



Ausgabe 1 Juni 2009

Sehr geehrte Leserinnen und Leser!

Die GfK Austria Technology bietet B2B und B2C Marktforschung für die Bereiche Telekommunikation, IT, Energie, Industriegüter sowie Geomarketing an. Darüber hinaus verfügen wir bei GfK Technology über Tools und Produkte, die auch in anderen Branchen auf reges Interesse stoßen. Einige Beispiele vom Web Content Miner Ceres bis zum Geomarketing Tool RegioGraph möchten wir Ihnen in diesem Newsletter vorstellen. Daneben finden Sie aktuelle Studien-Ergebnisse aus der GfK Technology Forschung.

Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre!



Mag. Roland Strilka
+43-1-71710-370
roland.strilka@gfk.com



Mag. Robert Madas
+43-1-71710-149
robert.madas@gfk.com

GeoMarketing mit dem neuen RegioGraph 2009

Langsam aber durchaus konsequent hält GeoMarketing in den österreichischen Unternehmen Einzug. Diese Form der Nutzung, Darstellung und Analyse von Informationen mit geografischen Bezügen ist vielseitig anwendbar: Von Filialnetzoptimierung über Vertriebscontrolling bis hin zu zielgenauer Mediaplanung reicht das Spektrum der Anwendungen. GeoMarketing bedient sich verschiedener Hilfsmittel und Datenquellen, um eine Vielzahl von Fragestellungen in verschiedenen Bereichen beantworten zu können. [mehr »](#)

Mit dem GfK TechTest Produktkonzepte evaluieren

Unternehmen im Technologie-Bereich sehen sich im Rahmen der Entwicklung neuer Produkte meist folgenden beiden Fragen gegenüber: Welche neuen Produkte sollen lanciert werden? In welcher Form sollen Produktkonzepte implementiert werden? Mit dem TechTest bietet die GfK ab sofort ein schnell einsetzbares und effizientes Werkzeug zur Evaluierung und zum Benchmarking von Produktkonzepten im Bereich Mobility und Breitband. [mehr »](#)

Österreicher haben Informationsbedarf bei Wechsel des Stromanbieters

Grundsätzlich können sich 70% der Österreicher vorstellen, ihren Stromanbieter zu wechseln. Kostenersparnis und Versorgungssicherheit sind bei der Wechsel-Entscheidung die wichtigsten Themen. Doch nur rund ein Drittel der Österreicher fühlt sich gut oder sehr gut über die Möglichkeit des Stromanbieter-Wechsels informiert,... [mehr »](#)

B2B-Marktforschung: Jetzt die Weichen für künftigen Unternehmenserfolg stellen

Gerade in wirtschaftlich schwierigeren Zeiten werden oft die Grundlagen für späteren Unternehmenserfolg gestellt. Gezielte Investitionen in

Quick Facts

Telekom/IT

84% der Österreicher haben bereits von der Möglichkeit gehört, ein Netbook bei einem Mobilfunkanbieter in Verbindung mit einem Vertrag für mobile Internetnutzung gratis bekommen. Für 25% aller Befragten ist dieses Angebot grundsätzlich interessant, 11% planen in den kommenden 6 Monaten die Anschaffung eines Netbooks oder Notebooks.

CEE

Polen und Österreicher sind in Sachen Internet-Shopping führend: Knapp 30% der polnischen und 27% der österreichischen Internet-Nutzer geben an, mindestens einmal im Monat online einzukaufen. Serben und Bulgaren sind demgegenüber Shopping-Muffel: Nur rund 4% der Internet-Nutzer kaufen mindestens einmal im Monat online ein.

Do it yourself

Herr und Frau Österreicher sind häufig als Heimwerker aktiv: 84% betätigen sich zumindest hin und wieder in Wohnung, Haus oder Garten. Die wichtigsten Informationsquellen sind der Baumarkt (59% informieren sich dort) sowie Freunde/Verwandte/Nachbarn (56%).

Toolbox

GfK CERES

Blogger verbreiten im Internet breitenwirksam ihre persönliche Meinung

Marktforschung machen sich langfristig sowohl für KMUs als auch für multinationale Konzerne bezahlt.

[mehr »](#)

T-GROUPS – kurz gefasst

T-Groups sind eine effiziente Methode der GfK Psychologie, die angewandte Gruppendynamik in der Marktforschung nutzbar macht. Der Wert von T-Groups liegt im Sichtbarmachen zweier unterschiedlicher Standpunkte zu ein und demselben Thema. Durch mehrmaligen Perspektivenwechsel der unterschiedlichen Zielgruppe gewinnt man Einblick in die differierenden Sichtweisen, Bedürfnisse und Kommunikationsmuster und gelangt zu den zentralen Beziehungen. Als gut einsetzbar hat sich die Methode auch bei der Entwicklung von Produktkonzepten erwiesen. [mehr »](#)

If you would like to make any comments about our Newsletter or if any other colleagues in your company are interested in our E-Mail News please let us know - technology.austria@gfk.com.

If you want to unsubscribe this newsletter, go to [unsubscribe](#).

Impressum Editor in Chief Mag. Sabina Nassner-Nitsch

© 2009 GfK Austria GmbH

und Web 2.0 Anwendungen wie YouTube unterstützen diesen Trend. Es kann auch Ihr Unternehmen treffen über das „gebloggt“ wird, ob positiv oder negativ. Sie haben darauf keinen Einfluss sondern können sich lediglich informieren, was über Sie berichtet wird, um richtig zu reagieren. Mit GfK Ceres Web Mining helfen wir Ihnen dabei. Wir informieren Sie gerne.

[» Kontakt](#)

[» Energy](#)

[» Industriegüter](#)

[» Telekom & IT](#)

[» Geomarketing](#)

GfK. Growth from Knowledge