

## Jahresperspektive 2018: Bringt das Jahresende die Trendwende?

Ein Beitrag von Gudrun Saida, Director Premium Cosmetics, Information Resources GmbH

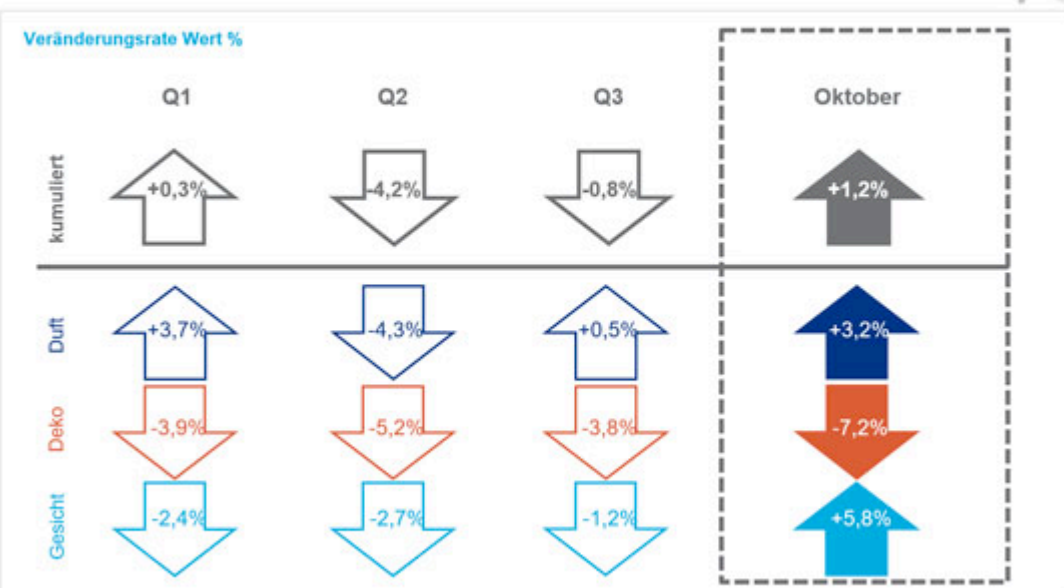


Gudrun Saida

Bislang war 2018 kein von Erfolg verwöhntes Jahr für den stationären Markt der selektiven Kosmetik. Der Blick auf die aufgelaufenen Quartale zeigt im Schnitt über die einzelnen Warengruppen bestenfalls Stabilität. Bringt der Oktober die Trendwende?

### Partielle Erholung zum Start ins Weihnachtsgeschäft für den stationären Kosmetikmarkt

#### Warengruppenentwicklung stationär



Die **Kategorie Duft** präsentiert sich mit der insgesamt positivsten Wachstumsperspektive: sowohl Um- als auch Absätze konnten im Oktober im Vergleich zum Vorjahresmonat zulegen. Während dieses Plus bei den Damendüften rein aus dem Einzelproduktgeschäft stammt (wobei höherpreisige Innovationen hier maßgeblich unterstützen), setzen Herrendüfte sowohl über EdPs und das Set-Geschäft zusätzliche Wachstumsimpulse.

Die **Dekorative Kosmetik** hingegen bleibt das "limitierende Momentum" in diesem Jahr, auch zu Beginn der Weihnachtssaison: mit Wertverlusten von – 7 % im Bereich der stationären Parfümerien und Kauf-/Warenhäuser, schnitt der Oktober nochmals deutlich schwächer ab, als die vorangegangenen Quartale des Jahres 2018. Und auch die Online-Umsätze folgen diesem Trend; mit einem 2-stelligen Minus für Oktober sogar noch ausgeprägter als am PoS.

Einzig das Segment "Augen" wartet mit einem positiven Wachstumsvorzeichen auf, jedoch war dieses unterjährig auf ein eher nischenhaft geprägtes Phänomen (Lidschattenpaletten) zurückzuführen. Im Oktober setzen Innovationen im Bereich Mascara/Eyeline wieder positive Impulse. Von einer Stabilisierung der Kategorie insgesamt zu sprechen, erscheint allerdings noch verfrüht.

Dass die Zeichen (wieder) in Richtung "Hochwertigkeit und Glaubwürdigkeit" im Selektiv-Markt zeigen, lässt sich im Bereich der **Gesichtspflege** Premium erahnen: Zum Jahresendspurt hin erholt sich hier auch das "Herzstück" Anti Aging mit über 50% Marktanteil an Pflege gesamt: im Oktober erstmals mit positivem Wachstumsvorzeichen sowohl in Wert als auch Stück. Gemeinsam mit der bereits unterjährig erfolgreichen Kategorie der Täglichen Pflege ein zweites starkes Standbein.

Ein Indiz für eine Erholung des Marktes? Fakt ist: die Wachstumstreiber der jüngeren Vergangenheit waren eher in Nischenbereichen angesiedelt. Was bei der Pflege beispielsweise die Masken und andere „Spezial“-Produkte waren, ließ sich auch in anderen Kategorien wie etwa der Dekorativen Kosmetik nachvollziehen. Auch hier brachten mehr oder weniger die kleineren Teilsegmente die Wachstumsdynamik. Positiv einerseits im Sinne von Innovationskraft und Aufmerksamkeitssteigerung; andererseits reicht dies auf Sicht nicht aus, nachhaltiges Wachstum zu erzielen. Somit sind und bleiben die vielzitierten "starken Säulen" des Marktes entscheidend für eine langfristige und positive Perspektive.

Und dies gilt nicht nur für den stationären Handel: Auch im Bereich e-commerce zeichnet sich ab, dass sich hier einerseits das Wachstum der vergangenen Jahre insgesamt verlangsamt. Ein Beispiel der Damendüfte zeigt für Oktober beispielsweise ebenfalls "nur" noch einstellige Zuwachsraten in Höhe von 2%. Es sind in weiten Teilen die etablierten und häufig nachgekauften Produkte gefragt, auch in anderen Kategorien wie Dekorativer Kosmetik oder Pflege. Um sich in unterschiedlichen Vertriebsformen so zukunftsfähig wie möglich aufzustellen, bedürfen die Klassiker und "Ikonen" einer entsprechenden Unterstützung und Positionierung.

vke

---

KOSMETIKVERBAND

VKE-KOSMETIKVERBAND · Unter den Linden 42 · 10117 Berlin  
Telefon: +49 (0) 30.20 61 68-22 · Telefax: +49 (0) 30.20 61 68-722 · E-Mail: [info@kosmetikverband.de](mailto:info@kosmetikverband.de)  
[www.kosmetikverband.de](http://www.kosmetikverband.de)  
Pressebüro ANTJE BRÜNE · E-Mail: [info@presse-bruene.de](mailto:info@presse-bruene.de)

vke