

## Pressemitteilung

# GfK GeoMarketing breitet sein Distributionsnetzwerk aus

## ISP\*D wird weiterer Distributor

Datum  
24. November 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

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:  
Olaf Petersen  
Wolfram Scholz  
Dr. Eberhard Stegner

Amtsgericht Mannheim  
HRB 250872  
Ust-ID: DE 143585033

Die GfK GeoMarketing GmbH und die ISP\*D International Software Partners GmbH haben auf europäischer Ebene ein Distributionsabkommen geschlossen. Ab sofort können Fachhändler die Produkte RegioGraph und DISTRICT über ISP\*D beziehen. Besonders attraktiv sind die GeoMarketing-Softwarelösungen für Fachhändler und Systemhäuser, die bereits im ERP-, CRM- und Office-Umfeld Lösungen in ihrem Portfolio anbieten und vertreiben.

RegioGraph ist eine Standard-Software für regionale Markt- und Kundenanalysen im Marketing, Vertrieb und Controlling. Mit RegioGraph können Kunden und Märkte auf digitalen Landkarten analysiert werden. Dies ermöglicht die Identifizierung von Schlüsselkunden und hilft dabei, das Marketing zielgruppengerecht zu optimieren. RegioGraph wird als Komplettlösung inklusive umfassender digitaler Landkarten für Deutschland, Österreich und die Schweiz (DACH), der GfK Kaufkraft (DACH), einer direkten Anbindung an Word, Excel und PowerPoint sowie kostenlosem Support geliefert.

DISTRICT ist eine professionelle Komplettlösung für die Planung und Optimierung von Außendienstgebieten. DISTRICT enthält alle Funktionen von RegioGraph, darüber hinaus verfügt das Tool über ein umfassendes Instrumentarium zur Vertriebsgebietsplanung, Filialnetzoptimierung und automatischen Gebietsberichterstellung.

„Mit der ISP\*D ergänzt GfK GeoMarketing sein Vertriebsnetz um einen weiteren leistungsstarken Partner im Channel. Unsere Partner profitieren von unserem mehrstufigen Partnerprogramm mit attraktiven Margen und breiter Marketingunterstützung wie etwa speziellen Händlerschulungen. Nicht zuletzt bieten unsere GeoMarketing-Lösungen RegioGraph und DISTRICT dem Fachhändler selbst auch eine Kompetenzerweiterung mit konstanten Folgegeschäften durch unsere GfK Marktdaten und Landkarten.“ so Friedlind Dürr, Leiterin des Bereichs Partner Development bei GfK GeoMarketing. „Das bestehende Fachhändlernetz kann somit vom starken Wachstum der GeoMarketing-Branche aktiv profitieren“, so Dürr weiter. Die Unternehmensstrategie sei es, mit dieser Distributionsvereinbarung bewusst

den indirekten Vertrieb zu fördern und dem Fachhandel weitere Bezugsquellen zu erschließen.





Für Fragen zu GfK GeoMarketing Produkten kann sich der Fachhandel bei ISP\*D direkt an den Fachhandelsvertrieb wenden. Interessierte Partner können sich unter <http://gfk-geomarketing.softnews-online.com> für das Partnerprogramm der GfK GeoMarketing GmbH registrieren.

#### **Download von Grafiken**

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

#### **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 und Gutachten
-  Marktdaten
-  Digitale Landkarten
-  GeoMarketing-Software RegioGraph und DISTRICT

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 10.000 Beschäftigten vertreten. Sie belegt Platz 4 im weltweiten Ranking der Marktforschungsinstitute.