

## Pressemitteilung

# GeoMarketing direkt in MS Office 2007 integriert

Datum

**28. April 2008**

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

**Das neueste Update zur preisgekrönten GeoMarketing-Software RegioGraph und DISTRICT enthält eine direkte Verbindung zu Excel, Word und PowerPoint in Office 2007. Mit Hilfe dieses PlugIn können Anwender noch intensiver und einfacher GeoMarketing in den Arbeitsalltag einbinden.**

GfK GeoMarketing GmbH

www.gfk-geomarketing.de  
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

GfK GeoMarketing hat eine nahtlose Verbindung zwischen den GeoMarketing-Lösungen RegioGraph 10 und DISTRICT 10 und den Microsoft Office 2007 Programmen Word, Excel und PowerPoint entwickelt. Das PlugIn ist im 2008er-Update von RegioGraph und DISTRICT 10 enthalten, zusammen mit den aktuellen Landkarten und GfK Kaufkraftdaten 2008 für Deutschland, Österreich und die Schweiz. RegioGraph 10 ist neben einer Einzelversion auch als Bundle mit Microsoft Office 2007 Small Business Edition erhältlich.

Durch das Office 2007-PlugIn ist es den Anwendern möglich, RegioGraph und DISTRICT direkt über die Menüleiste von Office 2007-Programmen zu steuern. Ein Beispiel: Eine in Excel gepflegte Vertriebsstruktur kann direkt und ohne das Programm zu wechseln für Analysen in das dazugehörige Projekt in die Gebietsplanungssoftware DISTRICT eingespielt werden. Umgekehrt kann der Anwender Datenspalten, die in den GeoMarketing-Programmen hinterlegt sind, nach Excel „herüberholen“ und dort mit allen Excel-Funktionen bearbeiten. Anschließend werden die Ergebnisse zur Visualisierung in der Landkarte sofort wieder in das RegioGraph- oder DISTRICT-Projekt geschickt, alles ohne Zwischenspeicher. Auch fertige Landkarten-Grafiken können ohne Zwischenspeicher- und Exportschritte direkt in Word, Excel oder PowerPoint geöffnet werden.

GfK GeoMarketing Geschäftsführer Wolfram Scholz unterstreicht die besondere Anwenderfreundlichkeit des neuen Updates: „Mit der neuen, nahtlosen Verbindung zwischen RegioGraph 10 bzw. DISTRICT 10 und den bekannten Microsoft-Officeprogrammen Word, Excel und PowerPoint ist es für Anwender jetzt noch einfacher, GeoMarketing in ihren Arbeitsalltag voll einzubinden und alle Vorteile, die es bietet, schnell und einfach zu nutzen.“

**Update 2008 enthält auch die neuesten Landkarten und GfK Kaufkraftdaten für Deutschland, Österreich und die Schweiz**

Auch mit dem Liefer- und Funktionsumfang setzen RegioGraph 10 und DISTRICT 10 im Update 2008 inhaltlich und technisch höchste Maßstäbe im GeoMarketing-Markt. Neben umfangreichen Funktionen für Marktanalysen und zur Gebietsplanung enthalten die Programme standardmäßig die aktuelle GfK Kaufkraft 2008 für Deutschland, Österreich und die Schweiz bis Postleitzahl- und Gemeindeebene samt passenden digitalen Landkarten und weiteren Europakarten auf neuestem Stand. Die enthaltenen Marktdaten und Landkarten passen exakt zueinander und sind nach Installation der Software sofort einsatzbereit. Die enthaltene GfK Kaufkraft wird seit 1937 berechnet und ist die angesehene Marktwährung, um das Konsumpotenzial der Bevölkerung regional einzuschätzen. Aktuelle Landkarten und Potenzialdaten wie die GfK Kaufkraft sind für Unternehmen wesentliche Erfolgsbausteine: Wie etwa die letztjährige Gebietsreform in Sachsen-Anhalt zeigt, gibt jedes Jahr viele, teils grundlegende Änderungen. Daher ist nur mit den neuesten Analyse- und Planungsgrundlagen die korrekte Zuordnung etwa von Unternehmensumsätzen zu Kundenstandorten gesichert.

Wolfram Scholz resümiert den Nutzen des 2008er-Updates: „RegioGraph 10 und DISTRICT 10 bieten Unternehmen aller Größen die optimale Unterstützung im GeoMarketing. Mit dem 2008er-Update stehen den Anwendern dabei jetzt nicht nur die allerneuesten Planungsgrundlagen zur Verfügung, sondern auch eine sehr leistungsstarke technische Neuheit mit hohem Praxisnutzen, das Office 2007-PlugIn. Gerade im Zusammenspiel mit den Produkten von Microsoft lässt sich so das gesamte Potenzial und der Anwendungskomfort von RegioGraph 10 und DISTRICT 10 ideal nutzen.“

**Zu RegioGraph und DISTRICT**

RegioGraph zur Marktanalyse und die Gebietsplanungssoftware DISTRICT aus dem Hause GfK GeoMarketing sind die in Deutschland nach Anzahl der Anwender führenden 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.

RegioGraph 10 im 2008er-Update mit dem Office 2007-PlugIn wurde kürzlich im Rahmen der CeBIT 2008 von der Initiative Mittelstand in der Kategorie "Wissensmanagement" ausgezeichnet. Beim letztjährigen Innovationspreis hatte die Jury der zur CeBIT 2007 veröffentlichten Version 10 der Gebietsplanungssoftware DISTRICT den Categoriesieg im Bereich Business Intelligence verliehen.

**Weitere Informationen** zu RegioGraph 10 und DISTRICT 10 finden Sie unter [www.gfk-geomarketing.de/software](http://www.gfk-geomarketing.de/software).

#### **Download von Grafiken**

Grafiken in Druckauflösung finden Sie unter [www.gfk-geomarketing.de/update2008](http://www.gfk-geomarketing.de/update2008)

#### **Über GfK GeoMarketing**

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

- Beratung
- Marktdaten
- Digitale Landkarten
- GeoMarketing-Software

Das Unternehmen ist eine 100%ige Tochter der weltweit agierenden GfK-Gruppe. Die GfK ist in derzeit 100 Ländern mit über 115 Tochterunternehmen und rund 9.000 Beschäftigten vertreten. Sie belegt Platz 5 im weltweiten Ranking der Marktforschungsinstitute.