

Pressemitteilung

Datum
30. März 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

RegioGraph 2010: Die neue GeoMarketing-Softwarelösung wird ab sofort ausgeliefert

RegioGraph bietet umfangreiche Landkarten und GfK Potenzialdaten auf Stand 2010 sowie als einzige Lösung auf dem deutschen Markt standardmäßig auch einen Geocoder für ganz Europa ohne Einschränkungen oder Zusatzkosten. Die GeoMarketing-Lösung bietet branchenübergreifende Einsatzmöglichkeiten in Vertrieb, Marketing, Expansion und Controlling. Partner von GfK GeoMarketing können sich ab sofort für die neue Version als offizielle RegioGraph-Vertriebspartner schulen und zertifizieren lassen.

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

Nach der erfolgreichen Präsentation der neuen GeoMarketing-Lösung RegioGraph 2010 auf der CeBIT liefert GfK GeoMarketing ab sofort an die vielen Vorbesteller aus. Alleine am ersten Auslieferungstag wurden rund 250 Softwarepakete aus Bruchsal auf den Weg gebracht. Auch die zahlreichen, langjährigen RegioGraph-Abonnenten können sich auf den baldigen Erhalt des neuen RegioGraph 2010 freuen.

RegioGraph 2010 enthält – neben den Softwarefunktionen zur regionalen Analyse von Märkten sowie der Vertriebsgebietsplanung – umfangreiche Landkarten und Potenzialdaten auf Stand 2010. Für die Länder Deutschland, Österreich und die Schweiz enthält RegioGraph detaillierte digitale Landkarten aller Regionen – vom Bundesland zur 5-stelligen Postleitzahl. Dazu passend sind im Lieferumfang auch regionalisierte GfK Marktdaten für 2010 enthalten, mit Angaben zu Einwohnern, Haushalten und GfK Kaufkraft je Region. So können Anwender bei der Analyse ihrer Unternehmensdaten sofort erkennen, wie gut sie das vorhandene Potenzial ausschöpfen oder wo sich Vertriebs- und Werbeaktivitäten lohnen.

Im neuen RegioGraph 2010 ist neben den aktuellen Landkarten und Marktdaten auch die Funktion enthalten, in nahezu allen europäischen Ländern Analysen und Berechnungen auf Straßenabschnittebene durchzuführen. RegioGraph ist die derzeit einzige GeoMarketinglösung, die einen solchen „Geocoder“ zur straßengenauen Verortung von Kundenadressen oder Umsätzen ohne Volumenbeschränkung und Zusatzkosten enthält.

Friedlind Dürr, verantwortlich für das Partner-Management bei GfK GeoMarketing, unterstreicht den hohen wirtschaftlichen Nutzen von GeoMarketing: „Eine effiziente Marktbearbeitung ist gerade in wirtschaftlich schwierigen Phasen überlebenswichtig. Mit RegioGraph 2010 ist es ein Leichtes, zusätzliche Potenziale zu lokalisieren und Vertriebs-

Marketing- und Expansionsaktivitäten zu optimieren. RegioGraph bietet durch seine Transparenz und einfache, schnelle Bedienung Anwendern und Verantwortlichen optimale Entscheidungssicherheit. Unseren Partnern im Channel bieten wir mit RegioGraph sogar gleich einen doppelten Nutzen: Alle Vorteile des GeoMarketing durch die Eigennutzung sowie attraktive Margen in einem Wachstumsmarkt. Alle interessierten Händler können sich ab sofort melden: Nach einer kompakten Schulung sind Sie 'zertifizierter RegioGraph 2010-Händler' und können ins GeoMarketing einsteigen."

Über RegioGraph

Mit RegioGraph bilden Unternehmen 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.

RegioGraph ist mit mehr als 40.000 Anwendern die meistgenutzte GeoMarketinglösung in Deutschland und wurde von den Lesern des *handelsjournals* zum „Top Produkt Handel 2010“ in der Kategorie Prozessoptimierung gewählt.

Lieferumfang von RegioGraph 2010:

Software	Marktdaten
<ul style="list-style-type: none"> • RegioGraph • Schnelleinstieg-Handbuch • Übungsdaten 	<ul style="list-style-type: none"> • GfK Kaufkraft® 2010 von Deutschland, Österreich und der Schweiz für alle Gemeinden und Postleitzahlen • Einwohner- u Haushaltszahlen 2010 von Deutschland, Österreich und der Schweiz für alle Gemeinden und Postleitzahlen

Landkarten	Service
<ul style="list-style-type: none"> • Alle administrativen, postalischen und topografischen Landkarten 2010 von Deutschland, Österreich und der Schweiz • Vollständige Straßenkarten von Tele Atlas® • Sonderkarten wie Nielseengebiete, KV-Gebiete, IHK-Bezirke, Arbeitsamtbezirke und mehr • Europaweite Karten - postalische Grenzen, den Bundesländern in Deutschland vergleichbar 	<ul style="list-style-type: none"> • Kostenlose Anwenderhotline • RegioGraph-Tutorien im Internet • Kostenlose zusätzliche Downloads





Weitere Informationen zu RegioGraph 2010 finden Sie unter www.regiograph.de/2010.

Download von Grafiken

Grafiken in Druckauflösung finden Sie unter www.gfk-geomarketing.de/regiograph2010.

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 Prozentige 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.