



PRESSEMITTEILUNG

marktguru startet Data Products Unit und macht Marcus Jurman zum Chief Research Officer

München, 06. Dezember 2022. marktguru verstärkt sein Data Business. Dazu startet der Münchner Smart-Shopping-Spezialist jetzt eine eigene Data Products Unit, in der sämtliche Ressourcen für die Entwicklung innovativer Markt- und Konsumenten-Insights-Lösungen gebündelt werden. Mit der Leitung des neuen Bereiches betraut marktguru Marcus Jurman, der in der neu geschaffenen Position des Chief Research Officers den Auf- und Ausbau der Unit und ihres Produktangebots nachhaltig vorantreiben wird. Jurman, der von REWE International kommt, berichtet in seiner neuen Funktion an Patrick Dainese, Geschäftsführer marktguru Deutschland.

Neben dem klassischen Kerngeschäft spielen neue Geschäftsfelder wie Data & Insights eine immer wichtigere strategische Rolle bei marktguru. Ziel ist es, der Konsumgüterindustrie und dem Handel mit exklusiven Daten und Echtzeit-Analysen aus der marktguru Shopper Community die umfassende Optimierung von Kommunikations-, Sortiments- und Preispolitik zu ermöglichen – aus einer Hand und Plattform heraus und per Knopfdruck abrufbar.

Datengrundlage sind dabei zum einen Angebotsdaten, die täglich von marktguru aus den Handelsprospekten erhoben werden, zum anderen Kassenbons, die marktguru täglich über seine Cashback-Lösung von den KonsumentInnen erhält. Beide Datenquellen werden in einem Single-Source-Ansatz zusammengeführt. Dadurch ergeben sich umfassende Einblicke in das Konsumverhalten von VerbraucherInnen entlang der händlerübergreifenden Customer Journey ebenso wie strategierelevante Informationen zu Marktgeschehen und Wettbewerb. Die damit verbundene Möglichkeit zur Identifikation von Sortimentslücken und Preiselastizitäten hilft dem Handel und der Industrie dabei, Sortiments- und Preisplanungen zielgerichtet zu optimieren, die so gewonnene Transparenz über die Absatzeffekte von Werbemaßnahmen erlaubt dasselbe für den Bereich Kommunikation. Die laufende Auswertung der Kassenbons und die darin enthaltenen



PRESSEMITTEILUNG

Preisinformationen stellen zudem eine kostengünstige, automatisierte und effiziente Alternative zu den derzeit üblichen Instore Preis-Audits dar.

Das entsprechende Produktportfolio von markt guru umfasst derzeit neben dem „markt guru Dealmonitor“ (Angebotsdaten aus Prospekten) und den „markt guru Consumer Insights“ (händlerübergreifende Absatzanalysen durch Kassensbonauswertungen) auch den jüngst gelaunchten „markt guru LAI“ (Angebotspreisentwicklungs-Index für Lebensmittel).

Mit Marcus Jurman (48) hat markt guru einen ausgewiesenen Markt- und Konsumforschungsexperten für seine ambitionierten Data-Business-Pläne gewinnen können. Der gebürtige Österreicher verfügt über 20 Jahre Forschungserfahrung auf Konsumenten und Unternehmensseite, mit besonderem Fokus auf die Bereiche Lebensmittel- und Drogeriehandel. Seine berufliche Laufbahn startete Jurman 2002 bei der GfK Österreich (Wien). Im Laufe seiner mehr als zehnjährigen Tätigkeit für das führende österreichische Marktforschungsinstitut hatte er als Leiter Consumer Panel Services die Gesamtverantwortung für das österreichische Consumer Panel der GfK und beriet und betreute schwerpunktmäßig internationale Key Accounts im FMCG-Bereich (Industrie und Handel) bei ihrer Konsumentenforschung. 2013 stieg Jurman bei der REWE-Group in Österreich ein und übernahm die Leitung des Bereiches Market Research Handel International. Als Verantwortlicher für sämtliche Marktforschungsprojekte des in Österreich führenden Nahversorgers im Lebensmittel- und Drogeriefachhandel führte Jurman u.a. ein automatisiertes länderübergreifendes Preismonitoring für eine differenziertere Beobachtung der Markt- und Wettbewerbsentwicklung ein.

Bei markt guru wird sich Jurman neben dem weiteren Ausbau des bestehenden Data Products Portfolios vor allem um die Entwicklung innovativer, Machine-Learning-gestützter Analyse- und Prognose-Konzepte und -Lösungen kümmern und diese dem Markt flächendeckend zur Verfügung stellen.



PRESSEMITTEILUNG

„Auf Hersteller- wie auf Händlerseite werden qualitativ hochwertige Markt- bzw. Wettbewerbs- sowie Konsumentendaten zu einem immer relevanteren Erfolgsfaktor“, erklärt **Marcus Jurman, Chief Research Officer marktguru**. „Umso mehr freue ich mich, meine Erfahrung aus 20 Jahren Marktforschung für Handel und Industrie jetzt bei marktguru einbringen zu können und unseren Partnern auf Basis unserer einzigartigen Insights die Informationen an die Hand zu geben, die ihnen ein erfolgreiches Agieren am Markt ermöglichen.“

Und **Patrick Dainese, Geschäftsführer marktguru Deutschland**, unterstreicht: „Marcus ist ein großer Gewinn für marktguru. Er verfügt über eine profunde Expertise und exzellente Kenntnisse der Bedürfnisse von Industrie und Handel mit Blick auf konsumbasierte Kennzahlen für eine erfolgreiche Unternehmens- und Geschäftssteuerung. Damit wird er maßgeblich dazu beitragen, die hochwertigen Markt- und Verbraucher-Insights unserer Plattform in Gestalt innovativer Produkte und Lösungen dem Markt zur Verfügung zu stellen und marktguru als einen der führenden Anbieter für Consumer Intelligence im Markt zu etablieren.“

Über marktguru

marktguru ist der Spezialist für leistungsstarke Shopper-Marketing-Lösungen und Betreiber der gleichnamigen, vielfach prämierten Smart-Shopping-App, die zu den beliebtesten und meistgenutzten Verbraucher-Services im deutschsprachigen Internet zählt.

Als maßgeblicher Marktgestalter bei der Digitalisierung des Shopper Marketings und innovativer 360-Grad-Lösungspartner beim PoS-Marketing eröffnete marktguru Herstellern und Händlern den Zugang zu einer der reichweitenstärksten und attraktivsten Shopper Communitys in Deutschland und stellt seinen Kunden ein vielseitiges Kampagneninstrumentarium zur Verfügung, das von der Kaufincentivierung über Cross- und Upselling bis zu unternehmensindividuellen Promotions zur Kundenbindung reicht. Das mehrheitliche Tochterunternehmen der ProSiebenSat.1 Media SE, verfügt über ein exklusives Multiscreen-Mediaangebot (Digital: Online, Mobile und App, TV: klassisches TV und Addressable TV), mit dem über die eigene Plattform in Kombination mit



PRESSEMITTEILUNG

den reichweitenstarken TV- und Digitalangeboten der ProSiebenSat.1 Gruppe bis zu 60 Millionen Konsument:innen monatlich erreicht werden können. Für die klassischen und programmatischen Mediakampagnen können vielfältige Werbeformate und -formen gebucht werden, die sich von Digitalprospekten und Cashback über datenbasierte Display- und Videowerbung bis zu co-branded (Addressable) TV-Spots und kundenindividuellen Custom Clearing Solutions („Cashbot“) und vielen mehr erstrecken. Diese werden von markt guru auf der Grundlage umfangreicher und hochwertiger Insights in das Kaufverhalten von Millionen von Konsument:innen nach unterschiedlichsten Kriterien datenbasiert zielgruppenoptimiert angesteuert. Mit diesem Portfolio ermöglicht markt guru eine leistungsstarke ganzheitliche Ansprache und Aktivierung kauffreudiger Konsumentengruppen in großen Reichweiten mit wirkungsvollen Kontaktsteuerungslogiken aus einer Plattform heraus. Zum Kundenkreis von markt guru zählen die marktführenden Brands aus Branchen wie bspw. FMCG sowie die Top-Handelsunternehmen aus den Bereichen Lebensmittel, Consumer Electronics, Home & Garden und vielen mehr.

PRESSESERVICE

Presseinformationen sowie honorarfreies Bildmaterial erhalten Medienvertreter unter

<https://markt guru.de/presse>

PRESSEKONTAKT

< elias communications >

Nadja Elias

Schulstraße 31

D – 80634 München

Tel.: +49 (0)89 15890306

E-Mail: presse@markt guru.de