



3. GastroPanel[®] InfoForum

Wien, 26. April 2010

Copyright:



Themeninhalte:

- (1) MAFO im Gastronomiemarkt**
- (2) Ergebnisse aus dem GObus** (April`10)
- (3) Gastronomie-Markt Österreich**
 - > Umsatzverteilung – nach SORTIMENTSGRUPPEN
 - > Bedeutung / Entwicklung der VERTRIEBSFORMEN
- (4) Produktneuheiten**
 - > Quartals-Warenbarometer

(1)

**Marktforschung
im
Gastronomiebereich**

Primäre MAFO

- GOBus (MTU)
- Kundenspezifische Marktstudien
- Potenzial-Analysen
(Gebietspotenziale, Marktanteile je VK-Gebiete, Standortanalysen, etc.)
- Direct Marketing

Sekundäre MAFO

- Aufbau und Wartung eines Scanning-Panels
- Auswertungen auf Ebene
 - Sortimentsbereiche
 - Warengruppen
 - Einzelartikel
- Sortimentsspezifische Marktanalysen und Consulting

GO
Adress-
Datenbank

47.270 Adressen
des OOH-Marktes

Instrumente der GO Marktforschung

Monitoring

GObus
2x/Jahr

Markt-
potenzial-
Analysen

Marktanalyse
-auf WG- und
Einzelartikelebene
GastroPanel®

GO*direct* Direktmarketing

Gastronomie, Kommunikationsgastronomie,
Hotellerie, Kaffeehaus, Gemeinschaftsverpflegung

- BASIS:** Beste branchenspezifische Adress-Datenbank mit 47.270 Adressen der Betriebstätten.
- ➔ Wartung und Aktualisierung pro Quartal
 - ➔ Full-Service-Angebote für Direct-Mailings
 - ➔ Zielmärkte nach 21 Betriebstypen / pro PLZ

GOgroup – Fokusgruppen

- Kennen lernen von Motiven/Einstellungen, Bedürfnissen/Wünschen, Image etc. bei den unmittelbaren Anwendern im OOH-Markt
- Erhalt von Innovations-/Verbesserungsanregungen
- Test von Produktneuheiten vor der Markteinführung
- Rasche emotionale Beurteilungen von Produkten, Werbemitteln/Markenbildern, Slogans, etc....

GOanalysis Gebietsbearbeitung

Regionale Gebietsoptimierungs- potenzial Analysen

Basis: 85 Blockregionen von PLZ mit ~ 1% Marktpotenzial

- ➔ Konzeptionelle Gebietsoptimierung für den Verkauf
- ➔ Auffinden verborgener Potenziale durch die gezielte Ansprache von Nichtkunden
- ➔ hohe Akquisitionsrates bei konsequenter Nacharbeit durch AD-Mitarbeiter oder Vertriebspartner

(2)

Ergebnisse aus dem GObus

**Gesamtstudie beziehbar zum Vorzugspreis
von EUR 190,-- (exkl. MwSt.)**

(3)

**Gastronomie-Markt
2008
Österreich**

Gesamtmarkt und Verteilung: „Share of Stomach“ (= Gastronomie + LEH)

Gesamtmarktvolumen 2009: EUR 19,3 Mrd.

LEH (inkl. Diskont) **EUR 15,2 Mrd.** (*)

EUR 4,1 Mrd.
Gastro – WES (**)

79 %

21 %

4

1

5,0 Mrd.

10,0 Mrd.

15,0 Mrd.

20,0 Mrd.

(*) Netto-Umsätze 2009 – nach A.C. Nielsen (Nettowert geschätzt)

(**) Netto-Umsätze 2009 – Schätzwert Gastro-Obsearcher / GastroPanel

Marktentwicklung 2009 (*)

LEH im Vergleich zu GASTRONOMIE

Steigerung Diskonter (Hofer u. Lidl) + 3,0%

Steigerung LEH (ohne Hofer u. Lidl) +1,8%

Steigerung LEH (*) + 2,1 %

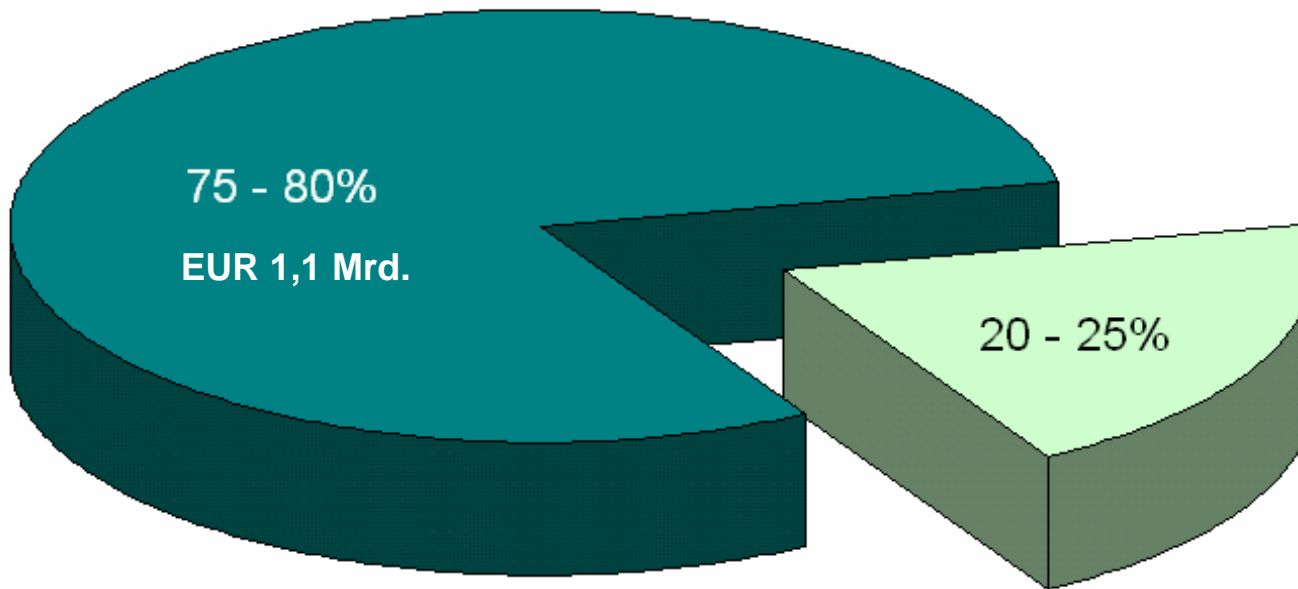
A.C.Nielsen
(Umsatzbarometer)

Rückgang OOH
geschätzt -4,5 %

(*) Steigerung nominell

Anteil GastroPanel® Partner am Gastronomie-GH-Umsatz total - in %

(Volumen 2009: EUR 1,4 Mrd.)



GastroPanel® Partner

- > AGM
- > KASTNER
- > KIENAST
- > METRO
- > PFEIFFER
- > WEDL

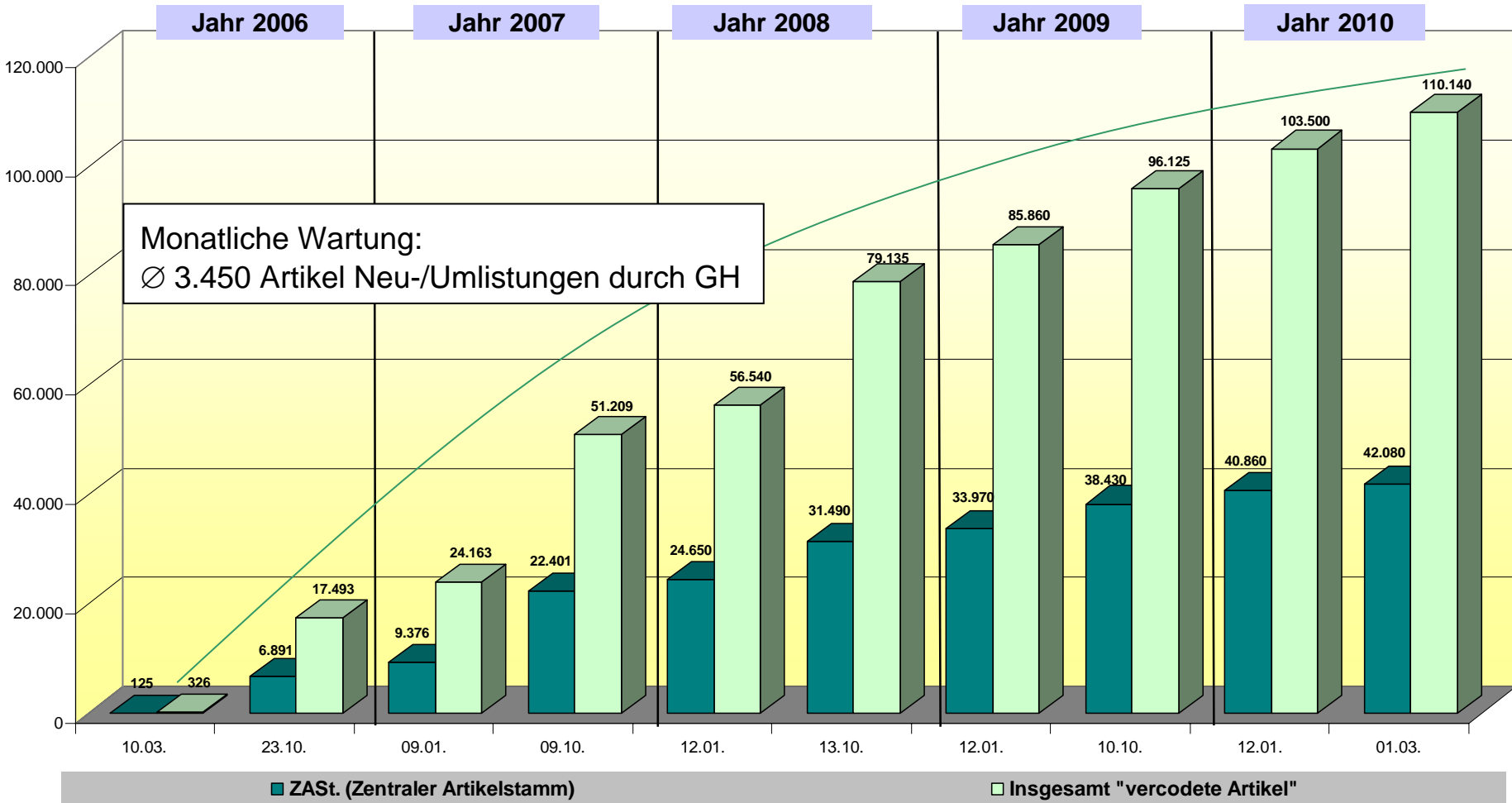
Restlicher GH

- > EUROGAST
- > KHG / Kröswang
- > Reg./lokale GH

■ GastroPanel-Partner

□ Restlicher GH

Aufbau Zentraler Artikelstamm

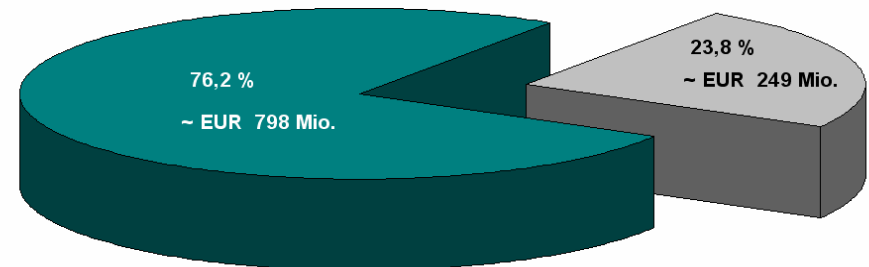


Status GastroPanel®

(Stand April 2010)

- 395 Warengruppen aktuell aufgebaut
- 42.500 Artikel mit zentral vergebener OGS-Nr. im zentralen Artikelstamm
- Umsatzabdeckungsgrad aller vercodeten Einzelartikel erreicht aktuell den Wert von 76,2% des GH-Gesamtumsatzes.

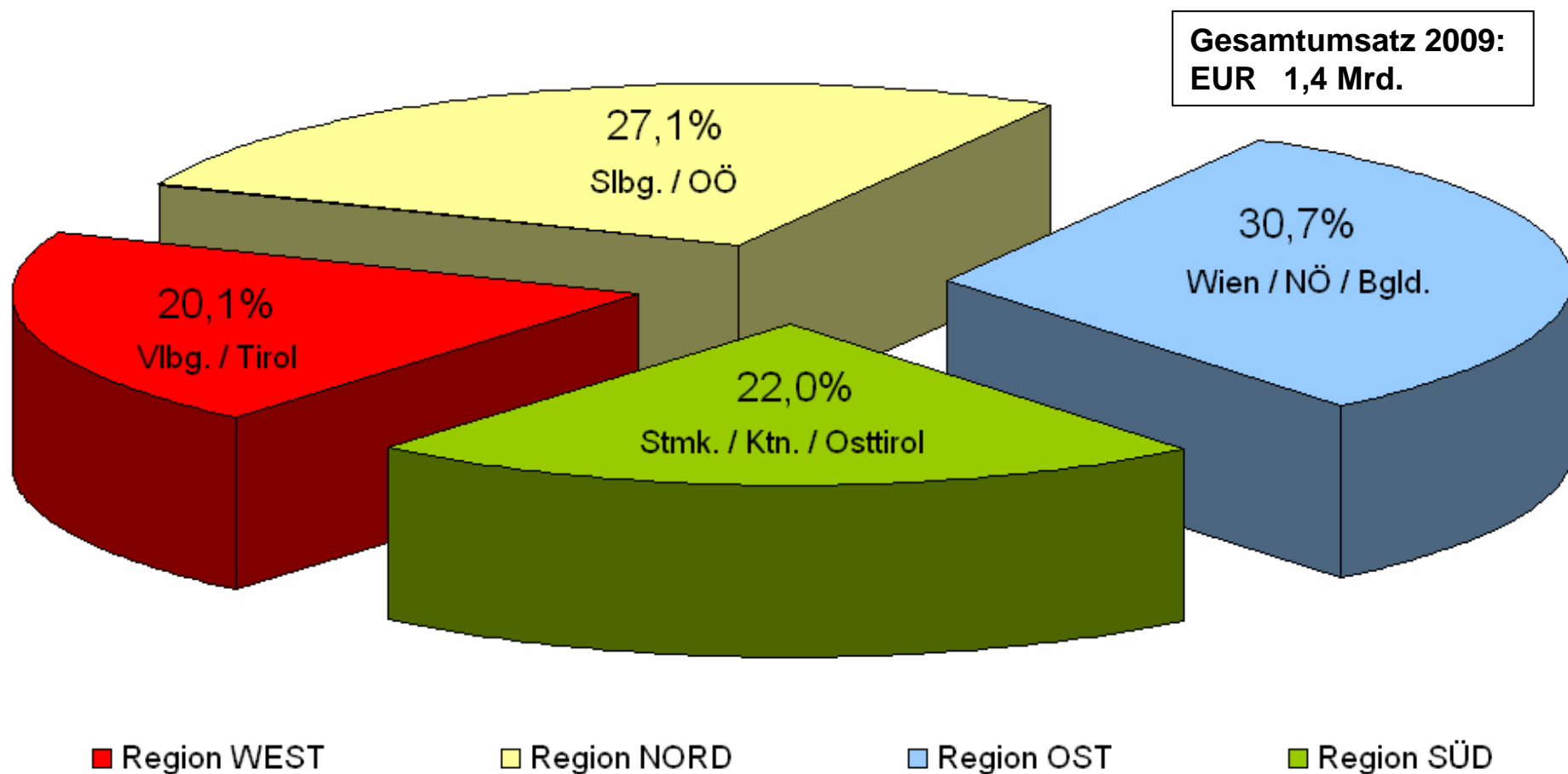
Umsatzabdeckung GastroPanel am
GH-Gesamtumsatz Gastronomie



■ Umsatz GastroPanel®

■ Umsatz Restsortiment

Umsatzanteile je REGION (gewichtet) - GH-Umsätze hochgerechnet auf 100%

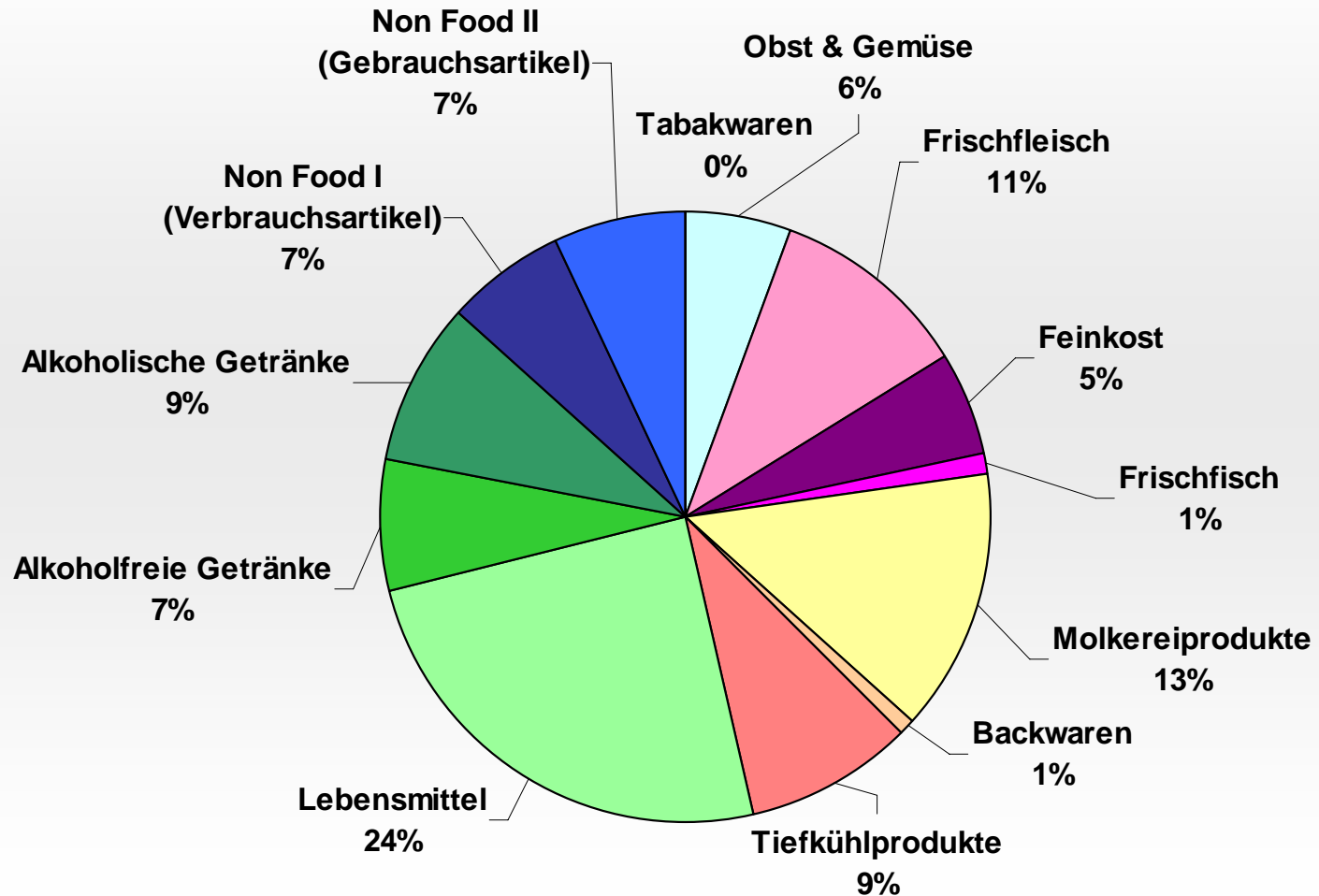


Gastronomie-Markt 2009 in Österreich und anderen D-A-CH-Ländern

Grosshandel Österreich nach Sortimentsgruppen

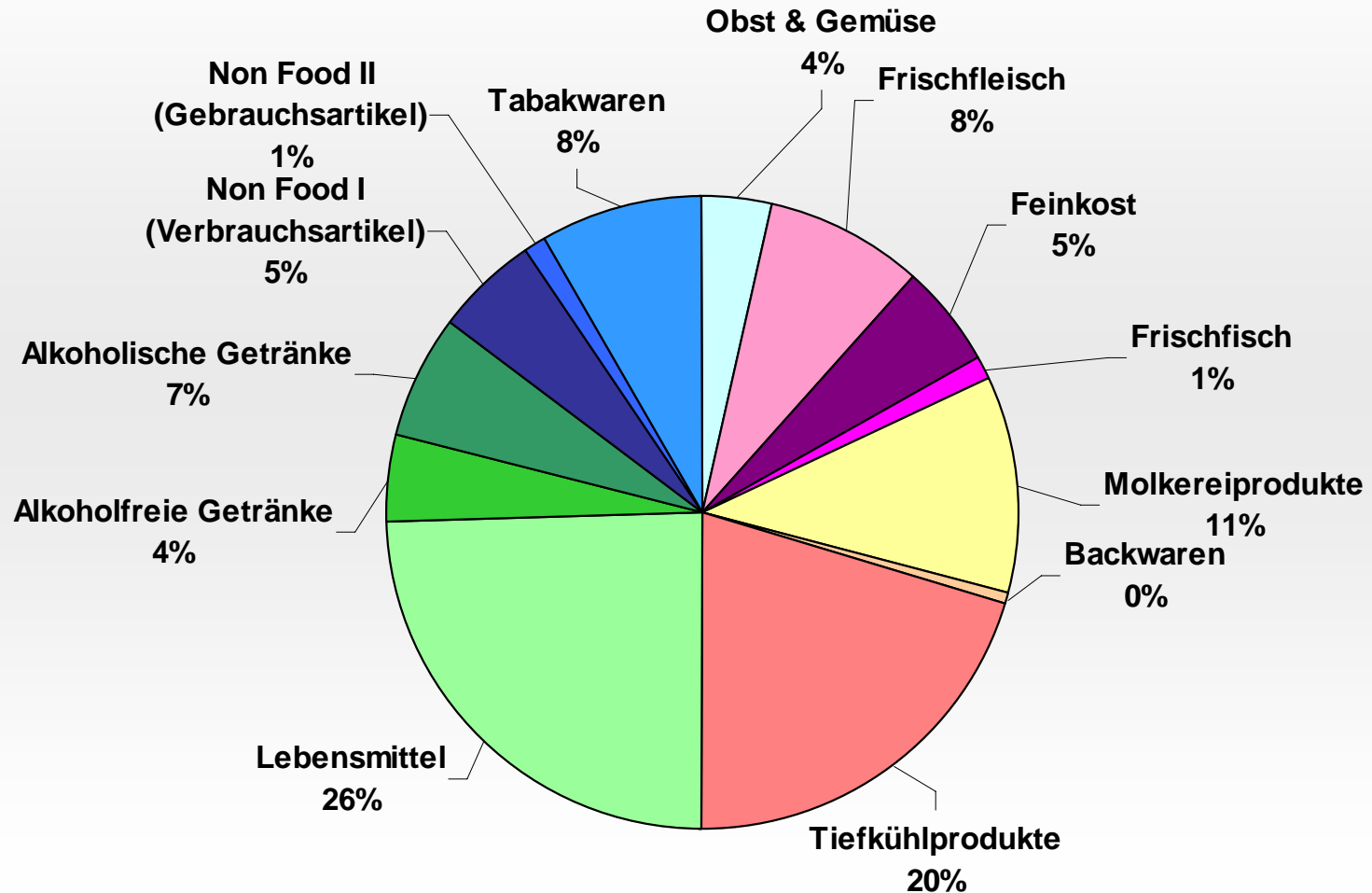


Veränderung 2008/2009 - 0,5%





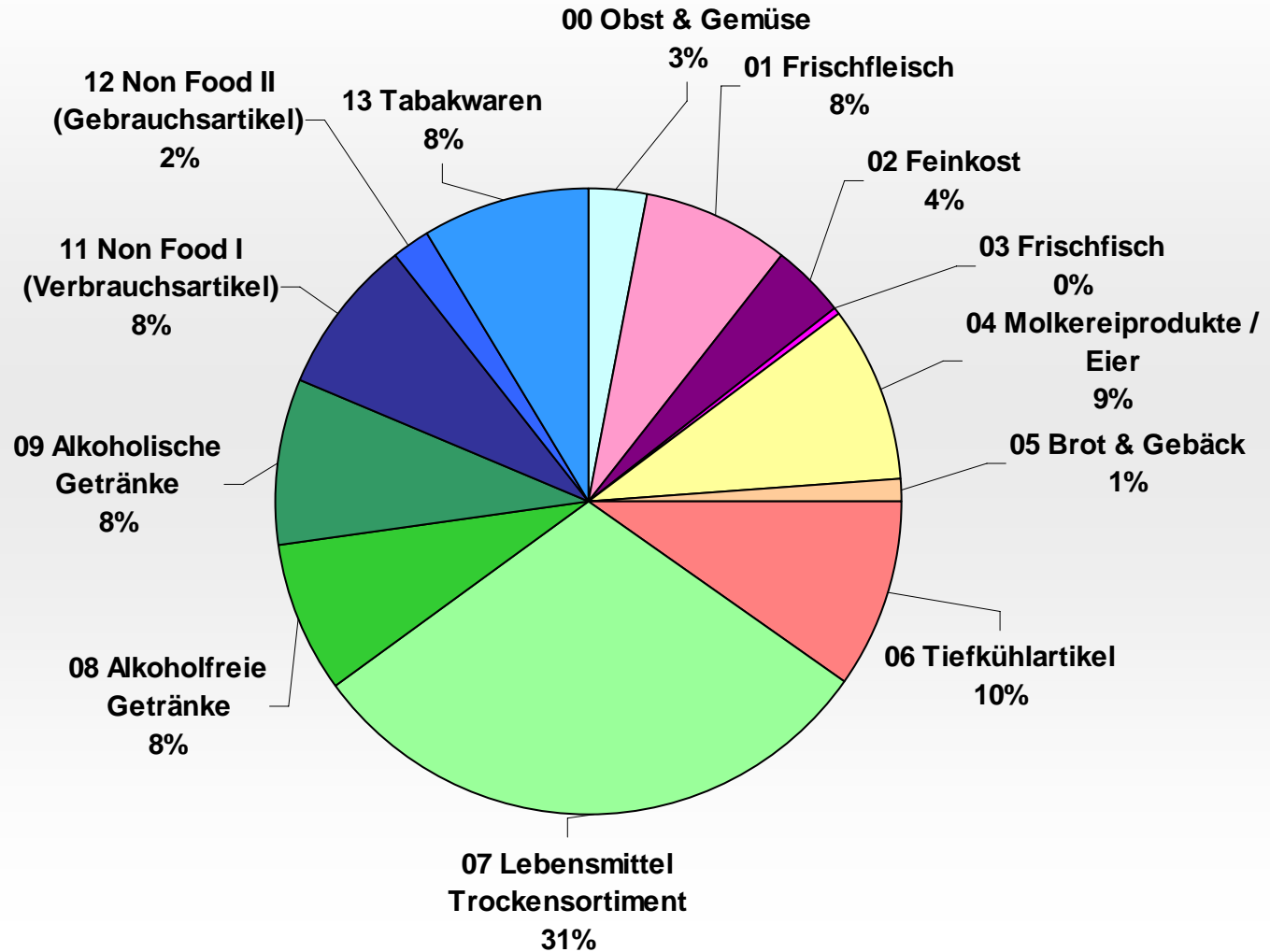
Veränderung 2008/2009 - 4,9%



Grosshandel Schweiz nach Sortimentsgruppen



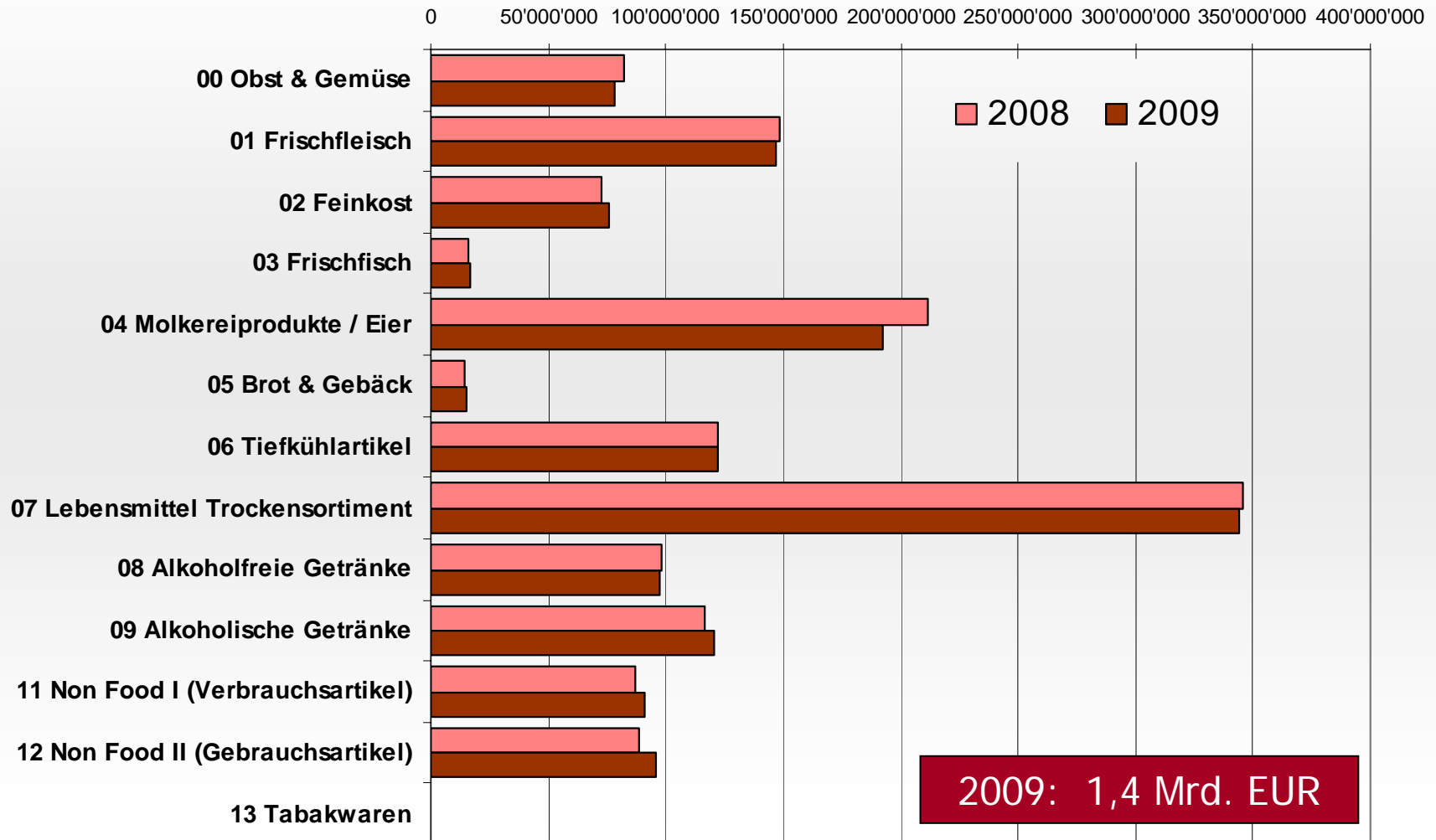
Veränderung 2008/2009 + 6,5%



Entwicklung GH Österreich nach Sortimentsgruppen



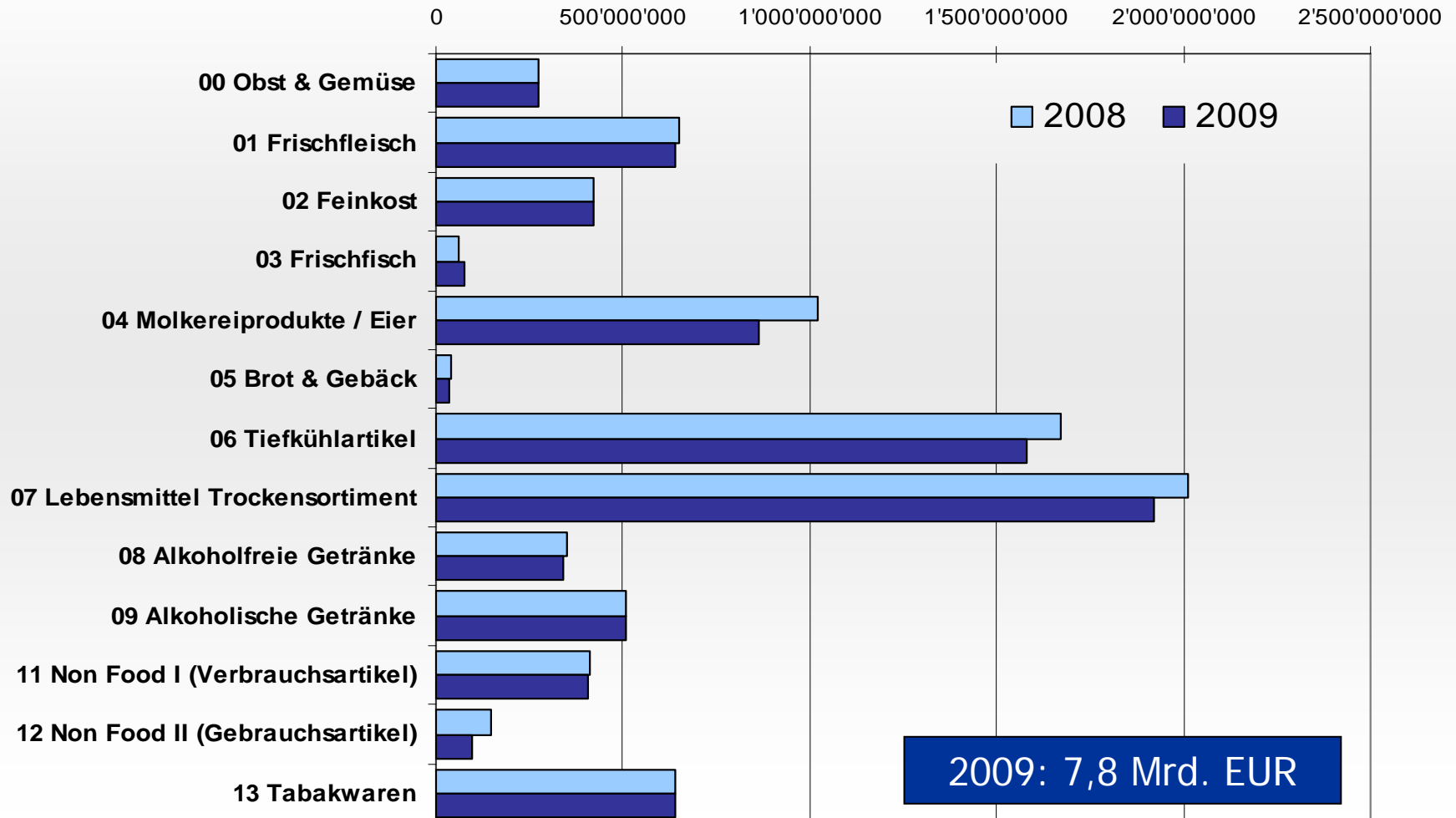
Veränderung 2008/2009 - 0,5%



Entwicklung GH Deutschland nach Sortimentsgruppen



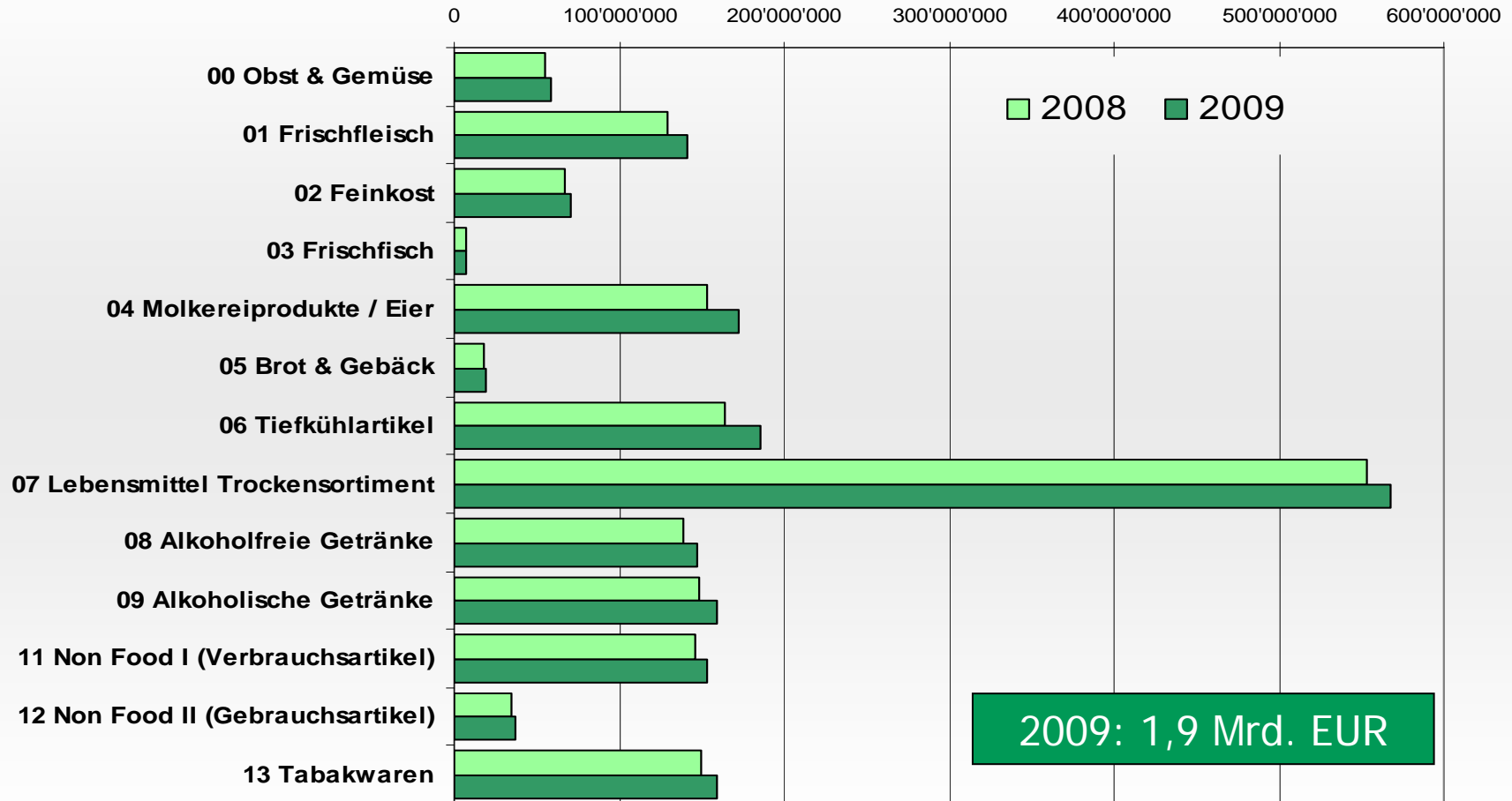
Veränderung 2008/2009 - 4,9%



Entwicklung GH Schweiz nach Sortimentsgruppen



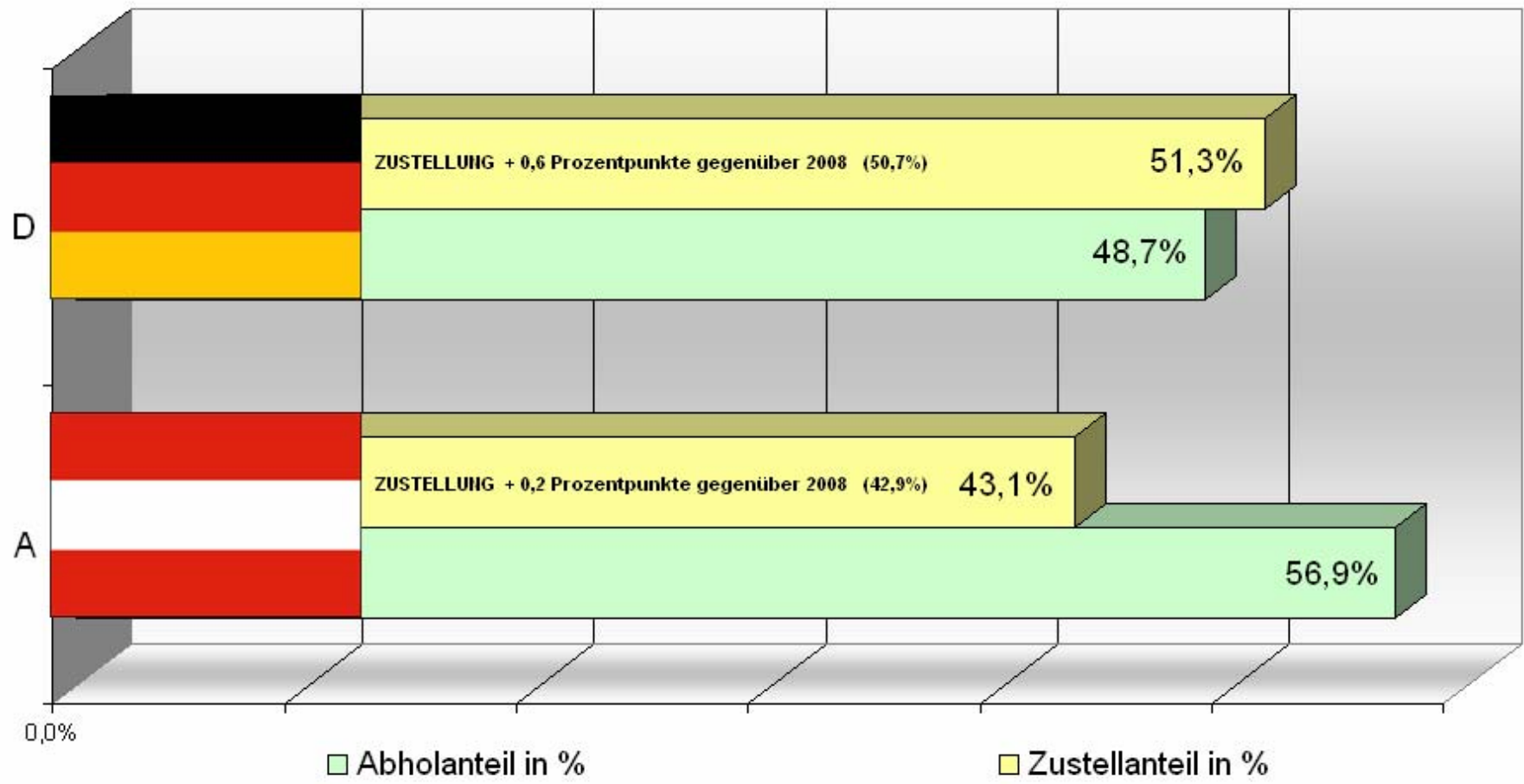
Veränderung 2008/2009 + 6,5%



2009: 1,9 Mrd. EUR

davon ~60 % Abholung
~40 % Zustellung

Vergleich A und D und Entwicklung: Anteil Vertriebsformen in %



(4)

Neues Produkt 2010

Warenbarometer / Quartal – nach 13 SG und 54 SUG

Sortiment-Untergruppe		Jahr	Quartal	Monat		
		2007				
		Qrt1			Qrt1 Ergebnis	Qrt2
		Januar	Februar	März	April	Mai
Alkoholfreie Getränke	Alkoholfreie Heissgetränke	12231687	11484254	16461222	40177164	13786652
	Alkoholfreie Kaltgetränke	14733327	13216868	17359797	45309993	19704266
Alkoholfreie Getränke Ergebnis		26'965'015	24'701'122	33'821'020	85'487'156	30'838'032
Alkoholische Getränke	Bier	6'192'760	4'992'569	6'983'598	18'168'927	8'427'227
	Schaumweine	3'609'699	3'881'514	4'505'788	11'997'001	4'929'008
	Spirituosen	20'572'327	20'214'758	21'459'322	62'246'406	24'168'737
	Wein	6'581'927	6'415'096	7'998'111	20'995'135	8'523'587
Alkoholische Getränke Ergebnis		36'956'713	35'503'937	40'946'819	113'407'469	38'742'749
Brot & Gebäck	Brot & Gebäck	2'144'082	2'009'148	2'533'592	6'686'822	2'421'425
	Feinbackwaren	489'820	479'164	584'251	1'553'235	541'835
Brot & Gebäck Ergebnis		2'633'903	2'488'312	3'117'843	8'240'057	2'963'260
Feinkost	Schinkenprodukte	6'295'013	5'807'014	7'706'774	19'808'801	8'808'750
	Selchwaren/Selchfleisch	286'183	208'268	271'716	766'167	242'208
	Speckwaren	1'174'863	1'018'973	1'369'784	3'563'621	1'310'623
	Streichwürste/Pasteten/Aspikwaren, andere FK-Produkte	7'965'844	7'154'557	8'957'007	24'077'408	8'378'569
	Wurstwaren	12'782'764	11'517'697	15'069'176	39'369'637	15'334'549
Feinkost Ergebnis		28'504'667	25'706'509	33'374'457	87'585'633	33'142'119
Frischfisch	Meerwasserfische	692'559	1'007'350	991'654	2'691'563	1'053'235
	Schalen- und Krustentiere	236'161	220'586	252'492	709'239	197'645
	Süßwasserfische	1'122'728	1'285'223	1'721'392	4'129'343	1'840'231
Frischfisch Ergebnis		2'051'449	2'513'158	2'965'537	7'530'144	3'091'111
Frischfleisch	Fleisch diverse	397'907	447'527	524'633	1'370'068	548'734
	Geflügel diverse	167'253	158'261	177'249	502'763	159'488
	Huhn	783'586	761'790	1'019'405	2'564'781	1'027'645
	Kalb	1'804'897	1'702'552	2'652'069	6'159'518	2'692'764
	Lamm/Schaf/Ziege	393'521	335'453	908'991	1'637'965	1'082'056
	Pute	2'794'889	2'356'723	3'410'814	8'562'426	3'636'054
	Rind	15'370'064	13'792'732	20'443'225	49'606'021	19'302'688
	Schwein	18'744'223	15'789'970	21'488'337	56'022'530	22'589'588
	Wild	239'000	187'273	209'865	636'138	200'832
Frischfleisch Ergebnis		40'695'340	35'532'281	50'834'589	127'062'209	51'239'849
Lebensmittel Trockensortiment	Convenience (Konserven/Halbfertigprodukte)	122'186'674	114'692'424	146'521'400	383'400'499	132'209'349
	Grundnahrungsmittel	21'459'896	19'042'283	24'087'246	64'589'425	23'532'062
	Nahrungsergänzungsmittel	98'834	106'896	124'881	330'610	89'233
Lebensmittel Trockensortiment Ergebnis		143'745'404	133'841'603	170'733'528	448'320'535	155'830'644
Molkereiprodukte / Eier	Bunte Palette	6'027'085	5'407'599	6'628'446	18'063'130	6'138'125
	Eier	3'267'154	3'057'544	4'267'523	10'592'221	3'992'385

Link
WB

Wir danken für Ihre Aufmerksamkeit



A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Philipp Alper', written in a cursive style.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Julia Ripp', written in a cursive style.