

## Pressemitteilung

### Schönheits- und Haushaltspflege: Gefragte Helfer im Corona-Jahr

**Frankfurt am Main, 8. Dezember 2020.** In dem von der Corona-Krise und den Infektionsschutzmaßnahmen geprägten Jahr 2020 spielen Produkte der Schönheits- und Haushaltspflege eine wichtige Rolle: Sie unterstützen Verbraucher im Alltag, geben Sicherheit und Stabilität. Stark nachgefragt sind Handhygieneprodukte sowie Wasch-, Spül- und Reinigungsmittel. Der Umsatz mit Kosmetik- und Haushaltspflegemitteln im Inland steigt um 2,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr auf 19,3 Milliarden Euro. Der Außenhandel leidet und meldet Umsatzeinbußen von minus 15,8 Prozent auf 8,5 Milliarden Euro.

Nach Hochrechnungen des Industrieverbands Körperpflege- und Waschmittel (IKW) beträgt der Gesamtwert der im Jahr 2020 in Deutschland verkauften Schönheits- und Haushaltspflegeprodukte 19,3 Milliarden Euro und damit 2,3 Prozent mehr als im Vorjahreszeitraum.<sup>1</sup> Dabei bietet sich in beiden Sparten ein unterschiedliches Bild. Für Schönheitspflegeprodukte gaben Verbraucher 14,0 Milliarden Euro aus. Das entspricht mit einem Minus von 0,1 Prozent nahezu dem Vorjahreswert. Haushaltspflegeprodukte konnten den im Jahr 2019 an deutschen Ladenkassen erzielten Wert von 4,8 Milliarden Euro um 9,2 Prozent auf 5,2 Milliarden Euro in diesem Jahr steigern.

Händewaschen als eine der zentralen Hygienemaßnahmen beim Infektionsschutz sorgt für ein Umsatzwachstum von 77 Prozent bei Seifen und Syndets. Etwas stärker nachgefragt als im letzten Jahr sind auch Haarpflege (plus 2,5 Prozent), Mund- und Zahnpflegemittel (plus 2,2 Prozent) sowie Produkte zum Baden und Duschen (plus 1,4 Prozent). Rückläufig ist dagegen die Umsatzentwicklung bei dekorativer Kosmetik (minus 12,7 Prozent) oder Düften (minus 7,3 Prozent). Insgesamt liegt das Geschäft mit Schönheitspflegeprodukten auf Vorjahresniveau.

Demgegenüber verzeichnet die Haushaltspflegesparte ein Umsatzwachstum von 9,2 Prozent. Zu den Wachstumstreibern zählen Reinigungsmittel (plus 18,2 Prozent), Geschirrspülmittel (plus 15,1 Prozent), Raumdüfte (plus 12,9 Prozent) und Waschmittel (plus 4,8 Prozent). Diese Entwicklung spiegelt die veränderte Lebenssituation vieler Menschen in der Corona-Krise wider. Durch Kontaktbeschränkungen spielt sich das Leben stärker zu Hause ab. Entsprechend wird mehr in der eigenen Wohnung gereinigt. Die teilweise Schließung von Kantinen, Mensen und Restaurants führt dazu, dass mehr zu Hause gegessen und daher auch gespült wird.

---

<sup>1</sup> IKW-Hochrechnung Gesamtmarkt auf Basis von GfK, IRI (jeweils Jan.-Sept. 2020) und eigenen Erhebungen

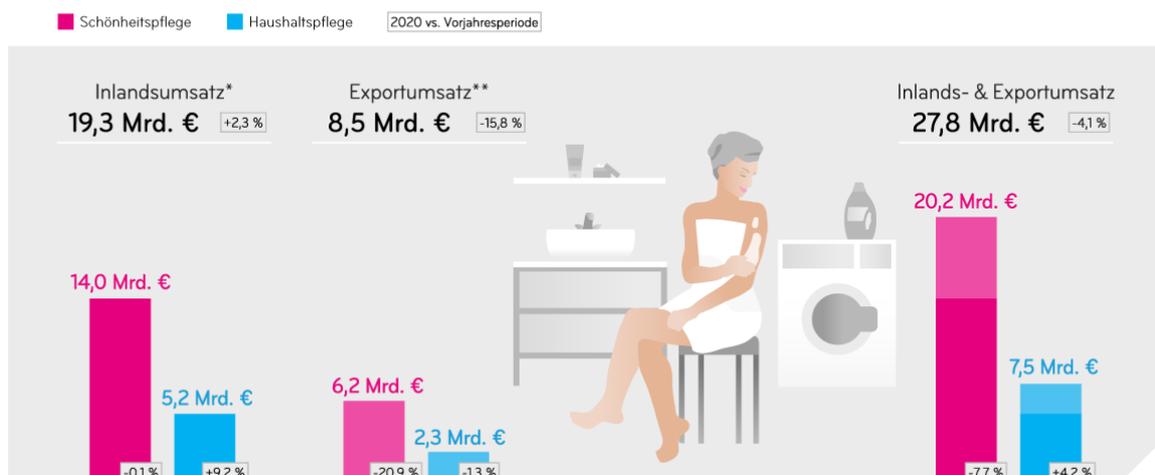
Der Export von Produkten der IKW-Branchen ging um 15,8 Prozent auf 8,5 Milliarden Euro zurück.<sup>2</sup> Dabei gab der Wert der exportierten Schönheitspflegeprodukte um 20,9 Prozent nach, während Haushaltspflegeprodukte ein Minus von 1,3 Prozent melden. Die Addition des Inlands- und Exportumsatzes ergibt für das Jahr 2020 einen Wert von 27,8 Milliarden Euro mit einem Minus von 4,1 Prozent.

Im Durchschnitt geben Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland für Körperpflege, persönliche Hygiene und gutes Aussehen unverändert 169 Euro pro Jahr aus. Um 10 Prozent auf nunmehr 98 Euro gestiegen sind dagegen die Ausgaben für Wasch-, Putz und Reinigungsmittel in diesem Jahr.<sup>3</sup>

Die Mitgliedsunternehmen des Industrieverbands Körperpflege- und Waschmittel schätzen die aktuelle Marktentwicklung – abhängig von den Marktsegmenten – unterschiedlich ein, wie die Mitgliederbefragung zur wirtschaftlichen Lage ergab. Während 38 Prozent der befragten Unternehmen die aktuelle Marktentwicklung mit gut oder sehr gut beurteilen, hält knapp die Hälfte (47 Prozent) diese für durchschnittlich, 16 Prozent beurteilen sie als schlecht oder sehr schlecht. Die Investitionsbereitschaft für das kommende Jahr ist mit 47 Prozent ermutigend.

IKW-Geschäftsführer Thomas Keiser: „Die Schönheits- und Haushaltspflege-Industrie stellt in der Krise wertvolle Alltagshelfer her und stützt die wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland. Das Bedürfnis nach ‚Sicherheit und Wohlfühlen zu Hause‘ zeigt sich in einer insgesamt soliden Umsatzentwicklung. Auch für 2021 erwarten wir ein moderates Wachstum von ca. 1,5 Prozent.“

## Schönheits- & Haushaltspflege helfen bei Krisenbewältigung und stützen Wirtschaft in Deutschland 2020



\* IKW-Hochrechnung Gesamtmarkt auf Basis von GfK, IRI (jeweils Jan.-Sept. 2020) und eigenen Erhebungen / \*\* IKW-Hochrechnung auf Basis von Statistisches Bundesamt Jan.-Sept. 2020

2 IKW-Hochrechnung auf Basis von Statistisches Bundesamt Jan.-Sept. 2020

3 IKW-Hochrechnung Pro-Kopf-Ausgaben Gesamtjahr auf Basis von GfK Jan.-Sept. 2020

## **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 430 Unternehmen aus den Bereichen Schönheits- und Haushaltspflege. Die Branche macht einen Umsatz von über 18 Milliarden Euro und beschäftigt ca. 500.000 Arbeitnehmer in der Wertschöpfungskette. Die Mitgliedsunternehmen decken etwa 95 Prozent des Marktes ab.

Der IKW ist bei wissenschaftlichen, regulatorischen und wirtschaftlichen Themen Ansprechpartner für seine Mitgliedsfirmen, Ministerien, Behörden, Verbraucher, Institutionen und Verbände sowie für die Medien. Fachkundig beantworten die Experten der 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](http://www.ikw.org).

## **Kontakt**

Karen Kumposcht

Public Relations/Public Affairs Managerin  
Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e. V.  
The German Cosmetic, Toiletry, Perfumery and Detergent Association  
Mainzer Landstraße 55, 60329 Frankfurt am Main  
T +49.69.2556-1331 / F +49.69.237631  
[kkumposcht@ikw.org](mailto:kkumposcht@ikw.org) / [www.ikw.org](http://www.ikw.org)