



GfK

GfK-Living.de

Das GfK InstallateurPanel

Angebot

GfK Living
Oliver Schmitz
Nordwestring 101
90319 Nürnberg
Tel.: +49 (0) 911 / 395-4198
Fax: +49 (0) 911 / 395-4092
www.gfk-living.de

GfK Gruppe: Growth from Knowledge

2



Umsatz

1,220 Mrd. Euro im Jahr 2008
Steigerung zum Vorjahr: 6 %

Mitarbeiter

Rund 10.000 Vollzeitbeschäftigte – 80 % außerhalb Deutschlands

Netzwerk

Rund 115 Tochtergesellschaften, Niederlassungen und Beteiligungen in über 100 Ländern auf fünf Kontinenten

Marktposition

Größtes Marktforschungsunternehmen in Deutschland,
in Europa und weltweit jeweils auf Platz 3

GfK Living

Marktforschung in den Märkten rund um Haus und Garten

3

GfK Living

Wissen für Unternehmen in den Märkten rund um Haus und Garten

Bau & Renovierung	DIY & Garten	Wohnen & Einrichten	Elektro & Technik
<ul style="list-style-type: none"> • Bautätigkeit / Bauwesen • Bauelemente (Fenster, Türen, Beschläge etc.) • Baustoffe / Bauchemie • Baumaschinen • Bodenbeläge • Energie (Strom, Heizung, Photovoltaik, Solar etc.) • Handwerk • etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Baumärkte / Baustoffhandel • Gartencenter-/fachgeschäfte • Power Tools • Farben / Lacke / Tapeten • Gartenhartwaren / -geräte (Rasenmäher, Hochdruckreiniger, Bewässerung etc.) • Gartenwerkzeug • Gartenteiche & Zubehör • Lebend Grün • Gartenmöbel • etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Haus- und Heimtextilien • Haushaltswaren (Küchenhelfer, HuK etc.) • Möbel • Küchenmöbel • Wohnaccessoires • Dekoration & Accessoires • Badmöbel • etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Elektrogroßgeräte / MDA (Geschirrspüler, Waschmaschinen, Kühlschränke etc.) • Elektrokleingeräte / SDA (Mixer, Bügelstationen, Mikrowellen, Toaster etc.) • Geräte für die persönliche Pflege (Rasierer, Haartrockner, Mundhygiene etc.) • Haus- & Sicherheitstechnik • Sanitärarmaturen / -keramik • Lampen & Leuchten • etc.
<p>Individuelle, maßgeschneiderte Marktanalysen auf nationaler und internationaler Basis</p>			

GfK Living: Vision, Mission und Strategie

4

Unsere Vision:

Wir werden der Nr. 1 Anbieter von umsetzbaren Marktinformationen und Consumer Insights für Unternehmen in den internationalen Märkten rund um Haus & Garten.

Unsere Mission:

Absicherung und Ausbau Ihrer Marktposition auf Basis umsetzungsorientierter und kontinuierlicher Verbraucherforschung in überlegener Qualität.

Unsere Alleinstellungsmerkmale für Ihren Markterfolg:

- Branchenkompetenz durch die Fokussierung auf die Märkte rund um Haus & Garten
- Frühwarnsystem zu Chancen, Trends und Risiken über kontinuierliche Marktbeobachtung
- Beantwortung individueller Fragestellungen auf Basis einer einzigartigen Datenbank
- Panel als Grundlage für Sonderanalysen (Käuferloyalität etc.) und individuelle Befragung oftmals schwer auffindbarer Zielgruppen (Heavy-Spender, Käufer etc.)
- Einzigartige Problemlösungen in den Bereichen Prognose, Werbewirkung und Zielgruppensegmentierung
- Infrastruktur der GfK Gruppe durch die Präsenz in über 100 Ländern


Agenda

- 1 Hintergrund & Aufgabenstellung
- 2 Methode und Vorgehensweise
- 3 Informationsspektrum des GfK InstallateurPanels
- 4 Unsere Leistungen

Die Beobachtung des Heizungsmarktes wird zunehmend wichtiger

6

- § Als Anbieter im Markt für Heizungs- und Klimatechnik stehen Sie täglich vor der Herausforderung, sich auf die – insbesondere im Bereich Solar & PV – rasch verändernden Marktgegebenheiten einzustellen.
- § Um dabei die richtigen Entscheidungen zu treffen, brauchen Sie fundierte Informationen über den Markt, Ihre Zielgruppen, deren Bedürfnisse sowie die Performance der Ihrer Marke und Produkte im neutralen Wettbewerbsvergleich.
- § Da die Heizungs-Installateure eine wichtige Rolle spielen, wenn es um die tatsächliche Entscheidung geht, sollten Sie deren Informations-, Einkaufs- und Empfehlungsverhalten kontinuierlich beobachten, um die Chancen und Risiken frühzeitig erkennen und nutzen zu können.
- § Sie brauchen ein Marktforschungsinstrument, das die Betriebe des Heizungs- und Klima Handwerks, deren Anforderungen an Produkte und Services kontinuierlich beobachtet und Ihnen regelmäßig die daraus resultierenden Trends, Chancen und Risiken aufzeigt.

 Mit dem GfK InstallateurPanel bieten wir Ihnen kontinuierlich quantitative (Marktanteile etc.) und qualitative (Bewertung Ihrer Marke etc.) Marktinformationen. Durch unseren Multi-Client-Ansatz generieren wir diese Informationen zu einem Preis-/ Leistungsverhältnis, das für Sie bei individueller Durchführung unerreichbar wäre.

Agenda

- 1 Hintergrund & Aufgabenstellung
- 2 Methode und Vorgehensweise
- 3 Informationsspektrum des GfK InstallateurPanels
- 4 Unsere Leistungen

Das GfK InstallateurPanel – Methode und Vorgehensweise

8

Ziel Aufbau und Pflege eines b2b-Panels mit Betrieben des Heizungs- und Klima-Handwerks (HVAC) zur kontinuierlichen Beobachtung des Markts für Heizungssysteme, Heiz- und Klimageräte.

Stichprobe Quartalsweise Befragung von 500 Installateuren, die im Bereich Heiz- und Klimatechnik tätig sind.

Besonderheit Durch die konstant gehaltene Panelstichprobe sind individuelle Einfragen zu Spezialthemen abseits der jährlichen Panelberichterstattung zeitnah und kostengünstig möglich. (Omnibus-Option)

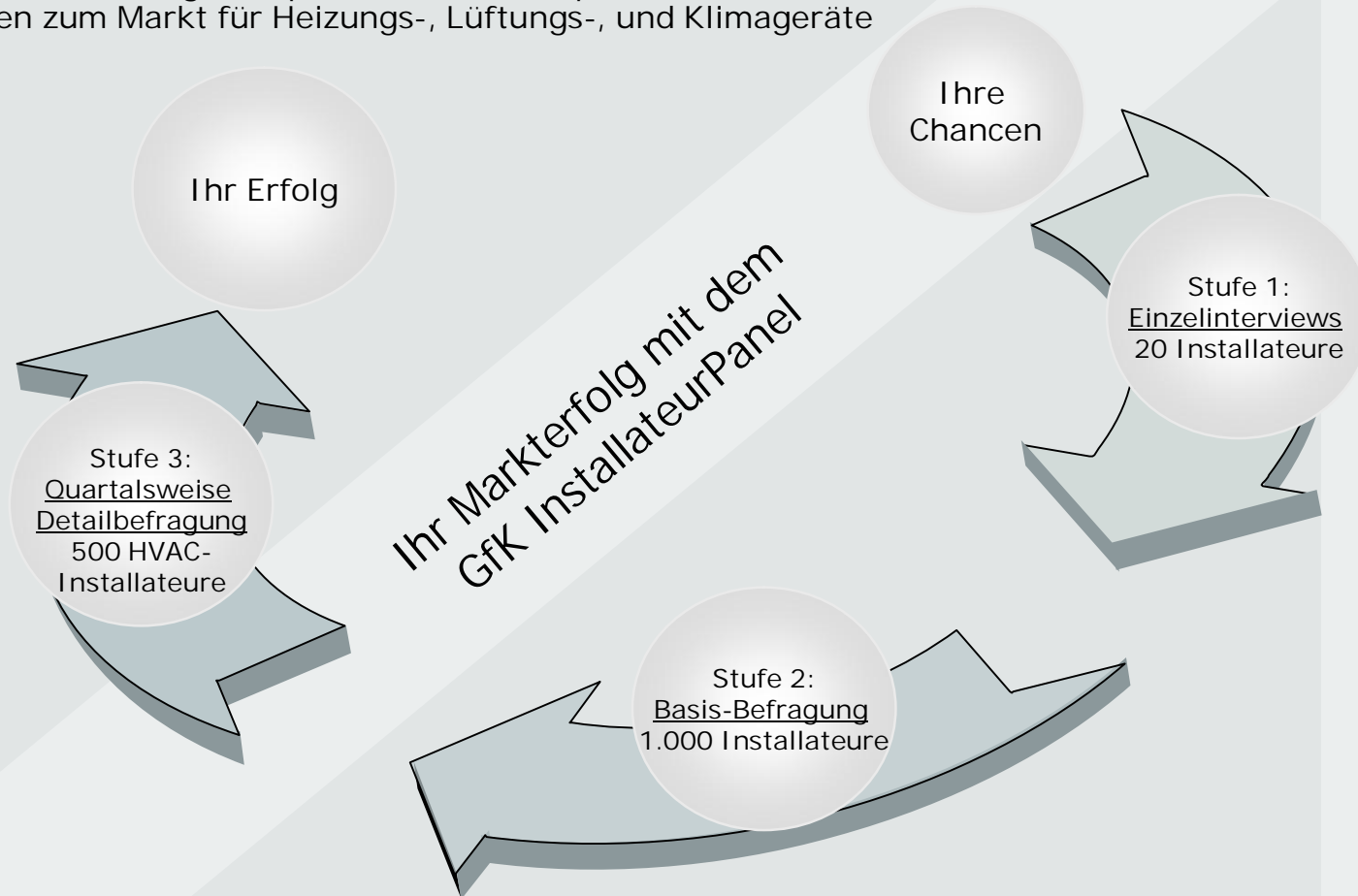
Methode Persönliche Befragung beim Installateur vor Ort

Umfang 4-seitiger, strukturierter Fragebogen mit Basisfragen + kunden- bzw. produktspezifische Detailfragen

Das GfK InstallateurPanel – Methode und Vorgehensweise

Kontinuierliche Lieferung von quantitativen und qualitativen Informationen zum Markt für Heizungs-, Lüftungs-, und Klimageräte

9



Aufbau des Panels

Das GfK InstallateurPanel – Details zum Vorgehen

10

Einzelinterviews (Panel Set-up)

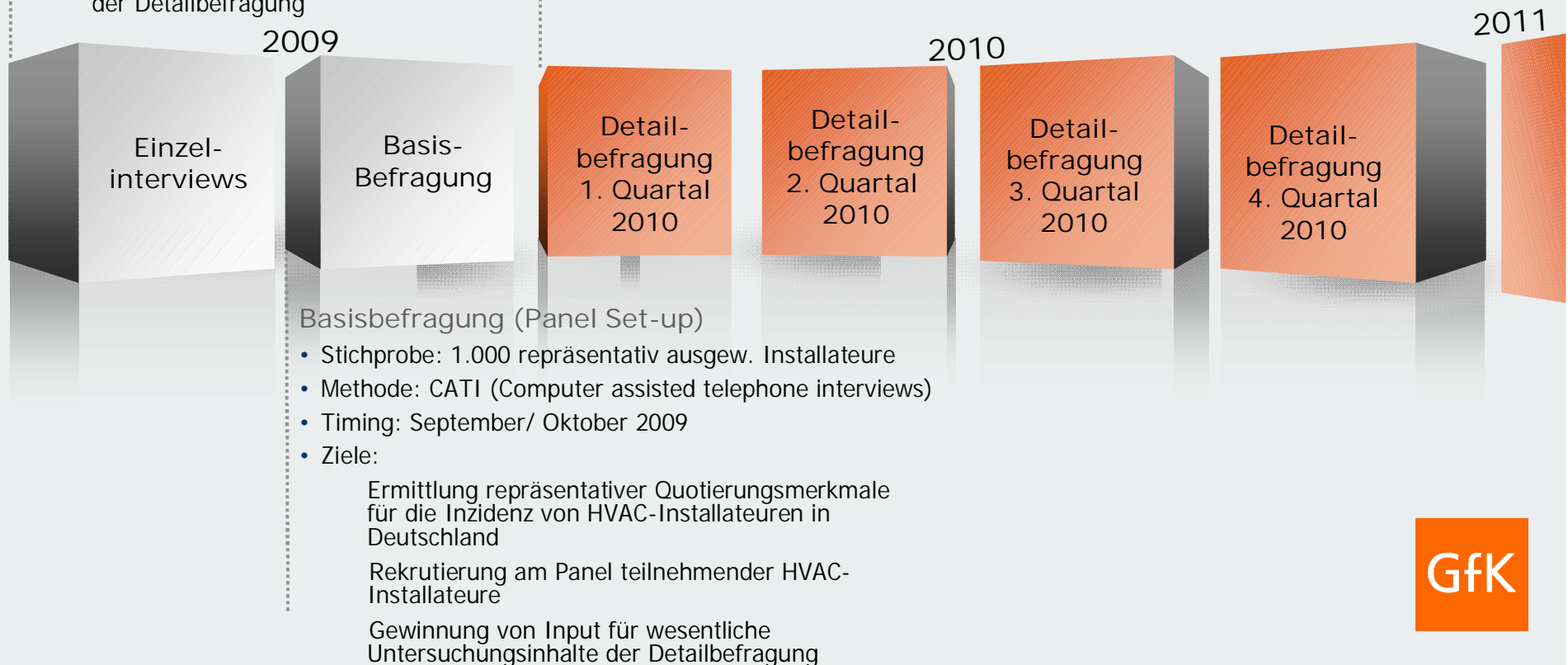
- Stichprobe: 20 Installateure
- Methode: Face-to-face
- Timing: August 2009
- Ziele:

Übersicht über den Einsatz vorhandener Warenwirtschaftssysteme

Identifizierung von Voraussetzungen, Präferenzen und Barrieren hinsichtlich der Detailbefragung

Detailbefragung

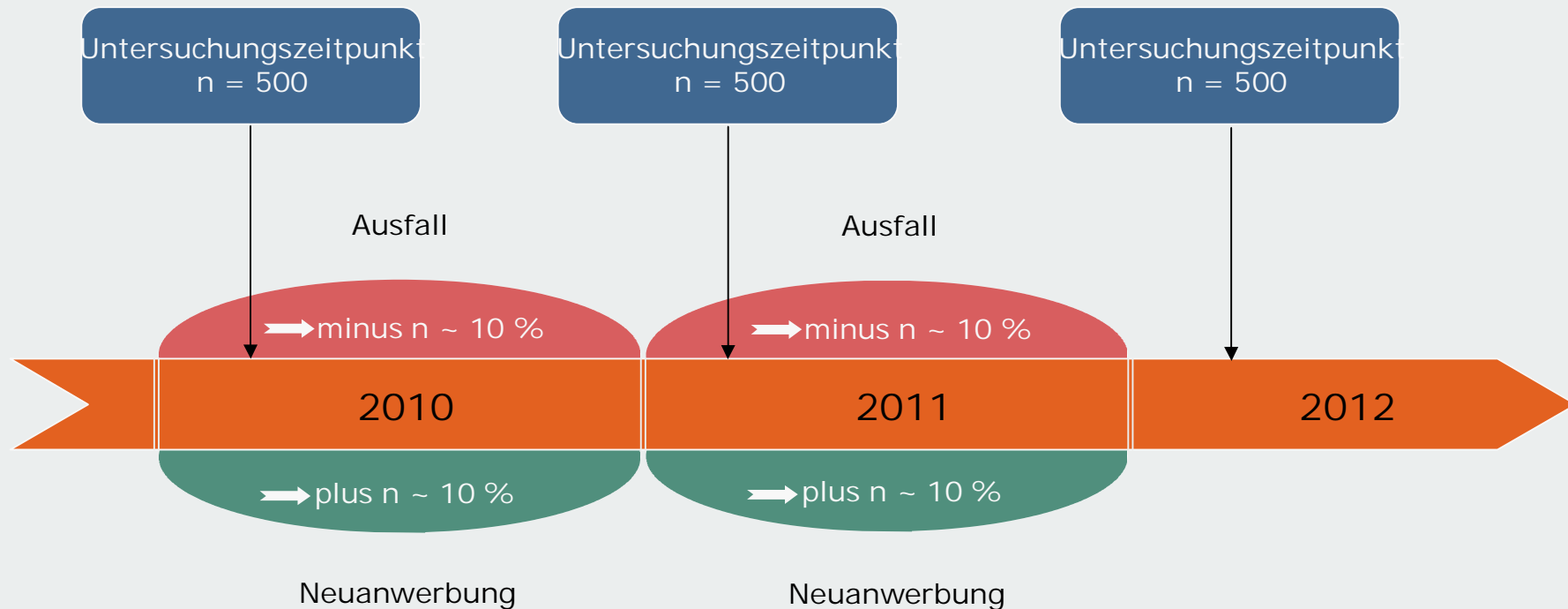
- Stichprobe: 500 repräsentativ ausgew. HVAC-Installateure
- Methode: CAPI (Computer assisted personal interviews)
- Timing: April 2010 rückwirkend für das erste Quartal, danach regelmäßig alle drei Monate
- Ziele:
 - Kontinuierliche Lieferung von quantitativen (Marktanteile etc.) und qualitativen (Bewertung Ihrer Marke etc.) Informationen zum Markt für Heizungs-, Lüftungs-, und Klimageräte



Das GfK InstallateurPanel – Panel Management

Die durchgehende Masse sorgt für eine konstant bleibende Stichprobe

11

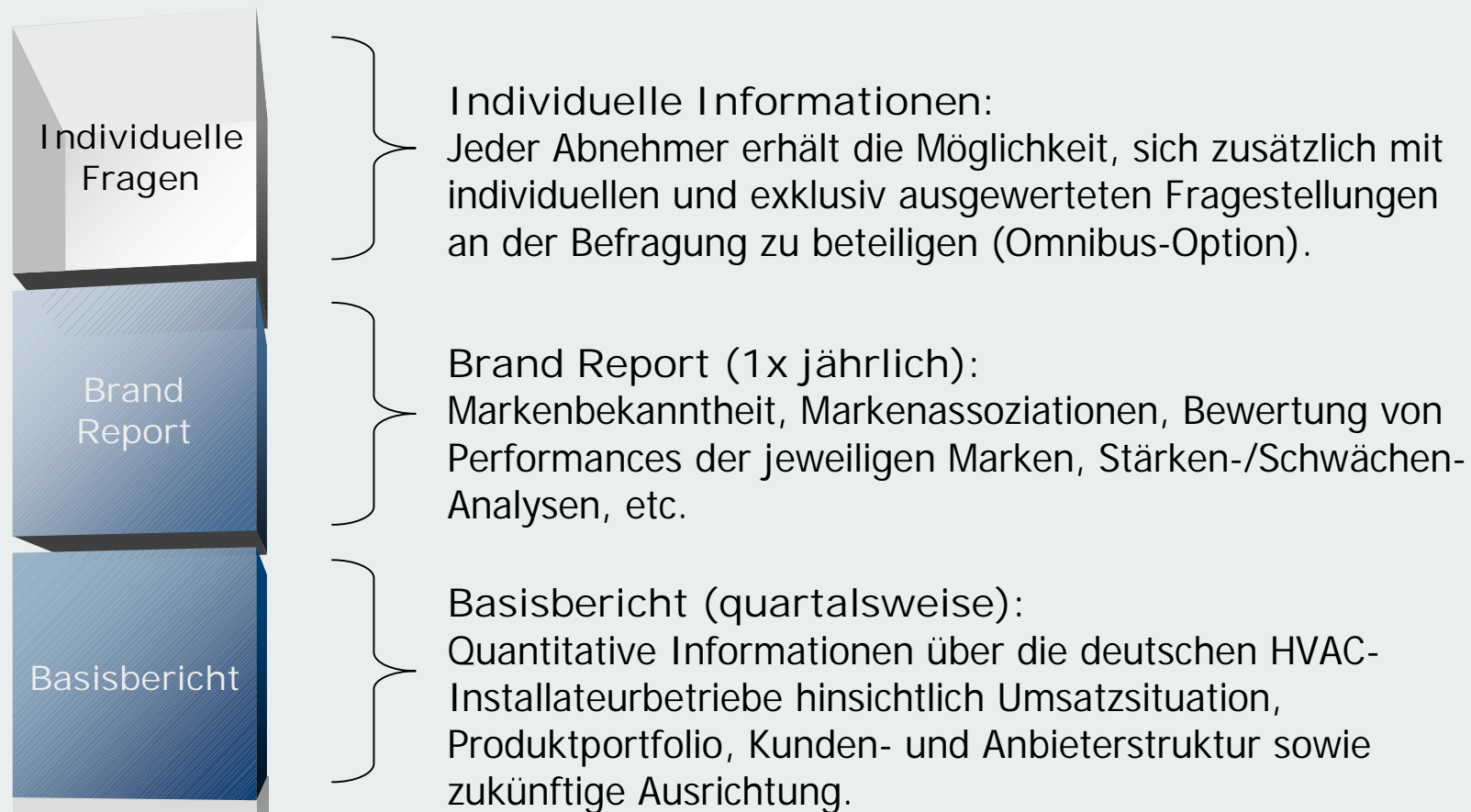


➔ Professionelles Panel-Management kompensiert Ausfälle und ermöglicht eine durchgehende Masse für eine stabile Panel-Stichprobe.

Das GfK InstallateurPanel

Aufbau des Fragebogens

12



Agenda

- 1 Hintergrund & Aufgabenstellung
- 2 Methode und Vorgehensweise
- 3 Informationsspektrum des GfK InstallateurPanels
- 4 Unsere Leistungen

Informationsspektrum des GfK InstallateurPanels

Basisbericht (quartalsweise)

14

Markt & -Entwicklung:

- Welche Heizungssysteme werden verkauft?
- Welche Heiz- und Klimageräte werden verkauft?
- Welcher Umsatzanteil entfällt auf die einzelnen Energiearten?
- Welcher Umsatzanteil entfällt auf die einzelnen Gerätetypen?
- Welcher Umsatzanteil entfällt auf die einzelnen Hersteller?
- Wie werden die Produkte bezogen? (Hersteller, Großhändler, etc.)
- Wer sind die Kunden? (Endkunden/ Objektgeschäft)
- Welche Projekte (Neubau, Renovierung, Ersatz, etc.)

Target Group-Insights:

- Einschätzung der nächsten 2 Quartale (auf Basis Angebote)
- Ausblick auf die zukünftige Relevanz der Energiearten

Informationsspektrum des GfK InstallateurPanels

Analysierte Gerätetypen



15

	Wandhängende Gasheizkessel	Gas Wandgerät Heizwert Gas Wandgerät Brennwert
	Bodenstehende Gasheizkessel	bodenstehendes Heizwert Gas Kompaktgerät mit integriertem Warmwasserspeicher bodenstehendes Brennwert Gas Kompaktgerät mit integriertem Warmwasserspeicher bodenstehender Gaskessel Heizwert bodenstehender Gaskessel Brennwert
	Ölkessel	Ölkessel Heizwert
		Ölkessel Brennwert
	Festbrennstoffkessel	Pelletkessel
		Naturzugkessel
		Vergaserkessel
		Hackschnitzelkessel
	Wasserheizer/ -speicher	Gas Wasserheizer
		Indirekter Warmwasserspeicher (incl. Solar Brauchwasserspeicher)
		direktbeheizter Gas-Warmwasserspeicher
		Elektro-Warmwasserspeicher
		Pufferspeicher
	Solar	Solar Flachkollektoren
	Photovoltaik	Solar Vakuum-Röhrenkollektoren
		Photovoltaik Kollektoren
	Klima / Lüftung	Zentrales Lüftungsgerät mit Wärmerückgewinnung
		Raum Lüftungsgerät mit Wärmerückgewinnung
	Wärmepumpen	Luft/Wasser-Heizungswärmepumpe
		Sole/Wasser-Heizungswärmepumpe
		Wasser/Wasser-Heizungswärmepumpe
		Brauchwasser Wärmepumpe

Ihre wesentlichen Vorteile des GfK InstallateurPanels

16



Sie profitieren von der Erfahrung des Kompetenzbereichs GfK Living in der Konzeption und Umsetzung von Marktforschungsprojekten rund um den Energiemarktbereich.



Der Multiclient-Ansatz verhilft Ihnen zu den für Sie relevanten Key-Facts zu einem Preis, der für Sie bei individueller Beauftragung unerreichbar wäre.



Durch die konstant gehaltene Panelstichprobe sind individuelle Einfragen zu Spezialthemen abseits der jährlichen Panelberichterstattung zeitnah und kostengünstig möglich. (Omnibus-Option)

Agenda

- 1 Hintergrund & Aufgabenstellung
- 2 Methode und Vorgehensweise
- 3 Informationsspektrum des GfK InstallateurPanels
- 4 Unsere Leistungen

Unsere Leistungen

GfK InstallateurPanel Basisbericht

18

- Aufbau, Pflege und Betreuung des **GfK InstallateurPanels**.
- Durchführung von einer **strukturierten Befragung pro Quartal** bei 500 Installateuren, die im Bereich Heiz- und Klimatechnik tätig sind.
- **Incentivierung** der teilnehmenden Installateurbetriebe
- Kontrolle, Erfassung, Kodierung und Auswertung der Fragebögen.
- **Auswertung** der Erhebungsergebnisse (gesamt und nach sinnvollen Teilgruppen).
- Erstellung einer **aussagekräftigen Präsentation pro Quartal** mit den für Sie relevanten Ergebnissen in graphischer Form (inkl. Management Report).
- **Jährliche Präsentation** und **Diskussion** der Erhebungsergebnisse bei Ihnen vor Ort.
- Auf Anfrage:
 - **Jährlicher Brand Report**
 - Bekanntheit von Marken innerhalb einzelner Produktbereiche
 - Spontane Markenassoziationen
 - Markenzufriedenheit hinsichtlich einzelner Produktaspekte
 - Zufriedenheit mit der Marke insgesamt
 - Stärken/Schwächenprofile der einzelnen Anbieter
 - etc.
 - **Ihre Individuellen Fragestellungen (Omnibus Option)**

Ihre Investitionen (bei einer dreijährigen Vertragslaufzeit)

19

2009

2010

2011

2012

Panel Set-up

- Einzelinterviews
- Basis-Befragung

Detailbefragungen

- Ergebnisbericht 1.Q. 2010
- Ergebnisbericht 2.Q. 2010
- Ergebnisbericht 3.Q. 2010
- Ergebnisbericht 4.Q. 2010
- Jahrespräsentation 2010

auf Anfrage

Detailbefragungen

- Ergebnisbericht 1.Q. 2011
- Ergebnisbericht 2.Q. 2011
- Ergebnisbericht 3.Q. 2011
- Ergebnisbericht 4.Q. 2011
- Jahrespräsentation 2011

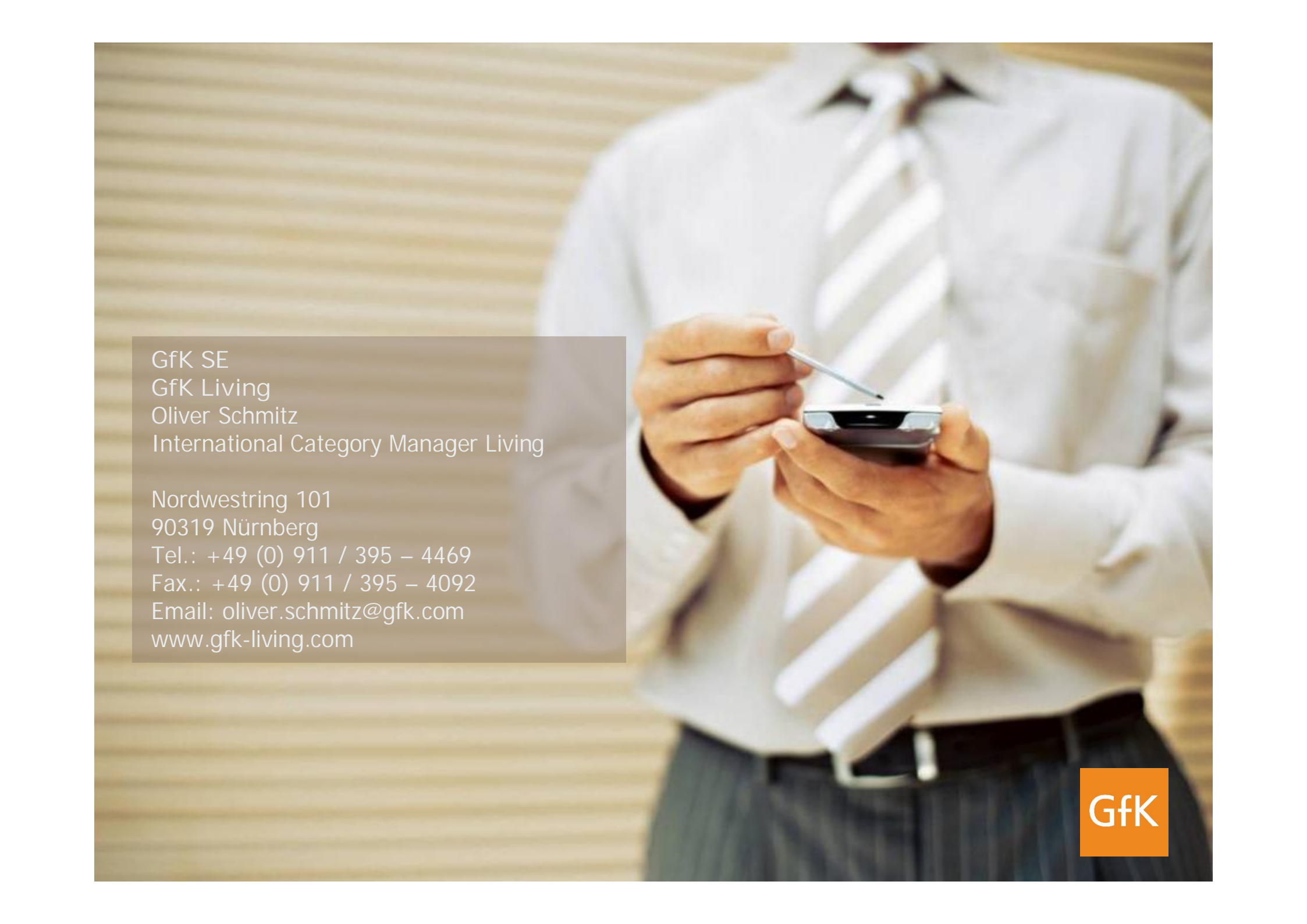
auf Anfrage

Detailbefragungen

- Ergebnisbericht 1.Q. 2012
- Ergebnisbericht 2.Q. 2012
- Ergebnisbericht 3.Q. 2012
- Ergebnisbericht 4.Q. 2012
- Jahrespräsentation 2012

auf Anfrage

Ihre Investition:

A man in a white dress shirt and a striped tie is shown from the chest down, holding a small handheld device with a stylus. The background is a blurred wooden slat wall.

GfK SE
GfK Living
Oliver Schmitz
International Category Manager Living

Nordwestring 101
90319 Nürnberg
Tel.: +49 (0) 911 / 395 – 4469
Fax.: +49 (0) 911 / 395 – 4092
Email: oliver.schmitz@gfk.com
www.gfk-living.com

GfK