

Pressemitteilung

## **Düfte und Kosmetik: Weihnachten 2018 wird omnichannel gekauft**

### **Beim Onlineshopping legen die Konsumenten wert auf Sicherheit**

**Berlin, 28.11.2018: Beautyprodukte werden auch in diesem Jahr wieder unter jedem zweiten Weihnachtsbaum hierzulande liegen. Knapp 50 Prozent der Deutschen planen, Kosmetik oder Düfte zu verschenken – ein solcher Anteil entfällt ansonsten nur noch auf Bargeld bzw. Gutscheine. Die Ausgabebereitschaft bleibt ungebrochen hoch. Dabei erfüllen mehr als die Hälfte der Schenkenden einen besonderen Kosmetikwunsch. Das hat eine repräsentative Untersuchung von Kantar TNS und VKE-Kosmetikverband ergeben.**

Über 60 Prozent der Befragten beabsichtigen 2018 bis zu 100 Euro für duftende und hautpflegende Geschenke auszugeben. 25 Prozent haben sogar ein Budget bis zu 200,- Euro. Allerdings wollen in diesem Jahr auch elf Prozent der Kundinnen und Kunden komplett auf Geschenke verzichten; zwei Prozent mehr als im Vorjahr. Gekauft werden zu 63 Prozent Düfte, gefolgt von sog. Sets (45 Prozent) und einzelnen Pflegeprodukten (33 Prozent).

Als Kaufort bleibt der stationäre Fachhandel stabil: eine große Mehrheit von 70 Prozent der Umfrageteilnehmer wird Beauty überwiegend oder sogar ausschließlich im Ladengeschäft kaufen. Kaufentscheidend sind hier die unmittelbare Verfügbarkeit und die Möglichkeit zu testen. Auch die Kaufinspiration erfolgt in vielen Fällen offline: ganz klassisch beim Schaufensterbummel, vor allem aber im Handel oder aber auch durch persönliche Gespräche mit Freunden und Bekannten. Durchaus problematisch: diejenigen die ihre Geschenke überwiegend online kaufen, lassen sich zu 45 Prozent vom Angebot in den Geschäften überzeugen.

„Eine der entscheidenden Stärken des Facheinzelhandels ist die persönliche Beratung. Im Geschäft wird getestet, es wird verglichen, Proben werden mitgenommen und am Ende steht die Parfümerie mit leerer Kasse da, weil dann doch bequem vom Sofa aus geshopppt wird. Wer Dienstleistungen in Anspruch nimmt, sollte auch dafür bezahlen – also entweder vor Ort oder im autorisierten Onlineshop des besuchten Händlers kaufen“, sagt Martin Ruppmann, Geschäftsführer VKE-Kosmetikverband.

Beim Onlineshopping punkten dann vor allem die Bequemlichkeit und die Möglichkeit des besseren Preisvergleiches. Affiliate Links spielen noch nicht die ganz große Rolle. Bisher haben nur 28 Prozent diese Möglichkeit des Einkaufs genutzt.

Sicherheit beim Onlineshopping steht beim Verbraucher ganz oben auf der Agenda. So sind für über zwei Drittel der bundesdeutschen Konsumenten Gütesiegel, die die Sicherheit der Internet-Einkäufe zertifizieren, wichtig bzw. sogar sehr wichtig.

Auch für die VKE-Mitgliedsunternehmen hat das Thema Sicherheit im Netz deshalb einen hohen Stellenwert. Bereits seit Ende 2013 können autorisierte Vertragshändler der VKE-Mitgliedsunternehmen ihre Onlineshops über ein eingetragenes Siegel auf der Startseite kennzeichnen. „Mit dieser Verbraucherschützenden Initiative erhalten die Kunden die Gewissheit, dass es sich beim Kaufort im Netz um einen seriösen Onlineshop handelt, der auf vertraglicher Basis qualitativ einwandfreie und sichere Originalprodukte verkauft. Mittlerweile haben sich mehr als 500 Shops angeschlossen“, erläutert Martin Ruppmann.

Die hohe Bedeutung des Weihnachtsgeschäftes belegen erneut die Ergebnisse der VKE-Mitgliederumfrage: So erwarten rund 52 Prozent der Befragten für das vierte Quartal eine positive Umsatzentwicklung, 17 Prozent sogar eine sehr positive. Über 70 Prozent der befragten Unternehmen bewerten die gegenwärtige, allgemeine Geschäftssituation in Deutschland noch als gut bis sehr gut. So hat sich der Umsatz in 2018 für 34 Prozent der VKE-Mitglieder bislang positiv entwickelt, für 28 Prozent sogar sehr positiv. Lediglich 10 Prozent gaben an, ihre Erlöse seien in den ersten drei Quartalen des Jahres 2018 zurückgegangen.

„Trotz der erfreulich positiven Einschätzung wappnet sich die Branche für ein turbulentes Jahr 2019. Die Fusion Karstadt/Kaufhof, die Fortsetzung der strukturellen Veränderungen beim Marktführer Douglas, die Expansion von Sephora sowie die weiteren Schritte von Zalando ins selektive Beauty Business zeigen die enormen Herausforderungen. Dies wird für jede Menge Bewegung im Markt in allen Richtungen sorgen“, sagt Martin Ruppmann.

Als generelle Risiken für die Geschäftsentwicklung werden die Schnäppchenmentalität der Verbraucher, eine zunehmende Marktkonzentration im Handel, politische Unsicherheiten mit Ihren Auswirkungen auf das globale Wirtschaftsklima und zunehmendem Maße der Fachkräftemangel gesehen.

## **Über die Umfragen**

*Die Ergebnisse der Kantar TNS-Untersuchung fußen auf einer qualitativen Befragung von 1.001 deutschen Konsumenten, die im November 2018 durchgeführt wurde. Die Befragten stellen eine repräsentative Stichprobe dar (Alters: zwischen 18 und 64). Diese Erkenntnisse wurden durch die Ergebnisse der Mitgliederumfrage des VKE-Kosmetikverbandes im Oktober/November 2018 ergänzt.*

## **VKE-Kosmetikverband e.V.**

*Der VKE-Kosmetikverband wurde 1952 gegründet und nimmt die gemeinsamen Berufs- und Fachinteressen der Distributeure bzw. Hersteller selektiv vertriebener Duft- bzw. Kosmetikprodukte in Deutschland wahr. Bei seiner Arbeit geht es dem VKE als Industriefachverband vor allem darum, das Eigenverständnis der Depotkosmetik innerhalb eines klaren ordnungspolitischen Rahmens zu stärken und auf allen politischen und wirtschaftlichen Ebenen zu manifestieren. Der Verband ist kompetenter Ansprechpartner bei der Gestaltung der Beziehungen Industrie/Handel und in Fragen rund um die Themen Konsumentenverhalten, Marktdaten- und Studien, Branchentrends und -entwicklungen. Zudem betreibt der VKE umfassende Branchen-PR und koordiniert die Arbeit der Fragrance Foundation Deutschland. Mitglieder des VKE sind heute über 60 deutsche Vertriebstöchter ausländischer Stammhäuser bzw. inländische Kosmetikproduzenten, die über 250, zum Teil weltbekannte Marken und einen Umsatz von über 2,3 Mrd. € repräsentieren.*

## **Ansprechpartner**

Martin Ruppmann  
Geschäftsführer

VKE-Kosmetikverband  
Unter den Linden 42 | D-10117 Berlin  
Telefon +49 (0)30 206 168 20  
Telefax +49 (0)30 206 168 722

Pressebüro Antje Brüne  
Telefon +49 (0)202-7052636  
Mobil 0173-3863127

[www.kosmetikverband.de](http://www.kosmetikverband.de)