

## Pressemitteilung

Datum  
25. Oktober 2007

Pressekontakt:  
Cornelia Lichtner

Durchwahl  
Tel. +49 (0) 72 51 / 92 95 - 270  
Fax. +49 (0) 72 51 / 92 95 - 290

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

# GeoMarketing-Software RegioGraph 10 und DISTRICT 10 für den internationalen Einsatz in Vertrieb und Controlling

**GfK GeoMarketing veröffentlicht die englischsprachige Version 10 der GeoMarketing-Programme RegioGraph und DISTRICT. Neben leistungsstarken Funktionen für regionale Marktanalysen und zur Gebiets- und Standortplanung enthalten beide Komplettlösungen digitale Landkarten und Marktdaten.**

GfK GeoMarketing GmbH

[www.gfk-geomarketing.de](http://www.gfk-geomarketing.de)  
[info@gfk-geomarketing.com](mailto:info@gfk-geomarketing.com)

Geschäftssitz Bruchsal:  
Werner-von-Siemens-Str. 9  
Gebäude 6508  
D-76646 Bruchsal  
Tel + 49 (0) 72 51 / 92 95 - 100  
Fax + 49 (0) 72 51 / 92 95 - 290

Standort Hamburg:  
Hans-Henny-Jahnn-Weg 53  
D-22085 Hamburg  
Tel + 49 (0) 40 / 227 112 - 0  
Fax + 49 (0) 40 / 227 728 2

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

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

Amtsgericht Mannheim  
HRB 250872  
Ust-ID: DE 143585033

RegioGraph und DISTRICT gehören zu den in Deutschland marktführenden GeoMarketing-Softwareprogramme zur Darstellung und Analyse von Unternehmensdaten auf digitalen Landkarten. Sie werden auch weltweit von vielen Unternehmen und 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.

In der jetzt neu veröffentlichten englischen Version 10 enthalten RegioGraph und DISTRICT zahlreiche Innovationen wie eine noch schnellere und einfachere Gebietsplanung, neue Marktanalysen sowie eine auf den internationalen Einsatz abgestimmte, leicht bedienbare Benutzeroberfläche.

### **Analyseassistent führt durch mehr als 100 Marktanalysen**

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 zu einer Analysemethode, die das Arbeitsergebnis optimal darstellt.

Wolfram Scholz, Geschäftsführer von GfK GeoMarketing, erläutert: „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 kartografisches Fachwissen Ergebnisse, die Hand und Fuß haben.“

Etwa in internen Präsentationen und Geschäftsberichten dienen die Karten als Stütze für Unternehmensentscheidungen. „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, auch über Sprachbarrieren hinweg.“, so Wolfram Scholz.

#### **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.

#### **Komplettpaket enthält neben Software auch Landkarten und Marktdaten**

In der jetzt neu veröffentlichten englischen Version 10 enthalten RegioGraph und DISTRICT umfangreiche Landkarten und Marktdaten: Der Kunde erhält alle verfügbaren postalischen und administrativen Landkarten zu einem europäischen Land seiner Wahl automatisch mit der Software. Zusätzlich enthalten sind umfangreiche topografische Karten sowie Europaübersichtskarten zu Ländern und Regionen. Diese sind zusätzlich hinterlegt mit der aktuellen GfK Kaufkraft. GfK GeoMarketing ist derzeit der einzige Hersteller, der eine GeoMarketing-Software als Komplettlösung standardmäßig mit vergleichbar hochkarätigen Landkarten und Marktdaten ausliefert.

Wolfram Scholz, Geschäftsführer von GfK GeoMarketing: „Wir sind Komplettanbieter für GeoMarketing-Lösungen und können alle Komponenten aus einer Hand in durchgängig hoher Qualität anbieten: Sei es die Software zum internationalen Einsatz, weltweite digitale Landkarten, Marktdaten oder Beratungsleistungen zur Standort- und

Gebietsplanung. Diese Komponenten unterstützen zusammen aber auch einzeln unsere Kunden weltweit, fundierte marktstrategische Entscheidungen zu treffen. Mit RegioGraph 10 und DISTRICT 10 haben wir für unsere Kunden ein GeoMarketing-Komplettpaket zusammengestellt, das in Bedienbarkeit, Qualität und Umfang branchenweit seinesgleichen sucht.“

#### Lieferumfang von RegioGraph 10 und DISTRICT 10 englische Version

Software	Landkarten	Extras
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>RegioGraph 10</b> oder <b>DISTRICT 10</b></li> <li>• <b>Schnelleinstieg-Handbuch</b></li> <li>• <b>Übungsprojekte</b></li> </ul>	Alle verfügbaren Landkarten zu einem europäischen Land der Wahl: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Alle administrativen Einheiten</b> bis zu Gemeinden</li> <li>• <b>Alle postalischen Einheiten</b>, z. B. in Deutschland bis PLZ 5</li> <li>• <b>Umfangreiche topografische Karten:</b> Straßenkarten, Höhengschichten, Städte, Gewässer, usw.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Europaweite Karten</b> – Länder und GfK Regionen (etwa Bundesländer)</li> <li>• <b>Europaweite GfK Kaufkraft</b> für europäische Länder und Regionen</li> </ul>
Zusätzliche <b>Services</b> umfassen eine kostenlose <b>Anwenderhotline</b> , <b>Tutorien</b> im Internet und <b>kostenlose zusätzliche Downloads von Marktdaten</b> .		

RegioGraph 10 und DISTRICT 10 basieren auf der .NET-Technologie von Microsoft und sind für das neue Windows-Betriebssystem VISTA zertifiziert. Die Kompatibilität zu Standard-Office-Programmen wie MS-Word oder Excel ist damit gegeben.

**Weitere Informationen zu RegioGraph 10 und DISTRICT 10** erhalten Sie von Frau Doris Hardt-Beischl, Tel. +49 (0)7251/ 9295 -140, [d.hardt-beischl@gfk-geomarketing.com](mailto: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](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 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 90 Ländern mit über 115 Tochterunternehmen und rund 8.200 Beschäftigten vertreten. Sie belegt Platz 5 im weltweiten Ranking der Marktforschungsinstitute.