

Bonn, März 2014

## Pressemitteilung

### Neu gegründete infas 360 führt Geomarketing und Marktforschung zur disziplinübergreifenden Marketing Intelligence zusammen

Bonn, 18. März 2014. Die infas Holding AG gründet mit der infas360 GmbH mit Sitz in Bonn ein Unternehmen für disziplinübergreifende Marketing Intelligence. Die neue Kombination aus Geomarketing, Marktforschung und Customer Analytics bietet für Wirtschaft und Wissenschaft einen einzigartigen, interdisziplinären Marketingansatz. Dafür sammelt, organisiert und analysiert infas360 national wie international verfügbare Geodaten und Marktinformationen, ergänzt projektspezifisch Befragungsergebnisse (Ad-hoc-Daten) und verknüpft diese mit den kundeninternen CRM-Daten zu einem vielschichtigen, lückenlosen Informationspool. Auf dieser Basis erhalten Unternehmen zukünftig nicht nur einen neuartigen Gesamtblick auf Markt und Kunden, sondern erstmals auch eine Marktforschung, die in operative und vor allem lokale Marketing- und Vertriebsmaßnahmen überführbar ist.

Geschäftsführer des neuen Bonner Unternehmens ist Michael Herter, der zuvor über ein Jahrzehnt an der Spitze der (ehemaligen) infasgeodaten GmbH die Geomarketing-Branche entscheidend mitgeprägt hat. Dazu zählte neben der Entwicklung anwenderfreundlicher Geomarketing-Komplettlösungen u. a. die Ausrichtung von Europas größtem Geomarketing-Kongress dem „Kompetenzforum Geomarketing“ sowie der Herausgabe des Standardwerks „Handbuch Geomarketing“. Im Ergebnis wurde so Geomarketing als ursprüngliche Geo-Fachdisziplin erfolgreich hin zu einem effektiven Marketinginstrument für die Wirtschaft positioniert.

Heute ist Geomarketing ein fester Bestandteil moderner Marketing-Intelligence-Ansätze. Als eigenständige Disziplin hat Geomarketing damit aber an Bedeutung verloren. Wie auch in der allgemeinen Marketingforschung bedarf es mehr eines interdisziplinären und integrativen Methoden-Mixes – zumal in Zeiten von Big Data die Kundendaten rasant wachsen und somit immens an Bedeutung gewinnen. Im Auftrag der infas Holding AG verfolgt Herter diesen Weg nun mit der infas360 GmbH konsequent weiter. Gemeinsam mit seinem Know-how-Team aus Geowissenschaftlern, CRM-Analitikern und Marketingexperten entwickelt und integriert infas360 für Konzerne und den Mittelstand individuelle Datenmodelle mit wissenschaftlichem Anspruch, auf deren Basis operativ einsetzbare Marketinginformationen gewonnen werden können, die unmittelbar für konkrete Werbe- und Vertriebsmaßnahmen umsetzbar sind.

---

#### infas 360 GmbH

Ollenhauerstraße 1  
D-53113 Bonn  
Tel: +49 (0)228/74887-360  
Fax: +49 (0)228/74887-399  
E-Mail: [willkommen@infas360.de](mailto:willkommen@infas360.de)  
[www.infas360.de](http://www.infas360.de)

Zentrales Datenprodukt ist das postalisch-amtliche Gliederungssystem PAGS, dem die komplett flächendeckende infas-Hausbewertung für alle 50 Mio. verfügbaren amtlichen Gebäude zugrunde liegt. In Verbindung mit amtlichen Quartieren und deren Begehung können so erstmals statistisch nachvollziehbare feinstrukturierte Siedlungstypen definiert werden, die die Basis für sogenannte „Small-Area-Statistics“ bilden und das Bindeglied zur regionalen Marktforschung darstellen. Daraus resultiert ein umfangreiches mikrogeographisches Portfolio der in Deutschland verfügbaren Markt- und Konsumentendaten. Weitere umfassende internationale Datenbestände werden ebenfalls bereitgehalten, da die Methodik auf jedes beliebige Land übertragbar ist.

Neben klassischen Geomarketing-Leistungen bietet infas360 von A wie Anonymisierung von Kundendaten bis Z wie Zufriedenheitsmessungen das gesamte Spektrum aus Customer Analytics und Marketing Research. Der eigentliche Vorteil liegt aber in der Kombination der drei Disziplinen, die es erlaubt, Kundenbefragungen ins CRM zu übertragen und auf dieser Basis CRM-Maßnahmen sowie eine nachgelagerte Erfolgsmessung komplett aus einer Hand durchzuführen. Umfassende Beratung und Datendienstleistungen runden das Full-Service-Angebot der infas360 GmbH ab.

„Die Anforderungen der Unternehmen an Market Intelligence haben sich geändert. Gefragt sind heute integrative Filter, die unwichtige von wichtigen Informationen trennen, darauf aufbauend datenschutzkonforme Analysen, die alle relevanten Daten berücksichtigen und daraus schlussendlich Wissen generieren, das direkt in unternehmerisches Handeln umsetzbar ist. Diesen Ansprüchen wird infas360 mit einer Kombination der wichtigsten Disziplinen und Datentöpfe gerecht“, sagt Michael Herter, Geschäftsführer von infas360.

Die neue infas360 GmbH ist ein Unternehmen der infas Holding AG, zu der auch das 1959 gegründete infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft gehört. Mit der Neugründung unterstreicht die Holding ihre Position als multidisziplinärer und innovativer Informationsdienstleister.

### **Ansprechpartner bei infas360**

Joachim Scholz  
Public Relations  
Tel. 0228/3822-360  
Fax 0228/74887-399  
E-Mail: [j.scholz@infas360.de](mailto:j.scholz@infas360.de)