



# Pressemitteilung

## Partnerschaft: GfK und Minderest ermöglichen optimale Preisfindung im E-Commerce

19. April 2023

Corina Kirchner  
Public Relations  
T +49 911 395 4570  
[corina.kirchner@gfk.com](mailto:corina.kirchner@gfk.com)

### Neues Angebot für Händler und Hersteller von technischen Konsumgütern

**Nürnberg, 19. April 2023 – GfK und Minderest, Experte für Preisgestaltung, sorgen gemeinsam für bessere, datenbasierte Preisfindung im E-Commerce. Mit den Daten zu bezahlten Preisen von GfK und den smart aktualisierten Online-Regalpreisinformationen von Minderest erhalten Entscheider bei Händlern und Herstellern einen umfassenden Überblick über die aktuelle Preisgestaltung im Markt sowie Empfehlungen für umsetzbare Preisanpassungen. Der Service steht ab sofort zur Verfügung.**

Wettbewerbsfähige Preisgestaltung ist ein zentraler Trend in fast allen Bereichen des E-Commerce. Nicht rechtzeitig auf die Preispunkte von Wettbewerbern zu reagieren, kann für Händler und Hersteller zum unmittelbaren Verlust von Absatz und Marktanteilen führen.

### GfK erweitert Angebot um intelligent aktualisierte Online-Regalpreisinformationen

Durch die Zusammenarbeit mit Minderest bietet GfK jetzt branchenübergreifend Preisaktualisierungen für Händler und Hersteller an, wobei sich die Aktualisierungsfrequenz nach der Anzahl der Preisänderungen pro Produktkategorie richtet. Mit diesen granularen Preisinformationen können Marktteilnehmer verfolgen, welche Preispunkte ihre Wettbewerber setzen, in welchen Produktkategorien aktuell Promotions gefahren werden oder welche Produkte an einem bestimmten Point of Sales gerade nicht verfügbar sind. Diese Informationen bilden die Grundlage für taktische Entscheidungen bei der Preisgestaltung oder der Integration von Promotions. Unternehmen können sie verwenden, um ihr Pricing händisch anzupassen oder um automatische Preisanpassungen innerhalb definierter Parameter zu ermöglichen.

GfK SE  
Sophie-Germain-Straße 3 – 5  
90443 Nürnberg  
Deutschland

T +49 911 395 0

Vorstand:  
Lars Nordmark (Interim-CEO)  
Joshua Hubbert

Vorsitzender des Aufsichtsrats:  
Thomas Ebeling

Handelsregister:  
Nürnberg HRB 25014



Neben aktuellen Informationen bieten die Daten von GfK den Rahmen für Profitabilität und nachhaltiges Wachstum. Sie setzen volatile Preisbewegungen in den Kontext und zeigen, welche Produkte die Konsumenten wo und zu welchem Preis gekauft haben. Dieses Wissen ist maßgeblich für Entscheider und ihre langfristige Planung.

### **Wie Händler und Hersteller die goldene Mitte finden**

Die Kombination der Datenquellen in einer Lösung ist sowohl für Händler als auch Hersteller relevant. Mit den Informationen von GfK und Minderest haben Entscheider Gewissheit, dass ihre bevorzugte Preispositionierung im Markt erhalten bleibt. Gleichzeitig können sie ihre langfristige Strategie faktenbasiert überprüfen und anpassen. Bei diesem datengestützten Ansatz geht es aber nicht nur darum, den niedrigsten Preis anzubieten. Vielmehr ist es ein Teil einer Strategie, für ein bestimmtes Produkt zu einer bestimmten Zeit den idealen Preis anzubieten – und zwar auf Basis verfügbarer Preis- und Abverkaufsinformationen.

„Die Preisgestaltung im E-Commerce ist sehr dynamisch und benötigt jederzeit aktuelle Daten“, kommentiert Antonio Tomás, CEO bei Minderest. „Wir sammeln fortlaufend qualitativ hochwertige Informationen von den führenden E-Commerce-Webseiten und bieten Entscheidern damit die größtmögliche Transparenz in die Preisgestaltung im Markt. Wir freuen uns, diese Daten in Zusammenarbeit mit GfK einer noch größeren Zielgruppe zur Verfügung zu stellen.“

„Die Kombination aus tagesaktuellen Regalpreisen und langfristigen Informationen zu von Konsumenten akzeptierten Verkaufspreisen bietet Händlern und Herstellern eine ganz neue Datentiefe für taktische Entscheidungen und langfristige Strategien“, so Michael McLaughlin, Vice President, Global Retail bei GfK. „Sie ist auch ein wichtiger Faktor für die Entwicklung von Umsatz und Gewinnspanne. Mit unserem neuen Partner Minderest bieten wir einzigartige Preisinformationen.“

**Pressekontakt:** Corina Kirchner, T +49 911 395 4570, [corina.kirchner@gfk.com](mailto:corina.kirchner@gfk.com)

### **GfK. Growth from Knowledge.**

Seit über 85 Jahren vertrauen uns Kunden weltweit, indem wir sie bei geschäftskritischen Entscheidungsprozessen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien unterstützen. Mit unseren verlässlichen Daten und Erkenntnissen, kombiniert mit fortschrittlicher künstlicher Intelligenz, haben wir den Zugang zu umsetzbaren Handlungsempfehlungen in Echtzeit revolutioniert, die die Marketing-, Vertriebs-, und Organisations-Effektivität unserer Kunden und Partner steigern. Auf diese Weise versprechen und liefern wir Wachstum durch Wissen – **Growth from Knowledge.**