

Eine Bühne für schöne Düfte

Die „Duftstars“ als Chance für den Handel: Mit aufmerksamkeitsstarken Dekorationen können die Verbraucher direkt am POS von Düften begeistert und zur Stimmabgabe animiert werden. Bei Mußler-Beauty in Stuttgart spielen die Duftstars in diesen Wochen eine zentrale Rolle.



Die Schaufenster von Mußler-Beauty in der Kornbergstraße und in der Schwabengalerie stehen derzeit im Zeichen schöner Düfte. Die Stammkunden wissen natürlich längst, was sich hinter den Duftstars „verbirgt“ und dass sie selbst aktiv werden können, um für ihre Lieblingsdüfte zu stimmen. Doch auch viele Passanten bleiben stehen, um zu erfahren, was es mit den duftenden Ausstellungsstücken auf sich hat, die im Schaufenster mit silbernen Sternen dekoriert sind. „Das ist eine tolle Chance, um die Aufmerksamkeit für unsere Produkte in der Öffentlichkeit zu nutzen“, ist Mattias Mußler überzeugt. INSIDE beauty hat mit ihm gesprochen.

1 Herr Mußler, welche Möglichkeiten nutzen Sie, um Kunden und potenzielle Kunden aktiv auf das Thema „Duftstars 2010“ anzusprechen?

Mattias Mußler: Wir haben sowohl die Schaufenster von zwei Geschäften dekoriert als auch Instore in unserer Filiale in der Parlerstraße „gewirkt“ und die duftenden Stars in Szene gesetzt. Ganz wichtig ist es, die Mitarbeiter zu informieren, aufzuklären und „ins Boot“ zu holen. Sie zeigen unseren Kunden, was das Besondere an den ausgestellten Düften ist und weisen stets darauf hin, dass jeder Duftinteressierte voten kann, welches Parfum letztendlich den Publikumspreis gewinnen wird.

2 Stichwort Publikumspreis – was zeichnet ihn aus?

Mattias Mußler: Die Kategorie Publikumspreis ist natürlich eine besondere Kategorie, denn hier ist die Meinung aller Verbraucher gefragt, die sich für Duf-

te interessieren. Letztlich entscheidet der Bekanntheitsgrad und die Beliebtheit eines Duftkonzeptes über den kommerziellen Erfolg.

3 Die Dekorationen der Schaufenster und die Präsentation in Ihren Geschäften schaffen Aufmerksamkeit und setzen Impulse. Wie sind Sie vorgegangen?

Mattias Mußler: Das von der Fragrance Foundation zur Verfügung gestellte Material ist eine sehr gute Basis für einen aufmerksamkeitsstarken Auftritt am POS. Wir haben uns dann mit unserem Dekoteam noch ein paar weiterführende Gedanken gemacht, um den „Nominierten“ einen besonderen Auftritt zu geben.

4 Wie wurden Sie bzw. wie werden Parfümerieinhaber durch die Fragrance Foundation unterstützt?

Mattias Mußler: Als Jurymitglied konnte ich Einblicke in die Arbeit der am Projekt „Duftstars“ arbeitenden Personen sam-

eln. Ich bin von der Professionalität und der Leidenschaft beeindruckt, mit der hier daran gearbeitet wird, unser Parfumbusiness weiterzubringen. Durch die Juryarbeit wurde mir erst richtig klar, wie wichtig es ist, die Aufmerksamkeit für unsere Produkte in der Öffentlichkeit zu wecken.

5 Es wäre natürlich wünschenswert, wenn Ihr Beispiel Schule machen würde...

Mattias Mußler: In einer Zeit, in der viele Marktteilnehmer sich nur Gedanken machen, wie möglichst viele Einheiten eines Duftes in den Markt bzw. zum Kunden gebracht werden, ist es sehr wichtig, dass qualitativen Maßnahmen wieder mehr Aufmerksamkeit geschenkt wird. Es muss allen Beteiligten gelingen, wieder mehr Begehrlichkeit für Parfums und Düfte herzustellen – mit dem nötigen „Glamourfaktor“. Die Verleihung der „Duftstars“ gibt unserer Branche eine Bühne, um ein breites Publikum für unsere Produkte zu interessieren und begeistern! ●



Foto: Sabine Schaback/ Schauwerbe-Design



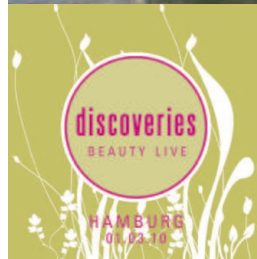
IN SZENE GESETZT

Mattias Mußler und sein Team setzen die Duftstars sowohl im Schaufenster als auch Instore in Szene: „Eine tolle Gelegenheit, um wieder mehr Begehrlichkeit für unsere Produkte zu wecken“

PROZEUS

Unternehmerpreis 2010

Im Rahmen der staatlich geförderten e-Business Initiative PROZEUS wurden zum zweiten Mal mittelständische Unternehmen ausgezeichnet, die den elektronischen und automatisierten Datenaustausch in ihrem Betrieb beispielhaft eingesetzt haben. Mit dem dritten Preis wurde die Pionierleistung des Stuttgarter Familienunternehmens Mußler-Beauty ausgezeichnet, als eine der ersten mittelständischen Parfümerien auf integrierte elektronische Prozesse zu setzen, um Bestellungen, Rechnungen und Lieferavis abzuwickeln. Geschäftsführer Mattias Mußler nahm den Preis im Mercedes-Benz-Museum in Stuttgart entgegen. www.prozeus.de



discoveries beauty live

Trendmarken in Hamburg

In den Räumen von KAI 10 des Mercure Hotels in Hamburg konnten Journalisten und Handelspartner eine feine Auswahl internationaler Trendmarken aus den Bereichen Beauty und Lifestyle entdecken. Bei der 9. discoveries beauty live waren erneut exklusive Parfum-Neuheiten aus Frankreich und Italien an Bord. Aber auch natürliche, kontrolliert-biologische Pflegelinien für Gesicht und Körper wurden präsentiert, die mit Anti-Aging-Inhaltsstoffen aus der schwedischen und afrikanischen Pflanzenwelt überzeugten. Der Bereich Dekorative Kosmetik mit aktuellen Farbtrends war ebenso vertreten wie Hightech-Pflege aus Amerika und Produkte für die Haar- und Hautpflege des anspruchsvollen Mannes. Dass Schönheit auch von innen kommt, bewies siliziumreiches Mineralwasser, das als Kur angewendet werden kann. Medienvertreter und Einkäufer zeigten sich erfreut über die zahlreichen Neuheiten und die internationale Besetzung. Pluspunkt: Hersteller und Parfümeure waren anwesend und standen für den Austausch zur Verfügung. Auch INSIDE beauty nutzte die Gelegenheit, um Kontakte zu knüpfen und neue Marken kennenzulernen. Der nächste Termin steht bereits fest: Die 10. discoveries beauty live wird am 31. Mai in München in der Isarpost stattfinden. Infos www.beautyandbrands.de

Save the date

Die GS1 Germany Cosmetics Conference geht in die nächste Runde. 97 % aller Teilnehmer der ersten Veranstaltung im Herbst 2009 hatten sich für einen Folgetermin ausgesprochen. „Prozesse in der Kosmetikbranche effizient gestalten“, so das Thema der 2. Cosmetics Conference, zu der sich am 28. Oktober 2010 in Köln Fach- und Führungskräfte der Branche aus Handel, Industrie und Dienstleistungsunternehmen treffen, um Lösungen zu erarbeiten. Der Schwerpunkt liegt auch dieses Mal beim Thema ECR, kurz für Efficient Consumer Response. Handel und Lieferanten können damit gemeinsam Geschäftsprozesse optimieren. Geplante Themen sind u.a. elektronischer Datenaustausch, Kooperation als Erfolgsschlüssel, Shopper Research, kundenorientierte POS-Gestaltung, Warenwirtschaft für Werbemittel und Stammdatenmanagement. Infos unter www.gs1-germany.de, Michaela Freynhagen, Tel. +49 221 94714-534

+ + PERSONALIEN + + + PERSONALIEN + +



Jochen Delvendahl hat die Geschäftsführung der ITF Germany GmbH übernommen, die u.a. die Duftlinien der Marken Roberto Cavalli, Salvatore Ferragamo, La Perla, Gianfranco Ferré und Emanuel Ungaro vertreibt. Er verantwortet neben dem Deutschlandgeschäft auch den österreichischen Markt. Delvendahl kommt von Bulgari Parfums Deutschland.



Thomas Faschian Brand Manager Bobbi Brown, la Mer und Jo Malone der Estée Lauder Companies GmbH, übernahm im März auch die Geschäftsführung der Marke Darphin. Der ausgebildete Diplom-Kaufmann begann seine Karriere bei L'Oréal, wo er zehn Jahre lang in leitenden Positionen bei Vichy und La Roche Posay tätig war.



Otto Mußler senior vor seinem Friseursalon



Bald wurde der Salon um Produkte für Schönheit und Wohlbefinden ergänzt



Susanne und Mattias Mußler führen das Unternehmen in dritter Generation

75 Jahre Mußler Fest der Schönheit

„Sei schön zu dir“ – das Motto der Stuttgarter Parfümerien Mußler-Beauty wurde zum Jubiläum jetzt auch vertont. Der Auftritt der Song-Writerin Marie-Louise ist eines von vielen Highlights zum Fest der Schönheit.



„Wir begreifen uns als Trendsetter und suchen weltweit nach den neuesten Beauty-ideen, die wir nach Stuttgart holen“, so der Anspruch von Mattias Beauty

Seit 1935 sorgt Familie Mußler dafür, dass es in Stuttgart eine Anlaufstelle für Schönheit und Pflege gibt. Alles begann mit einem Friseursalon, den Otto Mußler vor 75 Jahren an der Stuttgarter Neuen Brücke gründete. Unter der Leitung von Otto Mußler Junior entwickelte sich das Unternehmen zum größten familiengeführten Parfümeriefilialisten in Stuttgart. Heute firmiert das Unternehmen unter der Marke Mußler-Beauty und wird in dritter Generation von Susanne und Mattias Mußler geführt. An fünf Standorten in Stuttgart und mit einem Team von mehr als 50 Expertinnen und Experten bietet Mußler-Beauty ein umfassendes Angebot an Dienstleistungen und Produkten rund um die innere und äußere Schönheit.

„Das A und O unseres Erfolgs sind die Menschen, die bei uns arbeiten. Unsere Kunden schätzen die Kompetenz und auch die Herzlichkeit unserer Mitarbeiter sehr“, so Susanne Mußler. Im Jubiläumsjahr möchte sich das gesamte Mußler-Team vor allem bei den Kundinnen und Kunden bedanken: Noch bis 17. April findet ein großes Fest der Schönheit mit zahlreichen Events, Promotions und einem Gewinnspiel statt: Der glückliche Gewinner darf auf die Seychellen reisen. Eigens für den Firmengeburtstag wurde ein Mußler-Beauty-Song komponiert, eine Jubiläumssprache von Hochland kreiert und ein neuer Internetauftritt konzipiert. INSIDE beauty gratuliert herzlich. ●