

Kosmetikbranche in Deutschland: Umsatzwachstum trotz Konsumschwäche

Die deutsche Kosmetikbranche steigerte ihren Umsatz um 2% auf 12,3 Milliarden Euro, trotz schwacher Konsumstimmung.

Die deutsche Kosmetikbranche zeigt eine beeindruckende Widerstandsfähigkeit, indem sie selbst in Zeiten einer eher unsicheren Konsumstimmung ihren Umsatz steigert. Im ersten Halbjahr konnte die Branche einen Umsatz von 12,3 Milliarden Euro verzeichnen, was einem Anstieg von 2,0 Prozent im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Diese positive Entwicklung wurde durch diverse Faktoren gefördert, vor allem durch ein starkes Geschäft im Inland.

Der Umsatz mit Wasch- und Reinigungsmitteln erlebte einen bemerkenswerten Anstieg. Hier gab es eine Umsatzsteigerung von 8,3 Prozent, mit einem Gesamtvolumen von 4,1 Milliarden Euro. Thomas Keiser, Geschäftsführer des Industrieverbandes Körperpflege- und Waschmittel (IKW), erklärte, wie wichtig Schönheit und Sauberkeit den Verbrauchern sind und wie die Branche in einem schwachen wirtschaftlichen Umfeld Stärke zeigt. Besonders gefragt waren Produkte wie Mundhygieneartikel und Gesichtspflege, aber auch Weichspüler, Vollwaschmittel und Universalreiniger fanden Absatz.

Herausforderungen im Auslandsgeschäft

Trotz der positiven Zahlen im Inland hat sich das Auslandsgeschäft der deutschen Kosmetikbranche

abgeschwächt. Mit einem Umsatz von 6,0 Milliarden Euro im ersten Halbjahr verzeichnete es einen Rückgang von 2,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Nach Jahren mit zweistelligen Wachstumsraten im Export wird nun von einer Phase der Marktanpassung gesprochen, was auf veränderte Marktbedingungen hindeuten könnte.

Die deutsche Kosmetikindustrie wird durch den IKW vertreten, der mehr als 440 Unternehmen mit rund 50.000 Arbeitsplätzen umfasst. Dieser Verband deckt über 95 Prozent des deutschen Marktes ab, was die Größe und Bedeutung der Branche unterstreicht. Angesichts der globalen Herausforderungen und der veränderten Verbraucherbedürfnisse bleibt abzuwarten, wie sich die Entwicklung in den kommenden Monaten gestalten wird.

Insgesamt zeigt die deutsche Kosmetikbranche eine robuste Leistungsfähigkeit. Diese Stabilität ist besonders bemerkenswert, da sie in einem schwierigen Umfeld operiert, in dem Verbraucher häufiger über ihre Ausgaben nachdenken. Die Tatsache, dass Kosmetik und Körperpflege weiterhin Vorrang haben, deutet darauf hin, dass Gesundheit und Wohlbefinden nach wie vor einen zentralen Platz im Leben der Verbraucher einnehmen.

Details

Besuchen Sie uns auf: [n-ag.de](https://www.n-ag.de)