

UGW Bierstudie 2010

Wie sieht das Vermarktungspotenzial in Krisenzeiten aus? Die Wiesbadener Agentur UGW – die Vermarktungs-Experten führt schon zum sechsten Mal den bundesweiten vertrieblichen Leistungsvergleich der Brauwirtschaft durch. In den letzten Jahren nutzten über 40 deutsche Brauereien die Zudem sind acht „Fokus“-Interviews mit Zentralentscheidern des LEH und Getränkefachhandels sowie ergänzende Interviews und die schriftliche Befragung von Entscheidungsträgern der Brauwirtschaft vorgesehen.

Die Studie liefert teilnehmenden Unternehmen detaillierte und praxisorientierte Informationen zu folgenden Themen:

- **Handelsanforderungen POS:** aktuelle und zukünftige Anforderungen des Handels an die Brauereien hinsichtlich vertrieblicher Betreuung und Vermarktungsaktivitäten am POS;
- **Benchmarking Vertrieb:** Leistungsvergleich der teilnehmenden Brauereien untereinander und mit den

Chance, sich mit den Besten der Branche zu vergleichen und ihre Vermarktungsaktivitäten gezielt zu optimieren, darunter führende Brauereigruppen sowie regionale und überregionale Brauereien. Bundesweit werden wieder rund 250 persönliche Interviews mit POS-Entscheidern durchgeführt.

führenden Unternehmen der Branche im Hinblick auf Vertriebs- und Verkaufsförderungsaktivitäten im LEH und Getränkefachhandel;

- **Individuelle Fragestellungen:** individuelle Fragestellungen der teilnehmenden Unternehmen mit Exklusivitätsrecht;
- **Profilvergleich Handel – Industrie (neu):** Vergleich der Anforderungen des Handels an die Vermarktungsaktivitäten der Industrie mit der Selbsteinschätzung der Industriemanager (Eigenbild – Fremdbild).

Informationen und Anmeldungen über die UGW Consulting GmbH, www.ugw.de. Anmeldeschluss ist der **12. März 2010**.