

Report



Greenie PureGreen® **(Tagescreme normale Haut)**

I. Background & Method

SCHAEFER inhome | use-test



1.1 Background

- Greenie© plant, seine Range von klassischen Tagespflegen um zertifizierte Naturkosmetik zu erweitern
- Vor diesem Hintergrund ist eine neue Rezeptur für eine Tagespflege für normale Haut entwickelt worden
- Die Leistung sowie die Akzeptanz der Neu-Entwicklung soll mit Hilfe eines geeigneten Marktforschungsansatzes aus Verbrauchersicht überprüft werden

1.2 Business Objectives

- Der Markt für natürliche Pflegeprodukte ist sehr dynamisch und in allen Vertriebskanälen sehr erfolgreich
- Um die eigene Marktposition weiter auszubauen, ist die Einführung eines zertifizierten Naturkosmetikprodukts geplant. Vor diesem Hintergrund wurde eine neue Tagescreme für normale Haut entwickelt: Greenie PureGreen©
- Im Fokus stehen dabei zunächst die Märkte für Körperpflegeprodukte in
 - Deutschland
 - Spanien
 - Polen

1.3 Research Objectives

Mit Hilfe eines geeigneten Marktforschungsansatzes soll überprüft werden:

- wie die Konsumenten die Produktleistung wahrnehmen und bewerten – und zwar insbesondere in Bezug auf
 - den Duft
 - die Konsistenz und Anwendung
 - die Pflegeleistung
- wie die generelle Akzeptanz des neuen Produktes ausfällt
- inwieweit die Leistung der Neu-Entwicklung mit der auf dem jeweiligen Naturkosmetikmarkt führenden Marke konkurrieren kann

1.4 Action Standards

Die neu entwickelte Rezeptur soll mit Blick auf die jeweiligen Wettbewerber in den lokalen Märkten mindestens ein **vergleichbares Niveau** bzgl. der

- **Produktleistung**
 - insbesondere hinsichtlich Duft, Konsistenz und Pflege
- der **generellen Akzeptanz**
 - generelle Qualitätseinschätzung & Kaufbereitschaft

erreichen, um für die Markteinführung in Frage zu kommen.

1.5 Methode

In-Home Use Test

Methode	In-home Use Test, monadisch, unbranded
Feldansatz	Mail (Versand der Testmuster) Online (Screening/Hauptbefragung)
Feldzeit	2 Wochen
Fragebogen	Selbstausfüller, quantitativ-strukturiert, LOI max. 15 Min
Länder	Deutschland, Spanien, Polen

1.6 Material

Tagespflege für normale Haut

								
Product	Alvital	PureGreen		El amaranto	PureGreen		Beauty-ideal	PureGreen
Country	DE	DE		ES	ES		PL	PL

1.7 Quote

Quote

Produktverwendung	100% regelmäßige Verwender einer feuchtigkeitsspendenden Tagescreme mit normaler Haut
Geschlecht	100% Frauen
Alter	50% 18-39 Jahre 50% 40-59 Jahre
Markennutzung	50% Verwenderinnen von zertifizierter Naturkosmetik 50% Verwenderinnen naturnaher Kosmetik

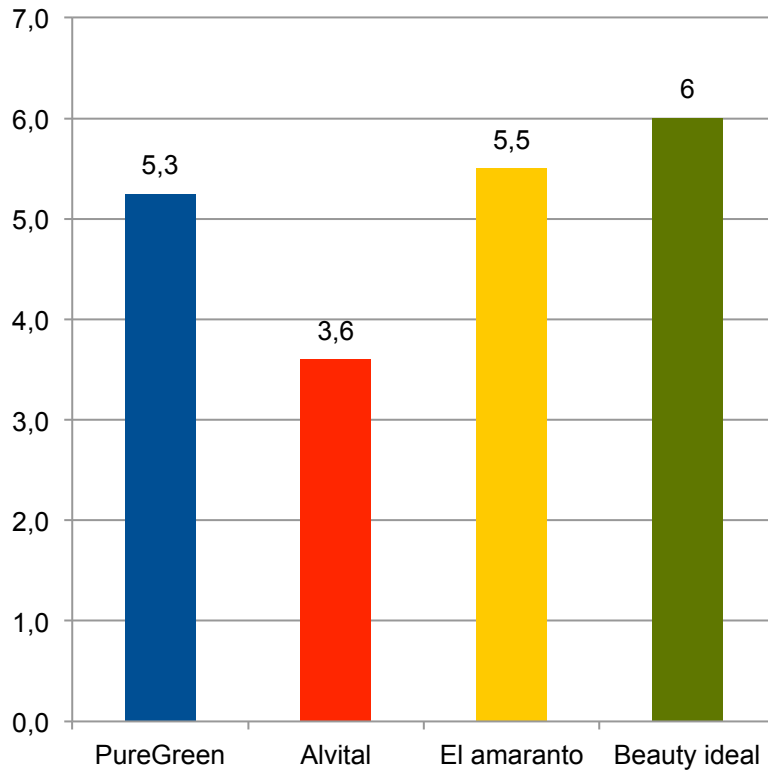
II. Main results

SCHAEFER inhome | use-test

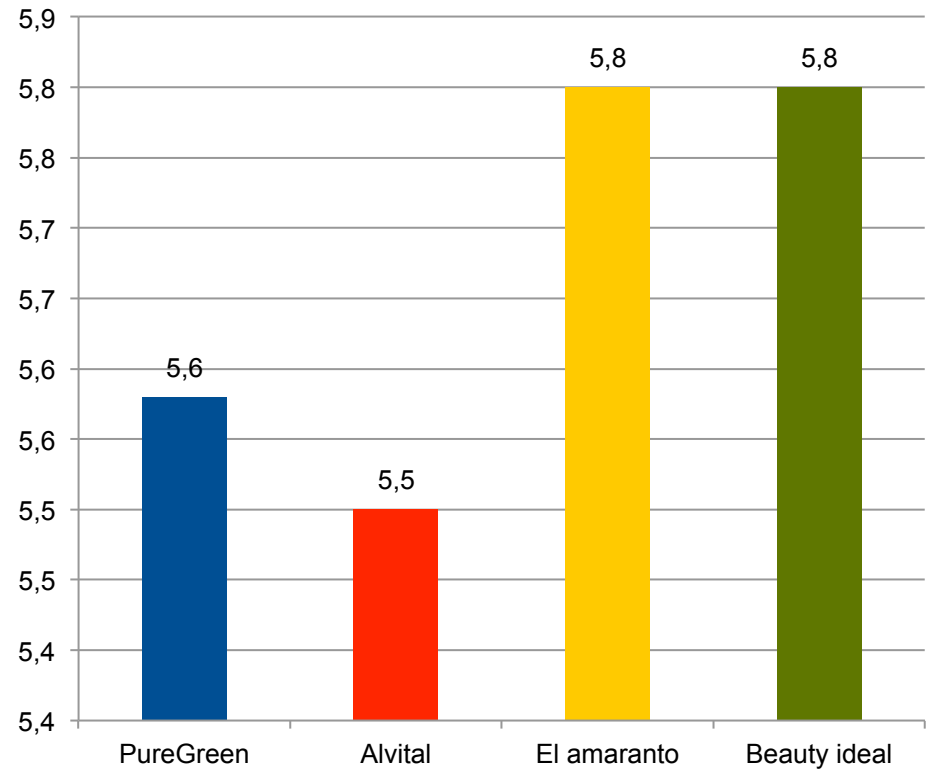


2.1 Main results: Duft und Pflege

Duft

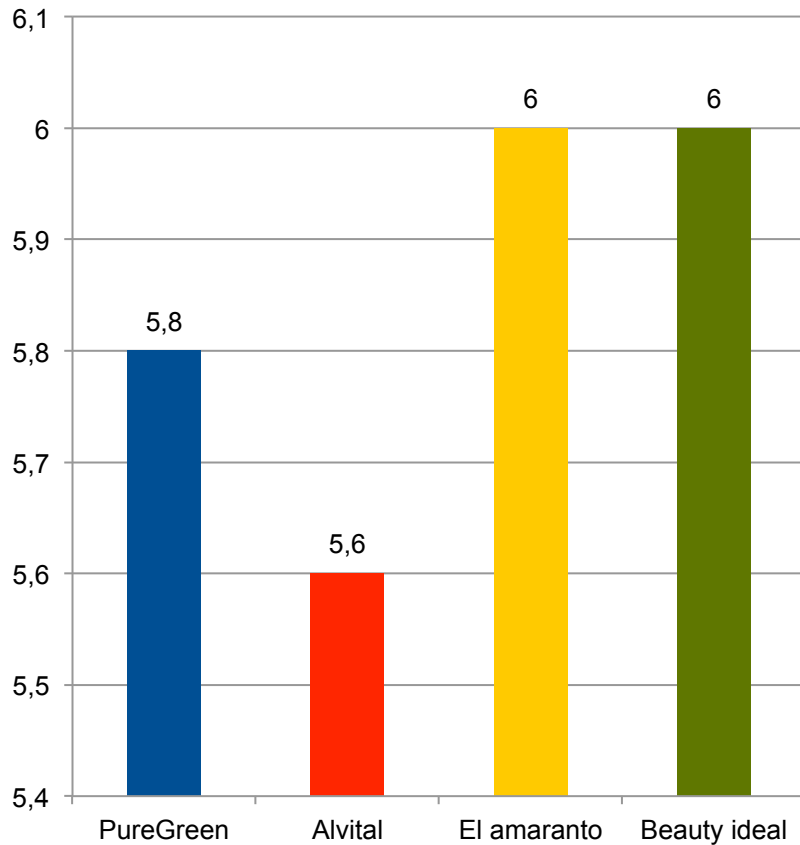


Pflege

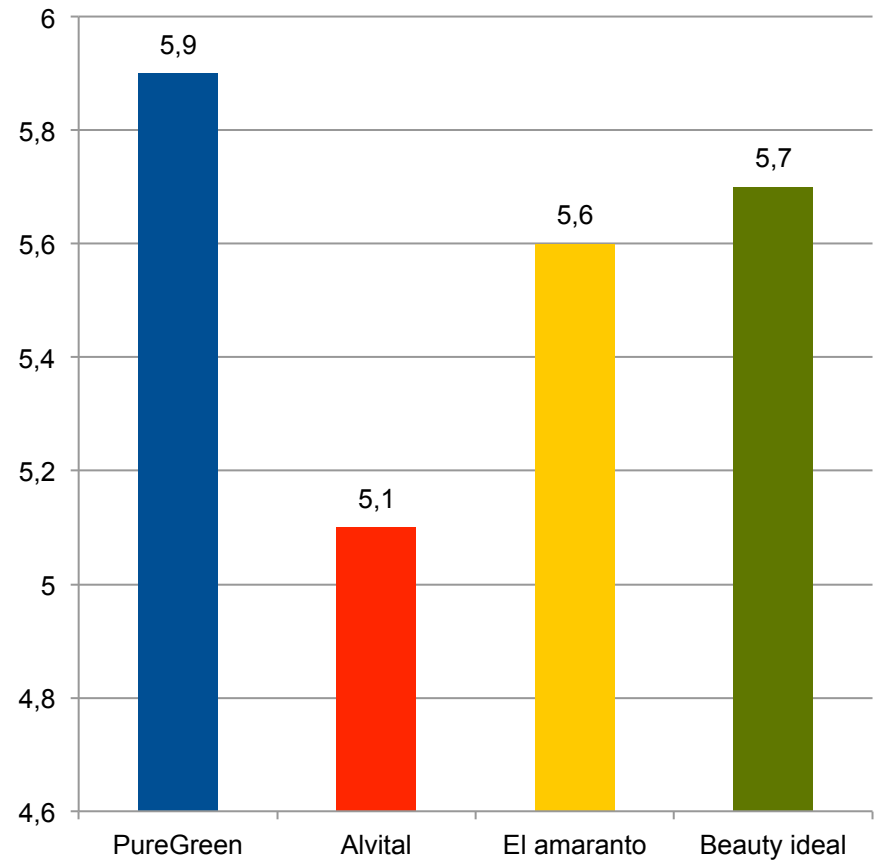


2.2 Main results: Anwendung und Konsistenz

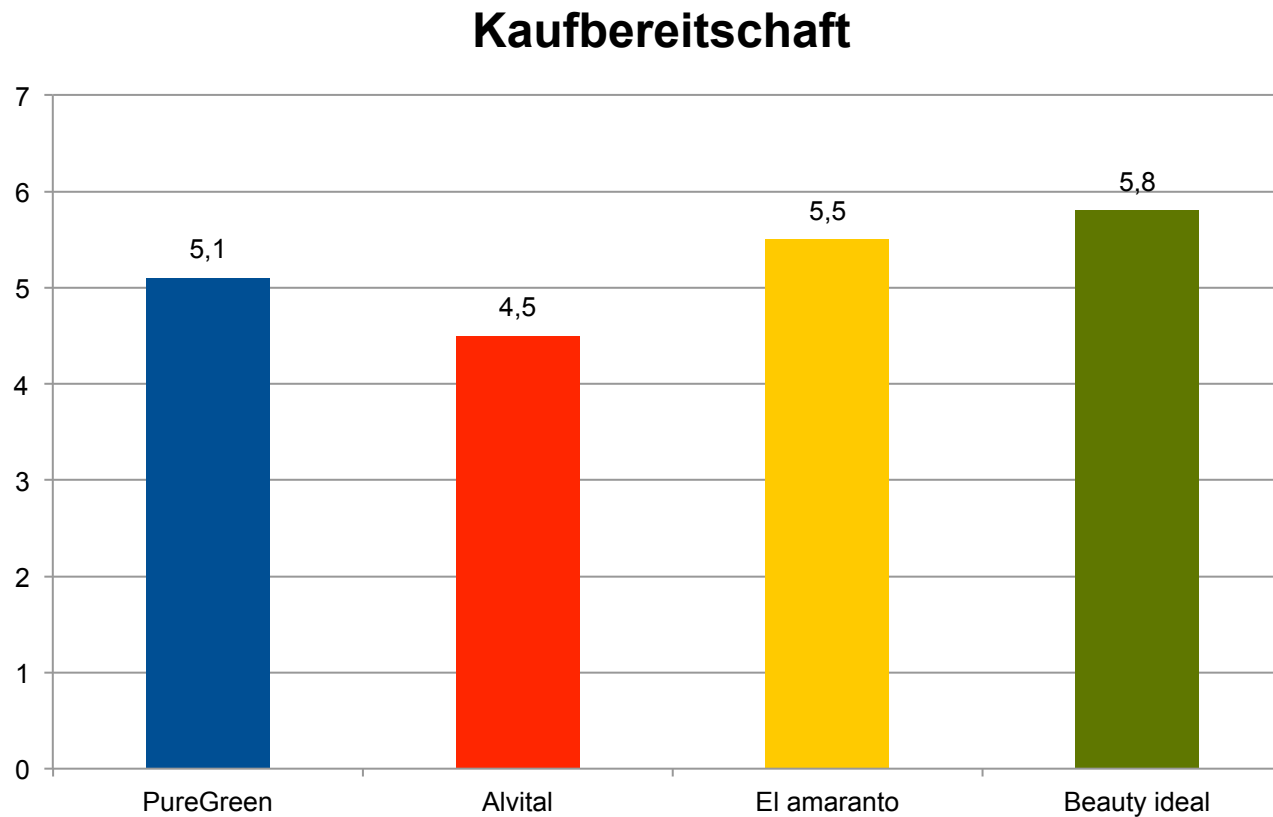
Anwendung



Konsistenz

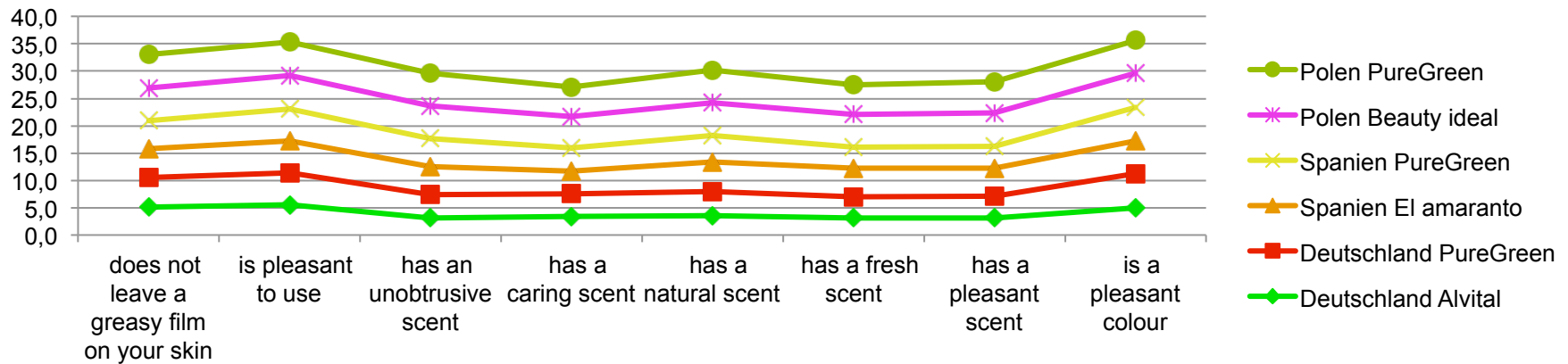


2.3 Main results: Kaufbereitschaft

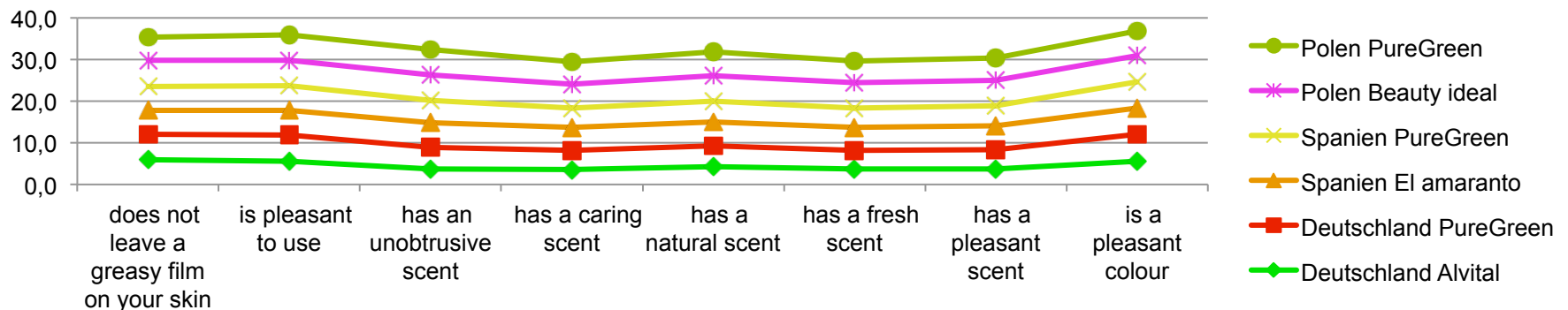


2.4 Altersgruppenvergleich: Mittelwerte

Mittelwert 18 - 39 Jahre

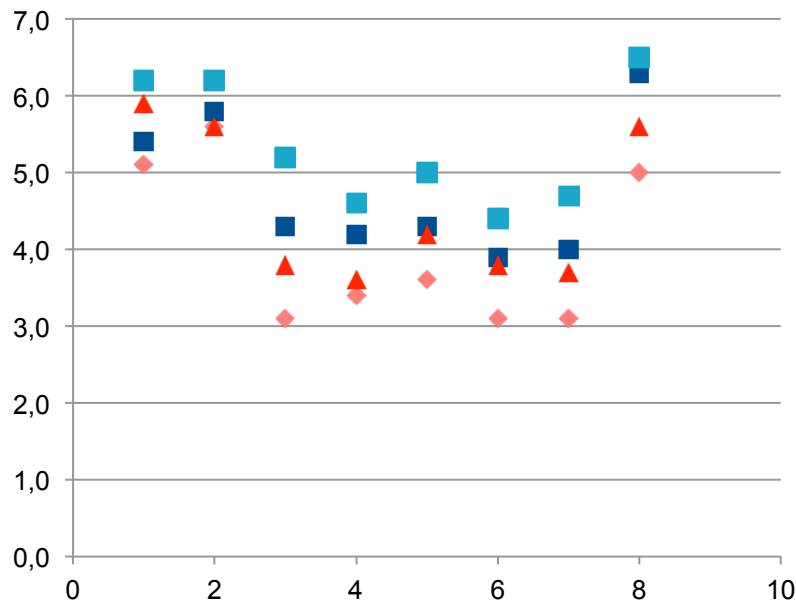


Mittelwert 40 - 59 Jahre



2.4 Altersgruppenvergleich: Deutschland

Mittelwertvergleich Deutschland



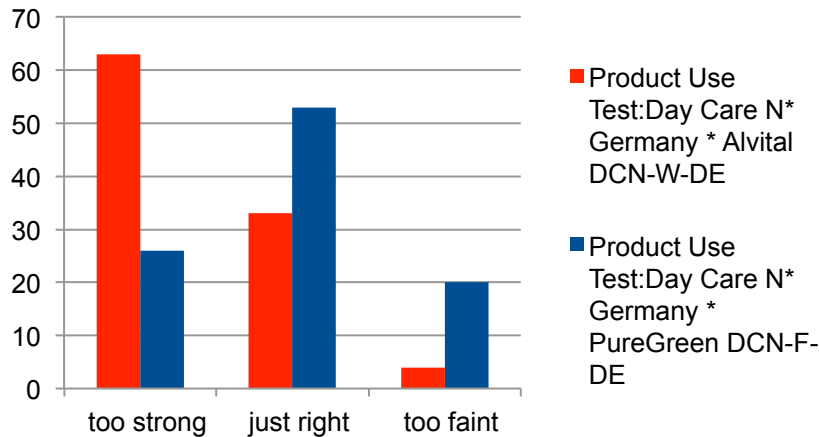
- ◆ Alter 18 - 39 Jahre Al vital
- Alter 18 - 39 Jahre PureGreen
- ▲ Alter 40 - 59 Jahre Al vital
- Alter 40 - 59 Jahre PureGreen

PureGreen schneidet in beiden Alterskohorten besser ab als das Konkurrenzprodukt. Die ältere Kohorte bewertet PureGreen noch besser als die jüngere Kohorte.

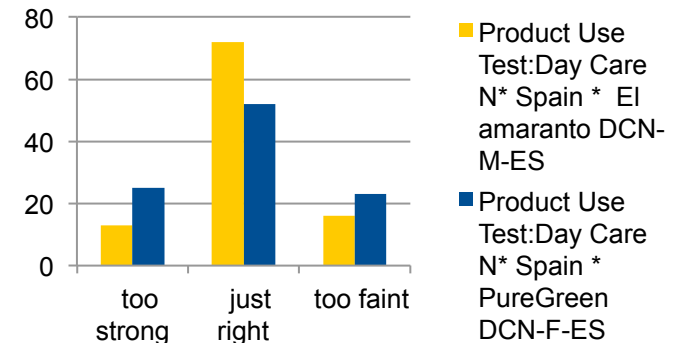
2.5 Ländervergleich: Duftintensität

Die Duftintensität von PureGreen überzeugt in Deutschland.

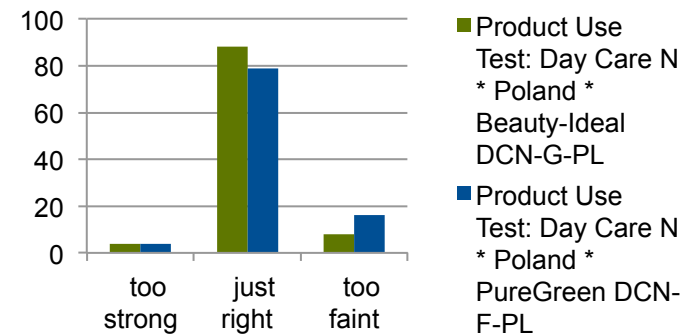
Deutschland



Spanien



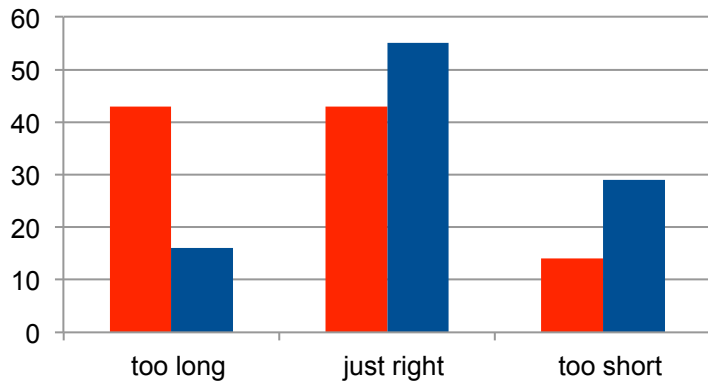
Polen



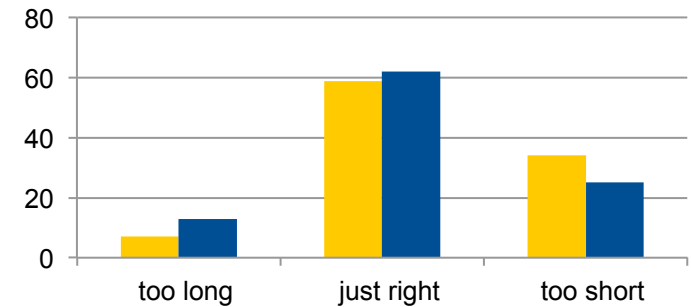
2.6 Ländervergleich: Duftdauer

In Deutschland und Spanien schneidet die Duftdauer besser ab als das jeweilige Konkurrenzprodukt

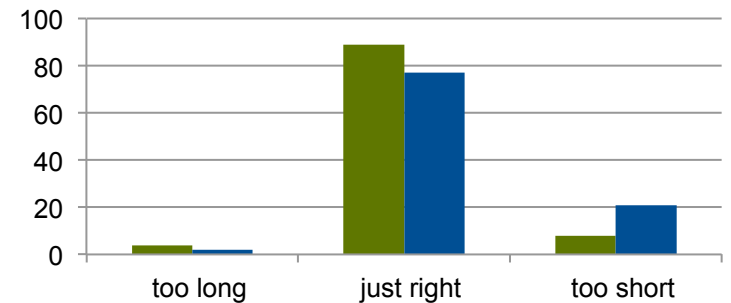
Deutschland



Spanien

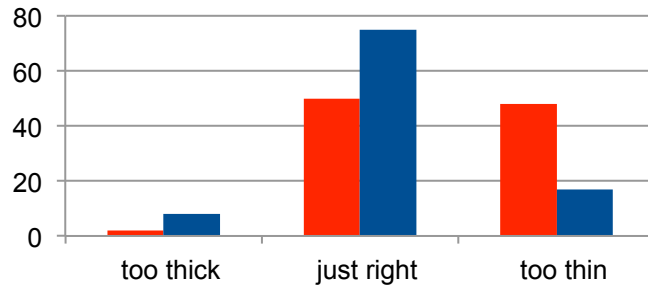


Polen



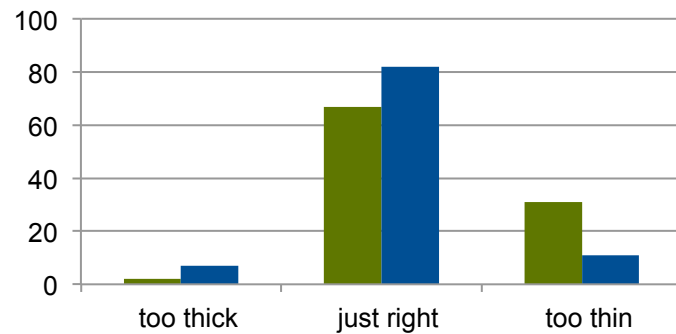
2.7 Ländervergleich: Konsistenz

Deutschland

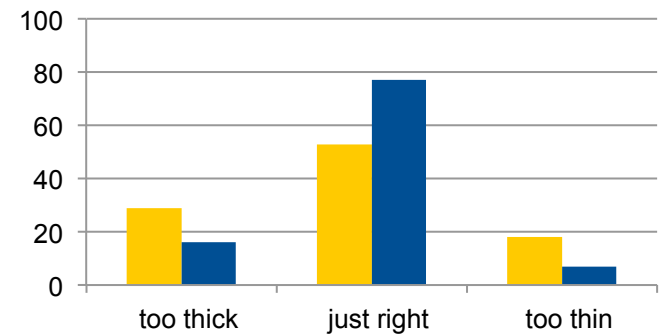


In allen Ländern kann die Konsistenz von PureGreen mehr überzeugen als das Konkurrenzprodukt

Polen



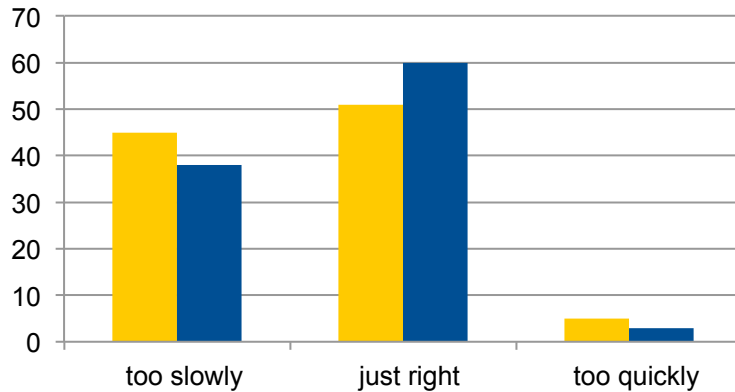
Spanien



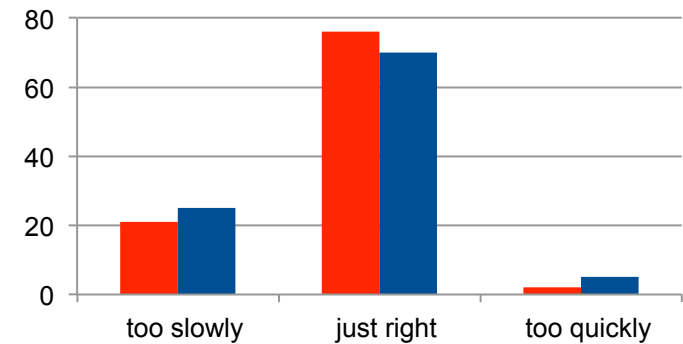
2.8 Ländervergleich: Einwirkzeit

Die Einwirkzeit von PureGreen schneidet in allen Ländern ähnlich gut ab wie das Konkurrenzprodukt

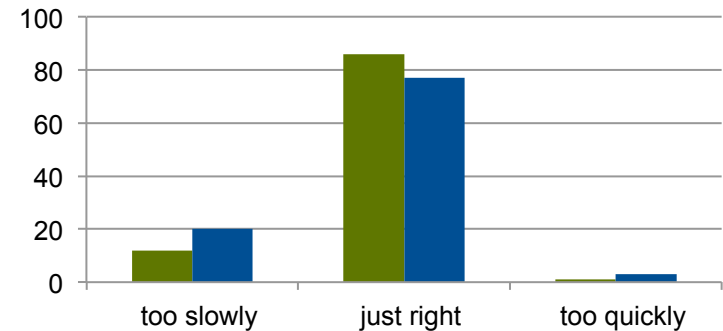
Spanien



Deutschland



Polen

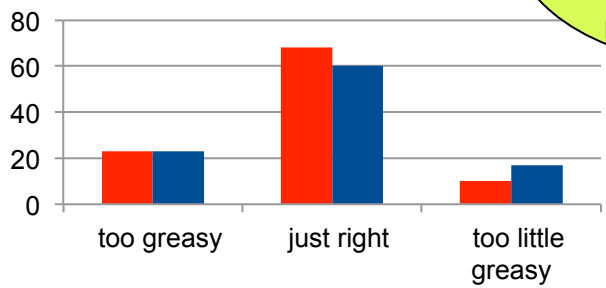


2.9 Fettigkeit

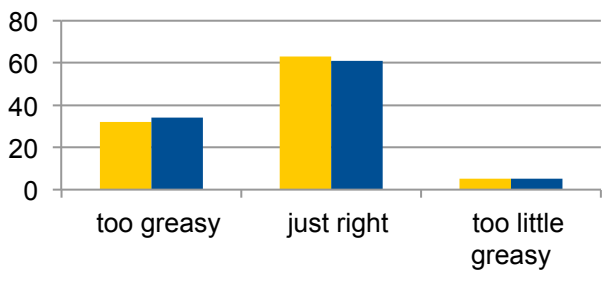
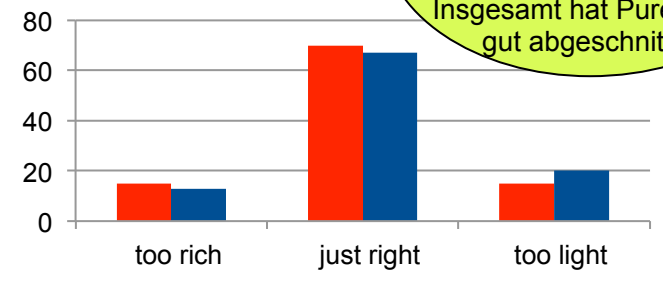
Reichhaltigkeit

Die Fettigkeit von PureGreen und vom Konkurrenzprodukt wird in allen Ländern überwiegend als genau richtig beurteilt

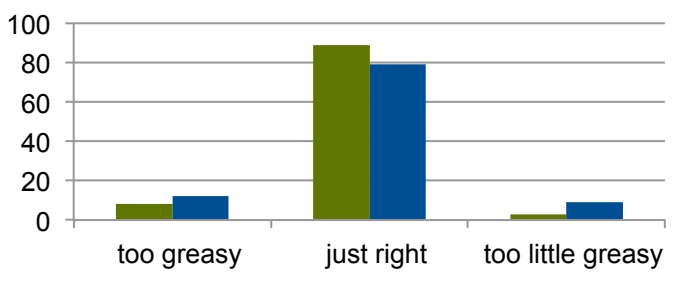
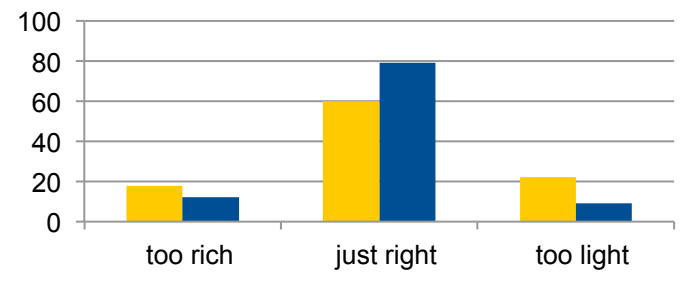
Die Reichhaltigkeit von PureGreen schneidet in Spanien und Polen besser ab als das Konkurrenzprodukt. Insgesamt hat PureGreen gut abgeschnitten



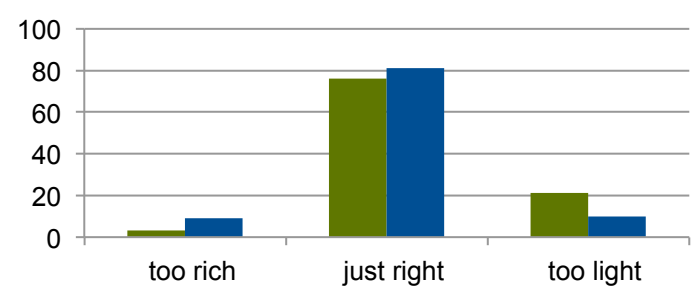
Deutschland



Spanien

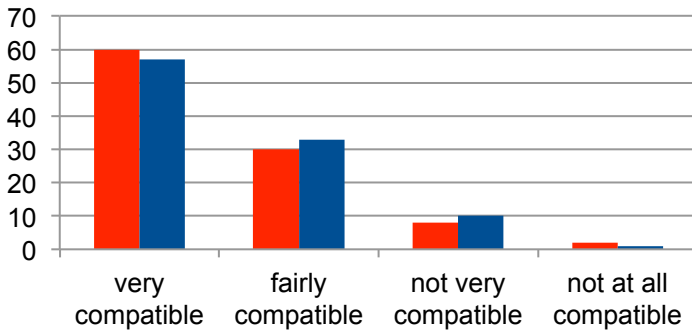


Polen



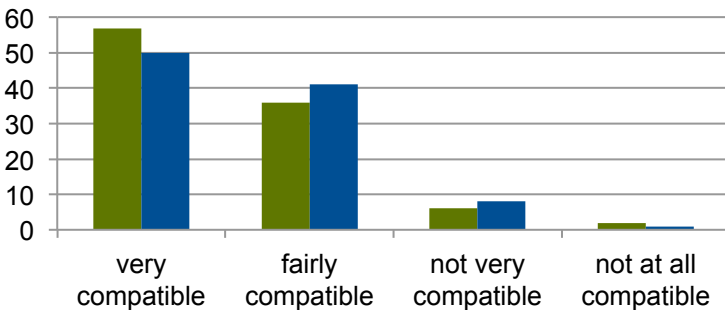
2.10 Ländervergleich: Hautverträglichkeit

Deutschland

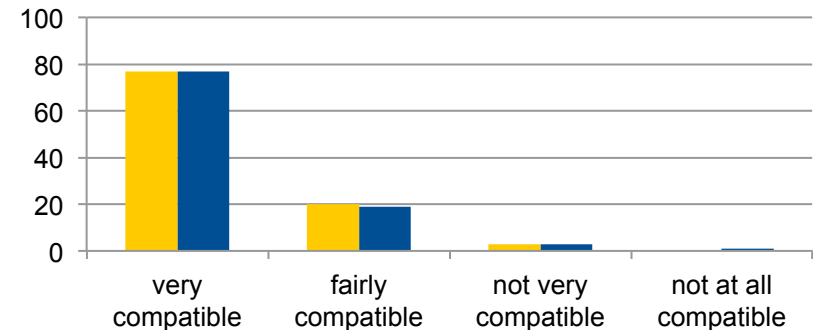


Die Hautverträglichkeit ist in allen Ländern auf einem vergleichbaren Niveau wie das Konkurrenzprodukt

Polen



Spanien



III. Conclusions

SCHAEFER inhome | use-test



3.1 Action Standards

Die neu entwickelte Rezeptur soll mit Blick auf die jeweiligen Wettbewerber in den lokalen Märkten mindestens ein **vergleichbares Niveau** bzgl. Der Produktleistung und der generellen Akzeptanz erreichen, um für die Markteinführung in Frage zu kommen.

- **Produktleistung**

- Duft



- Konsistenz



- Pflege



- **generelle Akzeptanz**

- generelle Qualitätseinschätzung



- generelle Kaufbereitschaft



3.2 Business Summary

Das Ziel der Studie ist, eine Prognose ableiten zu können, wie sich das neu entwickelte Naturkosmetikprodukt im Gegensatz zu den bereits am Markt etablierten Konkurrenzprodukten verhalten könnte. Um dies beurteilen zu können, wurde ein Inhome Use Test durchgeführt.

Die methodische Grundlage lieferte ein quantitativ-strukturierter Fragebogen, welcher online selbst auszufüllen war. Am Produkttest haben durchschnittlich 170 Frauen in Deutschland, Polen und Spanien teilgenommen. Es wurden jeweils das am Markt etablierte und das neue Naturkosmetikprodukt getestet. Die Fallzahl der Vergleichsprodukte war in den einzelnen Ländern vergleichbar. Die Grundgesamtheit setzte sich aus einer Kohorte mit einer Altersspanne von 18-39 Jahren und einer weiteren von 40-59 Jahren zusammen.

Die Produktleistung von PureGreen erreicht in allen getesteten Ländern, in den einzelnen Faktoren Duft, Konsistenz, Anwendung und Pflege ein vergleichbares oder besseres Niveau, als die Konkurrenzprodukte. In Deutschland erzielte PureGreen in der Kohorte zwischen 40-59 Jahren ein signifikant besseres Ergebnis als in der jüngeren Kohorte.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Action Standards erfüllt wurden. Daraus lässt sich die Prognose ableiten, dass das Produkt den Kundenbedürfnissen entspricht. Unsere abschließende Empfehlung ist, dass das Produkt in den Markt etabliert werden kann.

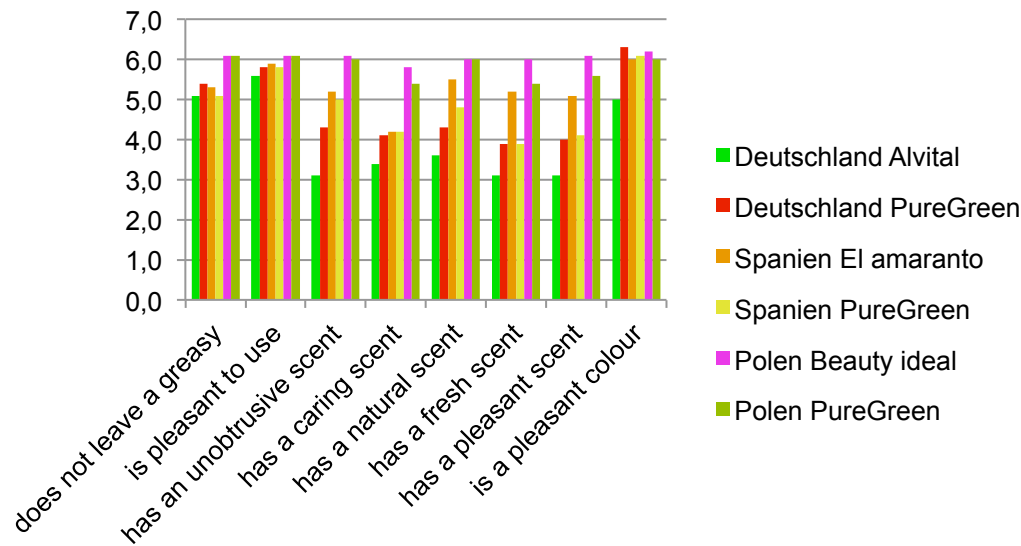
Vielen Dank für eure Aufmerksamkeit!

SCHAEFER inhome | use-test

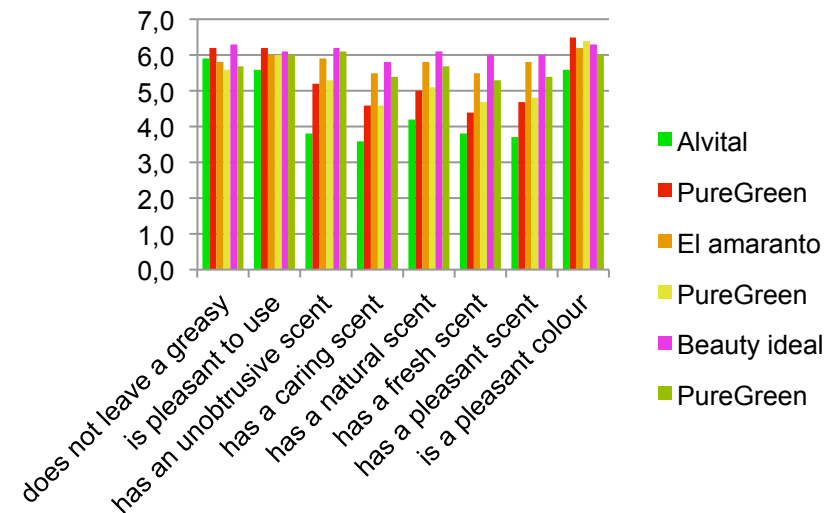


4.1 Anhang

Mittelwert 18 - 39 Jahre

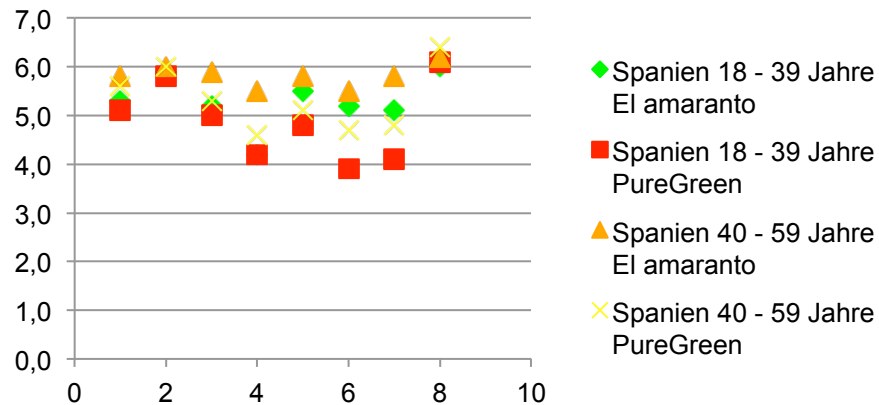


Mittelwert 40 - 59 Jahre



4.2 Anhang (2)

Mittelwertvergleich Spanien



Mittelwertvergleich Polen

