

# Robust in der Krise

Schönheits- und Haushaltspflegeindustrie behauptet sich dank starkem Export

In einem von enormen Belastungen geprägten Marktumfeld im ersten Halbjahr 2022 konnten die im Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel (IKW) organisierten Unternehmen ihren Gesamtumsatz auf 14,5 Mrd. EUR steigern. Das entspricht einem Wachstum von 7,1% gegenüber dem Vergleichszeitraum 2021. Der Wert der abgesetzten Kosmetika und Körperpflegeprodukte stieg insgesamt um 9,4% auf 10,7 Mrd. EUR. Wasch-, Pflege- und Reinigungsmittel weisen einen Umsatz von 3,8 Mrd. EUR und damit 0,9% mehr als im Vorjahr aus. Hauptanteil an der positiven Umsatzentwicklung hatte ein lebhaftes Auslandsgeschäft mit einem Plus von 15,9%.



Thomas Keiser,  
IKW-Geschäftsführer

©IKW / Dennis Möbus

Verbraucher in Deutschland benutzen durchschnittlich pro Kopf ca. sechs Mal am Tag ein Produkt aus dem Gesamtsortiment der IKW-Mitgliedsunternehmen – bspw. Shampoo, Zahnpasta, Wasch- oder Spülmittel. Insgesamt wendet er oder sie für Schönheits- und Haushaltspflege etwa 1,3 Stunden am Tag auf und gibt dafür deutlich über 200 EUR im Jahr aus. Das heißt: Jeder achte Euro, der heute im deutschen Lebensmittelhandel umgesetzt wird, wird für Schönheits- und Haushaltspflegeprodukte ausgegeben. Dass sich die Unternehmen der Körperpflege- und Waschmittelindustrie in einem so herausfordernden Umfeld, wie wir es aktuell haben, behaupten können, liegt also zum einen daran, dass sie Produkte herstellen, die für Verbraucher im Alltag unverzichtbar sind; zum anderen ist es ein



## ZUR PERSON

**Thomas Keiser** hat Wirtschaftswissenschaften in Deutschland und in den USA studiert. Seine Berufslaufbahn begann er 1993 bei GlaxoSmithKline. Anschließend hatte er Führungspositionen in Marketing, Vertrieb und Geschäftsleitung in der Markenartikelbranche im In- und Ausland inne, zunächst bei Sara Lee, zuletzt 10 Jahre in der Danone Gruppe. Seit Anfang 2015 ist er Geschäftsführer des Industrieverbands Körperpflege- und Waschmittel. Der Verband deckt etwa 95% der Branche ab.

Einfluss des seit Februar andauernden Ukraine-Krieges als robust gezeigt – insbesondere dank des sehr starken Exports. Größte Herausforderungen für die Branche sind die massiven Kostensteigerungen für Rohstoffe und Energie in Folge des Ukraine-Krieges sowie das eingetretene Konsumklima in Deutschland. Zudem belasten steigende regulatorische Anforderungen das unternehmerische Handeln.

Gerade der Mittelstand, der einen großen Beitrag zum Wohlstand in Deutschland leistet, ist stark unter Druck. Hier ist seitens der Politik dringend schnelles, und effektives Handeln gefordert, das die Unternehmen entlastet, gleichzeitig aber nachhaltig Hürden abbaut. Die anstehenden Transformationsaufgaben können nur mit einer starken Wirtschaft gestemmt werden. Dennoch

Zeichen für Wettbewerbsfähigkeit und Innovationskraft.

### Stabiles Inlandsgeschäft

Die Zahlen für den deutschen Markt belegen mit 9,3 Mrd. EUR Umsatz (plus 2,7%) eine stabile Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr 2022. Dabei zeigt sich in der Ge-

erzielten Haushaltspflegeprodukte 2,5 Mrd. EUR Umsatz, was einem Minus von 2,0% entspricht.

### Verbraucher nutzen neu gewonnene Freiheit

Eine Analyse einzelner Produktkategorien macht deutlich, dass die Verbraucher nach der langen Zeit großer Einschränkungen während der Co-

Im ersten Halbjahr 2022 stieg der Umsatz mit Vollwaschmitteln wieder an – um 6,1%.

### Europa größter Markt für Pflegeprodukte weltweit

Europa ist mit 134 Mrd. EUR weltweit der größte Markt für Schönheits- und Haushaltspflegeprodukte mit stabil positiver Entwicklung. Innerhalb Europas ist Deutschland der mit Abstand größte Markt – vor Großbritannien, Frankreich, Italien und Spanien.

Allerdings zeigt sich aktuell mit Blick auf die wirtschaftliche und gesellschaftliche Lage dramatisch, dass Wohlstand und Frieden nicht selbstverständlich sind. Für eine nachhaltige Gesellschaftsentwicklung brauchen wir gleichsam ökologisch, ökonomisch und sozial tragfähige Konzepte. Und mehr denn je ein starkes, stabiles Europa.

### Markterschließungsprogramm für den Mittelstand

Das Exportgeschäft der Branchenunternehmen macht einen wichtigen Teil der Umsätze aus und sorgt, wie aktuell, für eine stabile Geschäftsentwicklung. Der IKW unterstützt seine Mitglieder – insbesondere die

mittelständischen Unternehmen – aktiv dabei, Exportchancen zu nutzen. Das hierzu entwickelte umfassende Markterschließungsprogramm

**Für eine nachhaltige Gesellschaftsentwicklung brauchen wir gleichsam ökologisch, ökonomisch und sozial tragfähige Konzepte.**

besteht aus verschiedenen Komponenten. Es wird unterstützt u.a. durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, den Verband der Deutschen Messewirtschaft (AUMA), die Außenhandelskammern, die Marktforschungsgesellschaft EURonitor und Germany Trade and Invest (GTAI). Zentrale Bestandteile des Programms sind weltweite Marktdaten, Geschäftsanbahnungsreisen in interessante Exportregionen, Messeauftritte und Freiverkäuflichkeitszertifikate. Für dieses Programm wurde der IKW bereits mehrfach ausgezeichnet.

### Lage und Aussichten unter Krisenbedingungen

Die Schönheits- und Haushaltspflegeindustrie hat sich auch unter dem

sind wir für die zweite Jahreshälfte optimistisch. Unsere Unternehmen beweisen täglich, dass sie in besonderer Weise mit attraktiven Produkten und Innovationen Verbraucherbedürfnisse auch in schwierigen Zeiten erfüllen.

Thomas Keiser, Geschäftsführer, Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e.V. (IKW), Frankfurt am Main

■ tkeiser@ikw.org  
■ www.ikw.org

Aktuelle Zahlen und Fakten zur Körperpflege- und Waschmittelbranche finden Sie in unserer Infografik auf der letzten Seite.

## Schönheits- und Haushaltspflege

Der Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel (IKW) vertritt Unternehmen, die in Deutschland Produkte für die Schönheitspflege und die Haushaltspflege herstellen oder vertreiben. Der IKW zählt über 430 Mitgliedsunternehmen mit einem Jahresumsatz von insgesamt über 18,7 Mrd. EUR und ca. 50.000 Beschäftigten. Neben größeren, global agierenden Unternehmen ist die überwiegende Zahl der Mitgliedsunternehmen mittelständisch strukturiert. 134 Unternehmen sind Hersteller von Wasch- und Reinigungsmitteln, 346 produzieren Waren der Kosmetikindustrie, 50 Unternehmen produzieren sowohl Wasch-, Pflege- und Reinigungsmittel als auch Kosmetikprodukte.

genüberstellung der beiden Sparten ein zweigeteiltes Bild. Während der Umsatz bei Shampoos, Deo & Co. mit 6,8 Mrd. EUR um 4,5% über dem ersten Halbjahr 2021 lag,

ronakrise offenbar wieder vermehrt Begegnungen und Erlebnisse suchen und sich dabei schön und selbstbewusst fühlen wollen. Der Umsatz mit Produkten wie Lidschatten, Lippenstift oder Nagellack stieg entsprechend kräftig um 15,7%, die Düfte erreichten sogar ein Plus von 56%. Auch für Waschmittel wurde mehr Geld ausgegeben. Das kann ebenfalls daran liegen, dass die Menschen wieder mehr am öffentlichen Leben teilnehmen. Hinzu kommen marktausgleichende Bewegungen. Im ersten Coronajahr 2020 wurde Waschmittel auf Vorrat gekauft und im Folgejahr verbraucht.

**Europa ist mit 134 Mrd. EUR weltweit der größte Markt für Schönheits- und Haushaltspflegeprodukte.**

inprotec AG

Ihr Lohndienstleister für Trocknung, Formgebung, Coating  
BESUCHEN SIE UNS AUF DER SEPAWA: STAND A117 - A118

- COATING
- SPRÜHTROCKNUNG
- SPRÜHGRANULATION
- SPRÜHAGGLOMERATION
- MATRIXVERKAPSELUNG
- WIRBELBETTROCKNUNG

Nichtionische Tenside für den asiatisch-pazifischen Raum

## BASF und Hannong Chemicals gründen Joint-Venture

Nach der Genehmigung aller zuständigen Behörden planen BASF und Hannong Chemicals die Gründung eines Produktions-Joint-Ventures „BASF Hannong Chemicals Solutions“. Die neue Gesellschaft wird mehrheitlich im Besitz von BASF sein (BASF 51%; Hannong Chemicals 49%).

Dieses Joint Venture verbindet die starken Kompetenzen der BASF im Bereich Technologie und Produktinnovation mit den hocheffizienten Produktionskapazitäten von Hannong und wird beide Unternehmen mit nichtionischen Tensiden beliefern, um der steigenden Marktnachfrage gerecht zu werden. Die Vermarktung erfolgt über die individuellen Vertriebs- und Distributionsnetzwerke beider Unternehmen.

Sitz der neuen Gesellschaft wird am Standort Daejeon im Daesan-Industriepark in Südkorea sein.

Ziel beider Unternehmen ist die Gründung des Joint Ventures innerhalb des ersten Quartals 2023 nach der Genehmigung aller zuständigen Behörden.

Nichtionische Tenside werden in einer Vielzahl von Industrie-segmenten verwendet, u.a. in Produkten für die Haushaltsreinigung, Körperpflege, industrielle und institutionelle Reinigung sowie in industriellen Anwendungen. Sie werden in Formulierungen für Waschmittel, Oberflächenreiniger und Geschirrspülmittel sowie für die Behandlung von Leder und Textilien, die Reinigung von Metalloberflächen etc. eingesetzt. (bm)