

Frankfurt, 14. Mai 2018

Pressemitteilung

Unwiderstehlich schön: Das Beauty-Programm der Onliner unter der Lupe

AGOF facts & figures untersuchen die Zielgruppenpotenziale der Kosmetikbranche

Egal ob auf Instagram, YouTube oder einem anderen sozialen Netzwerk: Das Internet ist für viele Deutsche zur Plattform für die perfekte Selbstdarstellung geworden. Daher verwundert es nicht, dass gerade die Onliner sich für die breite Palette an pflegenden und verschönernden Produkten interessieren – und diese auch intensiv nutzen. Das unterstreichen auch die neuesten Ergebnisse aus der Reihe AGOF facts & figures, die in der heute veröffentlichten Ausgabe das Thema Kosmetik und die dazugehörigen digitalen Zielgruppen genauer analysiert haben. Laut der Sonderanalyse haben sich alleine im März 2018 über 20 Millionen digitale Nutzer (20,21 Mio.) aktiv über Körperpflege- oder Kosmetikprodukte im Internet informiert. Auf den Spitzenplätzen beim Interesse liegen Parfüm und Düfte, für die sich 51,2 Prozent interessieren, gefolgt von Körperpflegeprodukten allgemein (49,1%) und Haarpflegemittel (45,3%).

Und beim Interesse bleibt es nicht. Ein Blick auf die persönliche Nutzung von Pflegeprodukten zeigt: Von der Anti-Aging-Creme bis zur Zahnpasta nutzen die Onliner alles, was der Cremetiegel hergibt. Dabei setzen in den digitalen Zeiten nicht nur Frauen auf ein ansprechendes Äußeres. Auch der Mann von heute möchte gepflegt aussehen und nutzt dafür die passende Pflege. So verwenden bereits 70 Prozent Handcreme (71,0%), 40 Prozent Fußpflegemittel (40,9%) und mehr als jeder zweite Mann eine Gesichtscreme (58,5%). Beim Einsatz von Stylinggel, -wachs, etc. liegen die Männer sogar deutlich vorne, 39,6 Prozent der männlichen Onliner benutzen derartige Produkte zum Stylen ihrer Haare, bei den Frauen sind es dagegen „nur“ 29,8 Prozent.

Außerdem deutlich sichtbar: Mit dem Alter verändert sich die Priorität, welche Produkte zum Einsatz kommen. Anti-Aging-Produkte fürs Gesicht beispielweise verwenden nur 2,6 Prozent der 14-29-jährigen, bei der Altersgruppe 50+ setzen 31,0 Prozent auf diese Schönheitshelfer. Für 41,8 Prozent der jungen Frauen ist Eyeliner oder Eyeshadow unverzichtbar, ab 50 schminken sich damit nur noch 30,4 Prozent. Auch die Verwendung von Haarfärbemitteln aller Art steigt mit dem Alter, während z.B. der Einsatz von Haarentfernung, egal ob Rasur, Epilation, oder anderes, am stärksten in der Altersgruppe von 30-49 Jahre ausgeprägt ist.

Die AGOF facts & figures analysieren turnusmäßig die Potenziale und Perspektiven einzelner Branchen im Internet auf Basis der AGOF Regelstudie. Auswertungsbasis ist die täglich erscheinende daily digital facts, außerdem wurde der Merkmalskatalog Anfang 2018 durch Kooperationen mit der Verbrauchs- und Medienanalyse (VuMA) und der Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung (GIK) deutlich erweitert.

Der vorliegende Band zum Thema Kosmetik beleuchtet dafür Interesse, Kauf und Nutzung von Kosmetika und Parfum der digitalen Nutzer sowie die Mediaspendings der Branche. Die neueste Ausgabe der AGOF facts & figures steht kostenfrei unter <https://www.agof.de/studien/branchenberichte-facts-figures/> als ausführlicher Berichtsband, inklusive Tabellen und Grafiken, zur Verfügung.

Über die AGOF

Als Joint Industry Committee (JIC) aus den führenden deutschen Internet-Vermarktern, Agenturen und Werbungtreibenden setzt die AGOF Standards und Maßstäbe für digitales Marketing. Sie sichert damit die Professionalität, die Qualität und das Wachstum des Werbemediums Internet. Im Zentrum ihrer Arbeit steht die Ermittlung digitaler Reichweiten und Nutzungsdaten zur Vermarktung von digitalen Angeboten. Anforderungen des sich dynamisch verändernden Marktes integriert sie aktiv in ihr Leistungsangebot und richtet ihre Weiterentwicklung nachhaltig daran aus. Dabei agiert sie stets unabhängig von Individualinteressen. Darüber hinaus engagiert sie sich für das digitale Medium in wichtigen Branchenorganisationen, vor allem für einen vertretbaren Datenschutz für Online-Marketing, und setzt sich auch auf europäischer Ebene für länderübergreifende Forschungsstandards ein.

Bei Rückfragen:

Katharina Metzger (geb. Böhm)
AGOF Pressesprecherin
Tel.: 069/264 888-318
Fax: 069/264 888-320
Mobil: 0151/126 713 88
Mail: katharina.metzger@agof.de