



THEMEN

- 1 InfoScan Retailer Aktuell**
Kanäle, Warenklassen, Convenience
- 2 Category Management 4.0**
Wertschöpfungsnetzwerk aus Handel, Hersteller und Technologiedienstleister

VORWORT

Sehr geehrte Handelspartner, werte Leser unseres IRI-Handelstelegramms,



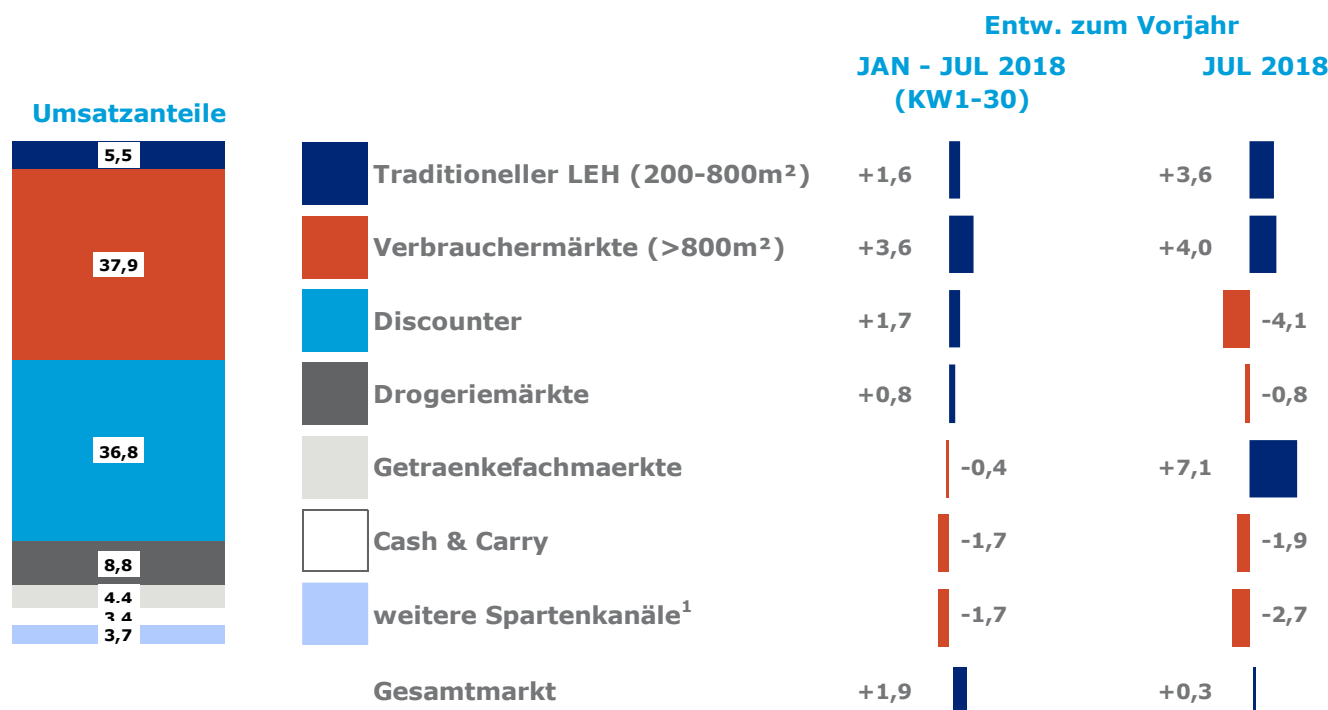
herzlich willkommen zur August-Ausgabe des IRI-Handelstelegramms. Laut IRI InfoScan brachte der Juli die Umsatzentwicklung wieder in den positiven Bereich (+0,3%). Die Umsatzveränderung erhöhte sich somit bei der aufgelaufenen Jahresbetrachtung von Januar bis Juli auf nunmehr +1,9%. Fast alle Vertriebskanäle verloren bei der abgesetzten Menge im aufgelaufenen Betrachtungszeitraum, die Preise pro Stück haben sich demnach über alle Vertriebswege hinweg um +2,9% erhöht. Bei den Warenklassen liegen die Molkereiprodukte bei der aufgelaufenen Betrachtung weiterhin an der Spitze mit einem Plus von 6,3% beim Umsatz.

Die Tankstellen zeigen von Januar bis Juli eine negative Umsatzentwicklung von -4,6% gegenüber Vorjahr. Allerdings ist die negative Entwicklung durch den starken Monat Juli nahezu um die Hälfte abgeschwächt worden. Lesen Sie dazu mehr auf den folgenden Seiten unseres Handelstelegramms.

Seit Oktober ist das Globus Lieferanten Cockpit live. Es handelt sich um eine auf IRIs Technologien HRS und ILD basierende Händlerplattform für eine optimale Lieferanten-Kooperation. Erfahrungen und Erfolge stellen Globus und IRI jetzt auf dem ECR-Tag Mitte September in Wiesbaden vor. Petra Schäfer, Geschäftsführerin der Globus SB-Warenhaus Holding GmbH & Co. KG, und Christoph Knoke, Managing Director IRI Deutschland, stehen am Donnerstag, 20. September, um 10 Uhr gemeinsam auf der Bühne und sprechen über „Category Management 4.0 – 360° Blick auf Kunden und Kategorien.“ Lassen Sie sich das nicht entgehen!

Viel Spaß beim Lesen und alles Gute.

Wir sehen uns auf dem ECR-Tag, Ihr Philippe Humbert.



Entwicklung der Kanäle (Juli 2018)

Quelle: InfoScan Retailer

¹ weitere Spartenkanäle: Parfümerien, Kauf-/ Warenhäuser, Apotheken

Im Monat Juli 2018 steuerte die Umsatzentwicklung wieder in den positiven Bereich (+0,3%). Insgesamt erhöhte sich die Umsatzveränderung über alle Vertriebskanäle hinweg bei der aufgelaufenen Jahresbetrachtung von Januar bis Juli auf nunmehr +1,9%.

Aufgelaufen von Jan - Jul 2018 zeigen der Trad. LEH (+1,6%), die Verbrauchermärkte (+3,6%), die Discounter (+1,7%) und die Drogeriemärkte (+0,8%) ein Umsatzwachstum gegenüber dem gleichen Vorjahresberichtszeitraum.

Im Umsatztrend negativ sind die restlichen Kanäle Getraenkefachmärkte (-0,4%), Cash & Carry und die weiteren Spartenkanäle (beide jeweils -1,7%).

Außer bei den Verbrauchermärkten (+1,2%) verlieren alle

anderen Vertriebskanäle bei der abgesetzten Menge im aufgelaufenen Betrachtungszeitraum Jan - Jul 2018.

Die Preise pro Stück haben sich von Jan - Jul 2018 über alle Vertriebswege hinweg um +2,9% erhöht.

Insgesamt zeigt die Umsatzentwicklung im Juli 2018 bei allen Vertriebskanälen eine Steigerung von +0,3%. Die abgesetzte Menge hingegen ging um -1,4% zurück, der Preis pro Stück stieg um 1,8% an.

Die Getraenkefachmärkte zeigen mit +7,1% das stärkste Umsatzwachstum gegenüber dem Juli 2017. Die abgesetzte Menge wuchs mit +8,6% noch etwas stärker, wobei demzufolge der Preis pro Stück um -1,3% nachgab.

Das zweitstärkste Umsatzwachstum findet sich bei den Verbrauchermärkten, die den Umsatz im Juli 2018 um +4,0% ausweiten konnten. Bei der abgesetzten Menge konnten sie ebenfalls zulegen (+2,9%). Der Preis pro Stück entwickelte sich um +1,1% nach oben.

Auch der Trad. LEH wuchs signifikant mit +3,6%, die Menge konnte ebenso um +1,7% ausgeweitet werden. Der Preis pro Stück entwickelte sich um +1,8% nach oben.

Beim Umsatz rückläufig sind im Juli die Discounter (-4,1%), die Drogeriemärkte (-0,8%), Cash & Carry (-1,9%) und die sonstigen Spartenkanäle (-2,7%).

Alle vier genannten Vertriebskanäle verloren ebenfalls bei der abgesetzten Menge und steigerten den Preis pro Stück.

WARENKLASSE	UMS.-ANT. AN FMCG GES.	JAN - JUL 2018 (KW1-30)		JUL 2018	
		UMS. ENTW. %	Ø-PREIS ENTW. %	UMS. ENTW. %	Ø-PREIS ENTW. %
WURST	5,9	2,4	2,4	-2,8	1,1
MOLKEREIPRODUKTE	15,3	6,3	8,9	1,2	5,1
FRISCHWARE GEKUEHLT	3,2	3,8	1,3	3,0	0,5
TIEFKUEHLKOST	7,1	2,8	2,0	1,8	2,2
ALLGEMEINE LEBENSMITTEL	12,3	-0,6	0,8	-3,7	-0,1
FERTIGGERICHTE/SUPPEN/SAUCEN	1,9	-0,3	1,4	-6,4	2,4
KONSERVEN	2,1	-0,8	3,0	-2,6	6,2
SUESSWAREN	9,2	-0,3	0,8	-7,2	0,2
ALKOHOLFREIE GETRAENKE	9,4	4,7	2,9	12,8	2,3
ALKOHOLHALTIGE GETRAENKE	12,9	2,0	3,3	4,6	0,1
BABY	1,3	-6,2	-6,4	-8,3	-7,0
WASCH-/PUTZ-/REINIGUNGSMITTEL	3,1	2,2	2,8	-1,2	4,0
KOSMETIK/KOERPERPFLEGE	10,2	0,5	1,6	-1,1	1,7
HYGIENEARTIKEL/-PAPIERE	2,7	-0,8	1,9	-4,1	3,7
HAUSHALTSARTIKEL/-BEDARF	1,7	-0,1	3,4	-6,8	8,6
TIER	1,5	0,8	0,9	-4,4	0,8
PFLANZEN	0,0	-13,3	-2,9	-9,2	-1,8
TEXTIL	0,0	-13,2	-11,2	-18,7	-13,0
ZIGARREN/ZIGARILLOS	0,1	-7,0	-0,4	6,1	4,0
ALLE FMCG WARENKLASSEN	100,0	+1,9	+2,9	+0,3	+1,8

Entwicklung der Warenklassen für den erweiterten LEH (Juli 2018; LEH inkl. Drogeriemärkte und weitere Spartenkanäle ¹)

Quelle: InfoScan Retailer

¹ weitere Spartenkanäle: Parfümerien, Kauf-/ Warenhäuser, Apotheken

Innerhalb der von IRI berichteten Warenklassen liegen die Molkereiprodukte bei der aufgelaufenen Betrachtung von Jan - Jul 2018 weiterhin an der Spitze und zeigen eine Entwicklung von +6,3% beim Umsatz. Die abgesetzte Menge ist im gleichen Zeitraum zurück gegangen, das Umsatzwachstum war also stark vom Preis getrieben. Der Preis pro Stück stieg um +8,9%.

Die Alkoholfreien Getränke konnten beim Umsatzvergleich im aufgelaufenen Jahr (Jan - Jul 2018) stark wachsen und liegen nun bei +4,7%. Den Absatz steigerten sie um +1,7%. Der Preis pro Stück erhöhte sich um +2,9%. Bei den Fertiggerichten/

Suppen/Saucen rutschte die Umsatzentwicklung von Jan - Juli 2018 gegenüber der aufgelaufenen Betrachtung im Jan - Juni nun in den negativen Bereich (-0,3%). Die Ursache hierfür war die schlechte Entwicklung im Juli 2018 mit einem Minus von -6,4% beim Umsatz und einem Mengenrückgang von -8,6%. Der Preis pro Stück stieg um +2,4%.

Auch bei den Süßwaren wechselte bei der Umsatzentwicklung wieder das Vorzeichen. Aufgelaufen liegt die Umsatzentwicklung hier bei -0,3%. Die abgesetzte Menge liegt bei -1,1% gegenüber der vergleichbaren Vorjahresperiode.

Im Juli 2018 selbst weisen die Alkoholfreien Getränke mit

+12,8% die signifikanteste Umsatzsteigerung auf. Die abgesetzte Menge stieg im Juli 2018 um 10,3%, der Preis pro Stück ging um 2,3% nach oben.

Aber auch die Alkoholhaltigen Getränke erfreuten sich im Juli einer Umsatzausweitung um +4,6%. Nahezu identisch mit +4,5% war hierbei das Mengenwachstum. Die Preise pro Stück blieben somit mit +0,1% nahezu konstant.

Im Juli wurden auch mehr Zigarren/Zigarillos geraucht. Die Menge stieg um +2,1%, der Umsatz sogar um +6,1%. Damit verbunden war eine Steigerung des Preises pro Stück um +4,0%.

WARENKLASSE	UMS.-ANT. AN FMCG GES.	JAN - JUL 2018 (KW1-30)		JUL 2018	
		UMS. ENTW. %	Ø-PREIS ENTW. %	UMS. ENTW. %	Ø-PREIS ENTW. %
WURST	1,0	-15,1	5,7	-4,6	7,4
MOLKEREIPRODUKTE	1,1	14,6	4,4	23,5	5,0
FRISCHWARE GEKUEHLT	0,2	44,5	-3,2	38,2	-6,1
TIEFKUEHLKOST	4,2	6,0	3,4	36,8	4,3
ALLGEMEINE LEBENSMITTEL	1,3	2,4	6,3	20,9	7,0
FERTIGGERICHTE/SUPPEN/SAUCEN	0,1	74,3	-7,7	75,9	-5,6
KONSERVEN	0,0	153,2	-2,8	103,5	-9,0
SUESSWAREN	8,8	-8,7	5,2	-0,3	6,8
ALKOHOLFREIE GETRAENKE	21,8	0,4	2,0	16,9	1,6
ALKOHOLHALTIGE GETRAENKE	24,0	0,7	4,0	11,8	4,0
HARTWAREN	32,3	-5,9	5,4	5,0	6,4
ZIGARREN/ZIGARILLOS	5,2	-6,6	3,4	2,2	2,5
ALLE FMCG WARENKLASSEN	100,0	-2,6	+2,3	+10,9	+1,9

Entwicklung der Warenklassen für Tankstellen (Juli 2018; inkl. BAB-Tankstellen)

Quelle: InfoScan Retailer

Copyright © Information Resources GmbH, 2018. Confidential and Proprietary.

Der aufgelaufene Zeitraum Jan – Jul 2018 zeigt innerhalb der Tankstellen (Straßentankstellen und BAB-Tankstellen) bei den von IRI berichteten Warenklassen eine negative Umsatzentwicklung von -4,6% gegenüber dem Umsatz des Vorjahresvergleichszeitraum.

Allerdings ist die negative Entwicklung durch den starken Monat Juli nahezu um die Hälfte abgeschwächt worden.

Mittlerweile zeigen sechs Warenklassen in der aufgelaufenen Betrachtung ein Umsatzwachstum gegenüber dem Zeitraum Jan – Jul 2017.

Die Molkereiprodukte wachsen um +14,6% beim Umsatz, um +9,8% bei der Menge. Die gekühlte Frischware zeigt ein Umsatzwachstum von +44,5%, die abgesetzte Menge stieg um +49,3%. Die Tiefkühlkost wuchs beim Umsatz um +6,0%, bei der Menge um +2,5%. Die Allgemeinen Lebensmittel steigerten den Umsatz um +2,4%, ver-

loren aber bei der Menge -3,7%. Die Fertiggerichte/Suppen/Saucen legten um +74,3% beim Umsatz zu, bei der Menge um +88,9%. Bei den Konserven gab es ein Umsatzwachstum von +153,2%, die Menge konnte um +160,6% ausgeweitet werden.

Die Warenklassen Wurst (-15,1%), Süßwaren (-8,7%), Hartwaren (-5,9%) und Zigarren/Zigarillos (-6,6%) sind bei der Umsatzentwicklung negativ.

Im Monat Juli 2018 stieg der Umsatz insgesamt um +10,9%.

Bis auf die Warenklasse Wurst (-4,6%) weisen alle Warenklassen eine teils deutlich positive Umsatzentwicklung auf.

Am stärksten wuchsen mit +103,5% die Konserven (Menge +123,5%), die Fertiggerichte/Suppen/Saucen (Umsatz +75,9%, Menge +86,3%), die Frischware gekühlt (Umsatz +38,2%, Menge +47,2%) und die Tiefkühlkost (Umsatz +36,8%, Menge +31,1%).

Der Durchschnittspreis pro Stück zeigt im Juli 2018 über alle berichteten Warenklassen einen Anstieg um +1,9%. Die stärksten Erhöhungen hierbei zeigen die Wurst (+7,4%), die Allgemeinen Lebensmittel (+7,0%), die Süßwaren (+6,8%) und die Hartwaren (+6,4%).

Gesunken ist der Durchschnittspreis pro Stück bei der gekühlten Frischware (-6,1%), den Fertiggerichten/Suppen/Saucen (-5,6%) und den Konserven (-9%).

KONTAKT



Für weitere Informationen stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung:

Andreas Käbler
 Director Retail Solutions
andreas.kaehler@IRIworldwide.com
 +49 (0) 911 88 182-129
IRIworldwide.com

02

Category Management 4.0

Globus und IRI stellen Wertschöpfungsnetzwerk aus Handel, Hersteller und Technologiedienstleister vor

Seit Oktober ist das Globus Lieferanten Cockpit live. Es handelt sich um eine auf IRIs Technologien HRS und ILD basierende Händlerplattform für eine optimale Lieferanten-Kooperation. Erfahrungen und Erfolge stellen Globus und IRI jetzt auf dem ECR-Tag in Wiesbaden vor.

Petra Schäfer, Geschäftsführerin, Globus SB-Warenhaus Holding GmbH & Co. KG, und Christoph Knoke, Managing Director IRI Deutschland, stehen am Donnerstag, 20. September, um 10 Uhr gemeinsam auf der Bühne und sprechen über „Category Management 4.0 – 360° Blick auf Kunden und Kategorien.“ Anhand einiger Beispiele aus der Praxis stellen sie das trilaterale Wertschöpfungsnetzwerk aus Handel, Hersteller und Technologiedienstleister vor. Ihr gemeinsames Ziel: erfolgreichere Promotions, mehr Frequenz und größere Bons.

„Wir leben in einer Zeit rasanter Veränderungen. Für uns als Händler, aber auch für unsere Lieferanten, ist es daher wichtig,



die Bedürfnisse unserer Kunden zu kennen und bestmöglich auf diese einzugehen“, hatte Melanie Wöffler, damals Leitung Prozess- und Informationsmanagement bei Globus, zu Beginn der Kooperation gesagt. „Mit der Technologie IRI HRS gelingt es uns, alle für uns relevanten Informationen zu

bündeln und mit unseren Lieferanten auf einer übersichtlichen Online-Plattform zu teilen. Unterstützt werden wir dabei tatkräftig von den IRI-Mitarbeitern, die uns mit ihrer fachlichen Expertise zur Seite stehen.“

Links: [ILD](#) – [HRS](#) – [Extranet](#)

			<p>Seien Sie dabei:</p> <p>ECR Tag 2018</p> <p>Wiesbaden</p> <p>20. September</p> <p>10 Uhr</p>
<p>Category Management 4.0 360° Blick auf Kunden und Kategorien</p> <p>Trilaterales Wertschöpfungsnetzwerk aus Handel, Hersteller und Technologiedienstleister für erfolgreichere Promotions, mehr Frequenz und größere Bons</p> <p>Petra Schäfer, Geschäftsführerin, Globus SB-Warenhaus Holding GmbH & Co. KG Christoph Knoke, Managing Director, IRI</p> <p>ECR Tag 2018 in Wiesbaden – 20. September – 10 Uhr</p>			

Treffen Sie die IRI-Experten

Auch in den kommenden Wochen und Monaten können Sie die Experten von IRI auf verschiedenen Veranstaltungen der Handelsbranche in Aktion erleben:

ECR TAG 2018, Wiesbaden, 19. – 20. September 2018

www.ecrtag.de

„Category Management 4.0 – 360° Blick auf Kunden und Kategorien. Trilaterales Wertschöpfungsnetzwerk aus Handel, Hersteller und Technologiedienstleister für erfolgreichere Promotions, mehr Frequenz und größere Bons“

Vortrag von Petra Schäfer, Geschäftsführerin, Globus SB-Warenhaus Holding GmbH & Co. KG, und Christoph Knoke, Managing Director, IRI Deutschland

20. September - 10 Uhr

Pressekonferenz des IKW, Frankfurt, 6. Dezember 2018

www.ikw.org

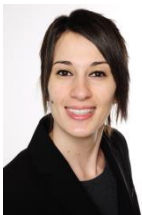
IRI Information Resources GmbH

IRI ist ein weltweit führender Anbieter von Marketing-Beratungsleistungen für Konsumgüterindustrie und -handel. Mit einer einzigartigen Kombination aus aktuellen Marktinformationen, umfassendem Marktverständnis, prädiktiver Analytik, vorausschauenden Insights und führenden Technologien helfen wir unseren Kunden, erfolgreich zu wachsen.

Mit einer der weltweit größten Datenbank aus Verbraucher- und Käuferdaten sowie Informationen über klassische, soziale und mobile Medien ermöglicht IRI weltweit über 5.000 Kunden, Potenziale zu erkennen, ihre Verbraucher anzusprechen, ihre Marktanteile auszubauen und ihr Wachstum zu steigern – getreu unserem Versprechen: „Growth delivered.“

www.IRIworldwide.com

Was können wir für Sie tun? Sprechen Sie uns gerne an:



Myriam Zerbib

Consultant

Retail Solutions

T +49(0)211 36 119-195

Myriam.Zerbib@IRIworldwide.com

