

CP Trends

Handelsmedien



Handelsstruktur in Deutschland 12

Die Kunst, Begehrlichkeit zu schaffen 14

Die Kundenzeitschrift als Produktveredler: Zur Steigerung der Verkäufe setzt der Einzelhandel zunehmend auf Handelsmedien

Handelsstrukturen im Wandel 22

- Marktanteilsentwicklungen nach Vertriebsformen
- Konsumausgaben der privaten Haushalte
- Anteil Einzelhandelsumsatz 1995-2008
- Wirtschaftliche Leistung des Einzelhandels 2008
- Verbraucher in Deutschland
- Die größten Handelsunternehmen in Deutschland 2008

Magazine für gesundes Leben 26

Reformhäuser und Biofachgeschäfte setzen mit ihren Kundenmagazinen auf den Megatrend Gesundheit

Produktinformationen mit Lifestylecharakter

Einen hohen Stellenwert genießen die Kundenmedien aus dem Drogerie- und Parfümeriesektor

Handelsmagazine: Vermittler von Werten und Leistungen

Auch in anderen Handelsbranchen werden Kundenmagazine als elementares Instrument des Kundenmanagements eingesetzt

Mehr als zwei Drittel der Kaufentscheidungen fallen am PoS

GfK Marktforschung präsentiert in der Studie STORE EFFECT wie und wo die Kaufentscheidungen für Güter des täglichen Bedarfs gefällt werden

„Was nichts kostet, ist auch nichts“

Interview mit Raimund Esser, Leiter Verlag und Leiter Interne Kommunikation, über die Entwicklung und die weiteren Ziele des Magazins LAVIVA

Zum Anbeißen

Herausforderungen bei der Food-Fotografie und die Trends der Saison



29

32

34

36

38



FOR ME für die „goldenen Haushalte“ 40

„Der Verbraucher ist der Boss“ – Mit dieser Überzeugung konnte Procter & Gamble zu einem der größten Hersteller von Konsumgüterartikeln der Welt werden

Impulse für den Handel 42

Über den Umsatz mit Gutscheinen und Geschenkkarten im Handel, von Volker Patzak, cadooz AG

Breuninger Fashion TV: Markeninszenierung emotional und authentisch 44

Unterstützung des Vertriebskanals E-Shop durch Bewegtbild