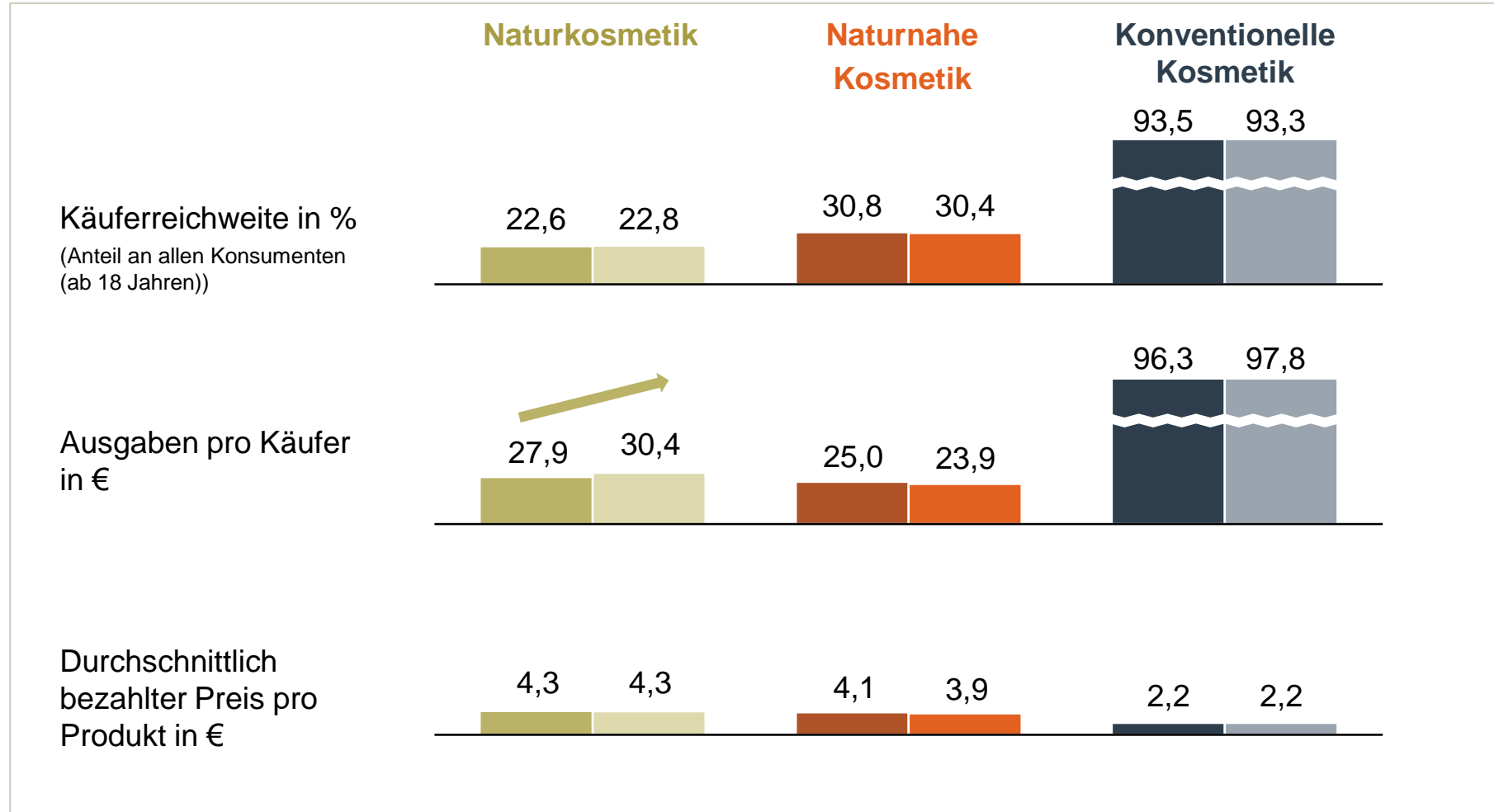


Die Käuferreichweite für Naturkosmetik liegt stabil bei 23%; doch die Ausgaben sind gewachsen – obwohl die Preise gleich geblieben sind

Kennzahlen für den Kosmetikmarkt 2014 und 2015

Angaben in gerundeten %

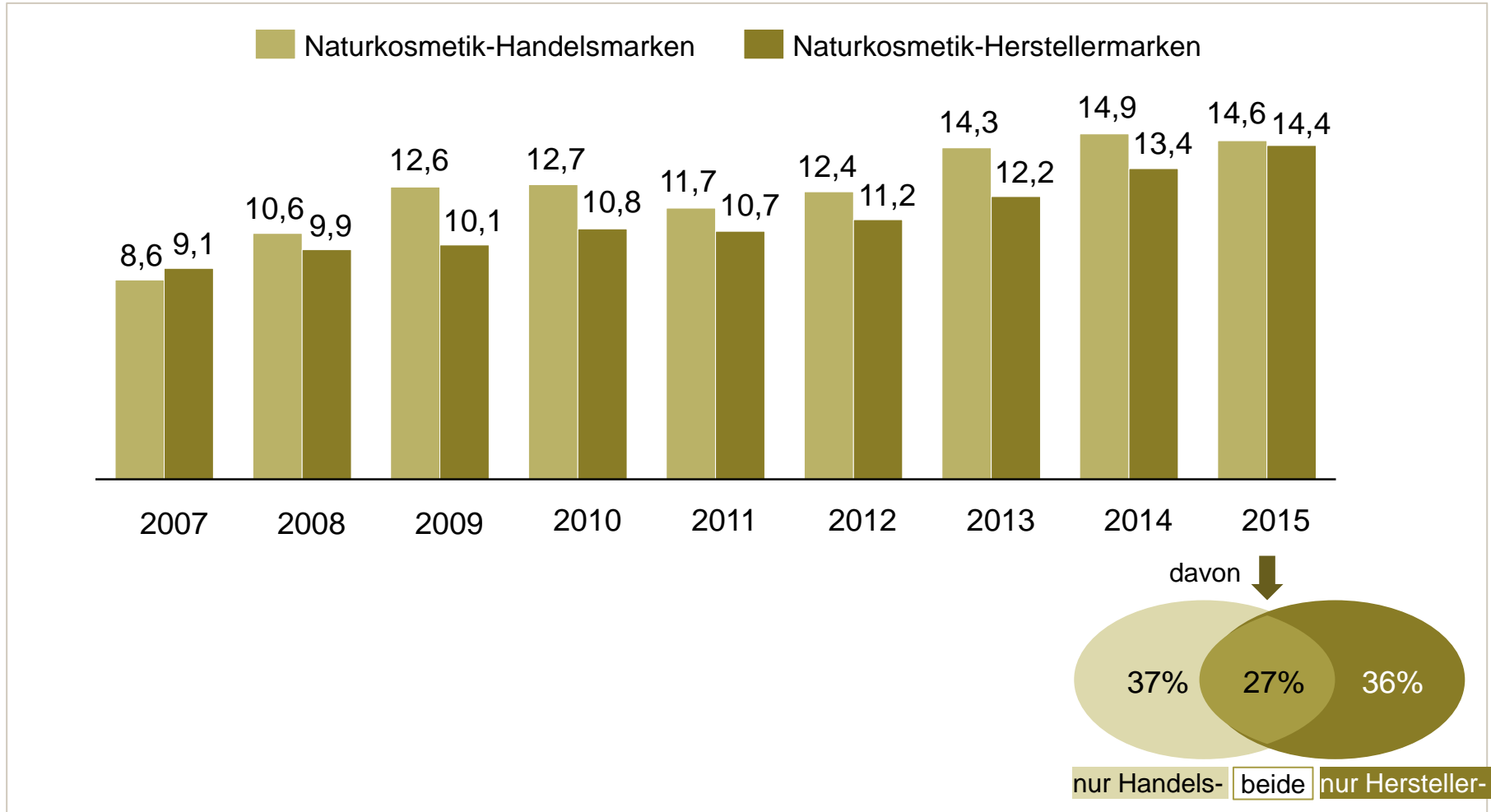


Quelle: GfK ConsumerScan Individual | 40.000 Deutsche & Ausländer ab 18 Jahren | Körperpflege & Kosmetik Total

2015 erhöhten Naturkosmetik-Herstellermarken ihre Reichweite um 1% und zogen damit fast gleich mit den Handelsmarken

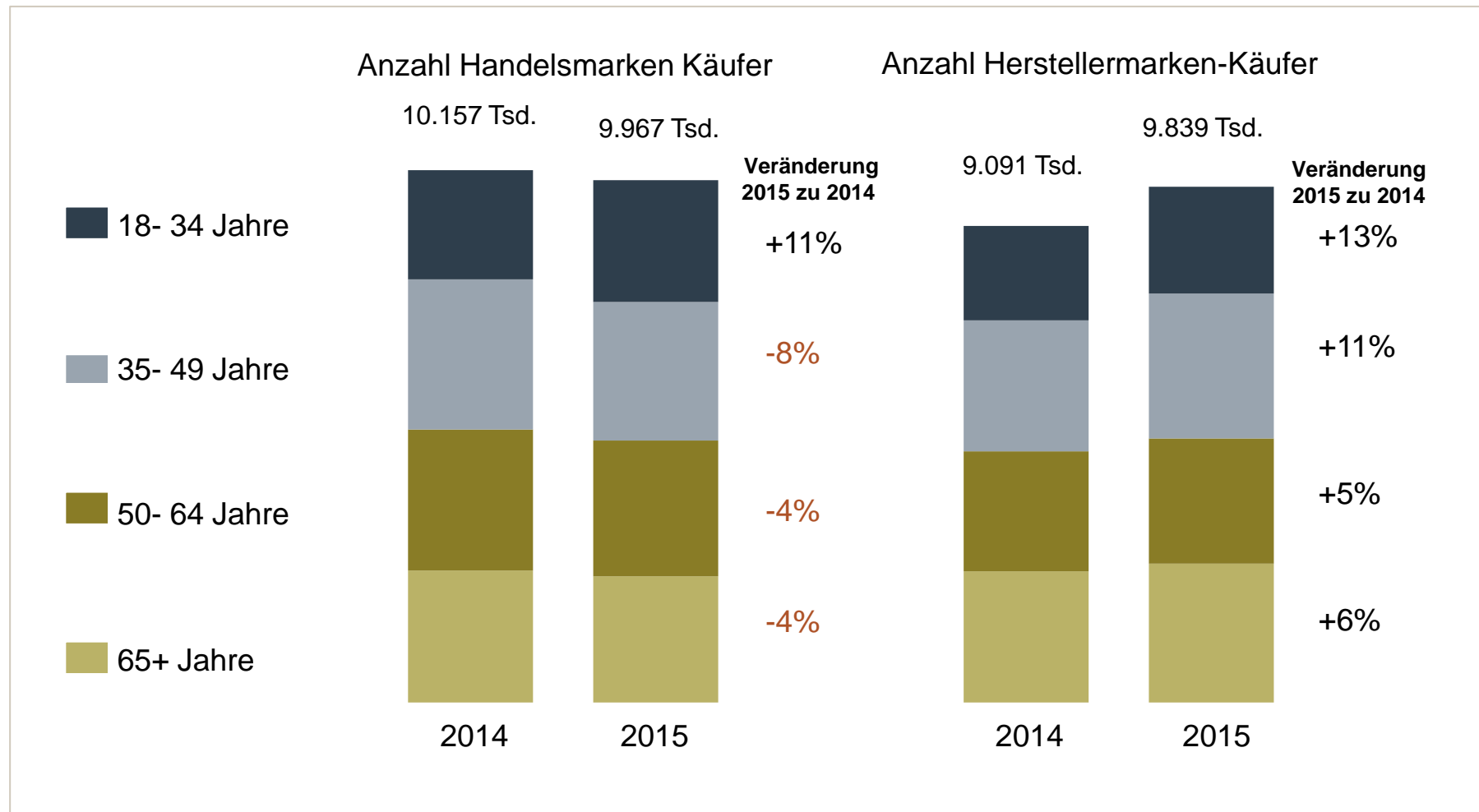
Käuferreichweiten für Naturkosmetik; Hersteller- versus Handelsmarken

Angaben in gerundeten %



Naturkosmetik-Herstellermarken wachsen vor allem dank Personen bis 49 Jahren; Handelsmarken verlieren Käufer im Alter von 35plus

Käuferentwicklung für Naturkosmetik nach Lebenszyklus



Quelle: GfK ConsumerScan Individual | 40.000 Deutsche & Ausländer ab 18 Jahren | Körperpflege & Kosmetik Total

Das E-Commerce Segment im Bereich täglicher Verbrauchsgüter ist generell klein, aber für Naturkosmetik überdurchschnittlich relevant

Kennzahlen für E-Commerce 2015

Angaben in gerundeten %

| | Marktanteile | Käuferreichweiten | Bedarfsdeckung * |
|-----------------------------------|--------------|-------------------|------------------|
| Heimtierbedarf | 5,3 | 7,4 | 13 |
| OTC | 5,1 | 3,3 | 52 |
| Körperpflege & Gesundheit* | 4,4 | 5,8 | 28 |
| Naturkosmetik* | 4,4 | 0,7 | 51 |
| Alkoholische Getränke | 2,3 | 2,9 | 29 |
| Heißgetränke | 2,0 | 4,6 | 27 |
| Tiefkühlkost/ Eis | 1,6 | 2,9 | 26 |
| Babynahrung | 1,3 | 2,3 | 18 |
| Papierwaren | 0,8 | 1,7 | 25 |
| Obst/ Gemüse | 0,8 | 3,8 | 16 |
| Wasch-, Putz-, Reinigungsprodukte | 0,6 | 2,2 | 20 |
| Nichtalkoholische Getränke | 0,5 | 2,2 | 15 |
| Brot | 0,3 | 2,9 | 7 |

Studienbeschreibung

Methode

GfK Individualpanel: 40.000 Personen (repräsentativ für die Wohnbevölkerung in Deutschland ab 18 Jahren) erfassen regelmäßig und zeitnah ihre gesamten Einkäufe für verschiedene tägliche Verbrauchsgüter (z.B. Kosmetik oder Süßwaren). Neben Eingaben zu den Rahmenbedingungen wie Einkaufsstätte oder Tag, und weiteren Angaben (z.B. zum Preis oder Promotion) werden auch die EAN-Codes jedes gekauften Artikels per Scanner erfasst.



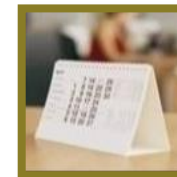
WER?



WAS?



WANN?



WO?

