



# Horizonte erweitern - Chancen nutzen

## Erfolgreiches Geschäftsjahr für IHA-GfK AG:

**Steigerung des Umsatzes um 35% auf 84,2 Millionen CHF. Ausbau der Marktführerschaft auf einen Marktanteil von 37% des Gesamtmarktes.**

Datum  
Claudia Merkel  
Corporate Communications

Tel 0041 41 632 9119  
Claudia.merkel@gfk.com

**IHA-GfK baut seine Position als wichtigstes und grösstes Schweizer Marktforschungsinstitut aus: Nach einem äusserst erfolgreichen Geschäftsjahr steigt der Umsatz um rund 35% von 62,4 auf 84,2 Mio CHF. Der Marktanteil des Marktführers IHA-GfK AG liegt somit aktuell bei 37%.**

## Gründe für den Erfolg auf nationaler und internationaler Ebene

### Retail and Technology - Panelforschung

In Bereich Panelforschung (Retail and Technology Food, NonFood, NearFood) legte allein der NonFood-Bereich rund 20 Umsatzprozente zu. Möglich machte dies neben der kontinuierlichen Kundenbetreuung ein erweitertes Dienstleistungsangebot und einige innovative Marktneuheiten. Dazu gehörten:

- die Integration der Bereiche „Online-Handel und Systemhäuser“,
- die Erweiterung des Angebotes bei Multimedia-Forschung,
- der Aufbau einer internationalen Marktforschung für mobile content und
- der Aufbau eines Baumarkt-Monitors, der Verkäufe in Baumärkten schweizweit erfasst.

Besonderes Highlight ist das „Total Store“ Konzept für Migros und Manor, das SÄMTLICHE Warengruppen erfasst. IHA-GfK ist damit weltweit führend im Bereich der Handelsforschung.

### Custom Research – Umfrageforschung

Custom Research erhebt kundenspezifische Fragestellungen in massgeschneiderten Studien quer durch alle Branchen. Dazu gehört unter anderem der Landesindex der Konsumentenpreise für das Bundesamt für Statistik, der monatlich erhoben wird. In 11 verschiedenen Regionen der Schweiz werden 30 000 Preise pro Monat an mehr als 1000 Verkaufsstellen erhoben.

Online-Umfragen sind die am stärksten wachsende Befragungsform in der Schweiz (+62%). IHA-GfK AG verfügt über die modernste Online-

Technologie in der Schweizer Marktforschung: Der Befragungspool ist mit 40 000 Personen der grösste in der Schweiz, IHA-GfK hat durch die internationale Vernetzung mit der GfK Gruppe Zugang zum GOP Global Online Panel. Internationale Studien können so mit grosser Leichtigkeit abgewickelt werden. Als Ergänzung und Erweiterung zum Telefoninterview können bei diesen Internetbefragungen auch Bilder oder Tabellen gezeigt werden.

### **Internationale Marktforschung**

Die internationalen Umsätze von IHA-GfK AG wuchsen in allen Ressorts (Custom Research, Retail and Technology und Medien) wieder stark. Der Umsatz-Anteil internationaler Auftraggeber hat um 130% auf 33,1 Millionen CHF zugenommen. Ein Teil davon kommt aus der internationalen Radio- und Fernsehforschung, die IHA-GfK gemeinsam mit der Telecontrol-Gruppe realisiert.

Als weitere wichtige Eckpunkte von internationaler Bedeutung sind für das abgelaufene Geschäftsjahr hervorzuheben:

#### **GfK m2 GmbH**

Im Juli 2007 wurde GfK m2 GmbH gegründet, ein Joint-Venture der GfK Gruppe mit BGK GmbH, Baden-Baden, mit Sitz in Hergiswil (NW) und Geschäftsführer Peter Fickentscher, Leiter Retail and Technology NonFood. GfK m2 erhebt und verarbeitet auf internationaler Ebene mobil empfangene Inhalte («mobile content») wie Musik, Spiele oder Klingeltöne und ergänzt damit die bisherigen Services im erfolgreichen Geschäftsfeld Retail and Technology.

#### **GfK Trustmark AG**

Im Oktober 2007 verstärkte IHA-GfK AG mit der 100-prozentigen Übernahme des Research- und Consulting-Experten GfK Trustmark (vormals Trustmark CFI) für Kunden- und Mitarbeiterforschung ihr Engagement im Geschäftsbereich Custom Research. IHA-GfK stellt somit nicht nur für seine Schweizer Kunden, sondern auch innerhalb der weltweiten GfK Gruppe DAS Kompetenz-Center im Bereich Research und Consulting für Kunden- und Personalmanagement.

### **Internationale und nationale Medienforschung**

Das ausserordentlich starke Umsatzwachstum von IHA-GfK AG ist auch auf die grossen internationalen Erfolge mit der Schweizer Technologie für die Erfassung des Fernsehkonsums (Ratings) zurückzuführen. Die seit 25 Jahren bei der Liechti AG in Kriegstetten BE laufend weiterentwickelten Telecontrol-Geräte können mit der in Hergiswil NW entwickelten Software trotz rasanter Entwicklungen in der Fernstehtechologie (Digitalisierung) absolut präzise Daten liefern.



Im Jahre 2007 hat die Telecontrol Tochtergesellschaft Hardware, Software und personellen Support nach Deutschland, Österreich, Rumänien, Bulgarien, Pakistan, Georgien und Armenien geliefert, die Aufträge für 2007 wurden alle erfolgreich abgeschlossen. In der Ukraine wurde die Fernsehforschung erfolgreich mit der neusten TC-8 Technologie ausgeweitet. Die Medienforschung von IHA-GfK AG wickelt somit mittlerweile in 15 Ländern die Radio- und Fernsehforschung ab.

Auch in der Schweiz müssen die Veränderungen durch die neuen Fernsehgeräte und die neuen Empfangsbedingungen mit der Einführung von neuen Messgeräten (Telecontrol TC-8 und SIP) abgefangen werden. In Deutschland werden die Einschaltquoten ab dem 1.1.2009 mit der neu entwickelten Technologie TCscore gemessen. Damit werden die Quoten in Deutschland unter anderem auch das zeitverschobene Fernsehen enthalten.

Nicht vergessen werden darf die nationale Medienforschung: IHA-GfK Media liefert 365 Tage im Jahr fehlerfrei und termingerecht an Mediapulse, die unabhängige Stiftung aller Teilnehmer am Medien-Markt, und sichert so Werbeauftraggebern und Programmplanern eine kontinuierliche und solide Entscheidungsbasis für die Preisgestaltung von Werbung und Medienplanung.

Bestehende Produkte werden darüber hinaus konsequent weiterentwickelt und Innovationen im Dienste der internationalen Kunden implementiert und umgesetzt. Ein herausragendes Beispiel ist der erfolgreiche Abschluss der Felderhebung für die SPR+ Swiss Poster Research Plus AG. Während vier Jahren wurden in 12 Agglomerationen schweizweit mit dem GPS-Meter der SPR+ 10'000 Messwochen erfasst. Die erhobenen Daten geben gemeinsam mit geographischen Informationen Auskunft über die Wertigkeit von Plakatstandorten und werden in der Werbeplanung eingesetzt.

IHA-GfK hat ihre Voraussagen für 2007 hinsichtlich des deutlichen Wachstums erfüllt und rechnet 2008 weiterhin mit einem deutlichen Wachstum auch im internationalen Markt. Peter Hofer, CEO und Präsident des Verwaltungsrates IHA-GfK AG: „Wir haben eine hervorragende Basis geschaffen, um mit hoher Präzision und dynamischer Kreativität unsere Position als Marktführer mit Erfolgen in der Schweiz und im Ausland weiter auszubauen.“

Kontakt:

Peter Hofer, CEO und Präsident den Verwaltungsrates IHA-GfK

Claudia Merkel, Corporate Communications IHA-GfK AG



IHA GfK AG ist mit einem Umsatz von 84,2 Millionen CHF und einem Marktanteil von 37% das grösste Marktforschungsinstitut der Schweiz. (\*)

IHA GfK AG gehört zur international tätigen GfK-Gruppe mit Hauptsitz in Nürnberg. 9100 MitarbeiterInnen in 115 operativen Unternehmen erwirtschaften einen Umsatz von 1,162 Milliarden Euro. Damit gehört die GfK zu den grössten Marktforschungsinstituten der Welt.

(\*)gemäss VSMS-Branchenstatistik

### **Geschäftsbereiche der IHA GfK Schweiz AG**

**CUSTOM RESEARCH** - Expertise für Markenpflege und wirksame Kommunikation

Das Geschäftsfeld Custom Research bietet teils standardisierte, teils massgeschneiderte Services an, die als Grundlage sowohl operativer als auch strategischer Unternehmensentscheidungen dienen. Sie umfassen auf Ad-hoc Befragungen basierende Tests und Studien zu Produkt- und Preispolitik, Markenführung, Image, Kommunikation, Distribution und Kundenbindungsprogrammen. Unsere Kunden sind die Markenartikelindustrie, Handel, Medien sowie private und öffentliche Dienstleistungsunternehmen aus den Bereichen Food/NearFood/NonFood, IT/Telekom, Finance, Health Care, Tourismus sowie der Sozialforschung.

**RETAIL & TECHNOLOGY** – Näher am Markt, näher am Konsumenten

Im Geschäftsfeld Retail & Technology geht es um die kontinuierliche und systematische Erfassung des Absatzes von Gütern in den Märkten Food, NearFood und NonFood. Das Angebot umfasst Panel-Informationen zu nahezu allen Gütern des täglichen Bedarfs sowie zu einer Vielzahl langlebiger Gebrauchsgüter und Dienstleistungen. Kunden sind unter anderem internationale und nationale Markenartikelfirmen, Handelsunternehmen und Dienstleister. Retail & Technology unterstützt bei kurz-, mittel- und langfristigen Entscheidungen zu Produkt- und Preispolitik, Werbung, Distribution, Vertrieb und Logistik und ist in der Schweiz Marktführer.

**MEDIA** - Wissen um klassische und neue Medienmärkte

Das Geschäftsfeld Media liefert Informationen über die Art und Intensität der Mediennutzung sowie deren Akzeptanz beim Konsumenten. Die Studien und Analysen decken ein breites Spektrum ab: Fernsehen, Radio, Print und Plakatwerbung. Das Angebot richtet sich europaweit an Kunden aus Medienunternehmen, Werbe- und Media-Agenturen und der Markenartikelindustrie. GfK ist Nummer 1 der Medienforschung in der Schweiz sowie in weiteren europäischen und aussereuropäischen Ländern.

IHA-GfK AG  
Obermattweg 9  
6052 Hergiswil

Tel +41 (0)41/632-9111  
Fax +41 (0)41/632-9123  
www.gfk.ch · www.gfk.com  
info.ch@gfk.com

Firma Banner Zeile 1  
Firma Banner Zeile 2  
Firma Banner Zeile 3

Mitglied vsms swiss interview  
institute®