



SCHÖNHEIT UND SAUBERKEIT LASSEN KASSEN KLINGELN

Frankfurt am Main, 1. Dezember 2015. – Für Schönheits- und Haushaltspflegeprodukte geben Verbraucher 2015 in Deutschland deutlich mehr Geld aus als im Vorjahr. Nach einer vom Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e. V. (IKW) veröffentlichten Prognose werden beide Produktparten das Jahr jeweils mit einem Wachstum von 2,4 Prozent abschließen und liegen damit deutlich über der vom Herbstgutachten für die Bundesregierung erwarteten volkswirtschaftlichen Gesamtleistung von 1,8 Prozent.

Den Hochrechnungen zufolge wird der deutsche Einzelhandel mit Schönheitspflegemitteln rund 13,4 Milliarden Euro umsetzen. Das sind 300 Millionen Euro mehr als 2014. Die stärksten Umsatzbringer sind Haarpflegeprodukte sowie Haut- und Gesichtspflegemittel, die jeweils rund drei Milliarden Euro zum Gesamtwert beitragen. Während der Haarpflegemarkt sein hohes Niveau nahezu unverändert hält, können Cremes, Lotionen & Co fast fünf Prozent zulegen.

Als weitere Wachstumstreiber erweisen sich Dekorative Kosmetik (4,2 Prozent), Bade- und Duschzusätze (3,9 Prozent), Mund- und Zahnpflegemittel (2,3 Prozent) sowie Seifen und Syndets (2,9 Prozent). Ebenfalls steigende Werte weisen Babypflege, Herren- und Damendüfte aus. Niedrigere Umsatzzahlen ermittelte der IKW bei Deodorantien, Aftershaves und Rasierpflege- sowie Enthaarungsmitteln.

Für Produkte zum Waschen, Putzen und Reinigen werden die Kassen des Einzelhandels bis Jahresende einen gegenüber 2014 um 100 Millionen Euro auf rund 4,5 Milliarden Euro gestiegenen Warenwert registrieren. Mit weitem Abstand größter Umsatzbringer dieser Sparte sind die Universal-/Voll- und Colorwaschmittel, die um 1,2 Prozent auf 1,2 Milliarden Euro wachsen. Ebenfalls zulegen können Fein- und Spezialwaschmittel (2,3 Prozent), Waschhilfsmittel (2,1 Prozent) und Weichspüler (2,3 Prozent). Anteilsmäßig am stärksten gewinnen Reinigungsmittel (4,8 Prozent) und Raumdüfte (4,1 Prozent) hinzu. Für Geschirrspülmittel sowie Wohnraum-, Leder- und Autopflegemittel weist die Statistik Verkaufszahlen auf Vorjahresniveau oder leichten Zuwachs aus.

Auch für 2016 geht der IKW von einer positiven Entwicklung der Warengruppen aus.

Die Zahlen sind eine Hochrechnung des IKW, Marktgrößen zu Endverbraucherpreisen.
Auf Basis von Daten Januar bis September 2015 von IRI Information Resources GmbH und Mitgliederinformationen.

