

Pressemitteilung

Gefragte Alltagshelfer – Schönheitspflege und Haushaltspflege während der Corona-Krise

Frankfurt am Main, 9. Juni 2020. Während der Corona-Krise sind Alltagshelfer sehr gefragt, Hygiene rückt in den Vordergrund: Seifen, Handdesinfektionsmittel und Handpflegeprodukte sowie Oberflächendesinfektionsmittel und Reiniger sorgen für einen erhöhten Umsatz um 8,5 Prozent im ersten Quartal 2020 im Vergleich zur Vorjahresperiode. Der Wunsch nach Sauberkeit in den eigenen vier Wänden und allgemeinem Wohlbefinden ist gestiegen.

Schöner Leben mit **Schönheits-** und **Haushaltspflege**



Quellen: Online-Umfrage von Statista im Auftrag des IKW mit 1.000 Teilnehmern aus Deutschland, 04/2020; IKW Schätzung auf Basis von IRI, GfK, Appinio und eigenen Infos; Statistisches Bundesamt | * n=1.000, Mehrfachnennungen möglich

Nach Schätzungen des Industrieverbandes Körperpflege- und Waschmittel e. V. (IKW) ist der Umsatz von Schönheitspflege- und Haushaltspflegeprodukten in Deutschland in den ersten drei Monaten 2020 auf 3,84 Milliarden Euro (+ 8,5 Prozent) gestiegen.

Haushaltspflegeprodukte verzeichneten ein Plus von 14,9 Prozent, Schönheitspflege legte um 5,9 Prozent zu. Besonders stark war die Nachfrage nach Geschirrspül-, Wasch- und Desinfektionsmitteln sowie nach Produkten zur Handreinigung und -pflege. Um weiterhin die Lieferfähigkeit dieser Produktgruppen sicherzustellen, reagierten Mitgliedsunternehmen des IKW umgehend und stellten ihre Produktionen um. Viele Unternehmen haben sich zusätzlich mit Geld- und Sachspenden (z.B. Schutzmasken, Desinfektionsmittel) engagiert und aktiv bei der Bewältigung der Krise geholfen. Dennoch hat die Krise auch negative Auswirkungen auf

den Umsatz einiger Produktgruppen, denn Styling und Kosmetik werden derzeit hinten angestellt. Was vor Corona für viele zum Start in den (Arbeits-)Tag gehörte, ist während der Corona-Krise nicht mehr ganz so wichtig: Düfte, Make-Up oder Haarpflege wurden in den ersten drei Monaten dieses Jahres weniger verwendet und sorgen für Einbußen im Bereich Schönheitspflege. Ein Blick auf die Zahlen aus dem ersten Quartal 2020 zeigt, dass sich diese Entwicklung besonders deutlich im Export widerspiegelt: Während die Schönheitspflege im Vergleich zur Vorjahresperiode um 12 Prozent gesunken ist, kann die Haushaltspflege leicht zulegen (1,2 Prozent), sodass der Außenhandel eine Gesamtbilanz von 2,32 Milliarden Euro (-8,9 Prozent) erreicht.

Unabhängig von der Corona-Krise gilt: Schönheits- und Haushaltspflegeprodukte gehören für Menschen in Deutschland zu einem „schönen Leben“ dazu. Dieses beinhaltet vor allem Gesundheit, Familie, Partnerschaft und Freunde, ein gepflegtes Aussehen und ein schönes/sauberes Zuhause.

Schönheitspflege in Corona-Zeiten



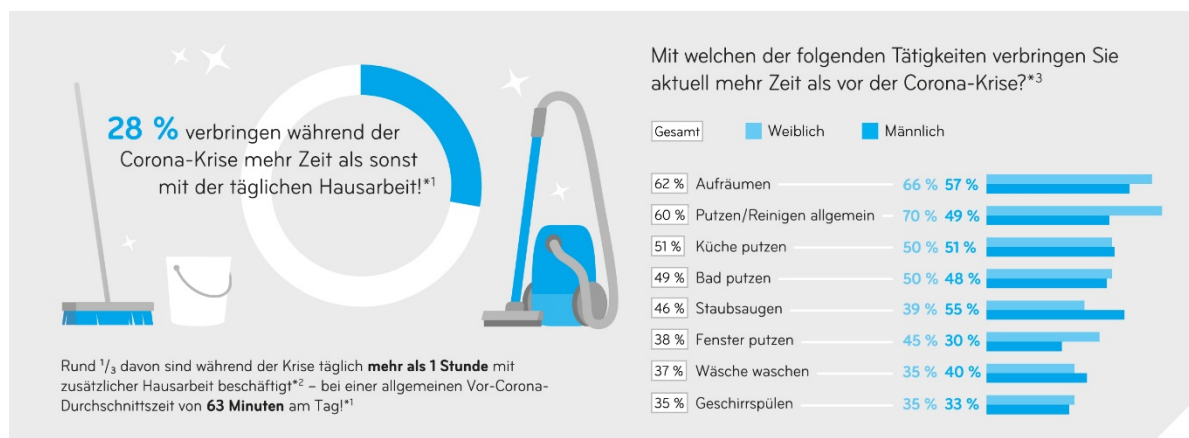
Quelle: Online-Umfrage von Statista im Auftrag des IKW mit 1.000 Teilnehmern aus Deutschland, 04/2020 | *¹n=70; Mehrfachnennungen möglich; Top 3; Befragte, die in der aktuellen Situation weniger Zeit mit ihrer Körperpflege/Kosmetik verbringen als sonst | *²n=159; Mehrfachnennungen möglich; Top 5; Befragte, die in der aktuellen Situation mehr Zeit mit ihrer Körperpflege/Kosmetik verbringen als sonst | *³n=70; Mehrfachnennungen möglich; Befragte, die in der aktuellen Situation weniger Zeit mit ihrer Körperpflege/Kosmetik verbringen als sonst | *⁴n=161; Mehrfachnennungen möglich; Befragte, die im Moment ein Produkt besonders gerne nutzen, weil sie sich dann wohler fühlen

Eine gepflegte Routine sichert Stabilität im Alltag

Spielt sich das Leben in diesen außergewöhnlichen Zeiten primär zuhause ab, bedeutet das für viele einen deutlich veränderten Alltag. Eine vom IKW im April in Auftrag gegebene Umfrage ergibt, dass für 93 Prozent der Menschen in Deutschland Körperpflege und Kosmetik wichtig sind. Während der Corona-Krise helfen die beliebten Pflegerituale und die Routine im Badezimmer, den aus den Fugen geratenen Tagesablauf zu regeln und zu verschönern. Die Befragten, für die das tägliche Schminken und Stylen am Morgen aufgrund von Homeoffice oder aufgrund der Kontaktbeschränkungen teilweise weggefallen ist, verwenden weniger Zeit

mit diesen Kosmetikprodukten. Die Zeit im Bad wird lieber für eine ausgiebigere morgendliche Dusche (32 Prozent), Hände eincremen (31 Prozent), Körper eincremen (23 Prozent), Gesichtsmasken (20 Prozent) oder Zähneputzen (20 Prozent) genutzt. 24 Prozent der Befragten schätzen besonders die Handcreme, da sie die durch das verstärkte Händewaschen beanspruchten Hände geschmeidig hält.

Haushaltspflege in Corona-Zeiten



Quelle: Online-Umfrage von Statista im Auftrag des IKW mit 1.000 Teilnehmern aus Deutschland, 04/2020 | ^{*1}n=1.000 | ^{**2}n=281; Befragte, die in der aktuellen Situation mehr Zeit mit der täglichen Hausarbeit verbringen als sonst | ^{**3}n=281; 155 Frauen und 126 Männer, Mehrfachnennungen möglich, Antwortauswahl; Befragte, die in der aktuellen Situation mehr Zeit mit der täglichen Hausarbeit verbringen als sonst

Eine saubere Aufgabenteilung – Gemeinsam stark im Haushalt für mehr Wohlbefinden

Egal, ob Aufräumen, Putzen, Ausmisten oder Staubsaugen – diejenigen, die mehr Zeit in den eigenen vier Wänden verbringen, verwenden auch mehr Zeit mit Haushaltstätigkeiten. Ein Drittel der Befragten nimmt sich fast doppelt so viel Zeit dafür wie vor der Corona-Pandemie. Und: Sie investieren dementsprechend deutlich mehr in Haushaltsreiniger und Waschmittel. Auch Männer erledigen in dieser besonderen Situation mehr Aufgaben im Haushalt, wie die Ergebnisse der Umfrage zeigen. Beim Putzen von Badezimmer und Küche ist das Engagement noch relativ ausgeglichen, im Gegensatz zum Staubsaugen. Hier liegen die Männer vor den Frauen (55 Prozent versus 39 Prozent) – ebenso wie beim Aufräumen (66 Prozent versus 57 Prozent) und beim Wäsche-Waschen (40 Prozent und 35 Prozent). Ein Ergebnis lässt sich besonders hervorheben: Putzen macht glücklich! Denn 61 Prozent der Befragten fühlen sich in einer sauberen und aufgeräumten Wohnung voll und ganz wohl, wobei dieses Gefühl bei Frauen etwas ausgeprägter ist (68 Prozent) als bei Männern (54 Prozent).

Die Corona-Pandemie führt auch zu einem neuen Blick auf das eigene Zuhause, in dem viele deutlich mehr Zeit verbringen, während #StayAtHome gilt. Es wird häufiger geputzt und stärker auf Sauberkeit geachtet, das Wohlbefinden und ein schönes Leben in den eigenen vier Wänden

werden wichtiger. Im Gegensatz dazu sind Tätigkeiten und Produkte, die für das Leben außerhalb der eigenen vier Wände wichtig waren, verständlicherweise weniger relevant geworden. Dies spiegeln die Zahlen aus den ersten drei Monaten des Jahres deutlich wider.

„Der private Konsum wird bei der Überwindung der durch die Pandemie ausgelösten Wirtschaftskrise eine zentrale Rolle spielen. Unsere Branche nimmt diese Herausforderung an. Denn Schönheits- und Haushaltspflege haben sich in den vergangenen Jahren durchweg als Konjunkturstütze erwiesen, weil sie Verbraucherwünsche erkennen und mit innovativen und beliebten Produkten erfüllen“, so IKW-Geschäftsführer Thomas Keiser.

Weitere Informationen zu Branchenzahlen und Entwicklungen erhalten Sie auf der Webpage des IKW www.ikw.org.

Quellen: Online-Umfrage von Statista im Auftrag des IKW mit 1.000 Teilnehmern aus Deutschland 04/2020

Kontakt

Karen Kumposcht

Public Relations/Public Affairs Managerin

Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e. V.

Mainzer Landstraße 55, 60329 Frankfurt am Main

T +49.69.2556-1331 / F +49.69.237631 / kkumposcht@ikw.org / www.ikw.org /

www.twitter.com/ikw_org

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 ca. 95 Prozent des Marktes ab.

Der IKW ist bei wissenschaftlichen, regulatorischen oder 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