

# Pressemitteilung

## GfK launcht neue Geomarketing-Software „RegioGraph 2016“

8. März 2016

Cornelia Lichtner  
Öffentlichkeitsarbeit  
T +49 7251 9295 270  
F +49 7251 9295 290  
cornelia.lichtner@gfk.com

### Geomarketing-Software von GfK zum weltweiten Einsatz

**Bruchsal, 8. März 2016 – Die neueste Version der Geomarketing-Software RegioGraph samt aktuellen Karten und Kaufkraftdaten wird ab 24. März erhältlich sein. RegioGraph 2016 ermöglicht es, Kartenanalysen mit dem Web Viewer online zu teilen, IP-Adressen zu geocodieren und Datenbestände noch schneller zu importieren. RegioGraph bietet Anwendern eine einfach bedienbare und zugleich leistungsstarke Softwarelösung für Location Intelligence, etwa Markt- und Zielgruppenanalysen, die Planung und Optimierung von Vertriebsgebieten sowie zur Expansionsplanung.**

Mit RegioGraph können Anwender ihre Kunden, Zielgruppen und Potenziale auf den aktuellsten Karten abbilden und mit hinterlegten, feinräumigen Potenzialdaten analysieren. RegioGraph 2016 ist eine Weiterentwicklung der vielfach ausgezeichneten Geomarketing-Lösung von GfK und enthält Karten und Potenzialdaten auf Stand 2016 für Deutschland, Österreich und die Schweiz. In der englischsprachigen Version sind die neusten verfügbaren GfK Daten und Karten für ein europäisches Land der Wahl enthalten. Die Analysebasis lässt sich nahtlos um weltweite Karten und GfK Potenzialdaten für viele Branchen erweitern.

RegioGraph zeigt Entscheidern aus Geschäftsführung, Expansion, Vertrieb und Marketing auf einen Blick, wie das Potenzial verteilt ist und wo das Unternehmen seine Stärken und Schwächen in der aktuellen Marktbearbeitung hat. So bietet die Software Transparenz und Planungssicherheit in dynamischen, vernetzten Märkten. Mit 40.000 Anwendern ist RegioGraph die meistgenutzte Geomarketing-Software in Deutschland.

### Web Viewer

Mit dem Web Viewer in RegioGraph 2016 ist es möglich, Erkenntnisse schnell und einfach mit Kollegen zu teilen, indem erstellte Karten als Web-Anwendung aus dem System exportiert werden. Kartenanalysen können so samt hinterlegten Daten plattformunabhängig in Web-Browsern geöffnet werden.

GfK GeoMarketing GmbH  
www.gfk-geomarketing.de  
geomarketing@gfk.com

Geschäftssitz Bruchsal:  
Werner-von-Siemens-Str. 9  
Gebäude 6508  
76646 Bruchsal  
T +49 7251 9295 100  
F +49 7251 9295 290

Standort Hamburg:  
Herrengraben 5  
20459 Hamburg

Standort Nürnberg:  
Nordwestring 101  
90419 Nürnberg

Geschäftsführer:  
Friedrich Fleischmann  
Hans-Peter Klotzbücher

Amtsgericht Mannheim  
HRB 250872  
Ust-ID: DE 143585033

### **Geocoder: Für IPs und Länder weltweit**

Mit dem Geocoder für IP-Adressen können Anwender analysieren, von woher Besucher ihrer Website kommen. Insbesondere für Unternehmen im Onlinehandel und für Marketingstrategen ergeben sich daraus wichtige Erkenntnisse über die Verteilung von Zielgruppen und Kunden, und auch die Frage, wo sich Werbeschaltungen lohnen.

RegioGraph ist durch seine mehr als 60 Geocoder ideal für international agierende Unternehmen und weltweit einsetzbar. Straßenabschnittsgenaue Lokalisierungen und Analysen sind nun nicht nur in Europa, sondern u.a. auch in vielen Ländern des Nahen Ostens, Asien sowie Südamerika möglich. Durch die weltweit verfügbaren digitalen Landkarten von GfK sind weltweite Marktanalysen möglich.

### **Einfacher Datenimport**

Unternehmensdaten lassen sich in RegioGraph 2016 einfach per Drag & Drop „hineinziehen“. Die Darstellungsoptionen der rund 100 Analysemethoden sind in einem Dialog zusammengefasst, der durch automatische Vorauswahl sinnvoller Optionen noch schnelleres Arbeiten und bessere Ergebnisse bietet.

### **Potenzialdaten und Kartengrundlagen auf Stand 2016**

RegioGraph enthält die GfK Kaufkraft und digitale Landkarten für Deutschland, Österreich und die Schweiz auf Stand 2016. RegioGraph Strategie enthält zusätzlich Straßenabschnittsdaten der GfK Kaufkraft, Einwohner und Haushalte oder adressgenaue Bisnode D&B Gewerbepotenzialdaten auf Stand 2016.

### **Versionen**

RegioGraph ist mit deutscher und englischer Benutzeroberfläche verfügbar und kann mit allen GfK Geodaten (Karten und regionalisierte Potenzialdaten wie u.a. die Kaufkraft) kombiniert werden. Anhand von objektiven und anschaulichen Analyseergebnissen direkt auf Landkarten erlaubt „RegioGraph Analyse“ die Auswertung regionaler Umsätze, Kunden und Marktpotenziale. „RegioGraph Planung“ bietet professionelle Werkzeuge zur Gebiets- und Standortplanung und der effizienten Besuchsplanung im Vertrieb. „RegioGraph Strategie“ bietet zudem die Möglichkeit, standortspezifische Einzugsgebiete zu berechnen und Zielgruppen- und Gewerbepotenziale adressgenau zu analysieren – und das in allen wichtigen Märkten weltweit.

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

**Grafiken** in Druckauflösung finden Sie [hier](#).



### **Über GfK**

GfK steht für zuverlässige und relevante Markt- und Verbraucherinformationen. Durch sie hilft das Marktforschungsunternehmen seinen Kunden, die richtigen Entscheidungen zu treffen. GfK verfügt über langjährige Erfahrung im Erheben und Auswerten von Daten. Rund 13.000 Experten vereinen globales Wissen mit Analysen lokaler Märkte in mehr als 100 Ländern. Mithilfe innovativer Technologien und wissenschaftlicher Verfahren macht GfK aus großen Datenmengen intelligente Informationen. Dadurch gelingt es den Kunden von GfK, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern und das Leben der Verbraucher zu bereichern.

Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.gfk.com/de](http://www.gfk.com/de)

Folgen Sie uns auf Twitter: [www.twitter.com/gfk\\_de](https://www.twitter.com/gfk_de)

V.i.S.d.P.  
GfK GeoMarketing GmbH  
Public Relations  
Cornelia Lichtner  
Werner-von-Siemens-Str. 9  
Gebäude 6508  
D-76646 Bruchsal  
T+49 7251 9295 100  
[cornelia.lichtner@gfk.com](mailto:cornelia.lichtner@gfk.com)