

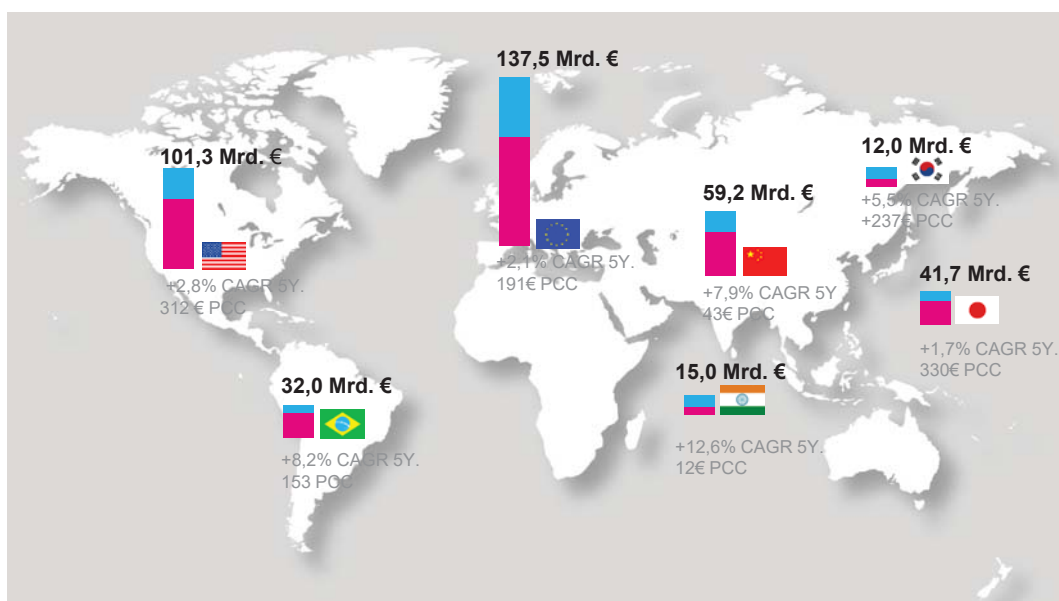
Thomas Keiser

Geschäftsführer

Märkte & Prognosen

IKW

Europa ist mit über 137 Mrd. € größter Markt für **Schönheits-** und **Haushaltspflegeprodukte** mit stabil positiver Entwicklung.



Quelle: Euromonitor 2016 (EVP), Europa: EU28 + Norwegen + Schweiz

CAGR= Compound Annual Growth Rate; durchschnittliche jährliche Wachstumsrate
PCC= Per Capita Consumption; Pro-Kopf-Konsum

IKW

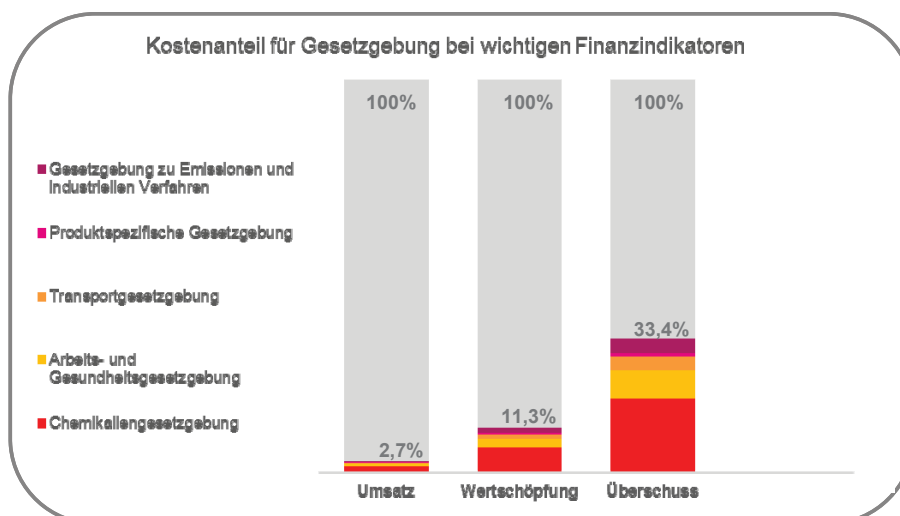
Schönheits- & Haushaltspflegeindustrie leistet wichtigen sozio-ökonomischen Beitrag in Europa



Quelle: IKW-Schätzung basierend auf Studien von A.I.S.E/Huggard Consulting Group und Cosmetics Europe/Risk & Policy Analysts 2015

IKW

Produkte haben höchsten Qualitäts- und Sicherheitsstandard Aber auch: Hohe Kostenbelastung für Unternehmen durch Rechtsvorgaben Beispiel Waschen und Reinigen



Quelle: Studie im Auftrag der EU-Kommission 2016 –
Kumulative Kostenabschätzung für Chemieunternehmen (hier Waschen und Reinigen) durch die europäische Gesetzgebung

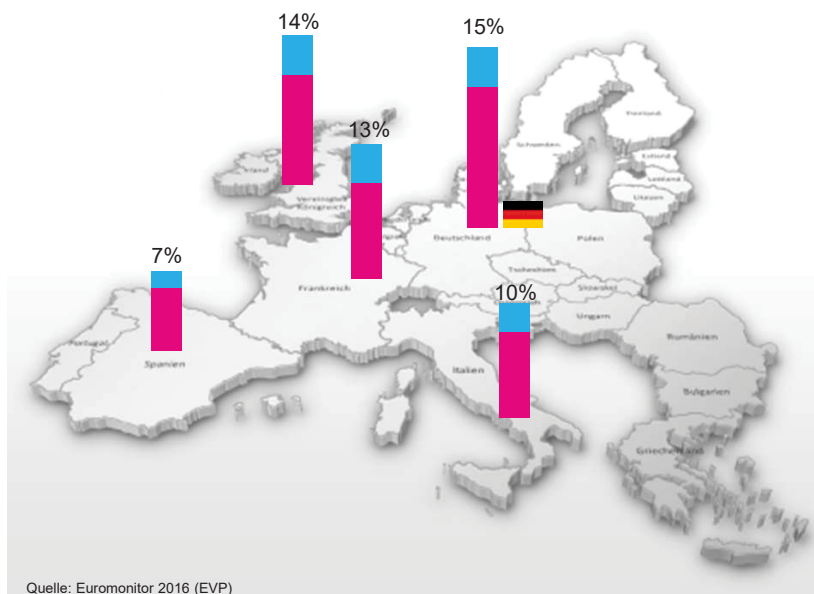
IKW

Schönheits- & Haushaltspflegemarkt in Deutschland



IKW

Innerhalb Europas ist Deutschland größter Markt für Schönheits- und Haushaltspflegeprodukte.



Quelle: Euromonitor 2016 (EVP)

IKW

Schönheits- & Haushaltspflege-Industrie leistet wichtigen sozio-ökonomischen Beitrag in Deutschland

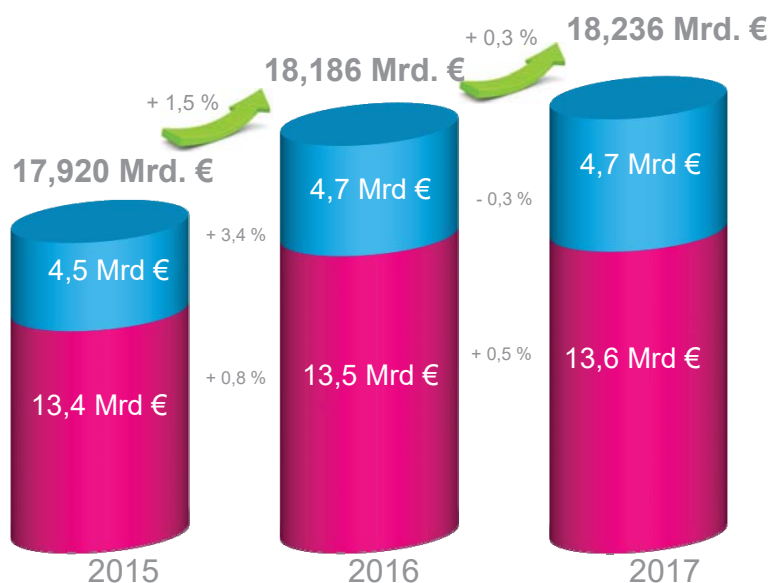


Quelle: * IKW-Schätzung basierend auf Studien von AISE/Huggard Consulting und Cosmetics Europe/Risk & Policy Analysts 2015
 ** IKW-Schätzung Durchschnittliche Nutzungsdauer auf Basis Studien von GfK und IFM

IKW

IKW-Prognose 2017:

Der Schönheits- und Haushaltspflegemarkt steigt um + 0,3% bzw. + 50 Mio. € auf 18,236 Mrd. € Umsatz.

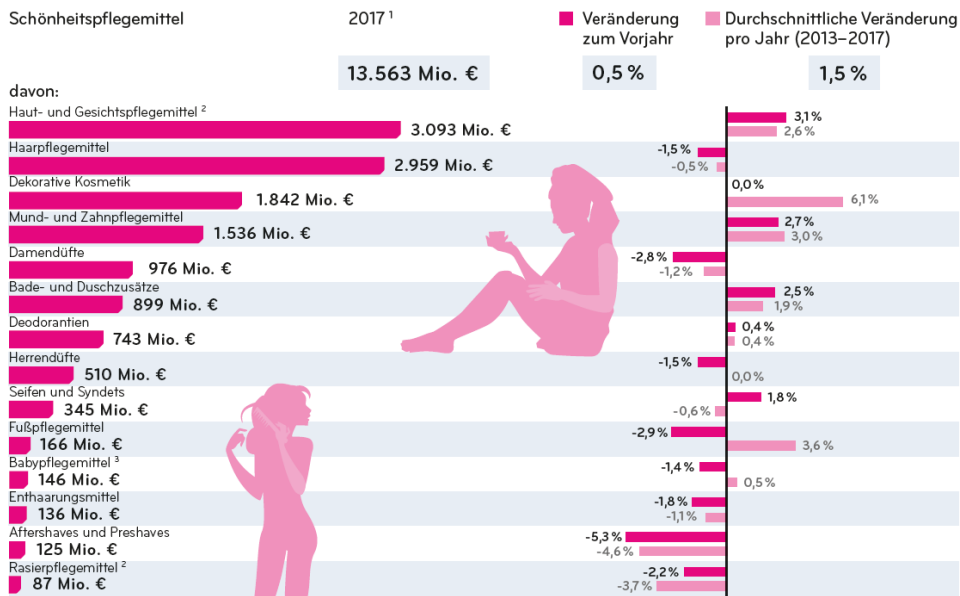


Quelle: IKW Prognose 1.12.2017 (auf Basis von IRI-Daten / zu Endverbraucherpreisen)

IKW

Die größten Segmente bei **Schönheitspflege**

SCHÖNHEITSPFLEGE MARKT WEITER AUF HOHEM NIVEAU



Marktzahlen Schönheitspflege: Stand 11/2017

1 Hochrechnung des IKW auf Basis IRI-Daten Jan.–Sept. 2017 und Mitgliederinformationen; 2 Damen und Herren; 3 ohne Shampoo/Bade-/Duschzusatz/Seifen; ©IKW

IKW

Die größten Segmente bei **Haushaltspflege**

HAUSHALTSPFLEGE MARKT BLEIBT STABIL



Marktzahlen Haushaltspflege: Stand 11/2017

1 Hochrechnung des IKW auf Basis IRI-Daten Jan.–Sept. 2017 und Mitgliederinformationen; 2 Bad-, Sanitär-, Glas-, Fenster-, Haushaltsreiniger; Rohr-, Abflussreiniger; Spezialreiniger (Ofen, Kalk, Metall); WC-Reiniger und -Steine; 3 Flecken-, Imprägnier-, Vorwasch-, Einweichmittel, Bleichen, Stärken, Bügelhilfen, Textilfärbler und Textil-entfärbler; 4 Reinigungs- und Pflegemittel für Fußböden und Steine, Möbel und Polituren ©IKW

IKW

Schönheits- und **Haushaltspflege** mit nach wie vor hoher Verbraucherakzeptanz.
Die wesentlichen Trends in 2017:



Quelle: IKW Prognose 1.12.2017 (Umsatz in % zum Vorjahr)

IKW




Ausblick
2018

IKW

IKW-Prognose 2018:

Die **Schönheitspflege**- und **Haushaltspflege-Industrie** leistet auch weiterhin einen wesentlichen Beitrag zu einer stabilen Wirtschaftsentwicklung.

Marktentwicklung

 68% der befragten Unternehmen beurteilen die zukünftige Marktentwicklung mit ‚gut/sehr gut‘

Personalentwicklung

 50% der Befragten haben Einstellungen geplant oder bereits durchgeführt

Investitionen

 63% der Befragten planen größere Investitionen oder haben diese bereits durchgeführt

Kanäle / Herausforderungen

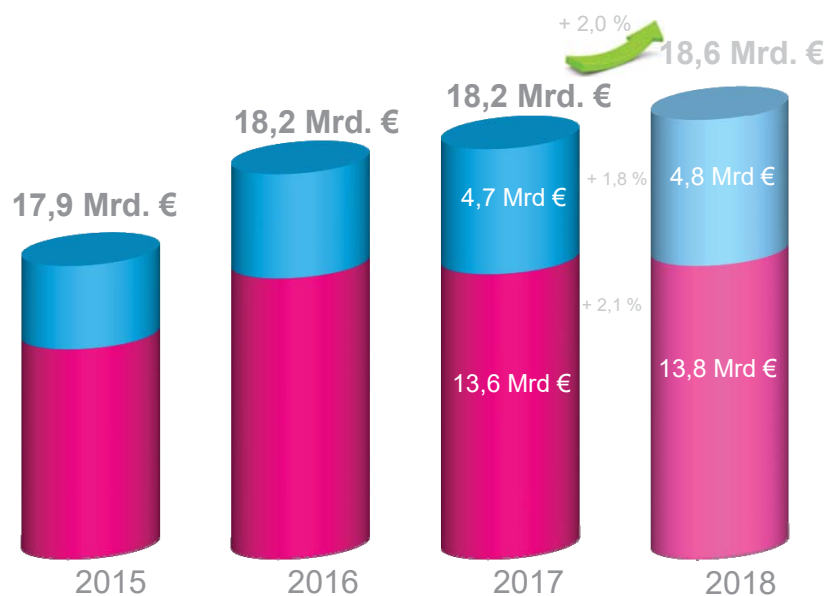
- Drogeriemärkte
- E-Commerce
- Discounter
- Supermärkte
- Endverbraucher-Erwartungen
- Absatzkanäle
- Margenerhalt

Quelle: IKW Branchentrend 11/2017

IKW

IKW-Prognose 2018:

Die **Schönheits**- und **Haushaltspflege**-Märkte entwickeln sich weiter positiv.

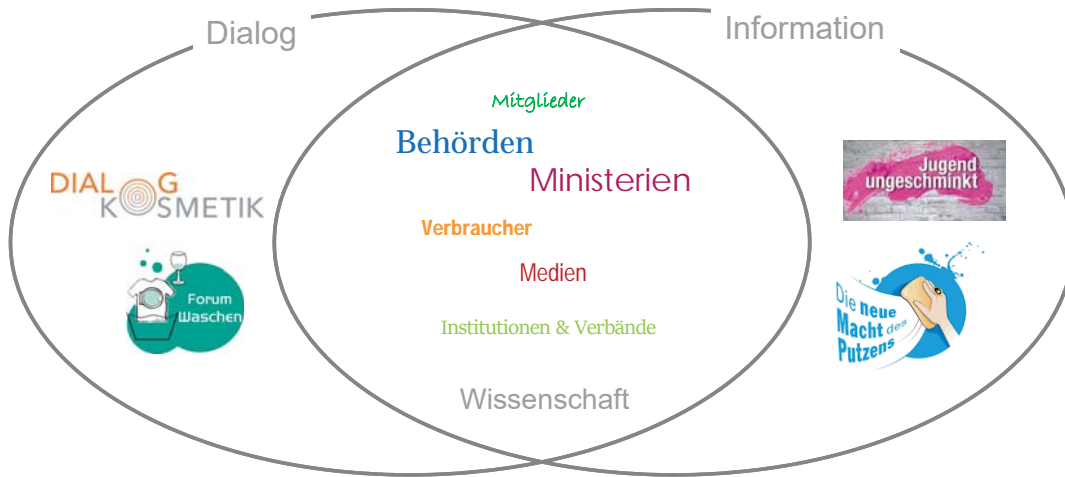


Quelle: IKW Prognose 2018 (zu Endverbraucherpreisen)

IKW

Der IKW steht für offenen Dialog und transparente Information.

BEISPIELE:



IKW



Tiefenpsychologisch-repräsentative Studie 2016

„
GUTES AUSSEHEN
UND ÄSTHETISIERUNG
SIND ZENTRALE
BESTANDTEILE DES
JUGENDLICHEN
LEBENS

73 Prozent der Jugendlichen stimmen der Aussage zu, dass „Körper- und Schönheitspflege sehr wichtig in ihrem Leben ist“.

„
JUGENDLICHE
NUTZEN KOSMETIKA
VOR ALLEM, UM
SICH SICHERER ZU
FÜHLEN

85 Prozent nehmen Kosmetikprodukte, weil sie sich dann sicherer fühlen.

„
JUNGE ERWACHSENE
LESEN DIE
WERTVORSTELLUNGEN
EINER
PERSÖNLICHKEIT AM
ÄUSSEREN AB

60 Prozent der jungen Leute glauben, dass man anhand des Äußeren eines Menschen sehen kann, um was für einen Menschen es sich handelt.



Tiefenpsychologisch-repräsentative Studie 2017

„
'PIEKSAUBER'
IST WIEDER IN

Obwohl die Haushaltsführung inzwischen von weniger Menschen als in den 1990er Jahren als Lebensinhalt angesehen wird, hat der Wunsch nach Sauberkeit signifikant zugenommen.

„
DAS ZUHAUSE
ALS RÜCKZUGSORT
IST WICHTIGER
GEWORDEN

80 Prozent der Studienteilnehmer stimmen der Aussage zu, dass das Zuhause als Rückzugsort in den vergangenen Jahren immer wichtiger geworden ist.

„
MENSCHEN,
DIE PUTZEN, SIND
AUCH SEELISCH
AUFGERÄUMTER

Die Konzentration auf das Putzen hilft, die Überforderung und das gefühlte seelische Chaos des Alltags hinter sich zu lassen.

www.ikw.org/haushaltspflege

IKW

2018 feiert der IKW sein 50-jähriges Bestehen.

50 JAHRE IKW
SCHÖNER.LEBEN.

IKW