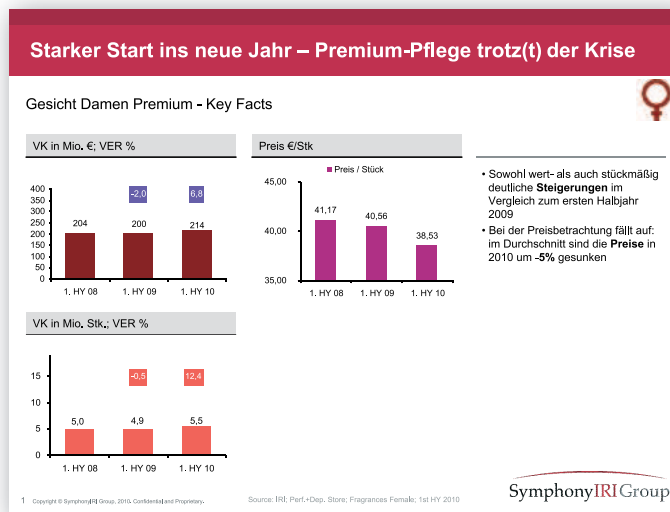


Selektive Gesichtspflege – Licht am Umsatzhorizont?



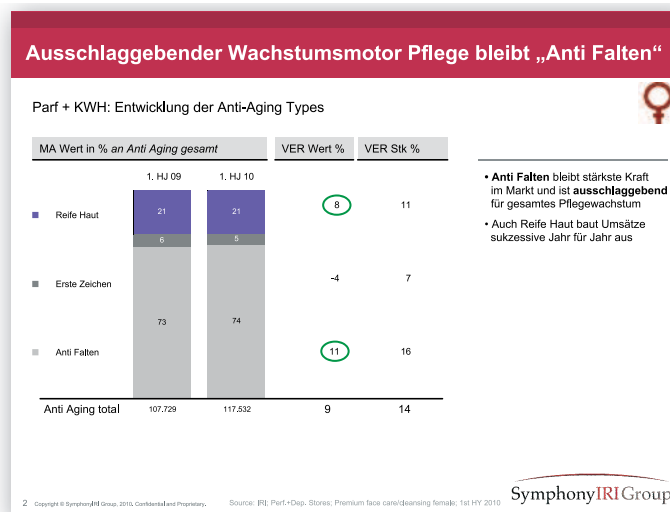
Sabine Hefter
Director Cosmetics
SymphonyIRI Group GmbH

Das Jahr 2010 zeigt eine Trendwende für die Umsätze innerhalb der Gesichtspflege: nach Jahren mit negativen Vorzeichen wird ein Wachstum nicht nur im Mengenbereich, sondern auch im Wertbereich verzeichnet.



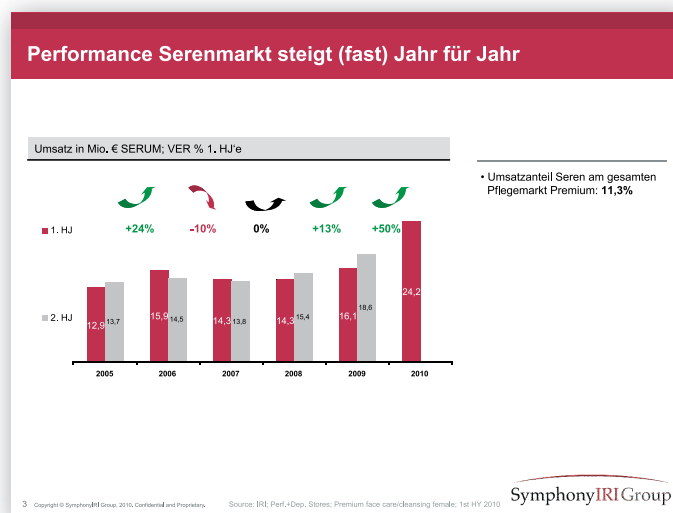
Verschiedene Trends geben Impulse für diese positive Entwicklung. Schauen wir uns einige davon im einzelnen an:

Ant-Aging-Sortimente: ein „alt“-bekanntes Thema, das seine Erfolgsstory, unterstützt durch die Entwicklung der Alterspyramide, weiter fortsetzt. Produktranges werden ausgebaut, aber auch die Bestandssortimente kontinuierlich gepflegt und damit in die Erinnerung der Käuferin gebracht. Das führt bei den Produktkategorien „reife Haut“ und „Anti-Falten-Pflege“ zu deutlichem, vor allem bei der Anti-Faltenpflege zu zweistelligem Wachstum! Mittlerweile ist für -fast- jeden Preiswunsch auch in der Parfümerie ein Angebot zu finden. Gerade bei den Produkten für reife Haut ist eine Tendenz zu Extremen erkennbar: sowohl sehr teure, als auch die eher preiswerten Einstiegsmarken sind gefragt, während die mittleren Preisangebote verlieren. Vielleicht ein Zeichen, dass die Konsumentin klare Preispositionierungen und damit einhergehende Wirkungsversprechen besser akzeptiert?



Exklusiv- und Eigenmarken setzen auch in der Gesichtspflege starke Akzente. Während die Exklusivmarken sich mehrheitlich weder preislich noch im Inhaltsversprechen von den Depotmarken unterscheiden, setzen die Eigenmarken eher im Preiseinstiegsbereich an. Betonte Regalpräsenz, gepaart mit intensiver Beratungsansprache im Geschäft, lassen diese Marken zunehmend zur Konkurrenz der Depotmarken werden. Noch ist nicht absehbar, ob es sich hierbei auf Dauer um eine reine Verdrängung mit wenig Nutzen für die Gesamtkategorie handeln wird, oder ob das Engagement des Handels hier zu einem längerfristig größeren Interesse für hochwertige Gesichtspflege führen kann.

Die Nische der **Seren** wächst mittlerweile im zweiten Jahr überdurchschnittlich stark. Neue Angebote, auch hier wieder zusätzlich aus dem Exklusivmarkenbereich des Handels, führen zu einem Wachstum von 50%! Der Produktbereich ist lukrativ, da er i.d.R. als Zusatzprodukt zur normalen Pflegerange genutzt werden soll und es damit keine Austauschendenzen zu bisherigen Sortimenten gibt.



Sets sind zumindest in der Mengenentwicklung wieder ein kleiner Wachstumsträger: ein Mengenwachstum von 16 % (Vergleich 1.HJ 2009/2010) bei stabilen Umsätzen macht bereits deutlich, dass die preiswerten Einstiegssets das Angebot beherrschen. Kleinere Packungsgrößen (gern als Reisegrößen genommen?) sowie teilweise neue, preiswertere Markensets verführen zum Ausprobieren. Auffällig viele Augenpflegesets werden gekauft – erste Versuche von Käuferinnen, bisher noch nicht genutzte Pflegeanwendungen auf preiswerte Weise auszuprobieren?

In den nächsten Monaten, gerade vor Weihnachten, wird ein Anstieg der höher wertigen „Geschenk“-Sets zu erwarten sein. Die Entwicklung der letzten Jahre lässt ein deutliches Anziehen der Durchschnittspreise erwarten: als Geschenk darf es auch einmal das Set für über 200,-- €! Das darf allerdings nicht darüber hinweg täuschen, dass der primäre Nutzen der Sets weiterhin in der Ausprobierfunktion für neue Marken/Varianten/ Zusatzprodukte liegt und der Käufer hier primär über den Preis verführt wird, etwas auszuprobieren.

Insgesamt bleibt es spannend: wird sich die selektive Gesichtspflege mit ihren neuen Impulsen auf Dauer erfolgreich von der Drogeriemarktware absetzen können? Werden Produkt- und Handelsversprechen ausreichen, die Kundin in die Parfümerie und zur hochpreisigen Marke zu ziehen? Es bedarf hier mit Sicherheit eines langen Atems – die nächsten Monate (und Jahre) werden es zeigen!

Sabine Hefter
 Director Cosmetics
 SymphonyIRI Group GmbH
 sabine.hefter@symphonyiri.com

VKE-KOSMETIKVERBAND · UNTER DEN LINDEN 42 · D-10117 BERLIN
 PHONE +49 (0) 30.20 61 68-0 · FAX +49 (0) 30.20 61 68-720 · EMAIL: INFO@KOSMETIKVERBAND.DE · WWW.KOSMETIKVERBAND.DE

PRESSEBÜRO ANTJE BRÜNE · WESTFALENWEG 381 · D-42111 WUPPERTAL
 PHONE +49 (0) 202.70 52 636 · FAX +49 (0) 202.70 52 638 · EMAIL: INFO@PRESSE-BRUENE.DE