Pressemitteilung

KOSMETIKA UND REINIGER GLÄNZEN MIT SOLIDEM WACHSTUM

Frankfurt am Main, 1. Dezember 2016.
Ein gepflegtes Äußeres und ein sauberes Zuhause stehen bei deutschen Verbrauchern hoch im Kurs. Wie der Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e. V. (IKW) in Frankfurt mitteilt, wachsen die Konsumausgaben für Produkte der Schönheitspflege und der Haushaltspflege im Jahr 2016 insgesamt um 1,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Damit sind die beiden Produktsparten erneut Eckpfeiler des Konjunkturwachstums in Deutschland.

Gestiegen ist auch der Betrag, den die Menschen in Deutschland durchschnittlich pro Kopf in Schönheits- und Haushaltspflegeprodukte investieren. Er liegt mit 215 Euro um 1,9 Prozent über dem Wert des Jahres 2015 und deutlich über dem EU-Mittelwert.

Nach der Gesamtjahreshochrechnung des IKW geben Verbraucher in Deutschland dieses Jahr über 300 Millionen Euro mehr für Kosmetika und Waschmittel aus als 2015; insgesamt rund 18,2 Milliarden Euro. So können beide Kategorien ihre herausragend starke Stellung an den Ladenkassen nahezu unverändert halten.

„Die Warengruppen Haushalts- und Schönheitspflege sind 2016 weiter gewachsen und damit erneut Stütze der Konsumgütermärkte“, so Christoph Knoke, Managing Director von IRI Information Resources. „Haushalts- und Schönheitspflegemittel sind Selbstbewusstsein und Lebensqualität direkt aus der (Ver-)Packung. Sie befriedigen (in unserer schnelllebigen Zeit) den Wunsch des Verbrauchers nach Cocooning, Selfness und Well-Being.“ „Während im Bereich Beauty die Wachstumspotenziale in der Kombination von Qualität, Inszenierung und sozialer Verantwortlichkeit liegen, bestehen im Bereich Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel die Wachstumspotenziale in der Kombination von Qualität, Nachhaltigkeit und Convenience“, ergänzt Dr. Robert Kecskes, GFK SE.

Für Kosmetika geben die Verbraucher dieses Jahr über 200 Millionen Euro mehr aus als 2015; insgesamt rund 13,6 Milliarden Euro. Jeweils rund drei Milliarden Euro tragen erneut Shampoos, Colorationen & Co sowie Haut- und Gesichtspflegemittel zum Gesamtumsatz bei. Mut zu Farbe und Styling zeigen Frauen in Deutschland, die mit starkem Interesse an Mascara, Lippenstift und Nagellack der Kategorie Dekorative Kosmetik mit plus 6,5 Prozent den höchsten Wachstumssprung aller Produktgruppen bescheren. Ebenfalls überproportional steigt die Nachfrage nach Deos (plus 4,6 Prozent), Düften für den Mann (plus 4,3 Prozent) sowie Bade- und Duschzusätzen (plus 4,2). Höhere Gesamtwerte erzielen auch Mund- und Zahnpflege (plus 2,7 Prozent), Seifen und Syndets (plus 2,4 Prozent) und Babypflegemittel. Damendüfte und

Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e. V.
Mainzer Landstraße 55 / 60329 Frankfurt am Main / T +49.69.2556-1331 / info@ikw.org / www.ikw.org

Enthaarungsmittel bleiben auf Vorjahresniveau, während Rasierpflege sowie Aftershave um 2,6 Prozent und 2,5 Prozent an Wert einbüßen.

Ein geplegtes und sauberes Zuhause ist Verbrauchern in Deutschland viel wert. Die Ausgaben für Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel steigen um zwei Prozent auf 4,6 Milliarden Euro. Mit Abstand stärkste Produktgruppe dieser Sparte sind Universal-, Voll- und Colorwaschmittel, die dem Handel 1,2 Milliarden Euro Umsatzbeitrag bescheren. Dieser Wert liegt mit 0,7 Prozent leicht über Vorjahr. Reinigungsmittel und Geschirrspüler, die mit 981 und 735 Millionen Euro zweit- und drittwichtigste Umsatzbringer sind, können sich um 3,8 und 2,8 Prozent verbessern. Das größte Wachstum weist die IKW-Hochrechnung für Weichspüler aus (plus 6,3 Prozent). Raumdüfte setzen mit 1,5 Prozent mehr Umsatz den Aufwärtstrend der letzten zwei Jahre fort. Dagegen sind die Zahlen für Fein- und Spezialwaschmittel, Waschhilfsmittel und Autopflegemittel im Jahresvergleich nicht oder kaum verändert. Lederpflege (minus 0,2 Prozent) und Wohnraumpflege (minus 2,8 Prozent) notieren mit niedrigeren Werten als 2015.

Die aktuellen Zahlen bestätigen den nachhaltigen Aufwärtstrend der Branche und die damit verbundene, kontinuierliche Wertsteigerung. „Die wirtschaftliche Substanz der Branche zeigt sich aber vor allem in einer längerfristigen Perspektive“, so Dr. Rüdiger Mittendorff, Vorsitzender des IKW. „Allein während der vergangenen zehn Jahre konnten die IKW-Mitglieder rund 18 Prozent Wachstum erzielen. Hinter dieser nüchternen Zahl steht die erfolgreiche Arbeit von ca. 50.000 Mitarbeitern, deren wirtschaftliche Leistung Verbraucher täglich mit ihren Kaufentscheidungen bestätigen.“

Mit Blick auf das Jahr 2017 sind die Mitgliedsunternehmen des IKW optimistisch, die positive Entwicklung fortschreiben zu können, wie das IKW-Branchen-Barometer zeigt: 65 Prozent der befragten Mitgliedsunternehmen beurteilen die zukünftige Marktentwicklung als gut oder sehr gut. 63 Prozent planen Einstellungen oder haben sie bereits getätigt und über 70 Prozent planen Investitionen oder haben diese bereits durchgeführt. Insgesamt erwartet der IKW für 2017 in den Bereichen Schönheitspflegemittel und Haushaltspflegemittel eine weitere positive Entwicklung um zwei Prozent.

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 400 Unternehmen aus den Bereichen Schönheits- und Haushaltspflege. Mit einem Umsatz von fast 18 Milliarden Euro decken die Mitgliedsunternehmen ca. 95 Prozent des Marktes ab und beschäftigen ca. 50.000 Arbeitnehmer.

Der IKW ist bei wissenschaftlichen, regulatorischen oder wirtschaftlichen Themen Ansprechpartner für seine Mitgliedsfirmen, Ministerien, Behörden, Verbraucher, Institutionen und Verbände sowie für die Medien. Fachkundig beantworten die 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

Die Zahlen sind eine Hochrechnung des IKW, Marktgrößen zu Endverbraucherpreisen. Auf Basis von Daten Januar bis September 2016 von IRI Information Resources GmbH und Mitgliederinformationen.