
UGW auf Wachstumskurs

27.03.2012, 18:03 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: UGW



UGW auf Wachstumskurs

Wiesbadener Vermarktungs-Experten steigern Honorarumsatz - POS-Studie zum aktuellen Einkaufsverhalten bei Industrie begehrt

(ugw) Die auf Marketing und Vertriebsdienstleistungen spezialisierte Unternehmensgruppe UGW – die Vermarktungs-Experten konnte ihren Umsatz 2011 um rund 32 Prozent auf 20,5 Mio. EUR (Vorjahr 15,5 Mio. EUR) signifikant steigern.

Maßgeblich zum Wachstumsschub beigetragen hat der Geschäftsbereich Promotion. Unternehmen wie Brother und Orbico Beauty konnten neu akquiriert werden; gleichzeitig wuchs die Anzahl der promotionbedingten Fachberater-Tage bei Kunden wie Procter&Gamble und Unilever durch erfolgreiche Geschäftsausweitung. Der Honorarumsatz (Gross income) der Wiesbadener Agenturgruppe lag mit 11,6 Mio. EUR rund 22 Prozent über dem Vorjahr (2010: 9,5 Mio. EUR).

Der Zuwachs resultiert unter anderem in der Umschichtung des Marketingbudgets in die direkte Verkaufsförderung. „Von Unternehmensseite wird immer wieder gerne diskutiert, was der investierte Werbe-Euro bei der jeweiligen Maßnahme – ob klassisch oder below the line – gebracht hat“, erklärt Peter Daube, Vorstand der UGW AG. „Wir merken immer deutlicher, dass der Point of Sale (POS) weiter an Relevanz gewinnt. Heute reden wir mit den Kunden gezielt über die 365-Tage-Kommunikation und über POS-Consultants, die schon lange keine reinen Promoter-Aufgaben mehr erfüllen; das sind eher Fachleute, die neben punktuellen Verkaufsaaktionen auch die Trainings und das POS-Coaching im Handel realisieren“, sagt Daube. So waren im letzten Jahr täglich ca. 140 Fachberater für die UGW-Kunden im Handel unterwegs und unterstützten bei der Vermarktung der Industrie-Produkte.

Verbraucher im Fokus

Aber auch die anderen UGW-Leistungsbereiche wie Newmedia, Point of Sale Marketing (POS) und Außendienstleasing konnten zum Umsatzwachstum der Wiesbadener Agenturgruppe mit ihren Geschäftsfeldern Consulting, Communication, Promotion und Sales beitragen (www.ugw.de). „Gute Markt- und Zielgruppenkenntnisse sind der Schlüssel zum Erfolg“, so Vorstandsmitglied Torsten Kiesslich. „Bei uns steht der Konsument klar im Fokus: Wie denkt er über das Produkt und warum soll er es überhaupt kaufen?“ Nicht selten stellen Produktmanager in der Industrie nur ihr Produkt in den Mittelpunkt aller Überlegungen. „Da müssen wir oftmals viel Überzeugungskraft aufbringen, doch die Ergebnisse

sprechen am Ende stets für sich“, sagt Kiesslich.

Langjährige Kunden schätzen die analytische und konzeptionelle Herangehensweise sowie die operative Umsetzung aus einer Hand. So begleitet die UGW aktuell die größte Heizungsmodernisierungsoffensive für E.ON Ruhrgas (Initiative Erdgas pro Umwelt), gestaltet alle POS-Werbemittel für das Telekommunikationsunternehmen Congstar und stellt für den größten deutschen Kabelnetzbetreiber „Kabel Deutschland“ zusätzliches Personal zur Verfügung. Ein weiterer Schwerpunkt der Vermarktungs-Agentur liegt in der Durchführung diverser Studien, um Industrie wie Handel über aktuelle Konsumententrends, aber auch z. B. über die Leistungsperformance ihrer Außendienst-Mitarbeiter zu informieren. Vor kurzem wurde der POS-Marketing-Report 2011|2012 von Lebensmittel Zeitung und UGW vorgestellt. 700 Käufer im Lebensmitteleinzelhandel (LEH) und in Drogeriemärkten wurden zu ihrer Einkaufsplanung und zur Rolle der Neuen Medien befragt.

Frühzeitig Trends erkennen, aber auch Themen anders kommunizieren spielen eine Schlüsselrolle in der UGW Kommunikation 2012. Erfolgsgaranten sind die Entwicklung und Bereitstellung digitaler Kommunikations- und Shopping-Plattformen sowie intelligenter Konversations-Mechaniken mit der Community via Social CRM (Customer Relationship Management).

Weitere Informationen und Angaben finden Sie unter <http://www.ugw.de>.

Portrait

Über UGW:

Die Wiesbadener UGW – die Vermarktungs-Experten (www.ugw.de) deckt mit ihren drei Geschäftsbereichen Consulting, Communication und Selling das komplette Spektrum marketing-, kommunikations- und vertriebsrelevanter Aufgabenstellungen in der Vermarktungskette ab. Langjährige Expertisen hat UGW – die Vermarktungs-Experten (früher: Unternehmensgruppe Wiesbaden) in den Themenfeldern Automotive, Energie, Finanzdienstleistung, Gebrauchsgüter, Handel, Logistik, Pharma, Telekommunikation und Verbrauchsgüter (FMCG).

Aktuelle Kundenliste (Auszug): Brother, Clarks Shoes, Congstar, DB Station&Service, DHL, E.ON Ruhrgas, Friesland Campina, Gutfried/Nölke, Kabel Deutschland, Paddock's/Ospig, Procter & Gamble, Philips Lighting, Radeberger, T-Systems, 20th Century Fox, Unilever, United Navigation und Warner Bros.

News-ID: 619657 • Views: 863 (Stand: 02.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/619657/UGW-auf-Wachstumskurs.html>