

Pressemitteilung

Datum
1. Februar 2007

Pressekontakt
Cornelia Lichtner

Durchwahl
Tel. +49 (0)7254 / 983-270
Fax +49 (0)7254 / 983-290

E-Mail
c.lichtner@gfk-geomarketing.com

GeoMarketing-Software RegioGraph und DISTRICT setzen in der neuen Version 10 inhaltlich und technisch neue Maßstäbe

GfK GeoMarketing präsentiert neue Software zur regionalen Marktanalyse und Gebietsplanung inklusive der GfK Kaufkraft erstmalig auf der CeBIT 2007

GfK GeoMarketing GmbH

www.gfk-geomarketing.de
info@gfk-geomarketing.com

Geschäftssitz Waghäusel:
Gustav-Struve-Allee 1
D-68753 Waghäusel
Tel + 49 (0) 72 54 / 983 - 0
Fax + 49 (0) 72 54 / 983 - 290

Standort Hamburg:
Hans-Henny-Jahnn-Weg 53
D-22085 Hamburg
Tel + 49 (0) 40 / 227 - 1120
Fax + 49 (0) 40 / 227 - 7282

Standort Nürnberg:
Nordwestring 101
D-90319 Nürnberg
Tel + 49 (0) 911 / 395 - 2509
Fax + 49 (0) 911 / 395 - 4054

Management Board:
Murat Ayranci
Raimund Ellrott
Olaf Petersen
Wolfram Scholz
Dr. Eberhard Stegner

Amtsgericht Mannheim
HRB 250872
Ust-ID: DE 143585033

GfK GeoMarketing wird auf der CeBIT 2007 die neuen Softwareprogramme RegioGraph 10 und DISTRICT 10 präsentieren. Neben umfangreichen neuen Funktionen für Marktanalysen und Gebietsplanung enthalten sie standardmäßig die GfK Kaufkraft 2007 für Deutschland, Österreich und die Schweiz.

RegioGraph und DISTRICT sind die in Deutschland marktführenden GeoMarketing-Softwareprogramme zur Darstellung und Analyse von Unternehmensdaten auf digitalen Landkarten. Sie werden von Unternehmen in allen Branchen zur Optimierung der Marktbearbeitung unter regionalen Gesichtspunkten eingesetzt. RegioGraph ist mit der Konzentration auf Analysewerkzeuge auf den Einsatz in Marketing und Controlling ausgerichtet. DISTRICT verfügt über den gleichen Funktionsumfang und enthält zusätzlich spezielle Funktionen zur Planung von Vertriebsgebieten.

GfK Kaufkraft zeigt Marktpotenziale direkt auf der Landkarte

RegioGraph und DISTRICT enthalten in der Version 10 mehr Landkarten und Marktdaten als je zuvor. Passgenau zu den mehr als 100 administrativen und postalischen Landkarten zu Deutschland, Österreich und der Schweiz sind auch GfK Kaufkraftdaten 2007 in dem Softwarepaket enthalten. Die GfK Kaufkraft wird seit 1937 berechnet und ist die angesehene Marktwährung, um das Konsumpotenzial der Bevölkerung regional einzuschätzen. GfK GeoMarketing ist derzeit der einzige Hersteller, der eine GeoMarketing-Software standardmäßig mit vergleichbar hochkarätigen Marktdaten ausliefert.

Wolfram Scholz, Geschäftsführer von GfK GeoMarketing: „Wir verstehen uns als Komplettanbieter für GeoMarketing-Lösungen und können alle Komponenten aus einer Hand in durchgängig hoher Qualität anbieten. Im neuen RegioGraph 10 und DISTRICT 10 steckt das gesamte GeoMarketing-Wissen unseres Unternehmens. Gerade in Kombination mit der enthaltenen GfK Kaufkraft können Anwender regionale Märkte genau analysieren und europaweit fundierte marktstrategische Entscheidungen treffen. Mit RegioGraph 10 und DISTRICT 10 haben wir für unsere Kunden ein GeoMarketing-Komplettpaket zusammengestellt, das in dieser Qualität und in diesem Umfang absolut einmalig ist.“

RegioGraph 10 und DISTRICT 10 basieren auf der .NET-Technologie von Microsoft und laufen auch unter dem neuen Betriebssystem VISTA. Die neue Programmarchitektur macht die Software gerade bei großen Datenmengen schneller als je zuvor. Außerdem wurde die Kompatibilität zu Office-Programmen und zu speziellen CRM-, ERP- oder Business Intelligence Lösungen weiter verbessert.

Analyseassistent führt durch mehr als 100 Marktanalysen

Der Anwender profitiert jedoch nicht nur von den Neuerungen „unter der Motorhaube“ des Programms. Auch die Benutzeroberfläche ist in der Version 10 von RegioGraph und DISTRICT höchst intuitiv und flexibel. Beispielsweise werden Landkarten automatisch in einer sinnvollen Reihenfolge auf dem Arbeitsblatt angeordnet–etwa Flächenschichten wie Bundesländer liegen unten, Städtepunkte liegen oben. Farbeinstellungen lassen sich in Paletten abspeichern und jederzeit aufrufen. So können Landkarten schnell an das Firmen-Erscheinungsbild angepasst werden.

Eine der größten Neuerungen sind die Software-Assistenten, die den Anwender schnell und zielgerichtet durch Anwendungen wie den Datenimport, Analysen oder die Vertriebsgebietsplanung führen. In der neuen Version bieten RegioGraph 10 und DISTRICT 10 insgesamt mehr als 100 verschiedene Analyse- und Darstellungsmethoden. Darunter sind auch völlig neue, wie etwa multidimensionale Symbole, mit denen gleichzeitig bis zu drei verschiedene Variablen visualisiert werden können. Der Analyseassistent führt den Anwender nun über wenige Fragen–zum Beispiel „Wie sehen Ihre Daten aus?“, „Was wollen Sie darstellen?“–zu einer Analysemethode, die das Arbeitsergebnis optimal darstellt.

„Der neue Analyseassistent ist eine Riesenhilfe, da unsere Kunden meist keine ausgebildeten Kartografen sind, sondern Vertriebsleiter, Marketingleiter oder Controller. Mit den neuen Programmen erzeugen Anwender schnell und ohne Fachwissen Ergebnisse, die Hand und Fuß haben.“, erläutert Sören Göckel, Software-Entwickler bei GfK GeoMarketing.

Etwa in internen Präsentationen und Geschäftsberichten dienen die Karten als Stütze für Unternehmensentscheidungen. „Unsere Softwaretester waren geradezu euphorisch über die neuen grafischen Möglichkeiten, die RegioGraph 10 und DISTRICT 10 bieten. Halbtransparente Flächendarstellungen, passgenaue Beschriftungen, sehr plastisch wirkende topografische Landkarten–die neue Software macht wirklich einfach tolle

Karten. Das ist für unsere Kunden oft fast genauso wichtig wie die Analysen und Ergebnisse an sich, da sie damit wiederum in ihrem Unternehmen überzeugen und beeindrucken können.“, so Sören Göckel.

Neue Dimensionen bei der Planung von Vertriebsgebieten

Die Gebietsplanungsoptionen im neuen DISTRICT 10 haben den größten Evolutionssprung seit dem ersten Programm gemacht. Grenzen und natürliche Barrieren wie Flüsse oder Gebirgszüge werden bei Planungen automatisch berücksichtigt. Zudem ist das Generieren und Optimieren von Gebieten noch flexibler und transparenter. Der Anwender kann mehrere Optimierungskriterien untereinander gewichten—etwa so, dass der Ausgleich der Gebiete nach Kundenanzahl doppelt so viel zählt wie der Ausgleich nach Gebietsgröße. Zugleich sieht er jederzeit, was die Software berechnet und kann für die interaktive manuelle Anpassung auf ausführliche Statistiken zu jedem Gebiet zurückgreifen.

Völlig neu ist auch die Option, mit DISTRICT Gebietsberichte zu erstellen: Zu jedem Gebiet wird ein Dokument erzeugt, das statistische Informationen zu diesem Gebiet und seine Abweichung vom Optimum und Durchschnitt als Tabellenübersicht und als Grafik anzeigt.

Pressekonferenz zur Veröffentlichung und Auslieferungstermin

Die Softwareprogramme RegioGraph 10 und DISTRICT 10 werden erstmalig auf der CeBIT 2007 vom 15.-21. März in Hannover präsentiert. Am **Montag, den 19. März 2007, findet von 10:00 bis 11:00 eine Pressekonferenz** statt, auf der die Software vorgestellt wird. Die Geschäftsführung von GfK GeoMarketing wird anschließend für Fragen der Fachpresse zur Verfügung stehen. Um eine **Anmeldung bis zum 12. März 2007** per Email an c.lichtner@gfk-geomarketing.com oder per Faxformular an +49 (0)7254/ 983 -290 wird gebeten.

Interessierte können ab sofort Präsentationstermine während der gesamten Messezeit vereinbaren. Die Auslieferung der Software erfolgt voraussichtlich ab Ende März. Die englischsprachige Version von RegioGraph 10 und DISTRICT 10 soll noch in diesem Jahr folgen.

Lieferumfang von RegioGraph 10 und DISTRICT 10

Software	Marktdaten	Landkarten
<ul style="list-style-type: none"> • RegioGraph 10 oder DISTRICT 10 • Fertige aufbereitete Kartenprojekte und Analysen: Topografie, Kaufkraft, Einwohner, usw. für Deutschland, Österreich und die Schweiz • Schnelleinstieg-Handbuch • Übungsprojekte 	<ul style="list-style-type: none"> • GfK Kaufkraft für Deutschland, Österreich und die Schweiz für Gemeinden und Postleitzahlen • Einwohnerzahlen Deutschland, Österreich und Schweiz für Gemeinden und Postleitzahlen • Haushalte Deutschland, Österreich und Schweiz für Gemeinden und Postleitzahlen 	<ul style="list-style-type: none"> • Mehr als 100 Landkarten zu Deutschland, Österreich und der Schweiz: <ul style="list-style-type: none"> ○ Alle administrativen Einheiten bis zu Gemeinden ○ Alle postalischen Einheiten, z. B. in Deutschland bis PLZ 5 ○ umfangreiche topografische Karten: Straßenkarten, Höhenschichten, Städte, Gewässer, usw. • Sonderkarten wie Nielsengebiete, KV-Gebiete, IHK-Bezirke, Arbeitsamtbezirke, ... • Europaweite Karten – politische Grenzen bis Level 2 (etwa Bundesländer), postalische Einheiten bis PLZ 2 –Ebene
Zusätzliche Services umfassen eine kostenlose Anwenderhotline, Tutorien im Internet und kostenlose zusätzliche Downloads von Marktdaten.		

Weitere Informationen zu RegioGraph 10 und DISTRICT 10 erhalten Sie von Frau Doris Hardt-Beischl, Tel. +49 (0)7254/ 983 -140, d.hardt-beischl@gfk-geomarketing.com.

Download von Grafiken

Screenshot, Logos und Symbolbild finde Sie in hoher Auflösung unter http://www.gfk-geomarketing.de/presse/zip/RG_D10.zip

Über GfK GeoMarketing

GfK GeoMarketing ist einer der größten europäischen Anbieter von GeoMarketing-Lösungen und hat mehr als 100.000 Anwender aus allen Branchen. Die Kernbereiche des Unternehmens sind:

- Beratung
- Marktdaten
- Digitale Landkarten
- GeoMarketing-Software

Das Unternehmen wurde 2006 aus GfK MACON, GfK Prisma und GfK Regionalforschung gegründet und ist eine 100%ige Tochter der weltweit agierenden GfK-Gruppe.

GfK GeoMarketing ist Teil des internationalen **GfK-Netzwerkes**. Die GfK ist in derzeit 70 Ländern mit über 130 Tochterunternehmen und rund 7.800 Beschäftigten vertreten. Sie belegt Platz 4 im weltweiten Ranking der Marktforschungsinstitute.