VKE-Kosmetikverband

06.04.2017 – 12:22 Uhr

Prestigekosmetik 2016: Umsätze hinken Erwartungen hinterher / Alarmierende Zollzahlen 2016: Rekordwerte bei Duft- und Kosmetikfälschungen

Berlin/Düsseldorf (ots) -

- Querverweis: Weitere Informationen liegen in der digitalen Pressemappe zum Download vor und sind unter http://www.presseportal.de/pm/42679/3606583 abrufbar -

Mit einem Wachstum von lediglich 1,8 Prozent schlossen die vom VKE-Kosmetikverband repräsentierten 60 führenden Unternehmen des selektiven Kosmetikvertriebs das Geschäftsjahr 2016 ab. Das Plus fiel damit niedriger als erhofft aus. Der Gesamtumsatz der Branche im Berichtszeitraum lag bei 2,077 Mrd. Euro (Einverkaufsumsätze zu Fabrikabgabepreisen)

Das Thema Produkt- und Markenpiraterie fordert die Kosmetikindustrie auch weiterhin. 2016 wurden an den deutschen Außengrenzen gefälschte Kosmetikprodukte im Wert von knapp 42 Mio. Euro vom Zoll beschlagnahmt. Die Anzahl sichergestellter Waren stieg um 20,5 Prozent auf 646.170 Stück.

Flexible und innovative Handelskonzepte sind gefragt, um zum Konsum zu animieren. Die Verbraucher erwarten auf Ihrer Customer Journey vor allem ein gutes Preis-Leistungsverhältnis, freundliches Personal und exzellenten Service.

Noch vor wenigen Jahren kaum vorstellbar, shoppt man heutzutage wie selbstverständlich per Mausklick, surft durch virtuelle Läden und lässt die Waren bis an die Haustür liefern. Besonders der stationäre Handel steht dadurch mächtig unter Druck. Das gewandelte Kundenverhalten verändert die Anforderungen an das Einkaufserlebnis im Laden. Geschäftsmodelle müssen sich grundlegend ändern. "Flexible und innovative Konzepte sind gefragt, die sich konsequent an der Customer Journey der Kunden orientieren", sagt Stephan Seidel, VKE-Präsident und Geschäftsführer Clarins Deutschland.

Dekorative Kosmetik mit stabilen Zuwächsen - Kehrtwende bei Damendüften

Auch 2016 war die Dekorative Kosmetik wieder ein wichtiger Umsatzgarant. Entscheidend dazu beigetragen hat das weiterhin überdurchschnittlich starke Teilsegment Lippen. Das führte insgesamt zu einer erfreulichen Steigerungsrate von 4,9 Prozent.

Im Bereich der Pflegenden Kosmetik, also insbesondere bei Gesichtspflege und Sonnenkosmetik, verzeichneten die Mitgliedsfirmen ein Umsatz-Minus von 3,2 Prozent.

Hier hat man die Zuwächse des vergangenen Jahres in einem zwischen Selektivkosmetik und dem Konsummarkt inkl. LEH und

Discountern äußerst heftig umkämpften Marktsegment wieder verloren.

Seine Position zumindest verteidigen konnte der verhältnismäßig kleine Bereich Körperpflege mit einem Plus von 1,0 Prozent.

Bei der Herrenkosmetik setzte sich die Berg- und Talfahrt der Vorjahre fort. Nach einem Plus von 4,6 Prozent im Vorjahr ergibt sich nun ein Umsatzverlust von 2,5 Prozent.

Entscheidend für das Gesamtergebnis ist aber das größte Teilsegment, die Damendüfte. Hier konnte zumindest der letztjährige Abwärtstrend gestoppt werden. Das erreichte Ergebnis von Plus 0,3% langte jedoch nicht, um das Branchenresultat ausreichend positiv zu beeinflussen.

Customer Journey

An erster Stelle bei den relevanten Einflussfaktoren für den Kauf von Kosmetik bzw. Düften steht laut einer aktuellen Studie des Marktforschungsunternehmens Savvy ein gutes Preis-Leistungsverhältnis; dicht gefolgt vom Wunsch nach freundlichem Personal und noch vor günstigen Preisen. Auch guter Service, eine große Auswahl und die Möglichkeit, Produkte erleben zu können sind relevante Kriterien.

Insbesondere Frauen schätzen diese Aspekte, während sich Männer vor allem durch kleine Preise zum Kauf animieren lassen. Ältere Befragte legen neben dem Preis mehr Wert auf Service, Auswahl, Personal und Umtauschmöglichkeiten. Jüngeren sind Aspekte wie Onlinebestellung mit Abholung im Geschäft sowie Innovationen wichtig. Hier gilt es zukünftig, die Zielgruppenansprache noch klarer zu differenzieren.

Erneut besorgniserregende Zahlen bei Produkt- und Markenpiraterie

2016 wurden an den deutschen Außengrenzen Körperpflegeprodukte im Wert von 41,84 Mio. Euro sichergestellt. Die Anzahl beschlagnahmter Waren stieg um 20,5 Prozent auf 646.170 Stück. 51,7 Prozent der gefälschten Beautyprodukte kommen aus China, gefolgt von Hongkong mit 15,2 Prozent.

"Der dramatische Anstieg der Beschlagnahmezahlen belegt zwar einerseits die weiter optimierte Zusammenarbeit von Zoll und Industrie bei der Verfolgung der Markenpiraten, zeigt aber anderseits die erhebliche Dimension des Problems. Produktpiraterie ist ein relativ risikoloses, äußerst einträgliches Geschäft und wird daher insbesondere im Internet mit hoher krimineller Energie betrieben. Dies macht der Anteil des Postverkehrs in Höhe von 36,8 Prozent bei den Beschlagnahmen deutlich. Gerade gefälschte Kosmetika wird besonders häufig über das Internet via Paketdienstleister direkt an die Konsumenten geliefert. Und die Verkaufsplattformen oder Marktplätze verdienen dabei munter mit, entziehen sich aber bislang weitgehend ihrer Verantwortung; genießen in Europa ja sogar umfassende Privilegien. Im Rahmen der Entwicklung einer Digitalen Binnenmarktstrategie ist der europäische Gesetzgeber daher jetzt dazu aufgefordert, Internetplattformen für verbraucherschützende Maßnahmen in die Pflicht zu nehmen." sagt Martin Ruppmann, Geschäftsführer VKE-Kosmetikverband.

Ausblick 2017

Die gegenwärtige allgemeine Geschäftssituation wird von der Mehrheit der VKE-Mitglieder als gut (49 Prozent) oder sogar als sehr gut (6 Prozent) bewertet. 33 Prozent schätzen sie immer noch als befriedigend ein.

Rund 55 Prozent der Unternehmen prognostizieren eine befriedigende, immerhin 27 Prozent erwarten eine gute Umsatzentwicklung.

Bei der Entwicklung der Kanäle setzt man auch weiterhin auf Parfümerieketten und die klassische Fachparfümerie. Allerdings wird die Bedeutung des Online-Vertriebs markant zunehmen.

Dies spiegelt sich auch beim Medien-Mix wieder: Internet bzw. Social-Media-Aktivitäten werden mit einem Plus von 90% signifikant zulegen. TV kann seine Position halten, muss aber mit Rückgängen rechnen. Print und Out of Home-Formate stagnieren eher. Radio spielt weiterhin nur eine untergeordnete Rolle.

Um zukünftig erfolgreich zu sein, planen 48% der Mitgliedsfirmen für 2017 gegenüber dem Vorjahr höhere Marketingausgaben ein.

Bei der Entwicklung in den einzelnen Warengruppen setzt man erneut auf die Dekorative Kosmetik. Aber auch Düfte und Pflegende Kosmetik könnten für Zuwachsraten sorgen. Als schwierig wird die Situation bei Körperpflege und Sonnenkosmetik erachtet, während sich an das Männersegment lediglich durchschnittliche Erwartungen richten.

"Als grundlegende Risiken für die Geschäftsentwicklung sehen die Firmen vor allem die generelle politische Unsicherheit und die damit einhergehende Gefahr von Konsumzurückhaltung, aber auch die Zunahme von Graumarktangeboten im Internet. Ferner sorgen das weitere Marktwachstum der Discounter mit ihrem Kosmetikangebot und die fortgesetzte Konzentration im Handel für Kopfzerbrechen auf Industrieseite.", so Stephan Seidel zusammenfassend. "Wir schätzen das Umsatzwachstumspotential für 2017 insofern auf maximal 1,5 Prozent", so der VKE-Präsident.

Der VKE-Kosmetikverband, Berlin wurde 1952 in Frankfurt am Main gegründet und nimmt die gemeinsamen Berufs- und Fachinteressen der Distributeure bzw. Hersteller selektiv vertriebener Duft- bzw. Kosmetikprodukte in Deutschland wahr. Mitglieder des VKE sind heute mehr als 60 deutsche Vertriebstöchter ausländischer Stammhäuser bzw. inländische Kosmetikproduzenten, die über 250, zum Teil weltbekannte Marken und einen Umsatz von deutlich über 2 Mrd. EUR repräsentieren.

Kontakt:

Martin Ruppmann
Geschäftsführer VKE-Kosmetikverband
Tel.: +49/30/20 61 68 - 20
Mobil: +49/172/613 35 14
Unter den Linden 42
10117 Berlin
info@kosmetikverband.de
www.kosmetikverband.de

Antje Brüne
VKE-Pressebüro
Tel: +49/202/7 05 26 36
Mobil: +49/173/3 86 31 27
info@presse-bruene.de

Medieninhalte

Alarmierende Zollzahlen 2016: Rekordwerte bei Duft- und Kosmetikfälschungen / Aufgriff Parfumfälschungen am Hamburger Hafen. Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/42679 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/VKE-Kosmetikverband/Martin Ruppmann"

Alarmierende Zollzahlen 2016: Rekordwerte bei Duft- und Kosmetikfälschungen / Martin Ruppmann, Geschäftsführer VKE-Kosmetikverband. Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/42679 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/VKE-Kosmetikverband/Thomas Rafalzyk"

Alarmierende Zollzahlen 2016: Rekordwerte bei Duft- und Kosmetikfälschungen / Stephan Seidel, Präsident des VKE-Kosmetikverbandes und Geschäftsführer Groupe Clarins Deutschland. Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/42679 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/VKE-Kosmetikverband/Dominik Gigler"

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100061936/100801144 abgerufen werden.