

## Pressemitteilung

Datum  
20. Januar 2010

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

# „Top Produkt Handel 2010“: RegioGraph gewinnt Gold

**Neuwied/Bruchsal. Im Wettbewerb „Top Produkt Handel 2010“, den das handelsjournal im vergangenen Jahr zum zweiten Mal ausgeschrieben hat, sind die Würfel gefallen. Die Leser des Berliner Wirtschaftsmagazins waren aufgerufen, ihr Votum zu den besten Produkten für den Einzelhandel abzugeben. Die GeoMarketing-Software wurde zum „Top Produkt Handel 2010“ in der Kategorie Prozessoptimierung ausgezeichnet.**

Angesichts weitgehend stagnierender Umsätze, zunehmendem Konkurrenzdruck, knapper Margen und Renditen ist das Handelsmanagement derzeit ganz besonders gefordert, Prozesse im Unternehmen effizient zu strukturieren, Ressourcen zu sparen und Umsatzchancen optimal zu nutzen. Hierbei setzt der Handel auf innovative Produkte aus der Investitionsgüterindustrie. 14 solcher Produkte haben sich erfolgreich am Wettbewerb Top Produkt Handel 2010 des handelsjournals beteiligt.

In der Kategorie **Prozessoptimierung** vergaben die Leser Gold für das GeoMarketing-Planungstool RegioGraph der in Bruchsal ansässigen GfK GeoMarketing GmbH, das in Verbindung mit den GfK Marktdaten entscheidend zur effizienten Neukundengewinnung und zur Erschließung neuer Märkte beitragen kann.

Doris Hardt-Beischl, Vertriebsleiterin von GfK GeoMarketing, freut sich sehr über die Auszeichnung: „Unsere vielen Anwender aus dem Bereich Handel – Vertriebsleiter, Marketingleiter, Expansionsplaner, Controller wie auch Geschäftsführer – bestätigen uns immer wieder, dass RegioGraph für sie ein wesentlicher Erfolgsfaktor ist, der Effizienz und Transparenz in regionalen Märkten bringt. Wir freuen uns, dass auch die Leser des handelsjournals durch ihre Stimme das Potenzial gewürdigt haben, das in GeoMarketing-Lösungen wie Software und regionalen Marktdaten für sie steckt.“

GfK GeoMarketing rechnet damit, dass 2010 für viele Unternehmen aus der Handelsbranche kein einfaches Jahr wird. Die Handelsbranche steht vor großen Herausforderungen – Umsatzrückgänge in Folge der Finanzkrise, demografische Veränderungen und Umwälzungsprozesse bei Produktion, Logistik und Einzelhandelskonzepten sowie harte Konkurrenz durch globalisierte Märkte.

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-90419 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

Hardt-Beischl: „Im Jahr 2010 werden wir uns daher ganz besonders der Kundengruppe Handelsunternehmen zuwenden und spezielle Lösungen und Beratungen anbieten. Die Auszeichnung von RegioGraph als Top Produkt Handel 2010 spornt uns dabei natürlich zusätzlich an.“

Kunden und Interessenten haben mehrere Gelegenheiten, um sich zeitnah ein persönliches Bild davon zu machen, wie GeoMarketing sie bei ihren Herausforderungen unterstützen kann. GfK GeoMarketing wird Anfang März auf der CeBIT sowie auf der EuroCI die neueste Version von RegioGraph präsentieren – mit neuen Landkarten, aktuellen Potenzialdaten und europaweiten Analysemöglichkeiten.

**Terminvereinbarungen** sind ab sofort telefonisch über +49 (0)7251 / 9295 -170 oder unter [www.gfk-geomarketing.de/messe](http://www.gfk-geomarketing.de/messe) möglich.

### Über RegioGraph

Mit RegioGraph bilden Handelsunternehmen ihre Kunden, Zielgruppen und Potenziale auf aktuellen digitalen Karten ab und analysieren diese mit den integrierten Potenzialdaten wie der GfK Kaufkraft. Zu den Funktionen von RegioGraph gehören die Möglichkeit der straßengenauen Abbildung von Adressen, die professionelle Gebietsplanung samt Zonenberechnung und eine einfache und schnelle Bedienung durch Hintergrundkarten in Google Maps Optik. Neben der deutschen Version gibt es auch eine englischsprachige Version für den internationalen Einsatz. Durch die verfügbaren Karten für 240 Länder bei GfK GeoMarketing kann die GeoMarketing-Software weltweit in der Expansions-, Vertriebs- und Marketingplanung sowie im Controlling global agierender Handelsunternehmen eingesetzt werden.

Unverzichtbar für den Handel macht RegioGraph die Kombinationsmöglichkeit mit regionalisierten GfK Marktdaten. GfK GeoMarketing bietet eine umfassende Bandbreite von Kennziffern wie der GfK Kaufkraft, Zielgruppendaten und Umsätzen, die produkt- und straßenabschnittsgenau ausgewiesen werden können. Für die Analyse von Marktanteilen und die Planung von Expansionen oder neuen Filialstandorten sind die GfK Marktdaten die ideale Kombination für RegioGraph.

RegioGraph ist mit mehr als 40.000 Anwendern die meistgenutzte GeoMarketinglösung in Deutschland. Sie überzeugt mit den umfangreichen und zugleich leicht zu bedienenden Funktionen, mit Schnelligkeit und Rechenleistung sowie dem Gesamtpaket aus Software, Landkarten und Marktdaten, das Anwendern den direkten Einstieg in das Geomarketing ermöglicht. Einzigartig ist die Option der straßengenauen Analyse ohne Zusatzkosten je Adresse und der unschlagbare Einstiegspreis von 998,-€ für die DACH-Edition von RegioGraph Analyse inklusive aller Landkarten und GfK Kaufkraftdaten für Deutschland, Österreich und die Schweiz.

GfK GeoMarketing unterstützt die Anwender aus dem Handel weiterhin mit einer kostenlosen Anwenderhotline, einem ausgefeilten Schulungskonzept und Beratungsleistungen zur Gebietsplanung und Filialnetzplanung.

**Weitere Informationen** zu RegioGraph erhalten Sie unter [www.regiograph.de](http://www.regiograph.de)

### **Bildmaterial**





Grafiken zu RegioGraph und dem Logo „Top Produkt Handel 2010“ in Druckauflösung finden Sie unter [www.gfk-geomarketing.de/grafiken\\_topprodukt](http://www.gfk-geomarketing.de/grafiken_topprodukt)

### **Über das handelsjournal**

Das handelsjournal bündelt Monat für Monat praxisorientiert alle wirtschaftlichen und politischen Themen, die den Handel bewegen. Im handelsjournal kommen der Handelsverband Deutschland - Der Einzelhandel (HDE), seine Mitglieder und Experten zu Wort. Das „Wirtschaftsmagazin für den Einzelhandel“ ist die Plattform für den engen Dialog zwischen Einzelhandelsunternehmen aller Betriebsgrößen und Branchen, Lieferanten und Dienstleistern. Das handelsjournal erscheint in einer Auflage von ca. 52.000 Exemplaren im LPV Lebensmittel Praxis Verlag Neuwied. Herausgeber sind der Handelsverband Deutschland – Der Einzelhandel (HDE) in Berlin und seine Landesverbände. Die LPV-Fachmediengruppe gehört mit rund zehn bestens etablierten Magazinen (u.a. Lebensmittel Praxis, REGAL, Convenience Shop, Top hotel), zahlreichen Veranstaltungen und Services zur Unternehmensgruppe Georg von Holtzbrinck. Mehr unter [www.handelsjournal.de](http://www.handelsjournal.de)

### **Zu 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

GfK GeoMarketing 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.