

Pressemitteilung

Weihnachtsgeschäft 2015: Düfte und Kosmetik ganz oben in der Verbrauchergunst Industrie mit verhaltenen Erwartungen für 2016

Berlin, 27.11.2015: Düfte und Kosmetikprodukte werden auch in diesem Jahr unter vielen Weihnachtsbäumen liegen. Fast jeder Dritte plant, Beautyprodukte zu erwerben. Damit rangieren lediglich Bargeld bzw. Gutscheinepräsente noch höher in der Gunst der Schenkenden. Auf den Plätzen folgen Spielzeug, Bücher und Kleidung. Das hat eine repräsentative Untersuchung von TNS Deutschland und VKE-Kosmetikverband ergeben. 19 Prozent der Befragten wollen allerdings in diesem Jahr komplett auf Geschenke verzichten.

Jeder Zweite hierzulande verschenkt einen Duft, gefolgt von Sets (41 %) und Parfümeriegutscheinen (30 %). Einzelne Pflegeprodukte hat jeder vierte Verbraucher auf der Shoppingliste und 13 Prozent beschenken mit Lippenstiften, Mascara und Nagellacken. Bei den Jüngeren (18-34 Jahre) sieht es etwas anders aus, hier sind Geschenksets am beliebtesten.

„Weihnachten ist für unsere Branche auch weiterhin der entscheidende Geschäftszeitraum. Bei den geplanten Ausgaben gibt es im Umfang keine wesentlichen Veränderungen gegenüber 2014. 68 % wollen ungefähr gleich viel verschenken. Die Mehrheit der Konsumenten beabsichtigt, die Einkäufe Anfang bis Mitte Dezember zu erledigen. Die Erfahrung zeigt jedoch, dass Düfte und Kosmetik gerade in den Tagen vor dem Fest massiv nachgefragt werden“, erläutert VKE-Geschäftsführer Martin Ruppmann.

Ihre Duft- bzw. Kosmetikgeschenke kaufen die Befragten dabei am liebsten im stationären Handel und dort vor allem im Fachgeschäft (51 %). 22 % shoppen bei Amazon. 21 % nutzen die autorisierten Online-Shops der Fachgeschäfte.

Wie wichtig das Weihnachtsgeschäft ist, belegen auch die Ergebnisse einer aktuellen VKE-Mitgliederumfrage: 40 % der VKE-Firmen haben für das zweite Halbjahr 2015 höhere Marketingausgaben eingeplant und setzen auf das Weihnachtsgeschäft.

Insgesamt zeigt sich aber eine eher zurückhaltende Stimmung bei den Lieferanten. Verzeichneten im ersten Halbjahr 2015 noch 68 % der Unternehmen eine „positive“ bis „stark positive“ Umsatzentwicklung, erwarten 60 % für die zweite Hälfte des Jahres lediglich einen befriedigenden Umsatz.

Für 2016 sind die Erwartungen weiterhin verhalten, aber noch positiv. 56 % der befragten Unternehmen rechnen damit, dass ihre Umsätze bei der pflegenden Kosmetik sich „eher gut“ bis „sehr gut“ entwickeln. 40 % erwarten steigende Umsätze im Bereich der so genannten Dekorativen Kosmetik und 36 % bei den Düften.

Digitalisierung steht auch für 2016 ganz oben auf der Agenda der Unternehmen des selektiven Kosmetikvertriebs. 96 % der Verbandsmitglieder stufen E-Commerce als „wichtig“ bis „sehr wichtig“ für ihr Haus ein. Für 92 % ist der Online-Auftritt von „hoher“ oder „sehr hoher“ Relevanz für die Darstellung ihrer Marken. Dementsprechend deutlich steigen die Online-Werbevolumen im Vergleich zum Vorjahr: 20 % der VKE-Mitglieder werden mehr in die Bannerwerbung investieren, 28 % in Suchmaschinenwerbung, 24 % in Onlinevideowerbung und 20 % in die E-Mail-Werbung.

Facebook und Instagram spielen bei 44 % der Unternehmen eine „große“ Rolle bei der Vermarktung ihrer Produkte. Die Bedeutung von Twitter bleibt allerdings „eher gering“ (44 %) bzw. sogar „sehr gering“ (28%).

Über die Umfragen

Die Ergebnisse der TNS-Untersuchung fußen auf einer qualitativen Befragung von 1.024 deutschen Konsumenten, die im November 2015 durchgeführt wurde. Die Befragten stellen eine repräsentative Stichprobe dar hinsichtlich ihres:

- Alters: zwischen 18 und 64
- Geschlechts: 51 % männlich, 49 % weiblich.

Diese Erkenntnisse wurden durch die Ergebnisse der Mitgliederumfrage des VKE-Kosmetikverbandes (gemeinsam mit der ISM International School of Management) im Oktober/November 2015 ergänzt.

VKE-Kosmetikverband e.V.

Der VKE-Kosmetikverband wurde 1952 gegründet und nimmt die gemeinsamen Berufs- und Fachinteressen der Distributeure bzw. Hersteller selektiv vertriebener Duft- bzw. Kosmetikprodukte in Deutschland wahr. Bei seiner Arbeit geht es dem VKE als Industriefachverband vor allem darum, das Eigenverständnis der Depotkosmetik innerhalb eines klaren ordnungspolitischen Rahmens zu stärken und auf allen politischen und wirtschaftlichen Ebenen zu manifestieren. Der Verband ist kompetenter Ansprechpartner bei der Gestaltung der Beziehungen Industrie/Handel und in Fragen rund um die Themen Konsumentenverhalten, Marktdaten- und Studien, Branchentrends und –entwicklungen. Zudem betreibt der VKE umfassende Branchen-PR und koordiniert die Arbeit der Fragrance Foundation Deutschland. Mitglieder des VKE sind heute über 60 deutsche Vertriebstöchter ausländischer Stammhäuser bzw. inländische Kosmetikproduzenten, die über 250 zum Teil weltbekannte Marken und einen Umsatz von über 2 Mrd. € repräsentieren.

Ansprechpartner

Martin Ruppmann
Geschäftsführer

VKE-Kosmetikverband
Fragrance Foundation Deutschland
Unter den Linden 42 | D-10117 Berlin
Postfach 060 150 | D-10051 Berlin
Telefon +49 (0)30 206 168 22
Telefax +49 (0)30 206 168 722

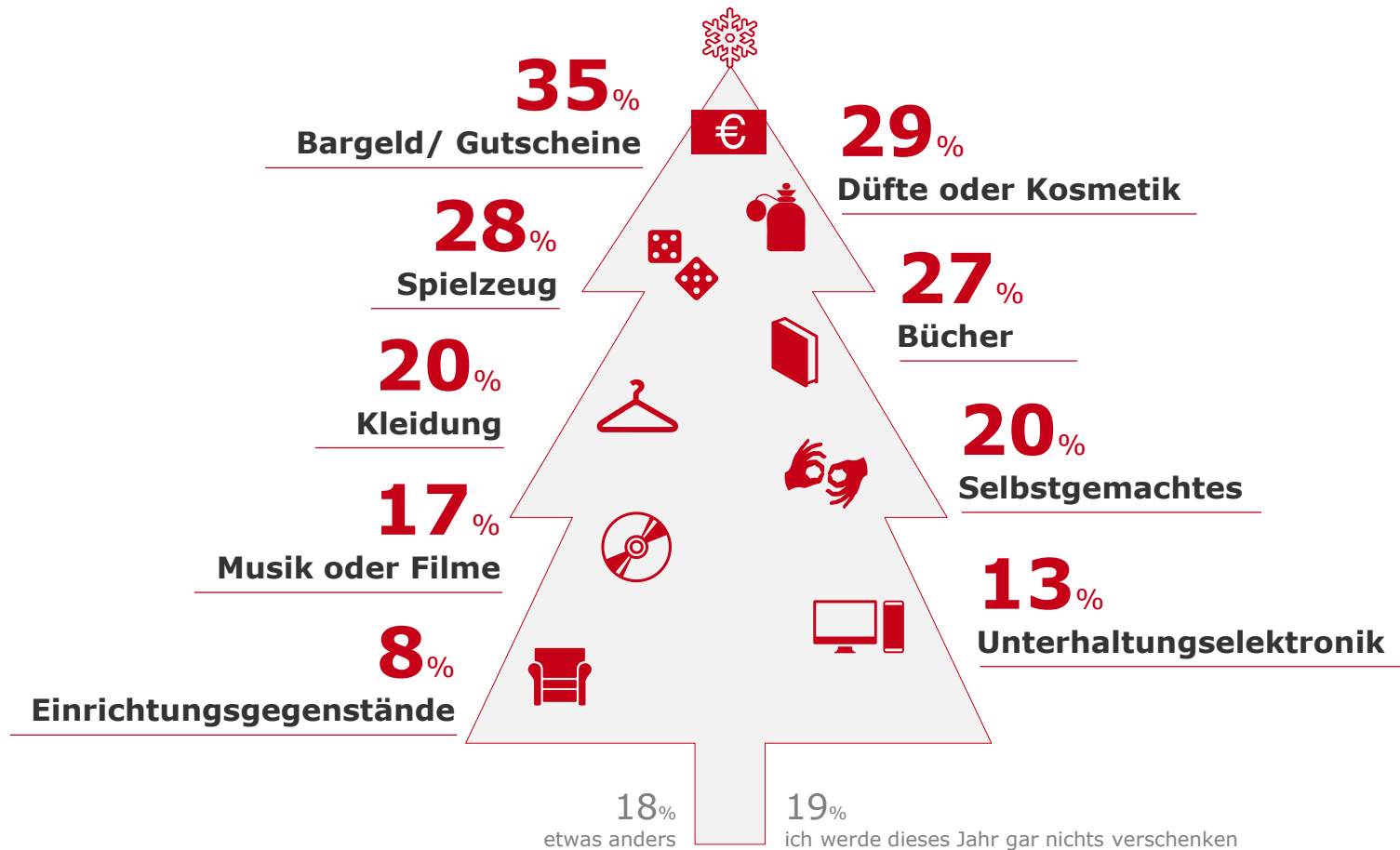
Pressebüro Antje Brüne
Westfalenweg 381
42111 Wuppertal
Telefon +49 (0)202-7052636
Mobil 0173-3863127

www.kosmetikverband.de

www.duftstars.de

www.fragrancefoundation.de

Fast jeder dritte Befragte plant in diesem Jahr Duft- und/ oder Kosmetikprodukte zu verschenken.



Q1 Welche Art von Produkten planen Sie dieses Jahr zu Weihnachten zu verschenken? (Mehrfachnennungen möglich)
Basis: Total n=1.024

Das häufigste Duft- oder Kosmetikgeschenk ist ein einzelnes Duftprodukt, gefolgt von Sets - vor allem bei den Jüngeren. Nach wie vor beliebt, vermutlich weil es bequem ist, der Gutschein.



Q2 Sie sagten, dass Sie planen dieses Jahr zu Weihnachten Düfte und oder Kosmetikprodukte zu verschenken. Wissen Sie schon etwas genauer, was Sie da planen zu kaufen?
Basis: Befragte, die planen Weihnachten Düfte oder Kosmetik zu verschenken n=301

Ihre Duft- / Kosmetikgeschenke kaufen die Befragten am liebsten im stationären Handel und dort vor allem im Fachgeschäft.

51%
Fachgeschäft

46%
Drogeriemarkt

22%
Amazon

21%
Online-Shop eines Fachgeschäfts

19%
Kosmetikabteilung eines Kaufhauses

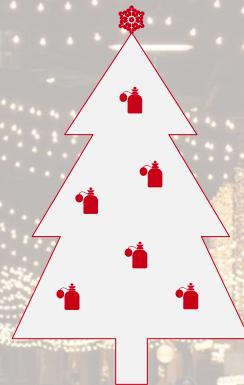
11%
Internet, aber woanders

8%
eBay

7%
Online-Shop Marke

7%
Verbrauchermarkt

5%
Weiß noch nicht



Q5 Wo planen Sie in diesem Jahr den Kauf von Düften und/ oder Kosmetika, um sie zu Weihnachten zu verschenken? (Mehrfachnennungen möglich)
Basis: Befragte, die planen Weihnachten Düfte oder Kosmetik zu verschenken n=301