



IFR Group

CE-Markt Collaboration with IFR

Date
February 10, 2010

Contact
Karsten Holdorf
Tel. ++49 211 8767 67 0
Fax +49 211 8767 67 32
KHoldorf@ifrmonitoring.com

CE-Markt integrates IFR market analysis into its publications providing readers with exclusive content.

Dear Colleague:

In the latest issue of CE-Markt (see link below), you'll find an article titled "**CE-Markt And IFR Group: Exclusive Market Analysis**". In this article, CE-Markt outlines the new partnership with IFR which provides their readership with exclusive pricing trends, model presence and detailed distribution policy reporting – a must for anyone in the retail sector.

In the same article CE-Markt also highlighted IFR analysis on LCD TV activity across a six month period on 40 and 42 inch screen sizes comparing Print Ads pricing for brick-and-mortar outlets versus Web e-tailer pricing for the same models. The surprising results placed Print Ads pricing in a more aggressive stance against Web pricing.

CE-Markt link:

Website: <http://www.ce-markt.de>

CE-Markt, in cooperation with IFR, will continue to report on current market monitoring and analysis, as well as interesting trends and industry relevant developments.

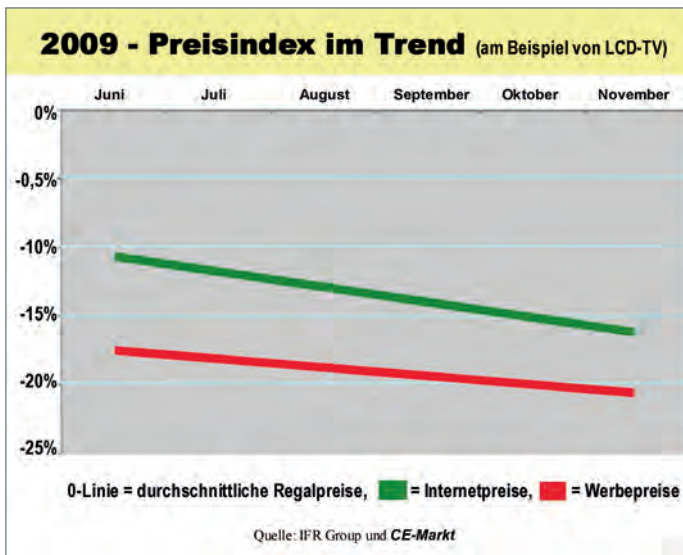
The original article in German language is attached to this release on Page 2. It was featured in CE-Markt Magazine for 1+2/2010, page 18.

For further questions or comments please contact Karsten Holdorf at KHoldorf@ifrmonitoring.com

IFR Germany

Graf-Adolf-Platz 12
40213 Duesseldorf
Germany

pr@ifrmonitoring.com
www.ifrmonitoring.com



Die Null-Linie stellt den Preisindex/Marktpreis im Trend dar. Die rote und grüne Linie bilden die Preise der Werbung und des Internets ab

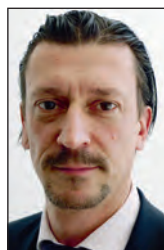
CE-Markt und IFR Group: exklusive Marktanalysen

(kn) **CE-Markt** hat mit dem renommierten Marktforschungsunternehmen **IFR Group Monitoring & Analysis** eine enge Zusammenarbeit zur Verbreitung wichtiger Brancheninformationen vereinbart. Die Kooperation ermöglicht es unserer Fachhandelszeitschrift, ab sofort aktuelle Marktanalysen und spezielle Branchenstudien exklusiv für unsere Leserinnen und Leser zu veröffentlichen

IFR WURDE 1974 in Paris auf Initiative einer Gruppe von Händlern und Herstellern gegründet und ist bekannt als global agierendes Institut für die Beobachtung am POS und für die tagesaktuelle Erfassung der Werbung in den Printmedien.

Wie **Karsten Holdorf**, Managing Director Germany und International Account Manager der IFR Group, betont, liegt die Bereitstellung von Marktinformationen für internationale Unternehmen aus dem Bereich technischer Konsumgüter im Fokus des renommierten Marktforschungsunternehmens: »Hierbei werden sowohl die Marketingplanung, die Produktentwicklung als auch der Vertrieb über die aktuellen Entwicklungen in der Preis-, Marken- und Modellpräsenz unterrichtet.«

Mit Niederlassungen in 40 Ländern und mehr als 2.500 Mitarbeitern beobachtet die internationale IFR Group als



Karsten Holdorf

Unternehmen der GfK-Gruppe weltweit rund 5.500 Geschäfte. Das Marktforschungsunternehmen zählt eigenen Angaben zufolge mehr als 300 Kunden und 2.000 Anwender.

»IFR liefert unter anderem aktuelle Informationen darüber, welche Produkte zurzeit im Handel sind und aktiv beworben werden«, erläutert Holdorf die Dienstleistungen des Unternehmens, »Diese zeitnahen Daten ermöglichen es unseren Kunden, präzise Vertriebs- und Marketing-Aktivitäten zu ergreifen, um den Sell Out des Handels zu beeinflussen.«

Im Einzelnen gehört zum Service von IFR die so genannte Regalerhebung, das heißt: IFR liefert monatlich In-

formationen über die Distributionspolitik, die Produktpalette, über Preisentwicklungen, Markenpräsenz, sowie über Markenanteil und Markensortiment im Handel.

Als Quelle der Regalerhebung dient die gesamte Handelsbranche, wozu in Deutschland auch die Fachhandelsgruppen unserer Branche gehören, so zum Beispiel Expert, Electronic-Partner und Medimax, aber auch Elektronikmarkt-Ketten wie Saturn, Media-Markt oder Promarkt.

Wie Holdorf erklärt, entsteht das Panel der besuchten Fachhändler und Handelsketten unter Berücksichtigung der Gesamt-Anzahl der Standorte und wichtiger lokaler Händler: »Dieses Panel wird monatlich besucht. Hierbei setzen wir so genannte Feldmitarbeiter ein, die – mit Genehmigung der Filialleiter oder Geschäftsführer – in den Geschäften die erforderlichen Daten erheben. Diese vor Ort erhobenen Daten werden geprüft und in die IFR-Datenbank eingepflegt.«

Ein weiteres Dienstleistungsangebot ist die Anzeigenerhebung. Im Rahmen dieses Services erfasst IFR die Handelswerbung auf täglicher Basis. Die IFR-Werbepreis-Erfassung erfolgt dabei über alle Medien: Tageszeitungen, Wochenzeitungen, Sonntagszeitungen, Magazine, Monatszeitschriften, Postwurfsendungen, Kataloge und mehr.

Auch bei der Anzeigenerhebung werden alle ermittelten Informationen manuell in die IFR-Datenbank eingepflegt, wobei von jedem einzelnen Produkt zuvor alle Details erfasst wurden, also Marke, Modell und Preis, sowie Name der Handelskette, des Einzelhändlers und der Ort und das Erscheinungsdatum der Anzeige. Gegebenenfalls wird auch der vorherige Preis des Händlers erfasst.

Schließlich gehört auch noch die Online-Shop-Erhebung zum Service des Unternehmens. Dazu Karsten Holdorf: »IFR beobachtet wöchentlich die relevanten Online-Shops. Alle Webseiten werden im html-Format zum Beobachtungszeitpunkt gespeichert.«

Bei der Online-Shop-Erhebung werden ausschließlich die für die jeweilige Produktgruppe relevanten Shops erfasst, und zwar wöchentlich über so genannte »Webcrawler«. Ein Webcrawler ist ein Computerprogramm, das automatisch das World Wide Web durchsucht und Webseiten analysiert.

Die ausgewählten Internet-Shops werden auf Erscheinungsort, Preis, Marken- und Modellpräsenz hin untersucht. Dazu Karsten Holdorf: »Auf Wunsch kann dieses Internetpanel an spezielle Kundenwünsche angepasst werden.«

Aufgrund der aktuellen, äußerst heftigen Preisdiskussionen in der Branche war es für IFR nahe liegend, im Auftrag von **CE-Markt** die Entwicklung der Internetpreise mit der Entwicklung jener Preise zu vergleichen, die der stationäre

Handel zurzeit in seiner Werbung plakatiert.

Beim Vergleich der Regalpreise mit Internet- und Wer-

bepreisen ging das Marktforschungsunternehmen zunächst von der allgemein verbreiteten Meinung aus, dass das Internet die preisgünstigste Konsumquelle ist.

IFR musste nach Abschluss der Erhebung jedoch etwas ganz anderes feststellen: »Wenn man von Preisausreißern absieht, ist die Wahrheit eine ganz andere. In unserem für **CE-Markt** erstellten Beispiel (siehe Grafik) ist der Gesamtmarkt für LCD-TV über sechs Monate dargestellt, eingeschränkt auf 40 und 42 Zoll Geräte, Full-HD und integriertem LED Backlight. Es ist auf den ersten Blick sichtbar, dass die Marktpreise in der Werbung des stationären Handels, und zwar über alle Modelle dieses Bereichs hinweg, durchschnittlich deutlicher vom Marktdurchschnittspreis abweichen und damit wesentlich preisaggressiver sind als die Preise im Internet.«

CE-Markt wird in Zusammenarbeit mit IFR die exklusive Berichterstattung über aktuelle Markterhebungen und Analysen fortsetzen und regelmäßig über interessante Trends und branchenrelevante Entwicklungen berichten.

»Stationärer Handel preisaggressiver als das Internet«