

Frankfurt, 26. Februar 2020

Pressemitteilung

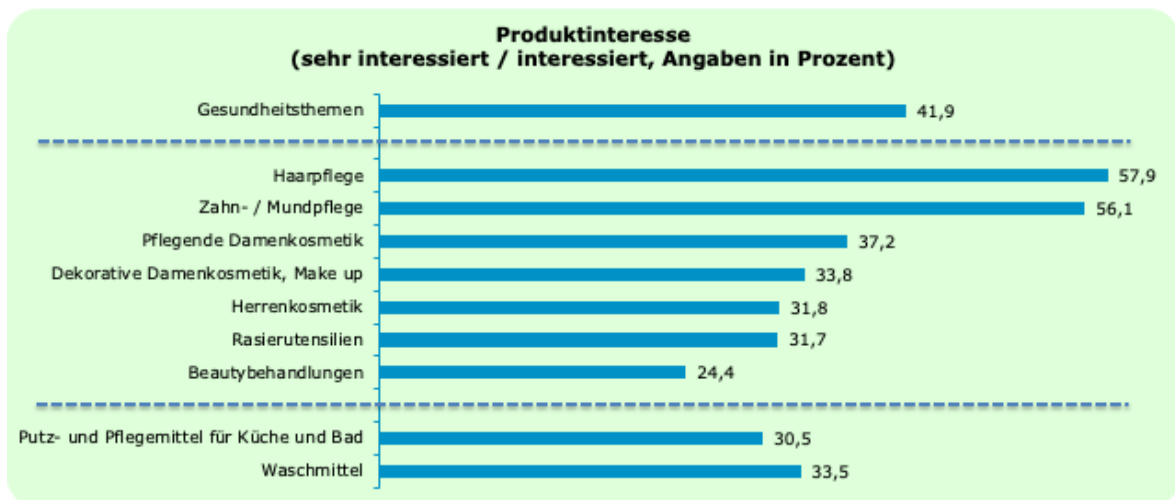
Reinlichkeit und Pflege sind Trumpf! Die digitalen User setzen voll auf Schönheits- und Haushaltspflege

Ein gepflegtes Äußeres, saubere Kleidung und eine blitzebLANke Wohnung: Die neueste Ausgabe der agof facts & figures beleuchtet den Stellenwert von „Hygiene“ bei den digitalen Nutzern und gibt einen Überblick über die generell verwendeten Produkte sowie deren Nutzungsfrequenz

Mit der Digitalisierung werden sämtliche Lebensbereiche – von Politik über Gesellschaft bis hin zum ganz normalen Alltagsleben – immer stärker von Visualisierungen geprägt. Damit kommt dem ersten optischen Eindruck einer Person oder auch einer Räumlichkeit eine hohe Relevanz zu. Gefördert wird diese Entwicklung insbesondere durch die sozialen Medien, in denen Influencer sich und ihre Umwelt perfekt gestylt in Szene setzen und damit andere Menschen inspirieren, es ihnen gleich zu tun. Kein Wunder also, dass Schönheits- und Haushaltspflege bei den digitalen Usern hoch im Kurs stehen.

Welchen Stellenwert die damit zusammenhängende Hygiene im Leben der digitalen User einnimmt, welche Produktpalette für die Körper-, Haar- und Zahnpflege in welcher Frequenz benutzt wird, welche Reinigungs-, Putz- und Waschmittel in den digitalen Haushalten zum Einsatz kommen und welche Rolle das Internet rund um diesen Themenkomplex spielt – alle diese Aspekte beleuchtet die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. (agof) in ihrem aktuellen Branchenreport. Das Resultat ist eine praxisorientierte Faktensammlung zu Interessen und Nutzungsverhalten rund um den Themenkomplex „Hygiene“, die Werbungtreibenden und Agenturen eine umfassende Orientierung für den Marketing- und Planungsalltag liefert.

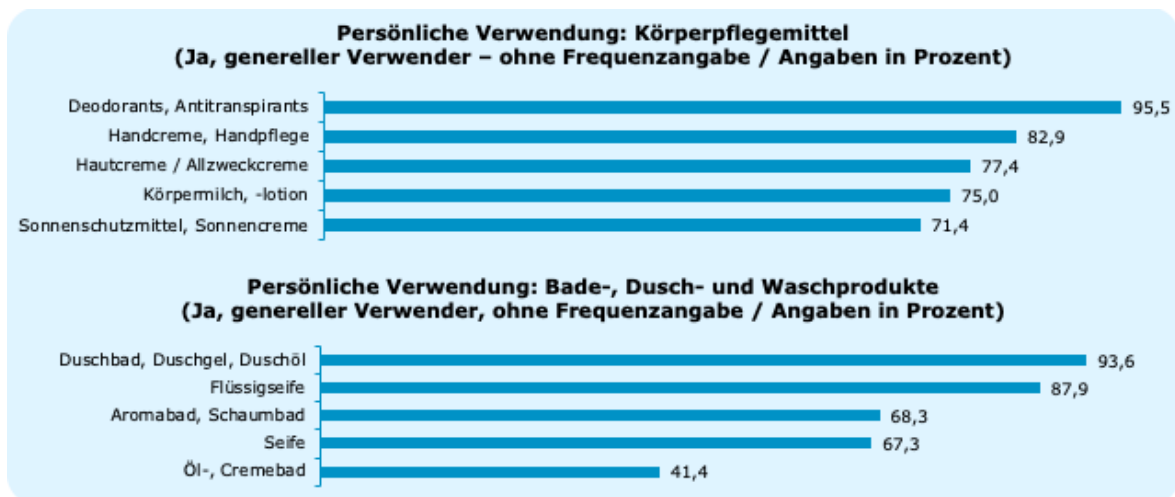
Ein zentrales Ergebnis des agof Branchenberichts ist das große Interesse der digitalen User rund um den Bereich Schönheits- und Haushaltspflege. Gut vier von zehn interessieren sich generell für Gesundheitsthemen, Haar- sowie Zahn- und Mundpflege stoßen bei über der Hälfte auf Interesse und die verschiedenen Körperpflege- und Kosmetikthemen beschäftigen durchschnittlich über ein Drittel der User. Gleiches gilt für Putz- und Pflegemittel sowie Waschmittel. Die digitalen User erweisen sich damit als ausgesprochen pflege- und reinlichkeitsaffin.



agof facts & figures „Hygiene“ #1/2020 // Basis: n=278.762 Fälle (Nutzer stationäre und/oder mobile Angebote letzte 3 Monate ab 16 Jahren) / Produktinteresse „bin (sehr) interessiert“ / Angaben in Prozent / mit VuMA-Merkmalen // Quelle: agof e. V. / daily digital facts / Auswertungstag 10.01.2020 / Auswertungszeitraum: Dezember 2019

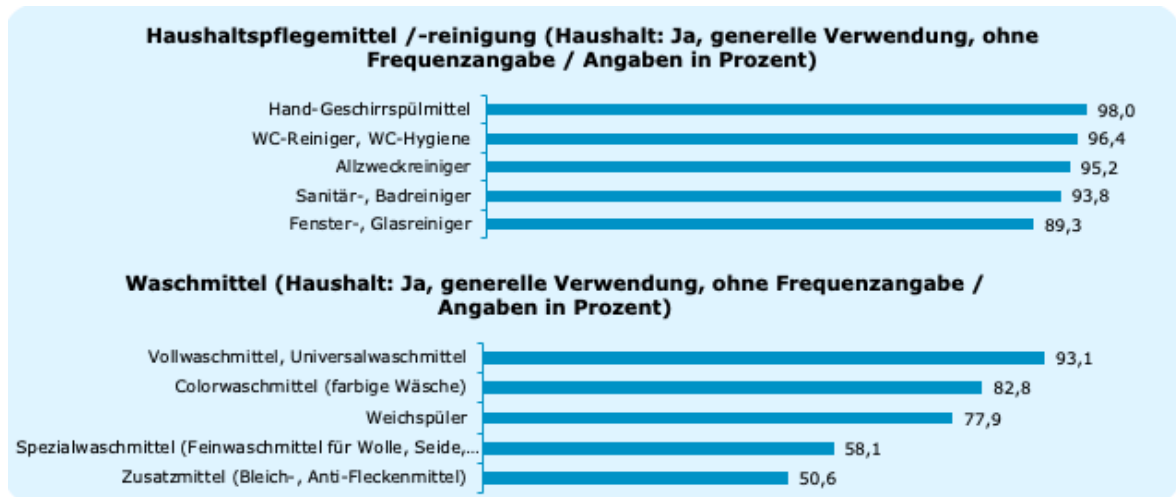
Die Relevanz der Schönheitspflege für die eigene Optik spiegelt sich auch bei den alltäglich benutzten Produkten der digitalen User wider. Im Bad kommt bei der großen Mehrheit regelmäßig eine beeindruckende Bandbreite an Körper-, Haar- und Zahnpflegeprodukten für ein perfektes Erscheinungsbild zum Einsatz – angefangen vom duftigen und sauberen Äußeren über eine gepflegte Haarpracht bis hin zum strahlend weißen Lächeln.

Nachfolgend beispielhaft die Top 5 der generell verwendeten Produkte im Bereich Körperpflege sowie Bade-, Dusch- und Waschprodukte:



agof facts & figures „Hygiene“ #1/2020 // Basis: n=278.762 Fälle (Nutzer stationäre und/oder mobile Angebote letzte 3 Monate ab 16 Jahren) / Persönliche Verwendung von Körperpflegemitteln bzw. Bade-, Dusch-, Waschprodukten: „Ja, Verwender“, Darstellung Top 5 / Angaben in Prozent / mit b4p-Merkmalen // Quelle: agof e. V. / daily digital facts / Auswertungstag 10.01.2020 / Auswertungszeitraum: Dezember 2019

Auch die Reinlichkeit in den eigenen vier Wänden wird von den Usern sehr genau genommen, wobei vor allem sensible hygienische Bereiche wie Küche und Bad regelmäßig mit diversen Mitteln gereinigt werden. Die geballte Reinigungskraft verschiedener Produkte kommt auch beim Wäschewaschen zum Einsatz.



agof facts & figures „Hygiene“ #1/2020 // Basis: n=278.762 Fälle (Nutzer stationäre und/oder mobile Angebote letzte 3 Monate ab 16 Jahren) / Verwendung von Haushaltspflegemitteln /-reinigung bzw. Waschmitteln im Haushalt: „Ja Verwendung“, Darstellung Top 5 / Angaben in Prozent / mit b4p-Merkmalen // Quelle: agof e. V. / daily digital facts / Auswertungstag 10.01.2020 / Auswertungszeitraum: Dezember 2019

Angesichts dieser beachtlichen digitalen Kunden-Potenziale sind entsprechende Marketing-Maßnahmen im Internet für die Körperpflege- und Reinigungsmittelindustrie unverzichtbar – ob nun mit Online-Werbung, Mobile Advertising oder Influencer Marketing, um nur einige Möglichkeiten zu nennen. Das ist sicher nicht nur eine zeitgemäße Form des Kundendialogs, sondern beim Blick auf das Qualitäts- und Markenbewusstsein der digitalen User auch ein wichtiger Aspekt bei der Brand- und Imagepflege: 78,0 Prozent (46,83 Millionen) der digitalen User sind bereit, für Qualität mehr Geld zu bezahlen und 49,1 Prozent (29,46 Millionen) finden Markenartikel in der Regel hochwertiger. Und noch etwas spricht für digitale Werbung: Mehr als vier von zehn (41,8 Prozent) der digitalen User geben an, durch Werbung schon häufiger auf interessante Produkte oder neue Ideen aufmerksam geworden zu sein – das entspricht einem Potenzial von 25,11 Millionen werbeaufgeschlossenen Menschen – ideale Voraussetzungen für alle Markenartikler aus dem Hygienesektor!

Basis der Sonderauswertung für die agof facts & figures „Hygiene“ ist die Markt-Media-Studie daily digital facts, in der die agof das Nutzungsverhalten digitaler User untersucht und die Reichweiten- und Strukturdaten digitaler Medien über das Auswertungs- und Planungstool TOP modular tagesaktuell veröffentlicht. Die Teilnahme an der Studie steht allen Anbietern digitaler Websites offen, vorausgesetzt, auf ihren Sites findet der methodisch notwendige Mindest-Traffic statt.

Der ausführliche, 31-seitige Berichtsband zur neuesten Ausgabe der agof facts & figures „Hygiene“, inklusive Tabellen und Grafiken, steht kostenfrei unter <https://www.agof.de/studien/branchenberichte-facts-figures/2020-hygiene/> 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:

Simone Danne

EZV agof Kommunikation/PR

(Elternzeitvertretung für Katharina Metzger)

Tel.: 0211/4363 7996

Mobil: 0151 / 2377 1072

Mail: simone.danne@agof.de