Über GfK

GfK steht für zuverlässige und relevante Markt- und Verbraucherinformationen. Durch sie hilft das Marktforschungsunternehmen seinen Kunden die richtigen Entscheidungen zu treffen. GfK verfügt über 80 Jahre Erfahrung im Erheben und Auswerten von Daten. Rund 13.000 Experten vereinen globales Wissen mit Analysen lokaler Märkte in mehr als 100 Ländern. Mithilfe innovativer Technologien und wissenschaftlicher Verfahren macht GfK aus großen Datenmengen intelligente Informationen. Dadurch gelingt es den Kunden von GfK ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern und das Leben der Verbraucher zu bereichern.

www.gfk.com/de

GfK. Growth from Knowledge

© GfK 2016

GfK TESTET NEUES PRODUKT IM EDEKA-MARKT STIEGLER

Was wird hier gemessen bzw. untersucht?
GfK analysiert im EDEKA-Markt Stiegler völlig anonymisiert die Bewegungen der Käufer in einem Laden:

- Vor welchem Regal bleiben sie stehen?
- Welches Produkt nehmen sie in die Hand?
- Welches kaufen sie tatsächlich?

Für wen sind diese Untersuchungen interessant?
Hersteller und Händler können mit Hilfe der hier erhobenen Daten beispielsweise besser planen, wie sie ihre Produkte in einem Markt platzieren, um für möglichst viele Käufer attraktiv zu sein.

Shopper | Shopper Insights

Wie funktioniert das?
Die Untersuchung besteht aus der Kombination von zwei Technologien: Zum einen sind im Supermarkt alle Einkaufswagen und -körbe mit Sensoren ausgestattet, die die Position der Wagen oder Körbe bis auf 30 cm genau orten können. So können beispielsweise die Wege durch den Supermarkt aufgezeichnet und für Aktionen im Laden ausgewertet werden.

Auf der linken Seite sieht man, wie eine Person im Aufnahmebereich einer Kamera zwischen Regalen läuft. Auf der rechten Seite erkennt man, die wärmebild-ähnliche Aufnahme der Kamera mit einer Zahl zur Personenkennzeichnung.

Außerdem sind im Markt verschiedene Kameras angebracht, die die Umrisse von Kunden vor den Regalen erfassen. Es handelt sich ausschließlich um Infrarot-Kameras, die lediglich eine Art Wärmebild einer Person in Form eines Umrisses zeigen. Die Personen sind nicht identifizierbar. In beiden Fällen sind die Daten also absolut anonym und können keiner Person direkt zugeordnet werden.

Was passiert mit den Daten, die dabei gesammelt werden?
Alle Daten werden anonym gesammelt. Sie werden verschlüsselt an das Datenzentrum von GfK in Nürnberg übertragen. Der EDEKA-Markt, in dem die Daten erhoben werden, sowie alle EDEKA-Märkte

Der Name der verwendeten Kamera: RGB-D Optical Smart Sensor

und -Mitarbeiter haben keinen Zugriff auf die Daten. Sie erhalten lediglich in regelmäßigen Abständen die Auswertungen, die GfK daraus erstellt. Die Daten werden bei GfK nicht gelöscht und können auch für weitere Auswertungen verwendet werden – selbstverständlich ebenfalls anonymisiert.

Wie kann ich sicher sein, dass meine Daten nicht in falsche Hände geraten?
Als Marktforschungsunternehmen legt GfK größten Wert auf die Sicherheit der ihm anvertrauten Daten. Das Unternehmen hat daher zahlreiche technische Vorkehrungen zur Datensicherheit getroffen.
Zudem beachtet GfK bei der Erstellung aller Studien verschiedene Regularien, in denen der Umgang mit Daten festgelegt ist:

- den Verhaltenscodex von GfK (Code of Conduct)
- die Richtlinien von ADM (Arbeitskreis deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V.), und
- ESOMAR (Europäische Gesellschaft für Meinungs- und Marketingforschung e.V.) sowie
- die europäischen und deutschen Datenschutzrichtlinien.

Und wenn ich noch Fragen habe?
Bei weiteren Fragen wenden Sie sich an GfK:
public.relations@gfk.com oder 0911 395 4440