

ÖsterreicherInnen legen Wert auf ihr Äußeres – Kosmetikmarkt boomt

966 Millionen Euro gaben die ÖsterreicherInnen laut Nielsen 2010 im Lebensmitteleinzelhandel (ohne Hofer und Lidl) und im Drogeriefachhandel - Bipa, dm und Schlecker – aus. Das entspricht einem Wachstum von drei Prozent im Vergleich zu 2009. Hautpflege, Mundpflege und dekorative Kosmetik sind die Treiber des Wachstums.

„Die Innovationen in diesen Warengruppen wecken besonders gut das Interesse der Konsumenten. Aber auch Deomittel (+ 5 %) und Düfte (+ 3 %) zeigen deutliche Umsatzzuwächse“, berichtet Irene Szimak, Sprecherin von Kosmetik transparent, der Kommunikationsplattform der Markenkosmetikhersteller.

Sonnenschutzmittel und Herrenkosmetik erfreuen sich steigender Beliebtheit

„Sonnenschutzmittel sind 2010 mit einem Wachstumsplus von sieben Prozent einer der großen Gewinner im Bereich Hautpflege“ so Irene Salzmann von Nielsen. Die Aufklärungskampagnen zur Sensibilisierung der ÖsterreicherInnen für die Wichtigkeit von Sonnenschutzmitteln tragen offensichtlich Früchte.

Gesichtsreinigung und –pflege bleiben mit rund 100 Millionen Euro der größte Bereich bei Hautpflege. Irene Szimak von Kosmetik transparent stellt hier einen deutlichen Trend fest „Auch wenn Männerprodukte bei den Ausgaben anteilmäßig mit nur sieben Prozent derzeit noch eine untergeordnete Rolle spielen, so lässt das Wachstum von zwölf Prozent bei Pflege und Reinigung erkennen: Männer holen in punkto Kosmetik auf!“

Zum Vergleich: Rasur verzeichnete vergleichsweise nur drei Prozent Plus, obwohl natürlich die Absolutzahlen in diesem Bereich um ein Vielfaches höher liegen.

In der Haarpflege sind Spezialprodukte gefragt

Haarpflege ist mit rund 176 Millionen Euro Umsatz der zweitgrößte Kosmetikbereich im Nielsen Universum. 2010 konnten vor allem Produkte zur Haarstrukturverbesserung wie Balsam und Kuren Steigerungen verbuchen. „Die Innovationen der Markenkosmetik-Industrie setzten immer wieder Impulse, die von den KonsumentInnen gerne aufgegriffen werden. Das bestätigt uns in unserem Bestreben, die Forschung zur Haargesundheit ständig weiterzuentwickeln“, freut sich Irene Szimak von Kosmetik transparent.

High Tech Trend in der Zahnpflege für zu Hause setzt sich fort

Elektrozahnbürsten und Aufsteckbürsten waren die Renner in der Zahnpflege 2010.

Nielsen Zahlen zeigen 25 Prozent Wachstum bei Netz- und Akkugeräten, fünf Prozent Plus bei batteriebetriebenen Zahnbürsten. Im Vergleich dazu liegen Handzahnbürsten mit einem Plus von immerhin drei Prozent weit zurück. Doch auch Zahnärzte und Zahntechniker können sich freuen, haben sie doch einen bedeutenden Anteil am gestiegenen Zahnhygienebewusstsein.

So sind Spezialpflegeprodukte, zu denen unter anderem Zahnseide gehört, um acht Prozent gestiegen, Mund-/Zahnpülungen sogar um zehn Prozent.

Beliebt - gepflegte Nägel und ausdrucksstarke Augen

Auch das viertgrößte Kosmetiksegment, die dekorative Kosmetik, hat sich 2010 sehr gut entwickelt und erzielte ein Wachstum von fünf Prozent. Diesmal lagen nicht die Lippen, sondern die Nägel vorne. Nagellack und -pflege wuchsen um acht Prozent im Vergleich zu 2009 und liegen nun in absoluten Umsatzzahlen mit Lippenpflege gleich auf. Augen- und Gesichts-Make-up erzielten mit fünf bis sechs Prozent ebenfalls ein erfreuliches Ergebnis.

Steigende Beliebtheit von Deos und Düften

Deos, die fünf Prozent des von Nielsen beobachteten Kosmetikumsatzes ausmachen, wuchsen 2010 um fünf Prozent. Insbesondere Sprays und Roll-Ons wurden häufiger gekauft als noch 2009. Und auch der Bereich Düfte stieg und verzeichnete ein Plus von drei Prozent.

„Kosmetik spielt für die Österreicherinnen und Österreicher eine immer größere Rolle. Sie sind interessiert und bereit, Neues auszuprobieren und motivieren uns Markenartikelhersteller damit, immer wieder mit Produktinnovationen auf den Markt zu kommen. Wir beschäftigen uns in der Entwicklung sowohl mit kosmetischen als auch gesundheitlichen Aspekten. Unser Ziel ist es, mit unseren Produkten einen Beitrag zum Wohlfühlen zu leisten“, beschreibt Irene Szimák von Kosmetik transparent.

Kosmetik transparent c/o Prima PR, 1010 Wien, Herrengasse 17, Tel. (01) 533 66 70-0,
Fax DW 60, kosmetik-transparent@prima.co.at, www.kosmetik-transparent.at.

Wien, April 2011