

## Pressemitteilung

### Schönheits- und Haushaltspflege: Stabiles erstes Halbjahr 2021

**Frankfurt am Main, 08. September 2021 – Produkte der Schönheits- und Haushaltspflege bleiben im ersten Halbjahr 2021 gefragte Alltagshelfer – verstärkt auch wieder im Ausland. Der Exportumsatz erholt sich laut Hochrechnung des Industrieverbandes Körperpflege- und Waschmittel e. V. (IKW) deutlich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Er wächst um 8,1 Prozent auf 4,5 Milliarden Euro<sup>1</sup>. Treiber der Entwicklung war vor allem eine verstärkte Nachfrage bei Parfums und Hautpflegeprodukten. Bei den Verbrauchern in Deutschland haben Corona-Beschränkungen und Vorratskäufe aus dem ersten Corona-Jahr die Kauflust in den ersten sechs Monaten des Jahres getrübt: Das Inlandsgeschäft mit Produkten der Schönheits- und Haushaltspflege sank von Januar bis Juni um 3,6 Prozent auf einen Umsatz von 6,9 Milliarden<sup>2</sup>. Insgesamt blieb der erzielte Umsatz im ersten Halbjahr mit einem Plus von 0,1 Prozent auf einem stabilen Niveau.**

Der Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e. V. (IKW) schätzt den Gesamtumsatz mit Produkten der Schönheits- und Haushaltspflege im In- und Ausland in den ersten sechs Monaten des Jahres auf 11,4 Milliarden Euro<sup>3</sup>. Danach wuchs der Markt für Schönheitspflegeprodukte von Januar bis Juni insgesamt um 1,8 Prozent auf 8,3 Milliarden Euro im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Im selben Zeitraum wurden in Deutschland und in Exportmärkten Haushaltspflegeprodukte im Wert von 3,1 Milliarden Euro verkauft – ein Rückgang um rund zwei Prozent.

#### **Deutschland: Umsatzrückgang bei Schönheits- und Haushaltspflegeprodukten**

Im Bereich der Kosmetik- und Schönheitspflege hatten die Hygienevorgaben im letzten Jahr vor allem den Umsatz bei Seifen und Syndets in die Höhe getrieben. Im ersten Halbjahr 2021 zeigten sich die Verbraucher in Deutschland zurückhaltend im Erwerb von Produkten zur persönlichen Hygiene. Der Umsatz beläuft sich in den Monaten Januar bis Juni 2021 auf 5 Milliarden Euro (minus 3,9 Prozent). Zu den Umsatzverlierern zählten Haarpflege (minus 4,2 Prozent) und Duschpflege (minus 3 Prozent). Auch die dekorative Kosmetik konnte sich angesichts des noch stark eingeschränkten Alltags im ersten Halbjahr noch nicht auf Vorpandemie-Niveau erholen. Im Exportgeschäft hingegen erfreuen sich Damen- & Herrendüfte sowie Hautpflegeprodukte einer gesteigerten Nachfrage.

Auch bei den Haushaltspflegeprodukten war, nach einem sehr starken Vorjahreshalbjahr, die Nachfrage in Deutschland rückläufig. Wurde im vergangenen Jahr durch Homeoffice-Regelungen sowie Schul- und Kitaschließungen der private Verbrauch angekurbelt, kehrt die

---

<sup>1</sup> IKW Hochrechnung auf Basis Statistisches Bundesamt Jan-Juni 2021.

<sup>2</sup> IKW Hochrechnung auf Basis GfK Jan-Juni 2021 und eigenen Erhebungen.

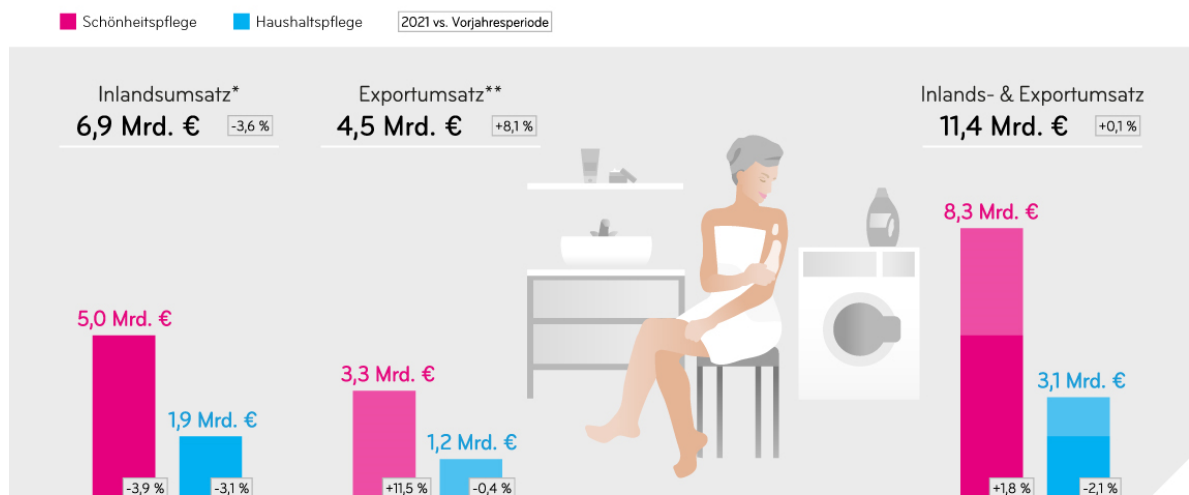
<sup>3</sup> IKW Hochrechnung auf Basis GfK Jan-Juni 2021, eigenen Erhebungen und Statistisches Bundesamt Jan-Juni 2021

Nachfrage im Jahr 2021 auf ein mittleres Niveau zurück. Die Menschen in Deutschland kauften in den ersten sechs Monaten des Jahres Haushaltspflegeprodukte im Wert von 1,9 Milliarden Euro. Das entspricht einem Minus von 3,1 Prozent. Größere Umsatzeinbußen verzeichneten Hygiene- und Sanitärreiniger (minus 21,6 Prozent): Waren sie zu Beginn der Pandemie meist vergriffen, ist die Nachfrage bei den Verbrauchern nun deutlich zurückgegangen. Auch Vollwaschmittel wurden im ersten Halbjahr deutlich weniger gekauft (minus 10,2 Prozent). Hoch im Kurs hingegen standen nach wie vor Handgeschirrspülmittel (plus 2,6 Prozent) und Maschinengeschirrspülmittel (plus 0,6 Prozent). Geschlossenen Kantinen, Mensen und Restaurants im Frühjahr führten dazu, dass auch weiterhin viel zu Hause gekocht wurde.

Thomas Keiser, Geschäftsführer des IKW, erläutert: „Für die Menschen persönlich, in ihrem Alltag, sind ein gepflegtes Äußeres und ein gepflegtes Zuhause nach wie vor sehr wichtig. Das Marktgeschehen rund um Produkte der Schönheits- und Haushaltspflege ist komplex und wird noch immer maßgeblich von der Pandemie bestimmt. Das macht eine solide Bewertung und Einschätzung der aktuellen Entwicklung und der Umsatzzahlen im Vergleich zu den Vorjahren schwierig. In einigen Bereichen sehen wir erste Tendenzen in Richtung einer neuen Normalität, teils auch mit veränderten Verbrauchergewohnheiten. Unsere Mitgliedsfirmen sind sehr innovativ und wandlungsfähig und damit bestens gerüstet, um sich diesen Herausforderungen zu stellen. Wir blicken positiv ins zweite Halbjahr.“

## Schönheits- & Haushaltspflege mit stabilem 1. HJ 2021

Inland schwach, Export stark



\* IKW-Schätzung Gesamtmarkt auf Basis von GfK, IRI und eigenen Infos / \*\* Statistisches Bundesamt

## **Über den IKW**

Der Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e. V. mit Sitz in Frankfurt am Main wurde 1968 gegründet. Er vertritt auf nationaler und europäischer Ebene die Interessen von mehr als 430 Unternehmen aus den Bereichen Schönheits- und Haushaltspflege. Die Branche macht einen Umsatz von über 19 Milliarden Euro und beschäftigt ca. 50.000 Arbeitnehmer. Die Mitgliedsunternehmen decken etwa 95 Prozent des Marktes ab.

Der IKW ist bei wissenschaftlichen, regulatorischen und wirtschaftlichen Themen Ansprechpartner für seine Mitgliedsfirmen, Ministerien, Behörden, Verbraucher, Institutionen und Verbände sowie für die Medien. Fachkundig beantworten die Experten der Kompetenzpartner Schönheitspflege und Haushaltspflege im IKW Fragen zu Haut- und Haarpflege, Schönheit und Selbstwert sowie Hygiene und Reinigung. Mehr Informationen erhalten Sie unter [www.ikw.org](http://www.ikw.org).

## **Kontakt**

Karen Kumposcht

Public Relations/Public Affairs Managerin  
Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e. V.  
The German Cosmetic, Toiletry, Perfumery and Detergent Association  
Mainzer Landstraße 55, 60329 Frankfurt am Main  
T +49.69.2556-1331 / F +49.69.237631  
kkumposcht@ikw.org / [www.ikw.org](http://www.ikw.org)