

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