

NEWSLETTER *Cosmetics*

„Zahl des Monats“:

Duft-Geschenkpäckchen boomen: bis einschließlich September wurden 21 % mehr Damenduftsets, bei den Herren für 27 % mehr Geschenksets verkauft – ein Zeichen zunehmender Preissensibilität des Verbrauchers – oder ein Zeichen der Nervosität bei Handel und Industrie?

Focus Weihnachten 2008

Geplatzte Immobilienblasen, drohende Kreditkartenblasen und daraus resultierende Finanzkrise mit Ausblick auf eine Rezession – das diesjährige Weihnachtsgeschäft steht unter keinem guten Stern! Trotz allem ist die Hoffnung groß, dass sich deutsche Verbraucher trotz Krise wenigstens den kleinen Luxus in Form eines Duftes oder einer hochwertigen Creme leisten.

Schaut man sich die bisherige Umsatzentwicklung (Januar-Oktober 2008, Parfümerien+KWH) an, wird schnell deutlich, dass es einer größeren Begeisterung der Konsumenten zum Thema „Weihnachtseinkäufe“ bedarf, um das Jahr 2008 insgesamt mit einer positiven Entwicklung abschließen zu lassen: Umsatzstabilität und gleichzeitige Stückverluste von 2 % in der Jahreskumulation und seit August monatlich kontinuierlich fallende Umsätze! Allein der Oktober mit einem Umsatzminus von 3 % im Vergleich zum Vorjahr setzt bereits ein deutliches Zeichen! Die Sortimente sind teilweise sehr unterschiedlich in der Entwicklung: Preisreduktionen und Sets bei den Düften, verstärktes Interesse an Augen-Make-Up und rückläufige Nachfrage nach Anti-Aging-Produkten prägen das Bild!



Interessenten für weiterführende Informationen können sich wenden an: sabine.hefter@infores.com

Instore Medien im Drogeriemarkt – Kommunikation, die ankommt?

Zunehmend werden neue Medien wie Floorgraphics, Instore Radio und TV, Anzeigen auf dem Einkaufswagen in Drogeriemärkten eingesetzt. Aber was

bringen diese Werbeträger wirklich? Werden sie vom Konsumenten überhaupt wahrgenommen? Und wenn ja, wie beurteilt der Verbraucher sie? Um Industrie und Handel einen optimalen Einsatz dieser Werbemittel zu ermöglichen und damit gezielt Verkäufe erhöhen zu können, hat IRI Ende Oktober 2008 Interviews am POS in verschiedenen Drogeriemarktschienen durchgeführt. Untersucht wurde neben der grundlegenden Wahrnehmung der Medien und ihrer Beurteilung auch, ob der Verbraucher durch Präsenz solcher Medien seine Kaufentscheidung verändert – d.h. die Frage: was letztlich bewegt den Konsumenten zum Kauf? Die Ergebnisse dieser Studie liegen ab dem 19.12. vor, weitere Informationen unter sabine.hefter@infores.com

Regalflächen- und Werbemittelanalyse:

Sie möchten wissen, ob Ihr Markenportfolio in den Geschäften entsprechend Ihres Marktwertes präsentiert wird? Wie viele Regalmeter zur Verfügung stehen und auf welchen

Regalböden Ihre Produkte platziert sind? Sie möchten wissen, wie und mit welchen Werbemitteln die Geschäfte bestückt sind? Und dies alles direkt in den für Ihren Umsatz wichtigsten Geschäften? Dann rufen Sie uns an: 0911/88182-234, sabine.hefter@infores.com

Wir unterstützen Sie gerne in allen Fragen des Kosmetikmarktgeschehens – **Nehmen Sie Kontakt auf!**

Information Resources GmbH
Südwestpark 63
90449 Nürnberg
Tel: 0911 – 88 182-246
<http://de1.infores.com>

