

## Deutscher Körperpflegemarkt 2006

# 2,9 % Plus dank Aufschwung

Der wirtschaftliche Aufschwung 2006 hat auch den Markt der Körperpflegemittel beflügelt. Dr. Bernd Stroemer, Geschäftsführer des IKW – Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e.V., erläutert, welchen Segmenten es zu verdanken ist, dass der Markt für Körperpflegemittel 2006 um 2,9 % auf 11,43 Milliarden Euro gewachsen ist. Die Pro-Kopf-Ausgaben erhöhten sich auf knapp 139 Euro.



photo: Florena

**D**as Segment der Haarpflegemittel bleibt mit 2,85 Milliarden Euro der größte Einzelmarkt. Das Wachstum beträgt 1,45 Prozent und wird getragen von der positiven Entwicklung bei Shampoos, Spülungen und Schaumbalsam. Kuren stagnieren, weil der Verbraucher nicht zuletzt aus Zeitgründen verstärkt zu Spülungen greift. Farben und Tönungen, Haarspray und Haarlack, Haargele, Festiger und Fönlotionen sowie Heimdauerwellen werden weniger verwendet und sind daher rückläufig.

Noch besser hat sich der zweitgrößte Teilmarkt, der Markt der Hautpflegemittel, entwickelt. Er nimmt um 3,5 Prozent auf 2,58 Milliarden Euro zu. Dazu beigetragen haben alle wichtigen Segmente wie Haut- und Handcremes, Lotionen und Gesichtspflege.

### Immer mehr wünschen sich eine leichte Körperbräune

Der besondere Renner des Jahres sind Körperlotionen, die Selbstbräuner enthalten. Zweistellige Wachstumsraten und viele Neueinführungen zeigen, dass eine leichte Bräune für weite Verbraucherkreise zum gepflegten Erscheinungsbild gehört.

*Renner des Jahres 2006 sind Körperlotionen, die Selbstbräuner enthalten*

Der Markt für Sonnenschutzmittel ist mit einem Plus von 2,5 Prozent nicht so stark gewachsen wie im Vorjahr.

Der drittgrößte Teilmarkt mit einer ebenfalls erfreulichen Entwicklung ist der Markt für Zahn- und Mundpflegemittel geblieben. Das Marktvolumen beträgt nunmehr 1,25 Milliarden Euro. Das entspricht einem Umsatzzuwachs von 3,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Der Trend zu höherwertigen Produkten hat sich 2006 fortgesetzt.

Bei der dekorativen Kosmetik hat sich der Abwärtstrend der beiden letzten Jahre glücklicherweise nicht fortgesetzt. Der Markt wächst um 2,2 Prozent auf 1,2 Milliarden Euro. Das Wachstum wird getragen von den Augen- und Gesichtsmake-up-Produkten, während Lippenpflegemittel rückläufig sind.

Damendüfte und Parfüms sind nach mehreren Jahren wieder positiv. Das Marktvolumen liegt bei 774 Millionen Euro und konnte sich damit im Vergleich zum Vorjahr um 4,5 Prozent steigern. Besonders positiv haben sich die hochpreisigen Düfte entwickelt. Die ca. 125 Neueinführungen haben bei den Verbraucherinnen offensichtlich großen Anklang gefunden.

### Herrenpflege: nach wie vor ein ausbaufähiger Markt

Überdurchschnittlich positiv hat sich auch der Markt der Herrenkosmetik entwickelt. Er ist um 4,5 Prozent auf

676 Millionen Euro gestiegen. Das Wachstum wird von den Herrendüften sowie den Pflegecremes getragen. Letztere legen erneut zweistellig zu; allerdings ist dieser Teilmarkt mit jetzt 66 Millionen Euro noch ausbaufähig.

Bei den Dusch- und Badezusätzen scheint der Umsatzrückgang der letzten Jahre gestoppt zu sein. Nach 0,4 Prozent im Vorjahr wächst der Markt um 3,4 Prozent auf 748,5 Millionen Euro. Der positive Trend ist vor allem auf die Duschbäder zurückzuführen, während Schaum- und Ölbäder leicht rückläufig sind.

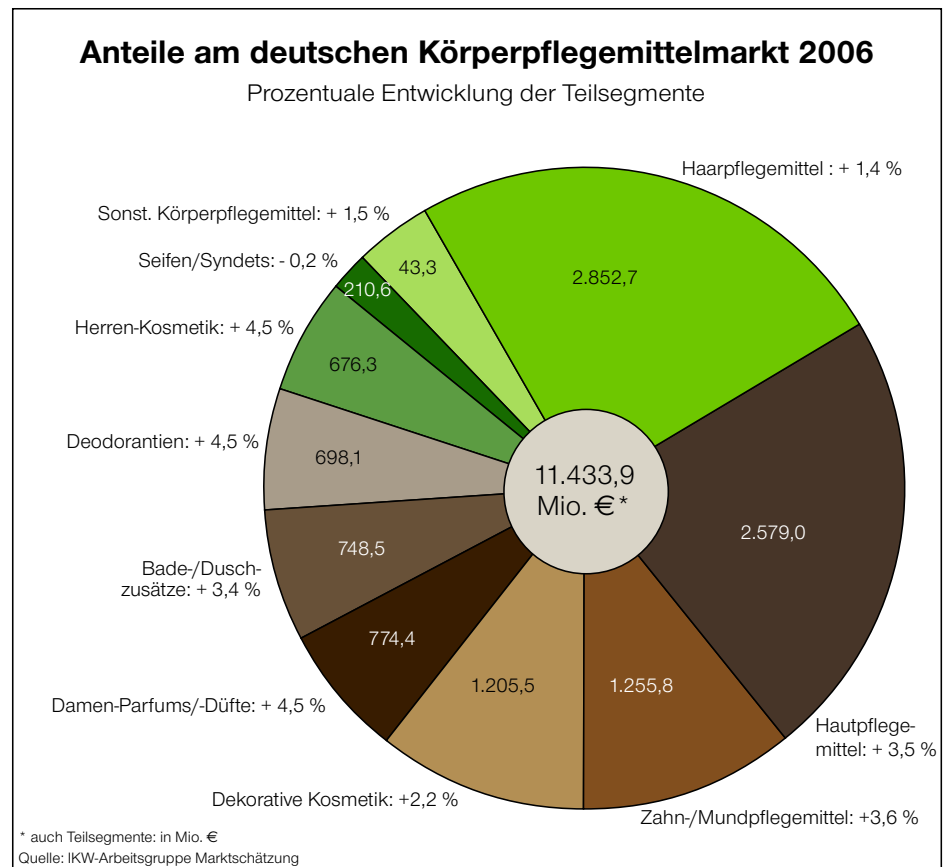
Auch Deodorantien haben sich nochmals besser entwickelt als im Vorjahr, und mit einem Plus von jetzt 4,5 Prozent und einem Volumen von 698 Millionen Euro. Dazu beigetragen haben dürfte auch die Hitzeperiode im Sommer.

### Minus für Seifen + Syndets

Der Umsatz mit Seifen und Syndets ist leicht rückläufig und beträgt 210,6 Millionen Euro. Das Minus betrug hier 0,2 Prozent im Vergleich zu 2005. Während flüssige Seifen und Waschlotionen kontinuierlich wachsen, geht der Umsatz mit festen Seifen weiter zurück.



Der Markt der sonstigen Körperpflegemittel hat sich mit einem Plus von 1,5 Prozent und einem Volumen



von insgesamt 433 Millionen Euro etwas besser entwickelt als vor einem Jahr. Das Wachstum beruht überwiegend auf dem größten Segment, den Babypflegemitteln. Bekanntlich grei-

fen auch Erwachsene gerne zu einigen dieser Produkte.

Dr. Bernd Stroemer, Geschäftsführer des IKW – Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e.V., Frankfurt




Polyester  
Glitter





*brilliant effects for cosmetic products*

**SIGMUND LINDNER GmbH** · Oberwarmensteinacher Strasse 38 · D-95485 Warmensteinach  
Phone (+49) 92 77 - 9 94 10 · Fax (+49) 92 77 - 9 94 99 · E-Mail: sili@sigmund-lindner.com · [www.sili.eu](http://www.sili.eu)