

# Pressemitteilung

## GfK und stickee stellen „Daily Pricing Monitor“ für die Telekommunikationsbranche vor

6. August 2020

Corina Kirchner  
Regional Communications  
Manager NCE Europe  
Tel.: +49 911 395 4570  
[corina.kirchner@gfk.com](mailto:corina.kirchner@gfk.com)

**Nürnberg, 6. August 2020** – GfK hat in Zusammenarbeit mit stickee den „Daily Pricing Monitor“ entwickelt, eine vollautomatische Suite zur Datenerfassung, -überwachung und -analyse für Unternehmen der Telekommunikationsbranche. Das neue Tool deckt bereits über 200 Einzelhändler in 25 Ländern ab und bietet entscheidende Einblicke in die Preise aller Modelle in den Postpaid-, Prepaid-, Sim-Free-, Sim-Only sowie Service-Segmenten.

Der „Daily Pricing Monitor“ ist speziell auf die Bedürfnisse der Kunden in einem wettbewerbsintensiven, sehr dynamischen Sektor zugeschnitten und lässt sich einfach skalieren, um neue Einzelhändler und Märkte mit einer Vorlaufzeit von lediglich zwei oder drei Tagen hinzuzufügen. Die technisch ausgereifte Plattform wird über Online-Dashboards bereitgestellt und bietet folgende Vorteile:

- Neueste Preisinformationen, zweimal täglich aktualisiert
- Relevante Insights für Netzbetreiber, Hersteller und Händler
- Vereinfachte Sicht auf verschiedene Tarifkombinationen und Preise im Bereich Postpaid
- Neue Einzelhändler und Märkte können flexibel nach Bedarf hinzugefügt werden
- Führende Marken im Bereich Telekommunikation verlassen sich bereits auf die Plattform

GfK SE  
Nordwestring 101  
90419 Nuremberg  
Germany

T +49 911 395 0

Vorstand:  
Peter Feld (CEO)  
Lars Nordmark (CFO)

Vorsitzender des  
Aufsichtsrats:  
Thomas Ebeling

Registergericht:  
Nürnberg HRB 25014

**Benjamin Ballensiefen, Vice President Germany**, sagt: „Mit dem Daily Pricing Monitor können unsere Kunden zum ersten Mal in Echtzeit auf die Preise aller Smartphone-Modelle und -Bundles zugreifen.“

Dementsprechend ist es allen Akteuren der Telekommunikationsbranche möglich, schneller als je zuvor auf das sehr dynamische Marktumfeld zu reagieren. Dazu gehören zum Beispiel Entscheidungen rund um das

eigene Pricing oder hinsichtlich Aktivitäten der Wettbewerber. Durch die Partnerschaft mit einem innovativen Player wie stickee bieten wir dem Markt eine wirklich wegweisende Lösung.“

### **Über GfK – Extracting the signals from the noise**

Unsere Welt ist von Datenüberfluss, Datenmissbrauch und Disruption geprägt. Nur wer das Wichtige vom Unwichtigen unterscheiden und die relevanten Signale identifizieren kann, bleibt im Wettbewerb erfolgreich. Seit über 85 Jahren sind Daten das Kerngeschäft von GfK. Mit Hilfe künstlicher Intelligenz und höchster Präzision bieten wir unseren Kunden innovative Analysen, die nicht nur deskriptive Daten, sondern echte Handlungsempfehlungen liefern. Zu jeder Zeit, an jedem Ort. So können unsere Kunden fundierte Geschäftsentscheidungen treffen, die sowohl die Effizienz der Organisation und des Marketings erhöhen, aber vor allem auch den Umsatz steigern. Deshalb lautet unser Versprechen „Growth from Knowledge“. Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.gfk.com/de](http://www.gfk.com/de). Folgen Sie uns auf Twitter: [www.twitter.com/gfkdeutschland](https://www.twitter.com/gfkdeutschland).