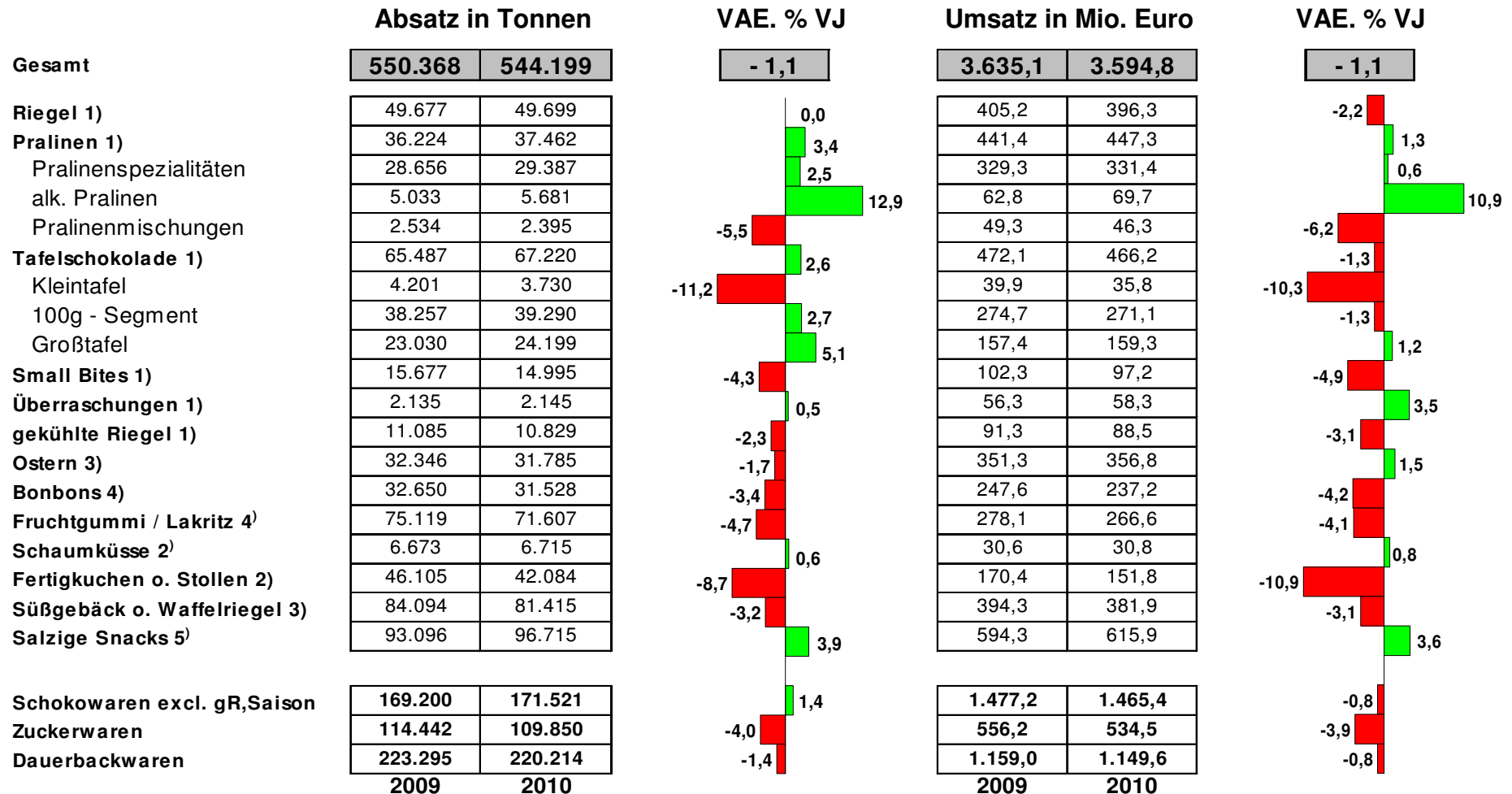


# Süßwarenmonitor

Absatz / Umsatz / Veränderungsraten

Basis: Deutschland (LEH + DM + Harddiscounter + Impuls), Januar – April 2009 vs. 2010



1) InfoScan (LEH ab 0qm + Harddiscounter + DM + Impuls)  
2) ConsumerScan\_Individual

3) InfoScan (LEH >200qm+Harddiscounter)  
4) InfoScan (LEH>200qm + Harddiscounter + DM)  
5) InfoScan (LEH>200qm + Harddiscounter + DM + Impuls)