



### Beast eröffnet

Wie bereits in der vergangenen Ausgabe angekündigt, hat in Stuttgart nun die Beauty Academy Stuttgart ihre Pforten geöffnet. Zahlreiche Gäste nutzten die Gelegenheit, die neuen Räume zu besuchen.



### Umsatz gesteigert

Der Umsatz der 79 Cospa-Parfümerien stieg im letzten Jahr um durchschnittlich drei Prozent. Das berichtet der 'Kosmetik Report' in seiner Ausgabe 06/14. Der Wareneinkauf legte demnach im gleichen Zeitraum um 4,9 Prozent zu. Die Osnabrücker Kooperation finde sich dabei in guter Gesellschaft: In den letzten Tagen hatten sowohl die Beauty Alliance, Bielefeld, als auch die TopCos, Hockenheim, und die Wir-für-sie, Mülheim-Kärlich, ähnlich positive Zahlen präsentiert. Cospa-Geschäftsführer Bernd Kruschka sei auch für die Zukunft optimistisch. Die Kooperation arbeite schwerpunktmäßig an einem Konzept zum Aufbau von Multichannel-Parfümerien. Die Hauptaufgabe sei es, die bestehenden Cospa-Parfümerien kostengünstig und erstragsstark in ein solches Konzept einzubinden.

### Herrenduftmarkt

Dem Marktforschungsunternehmen NPD Group zufolge trieb der Umsatz bei Herrenparfüms im Zeitraum von November 2012 bis Oktober 2013 das Wachstum in den USA und in Großbritannien an. Im übrigen Europa war die gesamte Parfümleistung schwach, bei rückläufigen Angeboten für Damen und Herren, insbesondere im EdT-Segment. Neben dem Umsatz von Herrenparfüms gehörten zu den weiteren positiven Wachstumssegmenten in der US- und britischen Prestige-Parfümindustrie in den zwölf Monaten bis Oktober 2013 Damenparfüms sowie Parfümgeschenksets für Damen und Herren. Mit Ausnahme von Spanien, wo alle Parfümsegmente rückläufig waren, gab es in den übrigen europäischen Ländern Segmente mit stagnierender bis positiver Leistung, informierte das Unternehmen. In diesem Untersuchungszeitraum waren Geschenksets für Herren der Verkaufshit in Frankreich. In Italien blieb der Umsatz bei Herrenparfüm und Damengeschenksets unverändert. Quelle: 'Kosmetik Report' 06/14

### Handy als Zahlungsmittel unbeliebt

Deutsche bezahlen nicht gerne per Handy. Bezahlen per Smartphone ist komfortabel und unkompliziert. Noch haben die die Vorzüge des Bezahls per Handy allerdings kaum Einfluss auf die Bezahlgewohnheiten der Deutschen. Die Mehrheit bevorzugt es nach wie vor, Münzen und Scheine sowie – bei größeren Einkäufen – die Girokarte über die Ladentheke zu reichen. Zu diesem Ergebnis kam eine globale Umfrage zu Spar- und Investmentstrategien von Nielsen. Demnach würden 55 Prozent der Deutschen in einem Geschäft nicht mit ihrem Smartphone oder Tablet zahlen, selbst wenn der Vorgang sicher sei. Lediglich 26 Prozent der Befragten können sich vorstellen, ihr Smartphone für diese Zwecke zu nutzen. Noch zurückhaltender bei neuartigen Bezahlssystemen als die Deutschen sind nur die Franzosen. Von ihnen lehnen es sogar 62 Prozent ab, mit ihrem Smartphone oder Tablet zu bezahlen.

Quelle: 'Kosmetik Report 06/14'

