



PRESSEMITTEILUNG

blackbee Pricing Report Beauty und Wellness deckt auf: Im heiß umkämpften Beauty Markt gibt es großen Nachholbedarf!

Leipzig, 16. Oktober 2017: Der heiß-umkämpfte Online Handel für Beauty Produkte wächst zurzeit viermal so schnell wie der stationäre Handel. Der damit enorm steigende Konkurrenzdruck ist für alle deutlich zu spüren. Die wichtigste Waffe in diesem engen Wettbewerbsumfeld ist nach wie vor der Preis. Webdata Solutions, Anbieter der marktführenden Retail und Market Intelligence Lösung blackbee, gibt die ersten Ergebnisse seines längerfristig angelegten Studie zum Pricing-Verhalten auf dem Beauty und Wellness Markt in Deutschland bekannt.

Das Ergebnis: Bislang setzen lediglich 25% der untersuchten Anbieter auf ein strategisches Preismanagement. Die restlichen Händler vergeben wertvolles Differenzierungspotential.

Senken ist beliebter als Erhöhen – vor allem am Donnerstag

Wie die Studie aufdeckt, setzen die untersuchten Shops beim Pricing ihrer Produkte über alle Wochentage hinweg eher auf Preissenkungen als auf Preiserhöhungen. Der größte Unterschied lässt sich donnerstags erkennen: an diesem Pricing-stärksten Tag ist insbesondere die durchschnittliche Summe aller Preissenkungen (2.815) und Preiserhöhungen (1.878) erreicht. Auffällig ist, dass sonntags und montags die wenigsten Preisanpassungen erfolgten. Und das, obwohl beide Tage zu den verkaufstärksten der Woche zählen.

Online Platzhirsch Amazon bepreist konstant

Im Gegensatz zur Mehrzahl der Online-Händler bepreist Amazon seine Produkte recht konstant und aktiv. Im Schnitt werden zwischen 4,6 (360 Produkte) und 5,7 Prozent (446 Produkte) des betrachteten Beauty-Sortiments täglich im Preis erhöht, und zwischen 6,2 und 7,9 Prozent gesenkt. Die übrigen Online-Anbieter agieren hier weniger gleichmäßig. Sie orientieren sich in ihrer Preisstrategie möglicherweise nicht an Amazon oder anderen Händlern. Hier schwanken die durchschnittlichen Preiserhöhungen und -senkungen zwischen 0 und 12,9 Prozent aller Produkte.

Viele Händler nur mit passiver Preisgestaltung am Markt

Knapp die Hälfte der beobachteten Händler, darunter an erster Stelle Amazon, zeigen ein aktives Preismanagement. Besonders mittwochs und donnerstags kommt es bei diesen zu einer Vielzahl an Preisanpassungen. Die Preisbewegung bei den restlichen Händlern liegt im Schnitt bei 0,04 bis 0,23 Prozent aller Produkte - im Vergleich zur Produktanzahl des Gesamtsortiments sind die dokumentierten Preisänderungen damit verschwindend gering und lassen mögliche Rückschlüsse auf ein passives Preismanagement zu.

„Ein systematisches Pricing ist heute einer der entscheidenden Bausteine für den Markterfolg. Nur wer den Überblick über die große Menge an Daten von Preisen, Produkten und Wettbewerbern behält und diese zum eigenen Nutzen verwendet, sichert sich Wettbewerbsvorteile und ist langfristig am Markt erfolgreich“, erklärt **Lutz Röllig, CEO von Webdata Solutions**. „Datengetriebene Analysen basierend auf hoch validen internen und externen Informationen sind dabei der Schlüssel zum Erfolg. So können Unternehmen jederzeit auf Marktveränderungen schnell und agil reagieren und ihre eigene Geschäftsstrategie gewinnbringend anpassen.“

blackbee Pricing Report Beauty und Wellness

Das mehrfach ausgezeichnete Leipziger Innovationsunternehmen Webdata Solutions beobachtete mit seiner Business Intelligence Software blackbee von Ende April bis Anfang September 2017 die Preiserhöhungen und –senkungen bei rund 24.000 ausgewählten Körperpflege- und Schönheitsartikeln auf acht verschiedenen Webseiten. Repräsentativ für den deutschen E-Commerce Markt wurden vorab verschiedenste Online-Händler ausgewählt: Vom großen, internationalen Marktplatz, über Kaufhaus-Konzerne und Multichannel-Retailer bis hin zu modernen Pureplayern. Täglich wurden bei dieser Erhebung die Anzahl der Preissenkungen und –erhöhungen bei den jeweiligen Anbietern gemessen und so Rückschlüsse auf deren Preisstrategie gezogen. Diese Erhebung ist Teil einer langfristig angelegten Studie zu der es weitere Updates geben wird.

Hinweis an die Redaktion

Der ausführliche „blackbee Pricing Report: Beauty und Wellness“ ist auf Anfrage direkt bei Webdata Solutions erhältlich. Bitte richten Sie Ihre Anfrage an Swantje Jung unter Email: s.jung@webdata-solutions.com.

Informationen über Webdata Solutions GmbH

Webdata Solutions ist im Jahr 2012 als Ausgründung aus einem Forschungsprojekt der Universität Leipzig entstanden und gehört heute zu den Marktführern im Bereich Online-Marktanalyse. Die Lösungen, die auf der innovativen Plattformtechnologie blackbee basieren, sammeln online weltweit unstrukturierte Produkt- und Preisdaten ein. Anschließend analysiert und strukturiert die Software diese Daten und stellt sie individuell aufbereitet zur Verfügung, sodass Unternehmen weltweit in allen Branchen und Sprachen fundierte Entscheidungen treffen können, z.B. über ihre Preise, Sortimente und Produkte. Händler und Hersteller behalten so den Markt im Blick und sind ihrer Konkurrenz einen Schritt voraus. Weitere Informationen dazu unter: <http://www.webdata-solutions.com>

Kontakt für die Presse:

eloquenza pr gmbh
Svenja Op gen Oorth/Ina Rohe
Telefon: +49 (0)89 242 038-0
E-Mail: webdata@eloquenza.de