

05.05.2010 - 13:00 Uhr

Trotz Wirtschaftskrise: GfK Switzerland schliesst das Geschäftsjahr 2009 erfolgreich ab



- Hinweis: Bildmaterial steht zum kostenlosen Download bereit
unter: <http://www.presseportal.ch/de/pm/100010243> -

Trotz eines emotional wie wirtschaftlich sehr bewegten letzten Jahres kann der Marktführer GfK Switzerland erfolgreich abschliessen. Der Umsatz 2009 beträgt 79 Mio CHF. GfK Switzerland führt bleibt mit 37% Marktanteil Branchenleader.

Geschäftsgang 2009

Peter Meyer, CEO GfK Switzerland:

"Rückblickend war 2009 ein wirtschaftlich schwieriges Jahr. Die Ereignisse auf den Finanz- und Kapitalmärkten haben sich im vergangenen Jahr auf die Realwirtschaft ausgewirkt und auch die Marktforschungsbranche erfasst. GfK Switzerland AG hat ihre Ziele für das Jahr 2009 nicht ganz erreicht. Betrag der Umsatz 2008 noch 89 Millionen CHF, so erzielten wir dieses Jahr 79 Millionen CHF. Der Umsatzrückgang erklärt sich aus dem Verkauf des Food-/Nonfoodpanels an Nielsen sowie die allgemein angespannte Wirtschaftslage.

Neben den wirtschaftlichen Herausforderungen haben vier Ereignissen unsere Firma im vergangenen Jahr besonders geprägt:

- der plötzliche und unerwartete Tod von Geschäftsführer Peter Hofer
- der Wechsel in der Führung des Unternehmens mit der neuen Geschäftsleitung um CEO Peter Meyer,
- die Aufgabe des Haushaltpanels sowie
- der Transfer des Handelspanels an die Firma Nielsen.

Der Bereich Retail and Technology sowie die zentralen Dienste wie das GfK Printcenter konnten erfreulicherweise die hohen Ziele erreichen.

Wir haben ein bewegtes Jahr hinter uns, auf allen Ebenen, emotional wie geschäftlich, aber wir blicken zuversichtlich nach vorne: Marktforschung ist eine Notwendigkeit - gerade in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten.

Perspektiven für 2010

GfK Switzerland ist das führende Marktforschungsinstitut in der Schweiz. Wir haben viele Vorteile auf unserer Seite:

- ein neues, kraftvolles Leitungsteam mit klaren Vorstellungen,
- das weltumspannende Netzwerk der GfK Gruppe,
- neue Tools wie dem EMO-Sensor, mit dem man Gefühle bei Konsumenten beim Betrachten von Werbebotschaften misst,
- innovativen Produkten aus der Schweizer Retail and Technology-Abteilung wie dem Total Store Report,
- der Vorteil, als einziges Marktforschungsinstitut in der Schweiz ein Full-Service-Anbieter zu sein.

Diese Mischung ist in unseren Augen der Garant für langfristigen Erfolg, der sich in gutem Ruf und Kundentreue auswirkt. Nur unter dieser Voraussetzung wird es uns weiterhin gelingen, die Nummer eins am Schweizer Marktforschungsmarkt zu bleiben."

Kontakt:

Peter Meyer
CEO GfK Switzerland
E-Mail: peter.meyer@gfk.com
Tel.: +41/41/632'91'03



Peter Meyer, seit Juli 2009 CEO GfK Switzerland. Weiterer Text ueber ots und auf <http://www.presseportal.ch>. Die Verwendung dieses Bildes ist fuer redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröfffentlichung unter Quellenangabe: "obs/GfK Switzerland"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100010243/100602905> abgerufen werden.