

GastroPanel[®] - Modul „M“

„Instrument für KMUs, die auch die Entwicklung des
Mitbewerbs im Gastronomie-Markt kennen wollen“

- Produkt:** Warengruppen-Auswertungen (nur ganze WG)
- Auswertung:** Gesamtwert - absolut (in EUR) und in %
- je **WARENGRUPPE** und
- je **HERSTELLER**

Gesamtmenge - absolut (in KG/L) und in %
- je **WARENGRUPPE** und
- je **HERSTELLER**

Entwicklung – gg. Vorjahr
Unterteilung nach Vertriebsformen: Abholung/Zustellung
- Ergebnis:** Kenntnis der Marktentwicklung bei jenen Warengruppen,
die zum Portfolio des eigenen Unternehmens gehören.
Gibt Aufschluss über die Marktanteile der einzelnen
Hersteller je WG und stellt eine objektive Benchmark zur
Beurteilung der eigenen Unternehmensentwicklung dar.
- Frequenz:** Einmalige Ad-hoc-Auswertung
Monatlicher, quartalsmäßiger, halbjährlicher oder jährlicher
Auswertungsrhythmus
- Optional:**
- a) weitere Backdata – zur Beobachtung der Entwicklungen
 - b) Regionalisierung
 > Auswertungen nach 9 Bundesländer
 - c) Erweiterung auf alle D-A-CH-Länder

Darstellung:

Excel Pivot-Tabelle

Bundesland	(Alle)	> optional			
Vertriebsform	(Alle)				
		Jahr		Daten	
		2006		2007	
Warengruppe	Hersteller	Menge	Wert	Menge	Wert
Gin	Bacardi Martini	9.557	176.969	11.722	213.368
	Bauer Franz	114	1.233	60	449
	Borco	83	939	147	1.640
	Diageo	36.841	469.575	35.076	477.499
	Ferschli	4.847	32.884	4.587	30.687
	Getränke Handelshaus	776	7.359	981	13.552
	Getränke Müller	0	0	15	234
	Horvath Spez.	384	2.587	431	2.990
	Lehar	2.348	17.379	2.358	17.328
	Mounier P.M.	0	0	157	4.735
	Pernod Ricard	3.412	44.398	4.736	60.120
	Top Spirit	6.698	62.435	6.559	62.425
	Z alle anderen	59	814	44	1.003
Gin Ergebnis		65.118	816.573	66.874	886.028
Gesamtergebnis		65.118	816.573	66.874	886.028

Kosten:

Auf Anfrage - abhängig von der Anzahl und der Größe der ausgewählten Warengruppen