



Harald Neustetter, 37, zeichnet seit 2002 bei der GfK Austria in Wien als IT-Manager für die Bereiche Leitung IT und Rechenzentrum sowie für die Durchführung diverser IT-Projekte.

Seine Karriere startete er als Technischer Leiter bei Midas MikroDatensysteme 1996 bis 1999, wo er für den Aufbau und die Leitung der HP Bereiche zuständig war. Als IT-Assistent bei Deloitte & Touch lag seine Zuständigkeit in der Verantwortung für das RZ und dem Aufbau des A1-Netzwerkes für DTT in Wien und weiteren Bundesländern.

Kunden stehen vor allen Dingen Liefertreue, die seriöse Behandlung der Daten, die Durchführung der Interviews, die Dauer, die Anzahl der Nutzer und genaue Erfassung und das Abspeichern der Inhalte.

Auf die Frage, auf welche Leistungen die Kunden besonderen Wert legen, antwortet der IT-Manager Harald Neustetter so: „Nackte Zahlen sind nicht gut genug. Wichtig ist, dass in die Prognosen unser langjähriges Wissen mit einfließt. Wir zeigen die Entwicklung und Richtung, das ist der Mehrwert, den die Kunden suchen und das macht die GfK unique“.

## Fazit

Um die hohen Erwartungen der Kunden zu erfüllen, dürfen auch bei dem IT-Service keine Kompromisse eingegangen werden. Der Erstkontakt mit Technogroup erfolgte durch die

Empfehlung einer der Beraterfirmen der GfK. Das Alleinstellungsmerkmal von Technogroup war, dass alle HP-Systeme, auch die, die außerhalb des EOL-Zeitfensters liegen, kostengünstig gewartet werden konnten. Dies, vernetzt mit dem Know-how der IT-Techniker, ergab eine Serviceplattform, die heute wie auch in der Zukunft erfolgversprechend ist.

Selbstredend, dass diese Plattform 24\*7, also rund um die Uhr verfügbar ist und für die GfK einen Mehrwert darstellt. Es ist daher keine Frage, dass sich diese erfolgreiche Zusammenarbeit in der Zukunft weiter entwickeln wird.

„Zuverlässiger IT-Service bedeutet für mich, dass ich nachts gut schlafen kann. Persönlicher Kontakt und dass die Chemie untereinander stimmt gehört dazu, aber wie gesagt, die Leistung ist das, was überzeugt. Unsere sehr sensitiven Kunden erwarten dies auch von uns. Der Beweis, dass Leistung und Vertrauen stimmen, zeigt sich auch darin, dass die Technogroup Serviceverantwortlichen an den BCM Treffen teilnehmen“, so Harald Neustetter.

„Gut zu hören, dass alles stimmig ist. Einen Kunden wie die GfK mit deren hohen Anforderungen von Verfügbarkeit über Datensicherheit bis zu BCM erfolgreich zu bedienen ist eine Herausforderung, die wir gerne angenommen haben. Es zeigt uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind, die hohen Erwartungen der GfK in Bezug auf Kompetenz und Verlässlichkeit zu erfüllen“, fasst Gebhard Dieser, Geschäftsführer der Technogroup Österreich, die Partnerschaft mit der GfK zusammen.

## Technogroup IT-Service GmbH

Telefon +49 6146 8388-0  
Telefax +49 6146 8388-22  
E-Mail: [info@technogroup.com](mailto:info@technogroup.com)  
[www.technogroup.com](http://www.technogroup.com)

Technogroup IT-Service GmbH  
Feldbergstraße 6 • D-65239 Hochheim

MI0960912-1



ANWENDERSTORY GfK AUSTRIA



# IT-Service – was Marktforscher erwarten

## Die GfK Gruppe – mehr als nur TV-Einschaltquoten und Konsumklimaindex

■ Vor rund 80 Jahren als erstes deutsches Marktforschungsinstitut gegründet, ist die GfK Gruppe eines der größten Marktforschungsunternehmen der Welt und beschäftigt über 11.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Aus mehr als 100 Ländern liefern 150 operative Unternehmen das Wissen zu Märkten und Branchen, das die Kunden für ihre Entscheidungen brauchen. Der Hauptsitz der GfK Gruppe ist Nürnberg.

Das Full-Service-Institut versteht sich als Lieferant von Wissen. Es ist ein Unternehmen mit Tradition, das Kontinuität, langfristige Kundenbindungen und beständige Leistung auf höchstem Niveau schätzt. Auch aus diesem Grund pflegt die GfK ihre Wurzeln, die in der akademischen Forschung liegen. Der Fokus auf Innovation und Fortschritt ist ein zentraler Bestandteil ihrer Unternehmenskultur. Damit sichert sie nachhaltig die Qualität und Aktualität der von ihr eingesetzten Methoden und Instrumente.

GfK bietet Services für alle wichtigen Konsumgüter-, Pharma-, Medien- und Dienstleistungsmärkte. Das Angebot ist dabei in zwei Sektoren aufgeteilt: Consumer Choices und Consumer Experiences. Consumer Choices liefert Daten, die

Entscheidungen und Tätigkeiten der Verbraucher widerspiegeln. Bei Consumer Experiences geht es um Verhalten und Einstellungen der Verbraucher, und wie Menschen die Welt wahrnehmen und erfahren.

## GfK Austria – fundierte Basisdaten für Entscheidungsträger

1950 als Dr. Fessel-Institut für Marktforschung gegründet ist die GfK Austria seit 1972 in die GfK Gruppe integriert. Heute arbeiten rund 200 Angestellte in der Österreichischen Niederlassung.

GfK Austria ist das in Österreich führende Marktforschungsinstitut mit einem breit gefächerten Spektrum an Dienstleistungen. Die Kunden kommen aus den Branchen Industrie, Handel, Dienstleistung, Mediensektor und Informationsdienstleistungen und erwarten von dem GfK-Research Erkenntnisse, um sich in ihren angestammten und in neuen Märkten gegenüber ihren Wettbewerbern zu profilieren. Innovation und Fortschritt werden bei der GfK eine hohe Bedeutung zugeordnet.



Im Jahr 1989 wurde unter der Leitung von GfK Austria begonnen, ein Netzwerk von GfK-Tochtergesellschaften in Zentral- und Osteuropa aufzubauen. Heute umfasst das Netz über 20 Tochterunternehmen in 20 CEE-Ländern und Ägypten.

## Die IT – das Herzstück der Marktforschung

Traditionell werden in der IT-Landschaft bei der GfK Austria HP-Server und Switches eingesetzt. Jeweils 45 Server und Switches sorgen für einen reibungslosen Betrieb – und das bei einer hohen Verfügbarkeit. Dass bei einem Marktforschungsunternehmen die Daten im Mittelpunkt stehen, liegt auf der Hand. Operativ fallen bis zu 3 Terabyte Daten an. Davon werden an die 70 Gigabyte pro Tag verarbeitet und auf bis zu 1.000 Backup-Bändern pro Jahr gespeichert.

Über das Datenmanagement hinaus hat die IT eine Schlüsselfunktion, sei es bei Online- oder Telefonbefragungen oder bei der Ermittlung von Meinungen mit Laptop face-to-face in Studios oder an öffentlichen Orten. Eine neue Anwendung ist, dass das Telefonieren umgekehrt eingesetzt wird: Hier wird nicht der Benutzer angerufen, sondern der Interviewpartner kann anrufen. Somit wird die Benutzerzeit optimiert und nach dem Rehearsal wird eine qualifizierte Zusammenfassung der Nutzerdaten für die bestmögliche Auswertung der soziodemographischen Daten erstellt.

Eine weitere wichtige Methode der Datenerhebung sind Langzeitstudien, bei denen nach einem festgelegten Zeitraum erneut Befragungen zum gleichen Themenkomplex durchgeführt werden. Durch Ergebnisvergleiche und Veränderungsstudien wird die Marktentwicklung aufgezeigt und kann dadurch noch besser über einen längeren Zeitabschnitt nachvollzogen und verstanden werden. Hierzu bedarf es natürlich der Vorhaltung der in der Vergangenheit erhobenen Daten, die durch die IT-Abteilung sicher aufbewahrt und bei Bedarf zugänglich gemacht werden müssen. Die Ergebnisse der Langzeitstudien sind für die Kunden von größtem Wert, zeigen diese doch die Veränderungen und die neuen Trends.

Das IT-Zentrum der GfK bedingt selbstverständlich besonders hohe Anforderungen an Verfügbarkeit und Sicherheit. Die Infrastruktur des Rechenzentrums unterliegt höchstem Sicherheitsstandard und verfügt über Brandschutz, Klimatisierung, zentrale USV, Videoüberwachung bis hin zur 2 Phasen Zugangskontrolle.

## Daten – das Lebenselixier der Marktforschung

Daten, Daten, Daten: Das Unternehmensgut der GfK Austria sind Daten, die unter Berücksichtigung der höchsten Sicherheitsstufe gespeichert werden. „Datenklau würde den Verlust der Seriosität bedeuten. Nur mit der absoluten Sicherung der erfassten Daten können wir uns vom Markt abheben und bestehen. Eine Verwendung der ermittelten Daten, ob Verkauf

an Dritte oder Publizierung, ist nicht vorstellbar und würde einen desaströsen Imageverlust nach sich ziehen“, beschreibt Harald Neustetter, der bereits seit 2002 bei der GfK Austria in Wien für das Rechenzentrum verantwortlich ist und seit 2010 die Leitung der IT inne hat, die Wertigkeit und Bedeutung, die den Daten im Unternehmen zugeordnet wird.

Die Storage Lösung kommt von NetApp und wird derzeit am Standort Wien mittels Bandroboter gesichert. Zukünftig werden die Daten in die Zentrale nach Nürnberg gespiegelt, um eine maximale Ausfallsicherheit zu gewährleisten. Die IT der GfK Austria ist vollständig mit der IT der GfK Gruppe weltweit vernetzt.

## Business Continuity – immer alles verfügbar

Business Continuity Management hat die höchste Priorität im Hause GfK und Verfügbarkeit muss gegeben sein. Nahezu alle Prozesse sind kritisch, da sämtliche Kommunikationsformen über die IT laufen. Wie sonst könnte man TV-Forschung ernsthaft anbieten oder andere zeitkritische Daten für die Kunden produzieren. Mehrmals im Jahr werden im Rahmen der internen BCM Meetings (Business Continuity Management) alle denkbaren Situationen diskutiert, die zum Stillstand kritischer Prozesse führen und damit eine Bedrohung für das Unternehmen darstellen.

„Ein weiterer Punkt bei den BCM Treffen ist auch, dass unter Kollegen die neuesten Erkenntnisse und Erfahrungen konsolidiert werden. Dieser enge Austausch erfolgt face-to-face und ist selbstverständlich auch ein wertvoller Beitrag für die Kunden“, fasst Harald Neustetter das BCM Programm zusammen. Darüber hinaus findet jährlich mindestens einmal eine umfangreiche unabhängige Sicherheitsprüfung statt.

Nach den Worten von Neustetter war der letzte Totalausfall im Jahr 1996. Alle Leitungen von Wien in das GfK Netzwerk sind mittels MPLS realisiert und über ausreichend ISDN Anschlüsse abgesichert. Für die GfK entspricht jede Leitung, die nach außen geht, einem Kommunikationsmedium, das bei einem Marktforschungsinstitut nicht ausfallen darf. Diese Forderung zu erfüllen bedeutet, einen innovativen technischen Aufbau des Modems, der sicherstellt, dass die Datenabrufe von den über 3.000 Haushalten immer gewährleistet und sicher sind.

## Die Marktforschung – ihre Kunden und Erwartungen

Kunden sind beispielsweise der Österreichische Rundfunk ORF, eine Stiftung des öffentlichen Rechts und der größte Medienanbieter Österreichs mit Hauptsitz in Wien, des weiteren die unterschiedlichsten Bereiche in der Wirtschaft und – ganz wichtig – in der Politik die Wahlerhebungen. Dies ist eine besonders spannende Aufgabe, heißt es doch hier: „Erhöhte Bereitschaft und zum entscheidenden Zeitpunkt „immer am Ball“. Im Vordergrund der Erwartungen der zahlreichen ▶