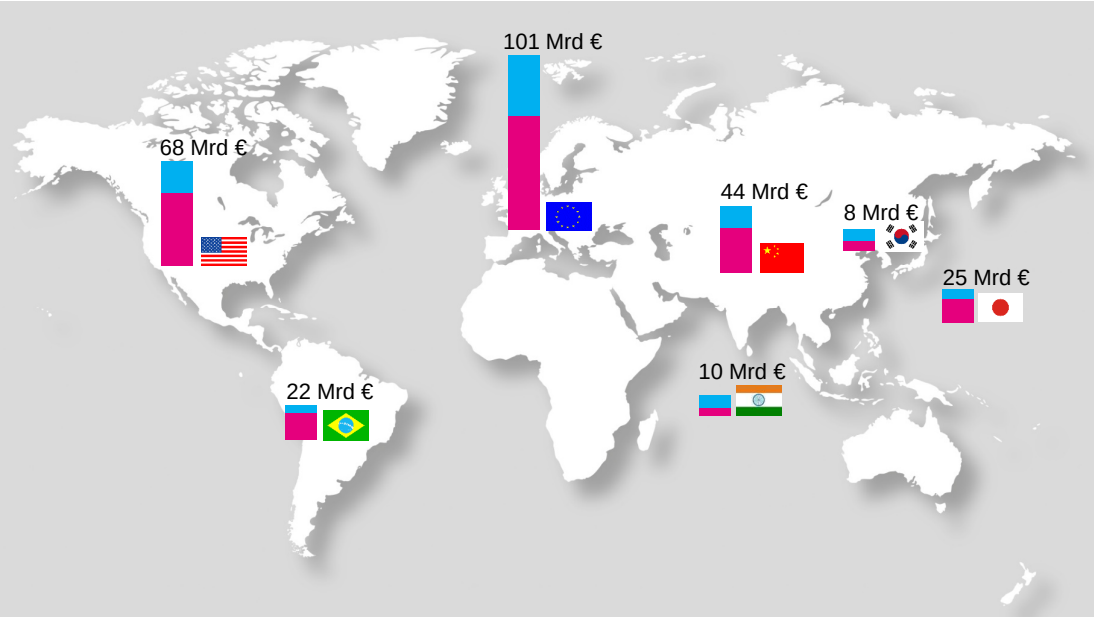
Europa ist mit über 100 Milliarden Euro größter Markt für Schönheits- und Haushaltspflegeprodukte mit stabiler Entwicklung



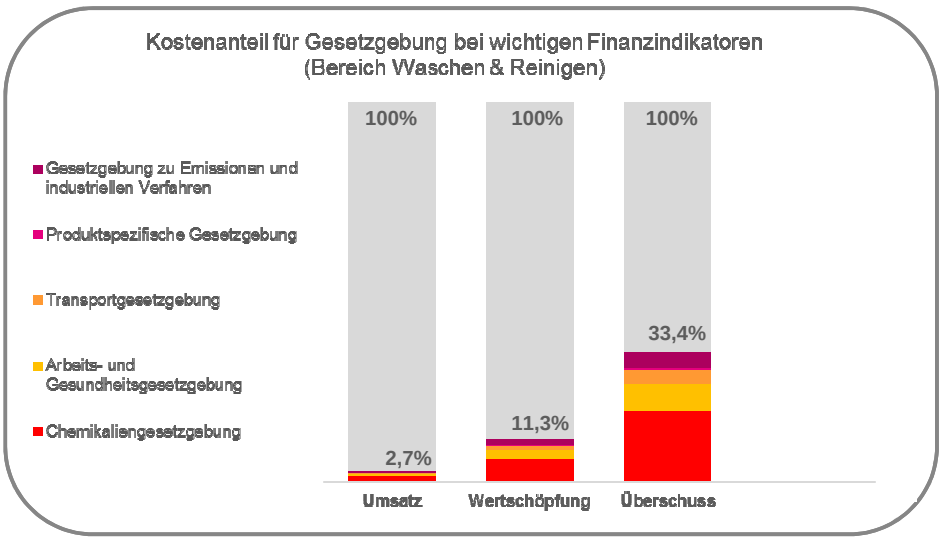
Quelle: IKW Statistik 2014 (EVP), Cosmetics Europe, Kline&Company, JCIA, JDMA, JSDA, Euromonitor), Europa: EU28 + Norwegen + Schweiz

Schönheits- & Haushaltspflegeindustrie leistet wichtigen sozio-ökonomischen Beitrag in Europa

ARBEITSPLÄTZE	95.000 360.000	141.000 2.000.000	236.000 2.360.000
WERTSCHÖPFUNG	24,6 Mrd. €	29 Mrd. €	53,6 Mrd. €
KONSUMENTEN	500 Mio.	500 Mio.	500 Mio.

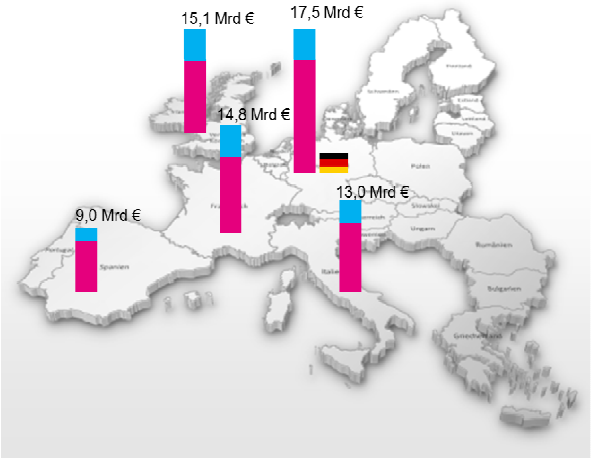
Quelle: IKW-Schätzung basierend auf Studien von A.I.S.E/Huggard Consulting Group und Cosmetics Europe/Risk & Policy Analysts 2015

Hohe Kostenbelastung durch Rechtsvorgaben



Quelle: Studie EU-Kommission 2016 –
Kumulative Kostenabschätzung für Chemieunternehmen durch die europäische Gesetzgebung

Innerhalb Europas ist Deutschland größter Markt für Schönheits- und Haushaltspflegeprodukte mit stabil positiver Entwicklung



Quelle: IKW Statistik 2014 (zu Endverbraucherpreisen)

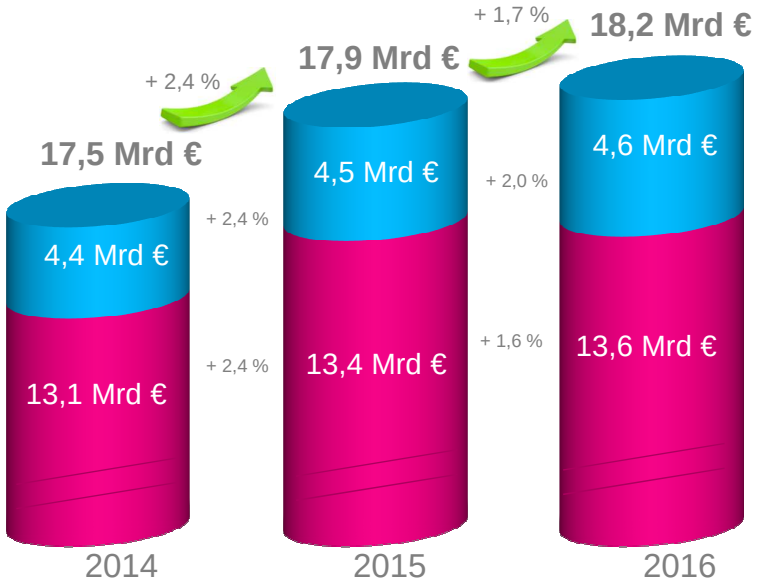
2016
durchschnittlich
215 € pro Kopf
für Schönheits-
und Haushaltspflege

Schönheits- & Haushaltspflegeindustrie leistet wichtigen Sozio-Ökonomischen-Beitrag in Deutschland

ARBEITSPLÄTZE	15.000 100.000	35.000 400.000	50.000* 500.000*
WERTSCHÖPFUNG	3,5 Mrd. €	6 Mrd. €	9,5 Mrd. €*
KONSUMENTEN	80 Mio. 4,2 Std./W.	80 Mio. 5,1 Std./W.	80 Mio.* 9,3 Std./W.**

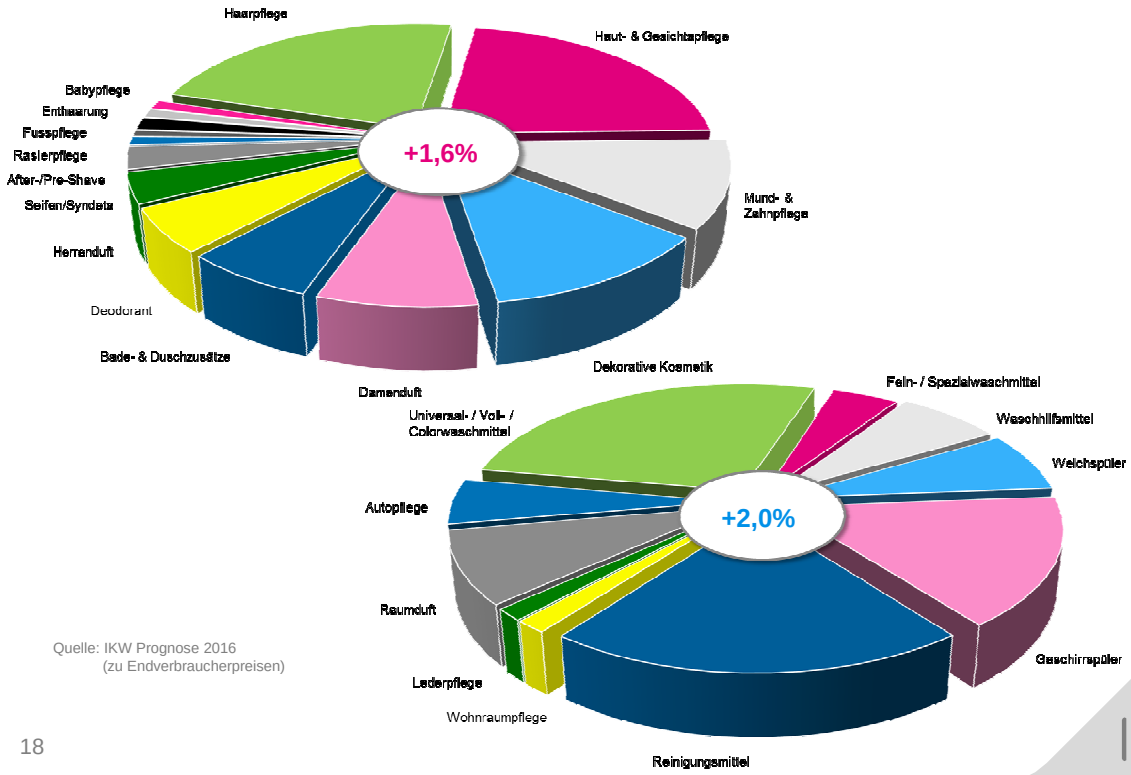
Quelle: * IKW-Schätzung basierend auf Studien von AISE/Huggard Consulting und Cosmetics Europe/Risk & Policy Analysts 2015
** IKW-Schätzung Durchschnittliche Nutzungsdauer auf Basis Studien von GfK und IFM

IKW-Prognose 2016:
Der Schönheits- und Haushaltspflege-Markt steigt auf 18,2 Milliarden Euro Umsatz mit weiterhin stabilem Wachstum von +1,7 Prozent bzw. +306 Mio. Euro



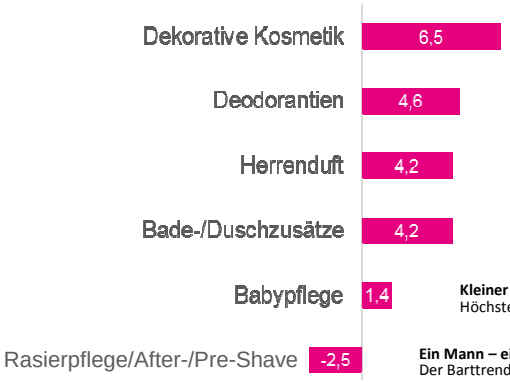
Quelle: IKW Prognose 2016 (auf Basis von IRI-Daten / zu Endverbraucherpreisen)

Die größten Segmente bei Schönheits- und Haushaltspflege bleiben wie im Vorjahr bestehen.



Quelle: IKW Prognose 2016
(zu Endverbraucherpreisen)

Schönheits- und Haushaltspflege wächst stabil.
Die wesentlichen Trends in 2016:



Feminin ist Trumpf
Innovationen insb. bei Gesichts- und Lippenprodukten. Bspw. tragen 67% der jungen Mädchen täglich Mascara auf und besitzen Schatzkisten voll Nagellack (Jugendstudie)

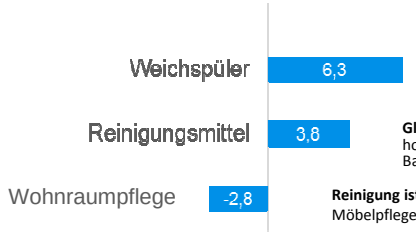
Nicht ohne mein Deo!
Sprays steigen, Sticks und Roll-Ons rückläufig

Wer (gut) riecht, gewinnt
Männer wollen gut riechen – und flexibel sein. Ein Mann, zwei Düfte?

Szenenwechsel: ab unter die Dusche
Duscherlebnis macht bereit für neue Aufgaben. Duftinnovationen sind Treiber

Kleiner Babyboom
Höchste Geburtenrate in Deutschland seit über 30 Jahren

Ein Mann – ein Bart!
Der Barttrend ist allgegenwärtig



Wohlfühlen, Duft und Werterhalt sind angesagt!
Komfort für empfindliche Haut + praktischer Nutzen: verringerte Elektrostatik, Farbschutz, Formerhalt

Glück daheim
hochwertigere Materialien brauchen hochwertige Reinigungs- und Pflegemittel.
Bad-/ Sanitärreiniger sowie WC-Steine steigend. Innovationen sind Treiber.

Reinigung ist die neue Pflege!
Möbelpflege stabil, Bodenpflege rückläufig

Quelle: IKW Prognose 2016 (in % zum Vorjahr)

Ausblick 2017

IKW-Prognose 2017:
Die Schönheits- und Haushaltspflege-Industrie leistet auch weiterhin einen wesentlichen Beitrag zu einer stabilen Wirtschaftsentwicklung

65

MARKTENTWICKLUNG

65 % der befragten Unternehmen beurteilen die zukünftige Markt-Entwicklung mit ‚gut/sehr gut'

63

PERSONALENTWICKLUNG

63 % der Befragten haben Einstellungen geplant oder bereits durchgeführt

70

INVESTITIONEN

70 % der Befragten planen Investitionen oder haben diese bereits durchgeführt

KANÄLE

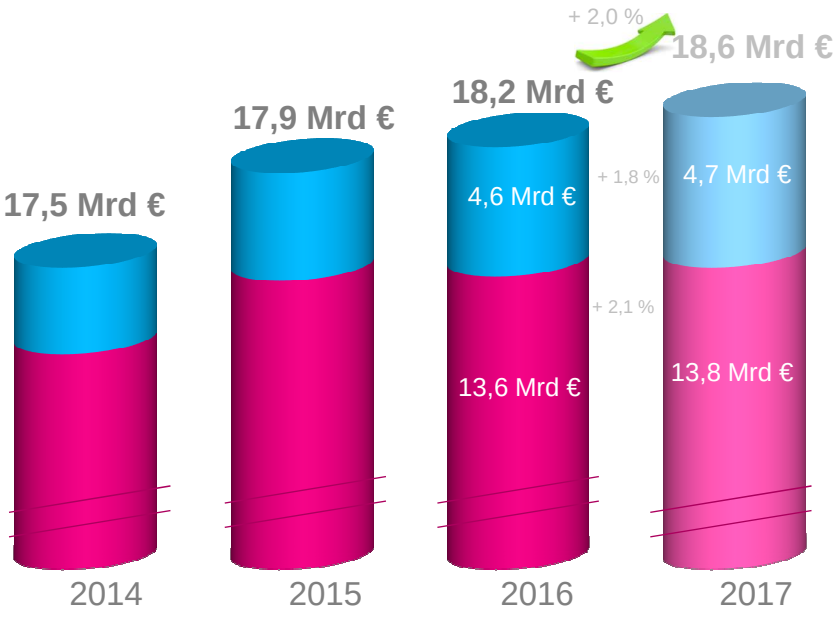
- Drogeriemärkte
- E-Commerce

HERAUSFORDERUNGEN

- Endverbraucher-Erwartungen
- Absatzkanäle
- Margenerhalt

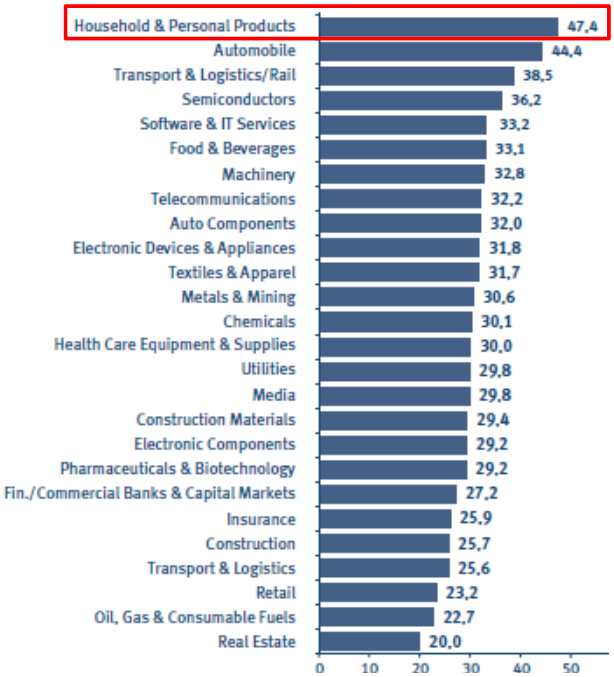
Quelle: IKW-Branchen-Barometer 12/2016

IKW-Prognose 2017:
Der Schönheits- und Haushaltspflege-Markt entwickelt sich weiter positiv

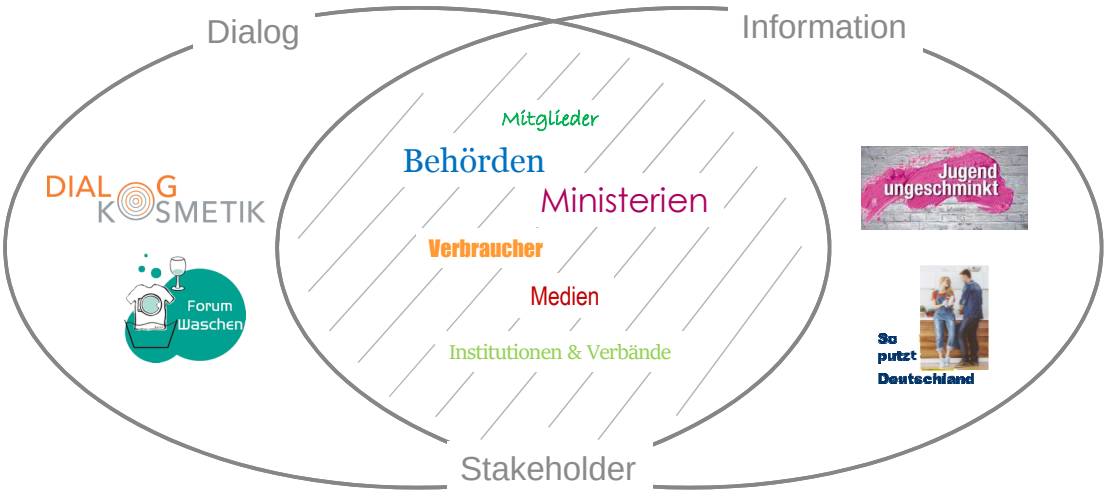


Quelle: IKW Prognose 2017 (zu Endverbraucherpreisen)

Schönheits- und Haushaltspflege weltweit führend bei der Integration von Nachhaltigkeitskriterien.



Quelle: oekom Corporate Responsibility Review 2016

Der IKW steht für offenen Dialog und transparente Informationen.
Zum Nutzen der Verbraucher, deren Gesundheit, der Ressourcenschonung und auch der Umwelt.

BEISPIELE: