

## CAS und Bahlsen präsentieren erste Ergebnisse des Trade Promotion Optimierung Pilotprogramms

4. September 2008

*Führender Konsumgüterhersteller nutzt Optimierungstechnologie im Echtbetrieb*

**ECR DACH, Zürich** – Kristin Kolbe, Leiterin Category Management bei Bahlsen, und Dr. Andreas Enders von CAS, dem weltweit führenden Anbieter von Demand Side Management Lösungen für die Konsumgüterindustrie, präsentieren heute um 15.30 Uhr im Forum Einkauf und Key Account Management gemeinsam erste Ergebnisse des Trade Promotion Optimierung (TPO) Pilotprogramms.

TPO-Lösungen bieten zukunftsgerichtete Prognosefunktionen, die Konsumgüterhersteller in die Lage versetzen, die Wirksamkeit verkaufsfördernder Maßnahmen und die Budgeteffizienz zu erhöhen. Auf diese Weise wird ein rentables Umsatzwachstum sichergestellt. Darüber hinaus ermöglicht TPO Konsumgüterherstellern den Aufbau einer nachhaltigeren Zusammenarbeit mit ihren Handelspartnern.

Erste Ergebnisse zeigen, dass sowohl der Grundabsatz als auch der Zusatzabsatz mit einer Genauigkeit von über 90 % erfolgreich vorhergesagt werden können. Das Pilotprogramm stellt ein Novum dar, da zum ersten Mal überhaupt derartige Ergebnisse erzielt worden sind.

„CAS engagiert sich kontinuierlich für Innovation in der Konsumgüterindustrie“, betonte Dr. Andreas Enders, Global Vice President Product Marketing bei CAS. „Die Durchführung von Pilotprogrammen zur Einführung innovativer Spitzenlösungen ist eine hervorragende Methode zur Sicherung eines schnellen Markteintritts und eines hohen Qualitätsniveaus. Zudem ermöglichen Pilotprogramme die formelle Zusammenarbeit mit unseren wichtigsten Kunden, um zu gewährleisten, dass wir umfassende und aussagekräftige Erfahrungen sammeln.“

Zurzeit laufen drei Pilotprogramme: Ein Programm mit Bahlsen, dem Hersteller von Süßgebäck, mit den Hauptmarken Bahlsen und Leibniz. Ein weiteres Programm mit der Healthcare-Sparte von GlaxoSmithKline. Hier sind die wichtigsten Marken Odol, Sensodyne und Abtei. Und ein drittes Programm mit der Karlsberg-Brauerei, deren Hauptmarken Karlsberg UrPils und MiXery sind. Die Pilotprogramme verfolgen mehrere Ziele:

- Erfolgreiche Implementierung von CPWerx Trade Promotion Optimierung in einer realen, aber kontrollierten Produktivumgebung.
- Verständnis der praktischen Umsetzbarkeit der Optimierungslösungen.
- Erarbeitung von Erfahrungen, um Optimierungsinitiativen bei den Herstellern von Konsumgütern sicher ans Ziel zu führen.

Die Pilotprogramme nutzen Daten mit einem unterschiedlichen Detaillierungsgrad, die einen repräsentativen Querschnitt der zu modellierenden Datenbestände darstellen. Obwohl manche Datenbestände nicht sehr umfangreich sind, liegen sie doch alle innerhalb der statistischen Toleranzgrenzen, sodass die Gültigkeit der Pilotergebnisse gewährleistet ist. Für Bahlsen sollten Promotionen für die Kategorie Süßgebäck bei drei Handelspartnern in Deutschland



empower your brands

# PRESS RELEASE

optimiert werden. Die Händler stehen für typische verkaufsfördernde Maßnahmen, die Bahlsen durchführt und optimieren möchte. Das Pilotprogramm wird fortgesetzt, wobei der Schwerpunkt auf der Ermittlung von Best Practices für die Trade Promotion Optimierung liegen wird.

„Die gesamte Konsumgüterindustrie verlagert den Schwerpunkt von der Volumenerhöhung zu einem stärker ROI orientierten Geschäftsmodell. Das Pilotprojekt hat uns geholfen, diese Entwicklung mitzugestalten, und verschafft uns einen bedeutenden Wettbewerbsvorteil. Wir wissen, dass wir zu den ersten gehören, die diese Spitzentechnologie, die in CPWerox TPO steckt, nutzen. Wie schon in den vergangenen zehn Jahren arbeitet CAS intensiv mit uns zusammen, um wichtige unternehmerische Fragestellungen erfolgreich zu lösen. Wir freuen uns auf die Ausweitung des Pilotprojekts auf Themenfelder wie die Prognosen rund um die Preiselastizität und die Modellierung von Promotion-Plänen. Diese Aspekte sind von unschätzbarem Wert für uns“, erläuterte Sönke Renk, Geschäftsführer Vertrieb bei Bahlsen.

CAS ist stolz, dass es dank der Vielseitigkeit der drei Pilotprogramme gelungen ist, reale Anwendungsbedingungen zu simulieren. Das charakteristische Element aller drei Programme ist die zugrunde liegende Einbindung von CPWerox. Keine andere Software auf dem Markt zeichnet sich durch ein derart lückenlos integriertes Prozessmodell aus.

## Über CAS

CAS ist der weltweit führende Anbieter von Demand Side Management-Lösungen für die Konsumgüterindustrie. Mit mehr als 20 Jahren branchenspezifischer Erfahrung verfügt CAS über eine beispiellose Kompetenz in der Entwicklung von Lösungen zur Steuerung eines rentablen Umsatzwachstums von Konsumgüterherstellern. Zu diesem Zweck umfasst CPWerox™ von CAS Lösungen für Transaktionen, Analysen und Optimierungen. Durch die Unterstützung von Closed-Loop-Geschäftsprozessen offeriert CPWerox integrierte Lösungen, die höchste Vertriebs- und Marketinganfordernisse erfüllen, von Trade Promotion Management über Field Sales Management bis hin zum Category Management. Zu den Kunden von CAS zählen führende Konsumgüterhersteller wie Beiersdorf, Campbell Soup Company, Coty, Danone, Dr. Oetker, Electrolux, Henkel, InBev, Kraft Foods und Molson Coors. CAS hat seinen Hauptsitz in Deutschland und unterhält Niederlassungen in Nordamerika, Europa, Asien und Australien. Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.cas.com](http://www.cas.com).

###

### Ansprechpartner:

Kathryn Gramling  
Global Vice President of Marketing  
Kathryn.Gramling@cas.com  
Tel.: +441189657600  
Mobil: +447843326376

***CAS und CPWerox sind Marken von CAS. Die anderen hier genannten Namen von Produkten oder Dienstleistungen sind Marken ihrer jeweiligen Inhaber.***