stappen gevolgd:

- Een gedetailleerde analyse van trends in de Nederlandse samenleving;
- Identificatie van de meest geschikte databronnen voor gebruik;
- Het toepassen van een verfijnde en unieke clustering-techniek;
- Uitvoerig praktijk- en marktonderzoek om te assisteren bij validatie en interpretatie van de resultaten.

Data componenten

Kwantitatieve Gegevens

Aangezien wij een grote verscheidenheid van registratie- en transactiedata uit diverse betrouwbare bronnen ter beschikking hebben, zijn we in staat betrouwbare consumentensegmentaties te ontwikkelen en te onderhouden. In totaal werden meer dan 350 variabelen gebruikt om MOSAIC Huishouden te ontwikkelen en te beschrijven. Deze variabelen zijn geselecteerd op basis van hun volume, kwaliteit, samenhang en consistentie. De data dienen aan één of meer van de volgende criteria te voldoen:

- Toestemming om de data voor identificatie en beschrijving van consumentensegmenten te gebruiken;
- Nauwkeurigheid door beschikbaarheid op adres- of postcode-niveau;
- Regelmatige updates om wijzigingen te kunnen waarnemen;
- Bevordering van de mate van onderlinge verscheidenheid en identificatie van een breed scala aan consumentengedrag.

Kwalitatief Onderzoek

Met betrekking tot kwalitatief onderzoek maakt Experian Nederland gebruik van een aantal gerenommeerde markt-onderzoekbureaus die jaarlijks landelijk onderzoek uitvoeren naar gedragingen en voorkeuren van de Nederlandse consumenten. Marktonderzoeksgegevens complementeren de "harde data" uit de kwantitatieve bronnen. Deze combinatie maakt het mogelijk om ook een helder beeld te scheppen over de sociaal-culturele diversiteit en psychologische drijfveren van Nederlandse huishoudens.

Wij achten het van belang dat de classificaties helder worden weergegeven in woord en beeld. Hiervoor hebben wij een aantal experts op het gebied van sociale consumentenpsychologie en sociale geografie ingeschakeld. Dit levert verdere kennis op over het gedrag van ieder MOSAIC Type.

MOSAIC Huishouden databronnen



- Demografie**
 - Huishoudendemografie
 - Verhuizingen
 - Achtergrond & geloof
- Sociale economie en consumptie**
 - Beroep
 - Bedrijfsregistratie
 - Werkzaamheid
 - Socio-economische status
 - Auto's en motoren
 - Producten en media
- Financiële maatstaven**
 - Wanbetaling
 - Kredietwaardigheid
- Eigendomskenmerken**
 - Type woning
 - Eigendom van woning
 - Perceelgrootte
- Waarde van Eigendom**
 - Waarde van eigendom
 - Verkoop van eigendom
 - Hypotheken op eigendom
- Locatie**
 - Dichtheid
 - Landelijkheid
 - Verstedelijking
- Psycho-demografie**
 - Waarden
 - Rokeach clusters

Clustering

De eerste stap van de MOSAIC clustering is het verzamelen van gegevens over alle consumentenhuishoudens in het land. Deze gegevens worden dan gecombineerd met informatie op andere, hogere geografische niveaus, waaronder postcodes en gemeenten. Alle variabelen doorlopen een selectieproces waarin ze worden getest op onderscheid, robuustheid en hun wisselwerking met andere variabelen.

Als de uiteindelijke lijst met variabelen is geselecteerd, wordt een aantal wegingcriteria toegepast als onderdeel van het clusteringproces. Het resultaat is een lijst van variabelen met verschillend gewicht voor de clustering, afhankelijk van het onderscheidend vermogen op verschillende geografische niveaus.

Deze 'bottom-up' benadering stelt ons in staat om de effectiviteit van iedere in te brengen variabele te maximaliseren, afhankelijk van het relatieve belang voor de classificatie en het onderscheidend vermogen.

Geografie

MOSAIC classificeert consumenten per huishouden en per postcode. Dit stelt u in staat om uw gebruik van de segmentatie te optimaliseren, afhankelijk van de toepassing. De classificatie is hetzelfde ongeacht of het op postcode of huishoudenniveau wordt gebruikt. Dit verzekert continuïteit en zorgt ervoor dat de classificatie eenvoudig toe te passen is.

Aanvullende Gegevens

MOSAIC Subsegmenten – in samenhang met de MOSAIC classificatie hebben we MOSAIC Subsegmenten ontwikkeld: een reeks van circa 170 consumenten subtypen op basis van huishouden en postcode. Deze zijn gecreëerd met gebruikmaking van bestaande MOSAIC gegevens. Dit stelt u in staat om uw eigen segmentaties samen te stellen voor uw eigen specifieke doelgroep, maar met behoud van een verbinding met MOSAIC, zodat de segmenten goed naar een landelijk niveau te brengen zijn.

MOSAIC Factoren zijn een samenvatting van de onderliggende gegevens die zijn gebruikt om MOSAIC Huishouden te bouwen, samengevat in 6 continue variabelen die ideaal zijn voor statistische modellering. De variabelen zijn stedelijk/landelijk, groot behuisd/ klein behuisd, veel verhuizingen/ weinig verhuizingen, gepensioneerden/werkenden, kantoor aan huis/ privé adres en hoge welstand/ lage welstand.

De MOSAIC Factoren zijn beschikbaar per postcode om aan uw klantgegevens toe te voegen.

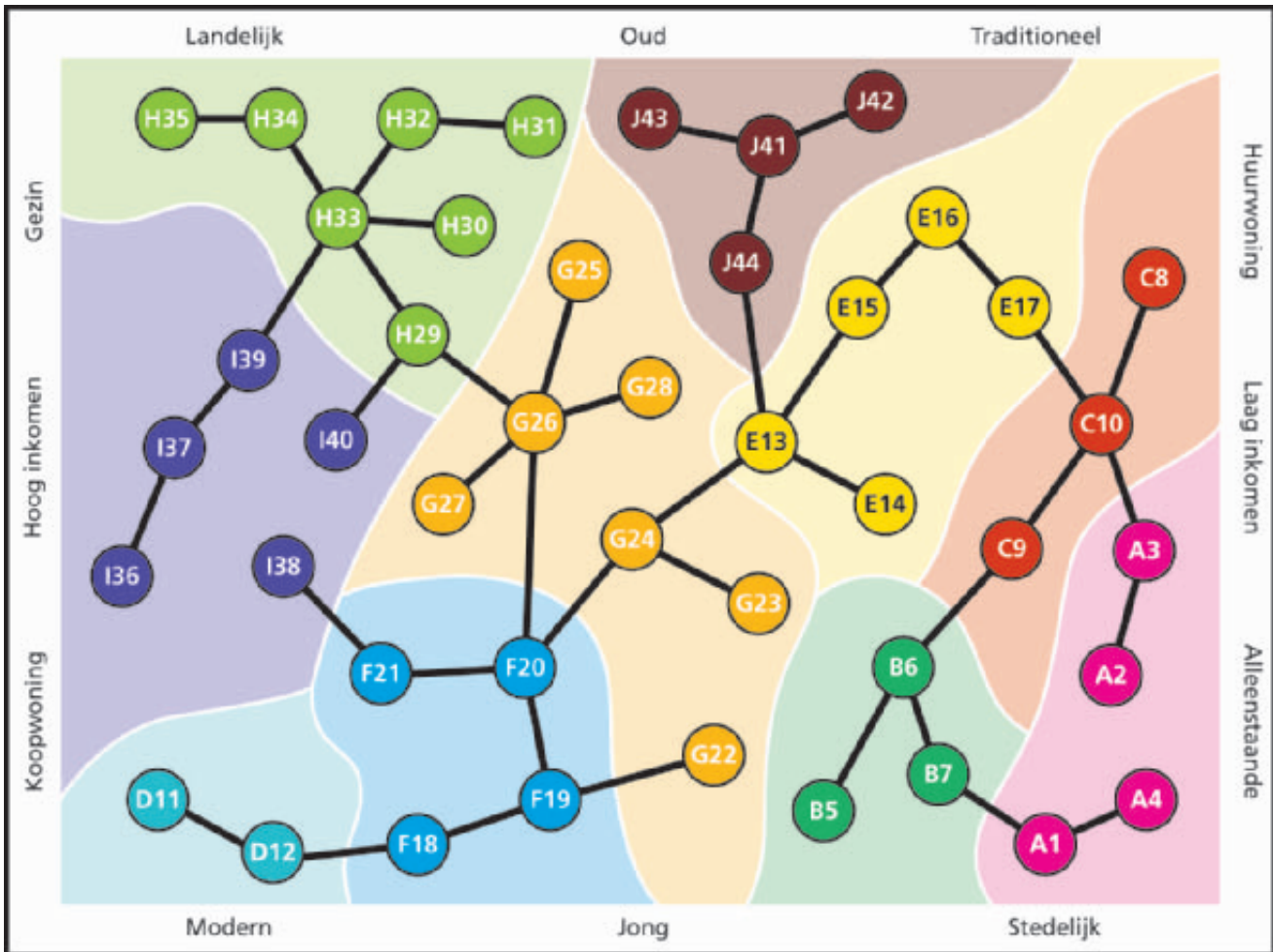
MOSAIC Groepen en Typen

MOSAIC classificeert huishoudens in Nederland door ze toe te wijzen aan één van de 44 typen en 10 groepen.

Groep	Groep Omschrijving	Type	Type Omschrijving
A	De Vrije Geesten	A01	Degelijke Studenten
		A02	Jonge Doeners
		A03	Minder Geslaagden
		A04	Levensgenieters
B	De Ontwikkelde Stedelingen	B05	Cultuurgenieters
		B06	Mini Macho's
		B07	Bewuste Starters
C	De Knokkers	C08	Multiculturele Doorzetters
		C09	Jonge Flatbewoners
		C10	Krappe Kassen
D	De Dynamische Families	D11	Succesvolle Starters
		D12	Moderne Gezinnen
E	De Modale Burgers	E13	Gemakkelijke Gezinnen
		E14	Ruimdenkers
		E15	Honkvaste Senioren
		E16	Arbeidsgrijzen
		E17	Jonge Genieters
F	De Succesvolle Gezinnen	F18	Familie Dynamiek
		F19	Familie Doorsnee
		F20	Weltevreden Stellen
		F21	Eigenzinnigen
G	De Traditionalisten	G22	Conservatieve Gezinnen
		G23	Jonge Stellen
		G24	Brave Borsten
		G25	Tevreden Gezinnen
		G26	Ordelijke Dorpsgenoten
		G27	Noeste Werkers
		G28	Groen Genieters
		H	Het Landelijke Gezinsleven
H30	Senioren op het platteland		
H31	Contente Provincialen		
H32	Eenvoudige Dorpelingen		
H33	Agrarische Gezinnen		
H34	Nuchtere Landelijke Bewoners		
H35	Gefortuneerde Landbouwers		
I	De Welgestelden	I36	Rijke Elite
		I37	Chique Provincialen
		I38	Gefortuneerde Kosmopolieten
		I39	Landelijke Grootgrondbezitters
		I40	Gedreven Doeners
J	De Pensioengenieters	J41	Tevreden Arbeidsmarktverlaters
		J42	Eenvoudige Vergrijsden
		J43	Genietende Arbeidsverleders
		J44	Huisouderen

De MOSAIC Stamboom

De MOSAIC Stamboom illustreert de belangrijkste demografische tegenpolen tussen de MOSAIC Typen en Groepen en geeft aan hoe MOSAIC Typen onderling verband houden met elkaar.





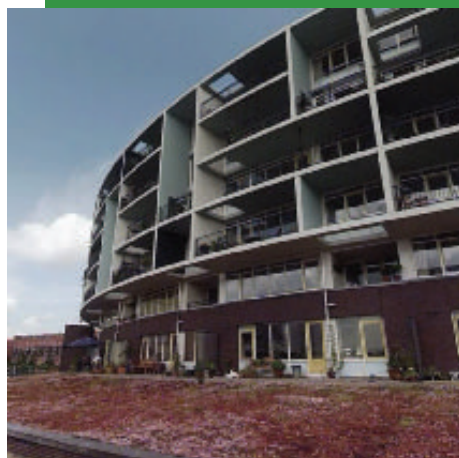
MOSAIC Type A01-A04

Vrije Geesten zijn jong en kennen in hun leven nog weinig verplichtingen. Zij zijn single en wonen alleen of delen een huis met vrienden. Zij hechten veel waarde aan een opwindend leven vol vrijheden. Doordat zij een hoge opleiding volgen of hebben gevolgd, bewegen zij zich in de hogere sociale kringen van Nederland. Ooit willen zij een goede baan kunnen vinden waarmee zij goed kunnen verdienen. Maar vooralsnog moeten zij rondkomen van een studiebeurs en misschien een bijbaantje. Een deel van de Vrije Geesten heeft zijn hoge opleiding al afgerond maar heeft nog geen serieuze baan. Vrije Geesten moeten vaak lenen om hun opwindende leven te kunnen financieren. Zij hebben daarbij nogal eens moeite om aan hun financiële verplichtingen te voldoen.

Vrije Geesten wonen vooral in en om grote steden. Zij wonen bijvoorbeeld in Rotterdam, Eindhoven en Enschede. Zij wonen in wijken met een multiculturele uitstraling. Een deel van deze wijken oogt rommelig en gezellig.

Er gebeurt veel op straat en er zijn veel winkels. Binnen deze wijken staat veel hoogbouw. De appartementen die hier verhuurd worden, zijn zowel in handen van woningbouwverenigingen als in handen van particuliere eigenaren. Vrije Geesten wonen vaak maar tijdelijk in hun huurwoningen. De betrokkenheid bij de buurt is laag waardoor men weinig aan de appartementen doet en deze met gemak laten verslonzen.

Vrije Geesten hebben het financieel gezien niet breed. Zij hebben dan ook vaak geen auto maar verplaatsen zich met het openbaar vervoer. Zij zijn graag sociaal bezig. Zij gaan veel met vrienden naar de stad, drinken een biertje of zitten gezellig thuis voor de televisie om een video of DVD te kijken. Wanneer zij niet samen met hun vrienden zijn, vinden zij het fijn contact met hen te onderhouden en hiervoor hebben zij vaak een mobiele telefoon. Naast hun sociale bezigheden houden zij zich op de hoogte van de sociale en maatschappelijke problematiek door naar het nieuws te kijken.



MOSAIC Type B05-B07

De Ontwikkelde Stedelingen zijn nog vrij jong en staan aan het begin van hun carrière. Zij zijn vaak nog op zoek naar hun droombaan. Met hun hoge opleidingsniveau verwachten zij wel in hoge functies terecht te komen waarmee zij ooit een goed salaris kunnen verdienen. Hun huidige situatie levert echter nog geen vetpot op. Zij moeten rondkomen van een laag startersalaris of nog van een studiebeurs. Voor Ontwikkelde Stedelingen kan het maandelijks weer een strijd zijn om rond te komen. Om zich op cultureel en sociaal vlak te kunnen bewegen, hebben zij vaak meer geld nodig dan zij binnenkrijgen. Hiervoor kunnen zij een lening aangaan bij de bank.

De Ontwikkelde Stedelingen wonen voornamelijk in de stad. Steden waarin zij graag wonen zijn Amsterdam en Rotterdam. Zij kunnen zich hier vermaken met allerlei culturele uitstapjes. Sociale contacten zijn gemakkelijk gelegd doordat zij tijdens het uitgaan en andere bezigheden gelijkgestemden kunnen ontmoeten. Voor Ontwikkelde Stedelingen is de stad het centrum

van hun bestaan en de bedrijven die hier gevestigd zijn, bieden aantrekkelijke banen aan. Ontwikkelde Stedelingen vindt men hier in allerlei buurten. Doordat zij vaak maar tijdelijk in hun appartement blijven wonen, hebben zij weinig binding met hun huurwoning en de buurt.

Ontwikkelde Stedelingen genieten graag van alles wat men in een stad kan beleven. Doordat zij nog geen gezinsleven hebben, kunnen zij leven vanuit hun persoonlijke wensen en doen waar zij zelf zin in hebben. Zij willen zich ontwikkeld voelen op allerlei gebied. Zo willen zij cultureel onderlegd zijn en zich op de hoogte houden van sociale en maatschappelijke ontwikkelingen in binnen- en buitenland. Zij vinden het belangrijk kranten te lezen en een eigen mening te vormen over het wel en wee in de wereld. Door scherpzinnig te zijn, hebben zij het gevoel uiteindelijk een goede baan te krijgen waarmee zij materiële welvaart weten te vergaren.



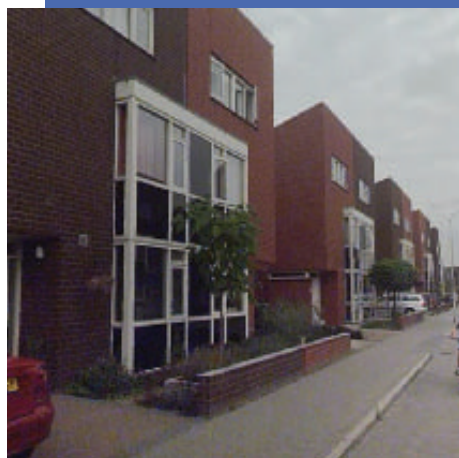
MOSAIC Type C08-C10

De Knokkers zijn vaak nog jong, beneden de 34 jaar en leven veelal alleen zonder kinderen en partner. Doordat zij weinig opleiding hebben genoten, hebben zij vaak ongeschoold en uitvoerend werk, bijvoorbeeld in de bouw of industrie. Een deel van hen zit thuis en is afhankelijk van een uitkering. Sommige Knokkers proberen hogerop te komen door het volgen van een cursus waarmee zij hun kans op een beter betaalde baan willen verbeteren. Maar voornamelijk moet een groot deel van hen leven van een beneden-modaal salaris. Veel van hen hebben schulden opgebouwd om toch de gewenste computer en mobiele telefoon te kunnen kopen. De terugbetaling van schulden is voor velen nogal eens een probleem.

De Knokkers wonen vooral in de buitenwijken van grote steden in het westen van het land. In deze buurten wonen vooral mensen met een relatief laag inkomen. Hierdoor zijn deze buurten onaantrekkelijk voor winkeliers en zijn ze onverzorgd. In deze wijken is vooral hoogbouw neergezet. Er wonen hier veel

mensen die op een individualistische wijze door het leven gaan. Er is een grote doorstroom van mensen. De appartementen in de hoge flatgebouwen zijn over het algemeen in het bezit van sociale woningbouwverenigingen. Knokkers hebben hierdoor lage huurlasten wat voor hen financieel voordelig is.

De Knokkers hebben ondanks hun financiële situatie een brede interesse. Ze zijn geïnteresseerd in kunst en cultuur en ook in andere landen en vreemde volkeren. Zij lezen hiervoor de krant en laten zich informeren door de televisie. Thuis hebben ze vaak ook een computer waarmee ze het internet op kunnen. Hier halen zij allerlei informatie vandaan en beluisteren zij muziek die zij vervolgens in de muzikwinkel kunnen kopen. Zij gaan graag met vrienden de stad in en drinken een biertje. Zij gaan niet vaak op vakantie en hebben meestal geen auto. Als zij er een hebben, dan is er sprake van een tweedehands auto of sportwagen van een lage prijsklasse.



MOSAIC Type D11-D12

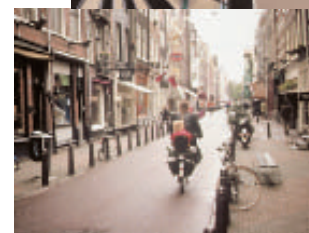
Dynamische Families zijn ambitieus en willen graag op persoonlijk en professioneel vlak iets bereiken.

Zij verwachten dat zij met hun hoge opleiding hogerop kunnen komen en een succesvolle carrière kunnen maken. Een deel heeft dit reeds gedaan en bekleedt hoge posities binnen het bedrijfsleven. Anderen staan aan het begin van hun loopbaan en zullen zich nog waar moeten maken. Dit is voor Dynamische Families de drijfveer binnen hun werk. Zij gaan voor het behalen van succes en ervaren dit als een belangrijk aspect van hun persoonlijke ontwikkeling. Zij verdienen een ver boven-modaal salaris waar zij goed van kunnen rondkomen.

Dynamische Families wonen graag in gebieden waar zij goede banen kunnen vinden. Dit is vooral in het midden van Nederland. Hier wonen zij in nieuwbouwwijken die recentelijk zijn gebouwd. Dit zijn moderne wijken met woningen in een rij in allerlei soorten en maten. De woningen zijn door hun centrale ligging en bouwstijl redelijk prijzig. De wijken stralen diversiteit uit. Er heerst een verzorgde en ontwikkelde sfeer. De Dynamische Families hebben hier de afgelopen jaren een huis naar hun keuze

kunnen kopen. Zij wonen hier nu een tijdje en voelen zich hier thuis. Het drukke leven dat iedereen hier leidt, scheidt een band tussen de buurtbewoners en maakt deze wijken aantrekkelijk voor Dynamische Families.

Dynamische Families zijn gemotiveerd om het op alle vlakken in hun leven goed voor elkaar te hebben. Zij kunnen al kleine kinderen hebben maar werken daarnaast ook hard om het financieel op orde te hebben. Zij hechten veel waarde aan een goed gevulde portemonnee. Zij voelen zich hierdoor vrij om een fijn leven te leiden. Dynamische Families hebben graag veel bezigheden buiten de deur, gaan graag met vrienden uit eten en op vakantie. Zij rijden in mooie sportauto's of in een gezinsauto om samen met de kinderen op pad te gaan. Zij streven naar het vinden van de juiste balans in hun leven en willen zowel binnen hun werk als hun gezinsleven het optimale bereiken. Om meer financiële armslag te krijgen beleggen zij hun geld in aandelen.



MOSAIC Type E13-E17

Modale Burgers voelen zich graag prettig in hun eigen leefomgeving. Hun behoefte aan plezier en geluk halen zij vooral uit hun eigen gezinsleven. Zij zijn van middelbare leeftijd en hebben zowel jonge als oudere kinderen. Modale Burgers zijn over het algemeen niet hoog opgeleid en hebben veelal banen als handwerkslieden of uitvoerende beroepen. Een deel van de Modale Burgers heeft geen baan. Zij hebben een beneden modaal tot modaal salaris. Zij kunnen hier niet altijd makkelijk van rondkomen. Soms kiezen zij ervoor een lening te nemen om de maandelijkse kosten te kunnen betalen. Zij kunnen geen geld sparen en hebben dan ook maar één rekening: de betaalrekening.

Modale Burgers komt men vooral tegen in het westen van Nederland, een gebied waar de huizen relatief gezien duur zijn. Zij wonen vooral in wijken buiten de steden. De wijken kenmerken zich door de rijtjeshuizen die hier staan. De huizen zijn voor een groot deel in de jaren 70-80 gebouwd.

De huizen zijn hier voornamelijk in handen van woningbouwverenigingen waar Modale Burgers hun huizen dan ook van huren. Doordat de huizen niet in eigen bezit zijn, hechten de bewoners weinig waarde aan de verzorging van hun huis. Het schilderwerk wordt vaak niet bijgehouden en de tuinen kunnen vol fietsen en speelgoed van de kinderen staan.

Voor Modale Burgers is het niet altijd makkelijk de eindjes aan elkaar te knopen. Zij hebben dan ook niet vaak een auto en als ze er een hebben is dat een gezinsauto die ze tweedehands hebben gekocht. Een computer hebben ze vaak wel. Zij maken veel gebruik van internet om informatie over radio en tv-programma's te krijgen. Zij zoeken hun ontspanning voor de video met het kijken naar een actiefilm of gaan darten of voetballen met vrienden. Modale Burgers houden van gemak. Zij vinden het prettig om niet iedere avond te moeten koken en gaan regelmatig naar de cafetaria voor een patatje en frisdrank.



MOSAIC Type F18-F21

Voor Succesvolle Gezinnen draait het leven om de familie. Het gezin bestaat uit kinderen van alle leeftijden. Zij hebben een fijn leven en vinden het leuk om samen dingen te ondernemen. Zij hebben hier ook de financiële middelen voor. Met een ver bovenmodaal salaris hebben Succesvolle Gezinnen een ruim budget waar zij van kunnen rondkomen en hun financiële verplichtingen kunnen nakomen. Met een middelbaar tot hoog opleidingsniveau verdienen zij dit in leidinggevende functies of in het middenmanagement binnen bedrijven. Een deel heeft een vrij beroep, bijvoorbeeld als arts of advocaat.

Succesvolle Gezinnen komt men vooral tegen in het westen van Nederland. De werkgelegenheid is hier goed waardoor zij hier gemakkelijker goede banen kunnen krijgen. Over het algemeen wonen zij in buurten dichtbij een stad. Zij ervaren het als prettig om de gemakken van een stad binnen handbereik te hebben; zoals winkels en andere voorzieningen.

Hun buurten zijn kindvriendelijk en er is een grote doorstroom van bewoners. Hier vindt men woningen in een rij die recent zijn gebouwd. Succesvolle Gezinnen wonen over het algemeen in een koophuis. Zij hebben een hypotheek waaraan zij een levensverzekering hebben gekoppeld.

Bij Succesvolle Gezinnen draait veel om de kinderen. Er zijn veel spullen in huis die speciaal voor de kinderen zijn. Kinderboeken waaruit men kan voorlezen, een spelcomputer, een huisdier dat de kinderen mogen verzorgen en eten dat de kinderen extra lekker vinden. Wanneer zij in hun vrije tijd iets ondernemen doen zij dit samen met de kinderen. Zij gaan met de auto en de caravan op vakantie, vaak een gezinsauto of een MPV uit het hogere of middelbare prijssegment. Succesvolle Gezinnen genieten van het leven. Hiervoor beleggen zij ook wel hun geld in effecten. Zij hopen extra inkomen te genereren voor nu of voor later als zij met pensioen zijn.



MOSAIC Type G22-G28

De Traditionalisten van Nederland bestaan uit groepen mensen met allerlei denkbeelden en idealen: van conservatief tot liberaal, van jong en bruisend tot wat ouder en rustig, maar één ding hebben ze gemeen: zij werken hard om een fijn leven te kunnen leiden en hun gezin te onderhouden. Met een laag tot middelbaar opleidingsniveau verkeren zij in de middenklassen van de Nederlandse samenleving. Zij hebben allerlei soorten banen binnen het middenmanagement van bedrijven maar ook als handwerksman in de bouw en industrie. Zij zijn gedreven om een goed salaris te verdienen zodat zij naast de dagelijkse uitgaven ook kunnen sparen.

In de wijken waar de Traditionalisten wonen, staan over het algemeen twee onder een kap woningen en grotere rijtjeshuizen. De buurten zijn vaak gebouwd rond de jaren 60-70. De Traditionalisten zijn erg gesteld op het comfort dat deze huizen bieden. Zij hebben hun huis veelal gekocht met de intentie hier langere tijd te wonen. Zij hebben hun hypotheek bij

de bank lopen en hebben hieraan bovengemiddeld vaak een levensverzekering gekoppeld. In deze wijken blijven gezinnen wonen tot de kinderen volwassen zijn en de deur uitgaan. Dit maakt dat in deze wijken de sociale cohesie groot is. Men wordt in de loop der jaren vrienden van elkaar en loopt gemakkelijk bij elkaar naar binnen.

De levensstijl van mensen uit de Traditionalisten is heel gelijkmatig. Zij zijn tevreden met wat zij hebben en leven liever bij de dag dan dat zij zich doelen stellen voor de toekomst. Zij werken hard en klagen niet. Ze hebben als belangrijkste bezigheid in hun vrije tijd: tuinieren. Voor de deur staat een auto, dat kan een gezinsauto zijn als ze kinderen hebben, maar ook een MPV uit een middelbaar segment. De Traditionalisten gaan bovengemiddeld vaak op vakantie met de eigen caravan of vouwwagen. Daar trekken zij mee op uit met het hele gezin of lekker met z'n tweetjes. De Traditionalisten hebben een goed leven en laten daar anderen in delen door een goed doel te steunen.



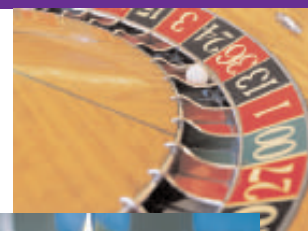
MOSAIC Type H29-H35

Het Landelijke Gezinsleven komt men overal in Nederland tegen. Zij wonen in gebieden waar veel groen is. Hier vindt men veel boeren en families van middelbare leeftijd die ervan houden samen met hun kinderen in de natuur te wonen. Het Landelijke Gezinsleven heeft vaak een laag opleidingsniveau waardoor zij zich niet in de hogere sociale klassen bevinden. Desondanks is hun inkomen relatief gezien vaak boven modaal. Zij verdienen dit vooral door een eigen zaak te runnen. Dit is bovengemiddeld vaak een eigen landbouwbedrijf waar het Landelijke Gezinsleven hard voor moet werken. Vooral in de huidige tijd waarin het voor het Landelijke Gezinsleven af en toe moeilijk is om rond te komen van de landbouw.

Het Landelijke Gezinsleven woont bovengemiddeld vaak in een alleenstaand huis met veel ruimte. In deze omgeving zijn weinig winkels, mensen zijn er minder gehaast en leven van de natuur. Bedrijven en andere zakelijke instellingen vindt men hier relatief weinig. Binnen deze omgeving heeft men niet regelmatig contact met burens of overburen. De huizen in de omgeving waar het Landelijke Gezinsleven woont, zijn relatief gezien

bovengemiddeld in waarde. Het Landelijke Gezinsleven heeft zijn huis vaak in eigen bezit. Zij hebben een hypotheek, veelal bij een bank waar zij ook al hun verzekeringen hebben geregeld. De financiële verplichtingen worden veelal netjes nagekomen.

Het Landelijke Gezinsleven hecht niet veel aan waarden zoals ambitie, plezier en vrijheid. Deze waarden staan voor hen dichterbij een stadsleven en hebben weinig betekenis binnen een leven op het platteland. Het Landelijke Gezinsleven zal men vaak in hun tuin vinden. Zij houden van de natuur en wroeten graag in de aarde. Het autobezit van het Landelijke Gezinsleven is relatief hoog. Het Landelijke Gezinsleven heeft vaak meer dan één auto. Vaak zijn dat nieuwe luxe auto's van een hoog prijssegment, waaronder MPV's maar ook bestelbussen waar zij hun werkspullen in kunnen vervoeren. Het Landelijke Gezinsleven heeft daarnaast vaak allerlei moderne apparaten die hen alle comfort dienen waaronder de vaatwasser en de zonnepanelen. Minder vaak zullen zij geld uitgeven aan zaken die stadsmensen belangrijk vinden zoals merkleding.



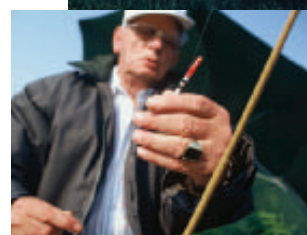
MOSAIC Type I36-I40

De Welgestelden bekleden in Nederland invloedrijke posities binnen het bedrijfsleven. Met hun hoge opleidingsniveau en juiste contacten hebben zij carrière gemaakt. Een deel werkt voor zichzelf als goedbetaalde professional. Zij zijn bijvoorbeeld consultant of werkzaam als advocaat en hebben een kantoor aan huis. Een ander deel heeft een goedlopend eigen bedrijf waarmee zij een ver bovenmodaal inkomen hebben. De Welgestelden genieten van hun succes en aanzien binnen de Nederlandse samenleving.

De Welgestelden wonen in riante villa's die zij zelf in bezit hebben. Het zijn villa's op grote stukken grond in bosrijke omgevingen of in de dure, statige wijken van een stad. Dit zijn vaak de duurste locaties van Nederland. Men vindt ze in belangrijke steden zoals Amsterdam en Den Haag, maar ook in dure, chique dorpen in het westen van Nederland. De Welgestelden wonen hier graag bij elkaar. Zij leggen zo gemakkelijk contact met andere Welgestelden en hun kinderen gaan om met kinderen uit hetzelfde milieu. Hier is er sprake van een sociale kring

met haar eigen normen, waarden en etiquette. Deze worden van generatie op generatie in stand gehouden.

De Welgestelden van Nederland leven in grote luxe. Zij hebben de financiële middelen om te doen en te laten wat zij graag willen en daardoor een zeer beperkt kredietrisico. Toch zijn zij nog steeds bezig hun vermogen te vergroten. Zij beleggen hiervoor hun geld in aandelen, beleggingsfondsen en obligaties. Informatie hierover halen zij uit de krant en van televisie. De kinderen zijn vaak het huis al uit en de ouders genieten samen van de rust. Vóór hun huizen staan mooie, luxueuze auto's en in hun garages kunnen oldtimers staan die zij verzamelen. Zij kunnen zich veroorloven om naar exclusieve winkels te gaan en meerdere malen per jaar verre reizen te maken. Hun wereldvisie beperkt zich hierdoor niet tot Nederland en wat zich hier afspeelt. De Welgestelden hebben contacten over heel de wereld en bewegen zich makkelijk in de hoogste sociale kringen. Zij hebben een netwerk waarin zij gelijkgestemden ontmoeten op feesten en allerlei happenings.



MOSAIC Type J41-J44

De Pensioengenieters kan men door heel Nederland vinden. Zij hebben de pensioengerechtigde leeftijd bereikt. Zij leven van hun pensioen en genieten van de kleine dingen in hun leven. De planten op het balkon en een praatprogramma op de televisie bepalen het leven van de Pensioengenieter. Pensioengenieters vindt men vooral in lagere sociale klassen. Hun opleidingsniveau is laag en zij hebben geen hoge functies gehad. Nu zij inmiddels afhankelijk zijn geworden van de AOW en een klein pensioen, hebben zij het op financieel gebied niet altijd even breed. Zij moeten zuinig leven om hun huur te kunnen betalen en in hun dagelijks onderhoud te kunnen voorzien.

Pensioengenieters wonen in de buitenwijken van grote steden maar ook in dorpen en kleine plaatsen die wellicht aan een grote stad grenzen. In de buurten waar zij wonen staat voornamelijk hoogbouw. Er hangt hier een rustige, stille sfeer en er is weinig bedrijvigheid op straat. De Pensioengenieters blijven graag in hun

eigen appartement en lopen niet zo snel bij de burens deuren plat. In deze wijken zijn de flatgebouwen veelal in bezit van sociale woningbouwverenigingen. Pensioengenieters huren hun appartementen over het algemeen van deze verenigingen.

Pensioengenieters voelen zich graag veilig in hun leefomgeving. Zij zijn veel thuis en kijken naar allerlei programma's op de televisie. Hun interesse gaat uit naar kunst en cultuur en wanneer zij eens op vakantie gaan, geven zij de voorkeur aan een culturele vakantie. Zij vinden het fijn anderen te helpen en sommigen doen vrijwilligerswerk. Sommigen hebben nog een kleine auto die zij recentelijk hebben gekocht. Als zij de deur uitgaan om boodschappen te doen gaan zij graag met de bus naar winkels waar zij de mensen kennen. Hier worden ze vriendelijk behandeld. In de supermarkt kopen zij traditionele producten als aardappels en ingrediënten voor een soepmaaltijd.

MOSAIC

MOSAIC is een segmentatiesysteem dat consumenten in Typen en Groepen verdeelt op grond van demografische, psychologische en lifestyle kenmerken die deze consumenten gemeen hebben. Hierbij is een unieke koppeling gemaakt tussen huishoudens- en buurtkenmerken. In Nederland zijn 2 verschillende MOSAIC segmentaties beschikbaar, enerzijds MOSAIC Postcode en anderzijds MOSAIC Huishouden. Beiden hebben betrekking op consumenten in geheel Nederland.

Ondersteunende materialen

Een groot aantal ondersteunende materialen is ontwikkeld om u te helpen bij de interpretatie van de MOSAIC segmentatie zodat u de informatie optimaal in de praktijk kunt toepassen.

[MOSAIC Multi Media Guide](#) - een interactieve gids van MOSAIC Huishouden welke beschikbaar is op uw PC of via het internet. De Multi Media Gids verstrekt uitgebreide informatie over de MOSAIC segmentatie door middel van foto's, gesproken teksten, animaties, grafieken en profielen.

[MOSAIC Handboek](#) - een handleiding tot MOSAIC Huishouden. Het MOSAIC handboek bevat uitgebreide informatie over de segmentatie zoals typologieën, groepsindeling, stamboom, illustraties en uitgebreide beschrijvingen van alle MOSAIC Groepen en Typen.

[MOSAIC Stamboom](#) – een weergave van alle MOSAIC groepen en typen in de belangrijkste dimensies zoals welstand, inkomen, levensfase, levenssituatie en huisbezit enzovoorts. Door middel van deze stamboom kan inzicht worden verkregen in de samenhang van de Nederlandse huishoudens.

Experian Business Strategies

Experian Business Strategies maakt deel uit van Experian Nederland B.V. Het levert sinds 1985 marketingoplossingen aan bedrijven in diverse marktsectoren. Het is marktleider op het gebied van consumentensegmentaties en databases. Het MOSAIC segmentatiesysteem van Experian Business Strategies wordt wereldwijd in meer dan 23 landen toegepast en heeft bewezen de oplossing te zijn voor het optimaliseren van klantstrategieën.

Door Experian Business Strategies wordt een breed scala van producten en diensten aangeboden die betrekking hebben op zowel micro- als macro-economisch niveau. De portfolio op micro niveau bestaat uit landelijk dekkende consumentendatabases op postcode- en huishoudenniveau, consumenten- en marktsegmentaties, marketing analyses en software. Op macro niveau biedt Experian Business Strategies economische voorspellingen en regionale marktplanning. Tevens levert Experian Business Strategies consultancy en ondersteunt daarmee organisaties bij het nemen van marketingbeslissingen.

Experian Business Strategies heeft kantoren in o.a. Den Haag, Londen, Nottingham, New York, Parijs, Hongkong, Madrid, Stockholm, Dublin en Edinburg. Meer informatie over het internationale netwerk van Experian Business Strategies kunt u vinden op: www.business-strategies.co.uk

Voor meer informatie over producten en diensten van Experian Business Strategies kunt u mailen naar Business.Strategies@experian.nl

Experian Nederland B.V

Wereldwijd is Experian marktleider op het gebied van informatievoorziening aan organisaties. Experian levert informatie, producten en diensten aan bedrijven bij het vinden van nieuwe klanten, het ontwikkelen en beheren van een succesvolle klantrelatie en het managen van financiële risico's gedurende de klantrelatie.

Experian werkt met meer dan 40.000 cliënten verdeeld over verschillende branches, daarbij inbegrepen financiële diensten, telecommunicatie, gezondheidszorg, verzekeringen, detailhandel en postorder, automobielbranche, vrije tijd, nutsbedrijven, projectontwikkelaars, e-commerce en overheid.

Experian maakt onderdeel uit van GUS plc., beursgenoteerd in Londen (UK). GUS heeft wereldwijd ca. 80.000 medewerkers in dienst en een jaaromzet van ca. 7,5 miljard Euro. GUS is een retail en zakelijke dienstverleningsgroep. GUS biedt informatie op het gebied van customer relationship management services (Experian), multi-channel retailing en homeshopping, (Argos Retail Group en Wehkamp) en verkoop van luxe producten (Burberry).

Experian heeft een jaaromzet van meer dan 2 miljard Euro en telt wereldwijd meer dan 13.000 medewerkers.

De hoofdkantoren van Experian bevinden zich in Nottingham (UK) en Costa Mesa, Californië (USA). Experian heeft kantoren in 18 landen en is actief in meer dan 60 landen. Experian is in Nederland gevestigd in Den Haag en heeft 100 medewerkers in dienst.



Experian Nederland B.V.
Kantoorgebouw " 't Schip"
Verheeskade 25
2521 EC Den Haag

Postbus 13128
2501 EC Den Haag

Tel: +31 (0)70 440 4000
Tel: +31 (0)70 440 4040
Email: info@experian.nl
Internet: www.experian.nl