

Ergebnisse Individuelle Kosmetik

Hamburg, 24. Juni 2021

Vorsprung durch Wissen

Zusammenfassung

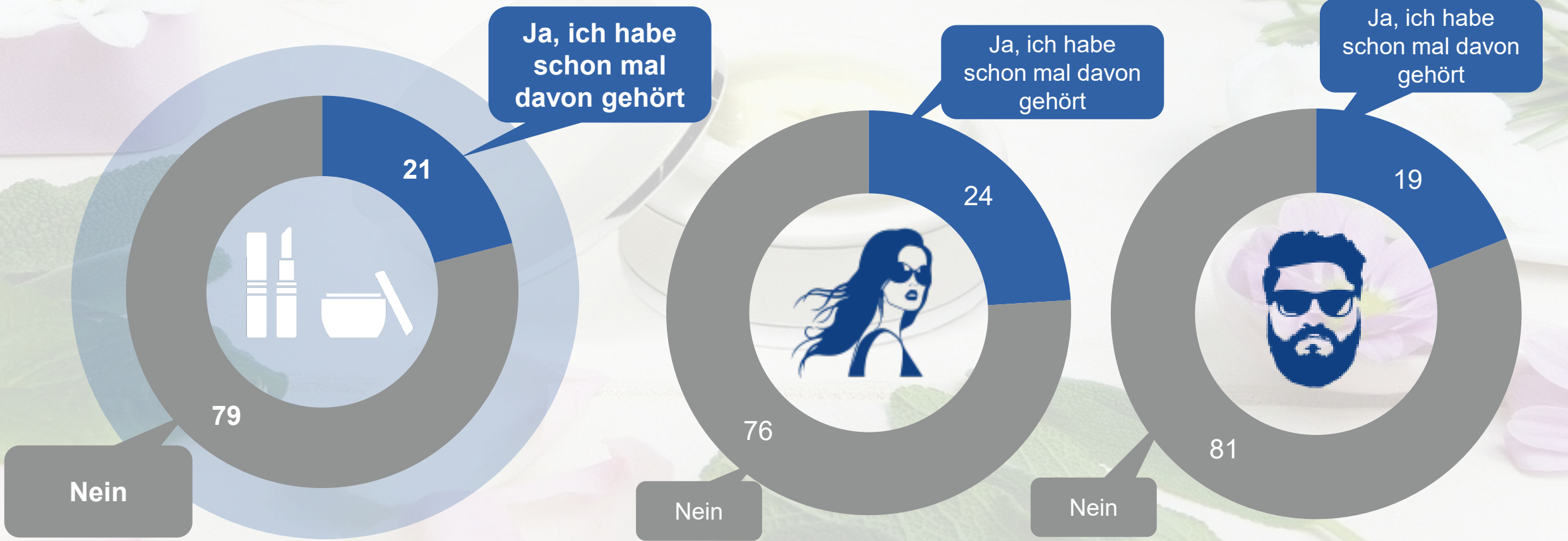
Individuelle Kosmetik

- Produktindividualisierungen liegen im Trend. Kunden wünschen sich nicht nur Standardprodukte, sondern suchen nach Produkten, die auf sie zugeschnitten sind. Auch **für die Kosmetik ist der Wunsch nach Personalisierbarkeit zu beobachten**: Individuelle Kosmetik wird auf den persönlichen Hauttyp abgestimmt und auf weitere Wünsche der Konsumenten zugeschnitten.
- **Wie hoch ist die Bekanntheit dieses Angebots aktuell und welche Erwartungen haben Shopper an individuelle Kosmetik?** Zu diesen Themen hat die Forschungsgruppe g/d/p im Rahmen einer bundesweiten Onlinestudie 1.034 Personen ab 18 Jahren befragt.
- **Gut einem Fünftel insgesamt** und schon **jedem/ jeder Dritte(n) unter 30 Jahren** ist individuelle Kosmetik **bereits bekannt**.
- **Wichtigster Aspekt** der Individualisierung **ist die Zusammensetzung des Produkts**. Duft und Inhaltmenge sind für die Mehrheit weitere relevante Aspekte – **eine individuelle Gestaltung und das Design** sind von **eher untergeordneter Bedeutung**.
- Zusätzliche Erwartungen werden an den Herstellungsprozess dieser Kosmetikprodukte gestellt: Es werden Produkte gewünscht, die mikroplastikfrei, umweltbewusst und nachhaltig sind. Für Frauen und junge Erwachsene sind eine vegane Zusammensetzung und der Verzicht auf Tierversuche sehr wichtig.



Das Angebot individueller Kosmetik ist einem von fünf Befragten bekannt: Jede vierte Frau und jeder fünfte Mann hat davon gehört.

Bekanntheit von individueller Kosmetik



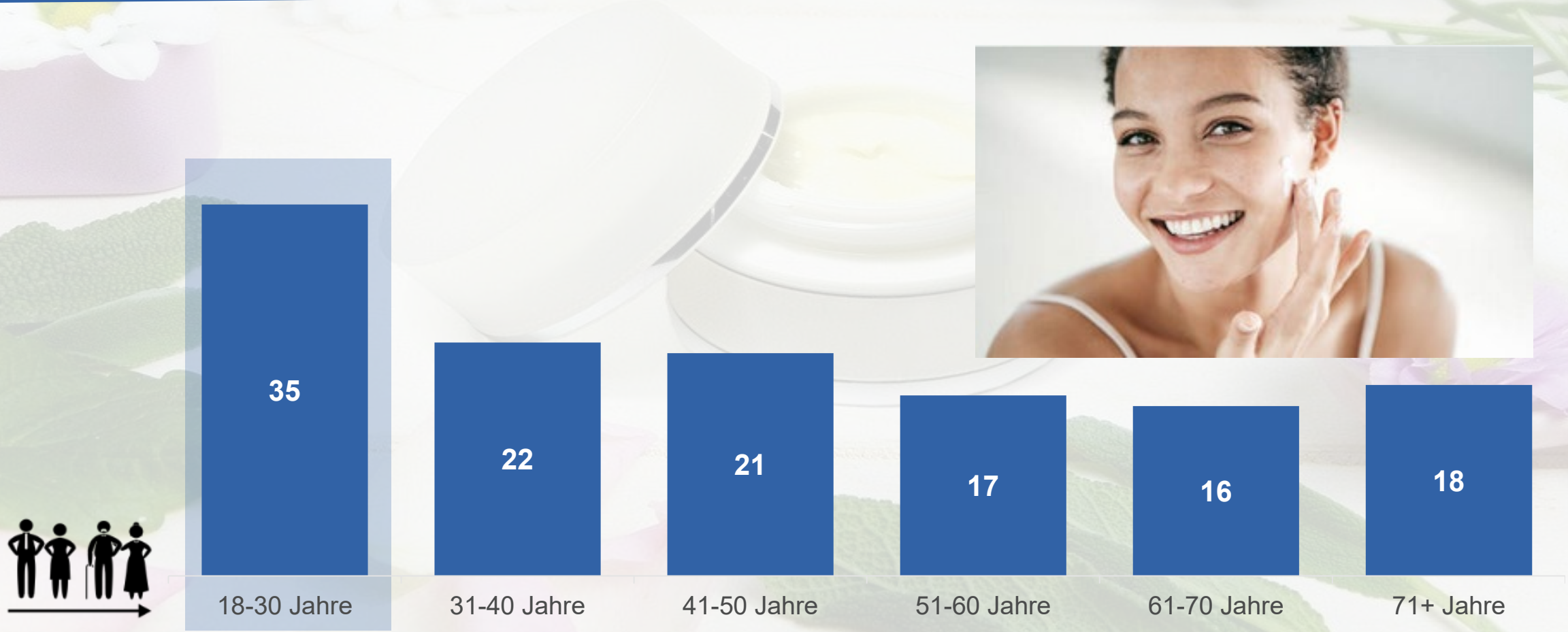
Frage 1: Es gibt inzwischen Firmen, die individuelle Kosmetik anbieten. Haben Sie schon mal davon gehört?

Angaben in %

Basis n=1.034

Bereits jede/r dritte junge Erwachsene hat individuelle Kosmetik wahrgenommen.

Bekanntheit von individueller Kosmetik



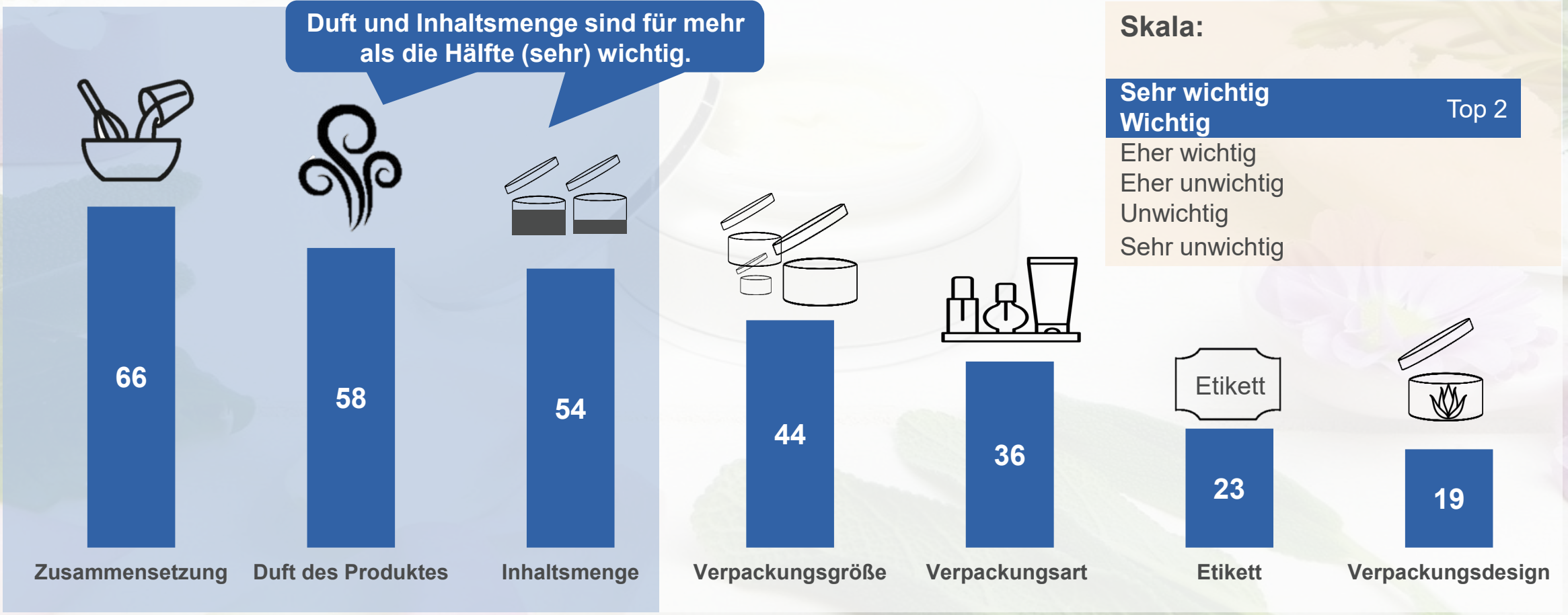
Frage 1: Es gibt inzwischen Firmen, die individuelle Kosmetik anbieten. Haben Sie schon mal davon gehört?

Angaben in %

Basis n=1.034

Die Zusammensetzung der Kosmetika ist am häufigsten ein (sehr) wichtiger Aspekt für die Individualisierung.

Aspekte der Individualisierbarkeit



Frage 2: Wie wichtig ist für Sie die Individualisierbarkeit folgender Aspekte?

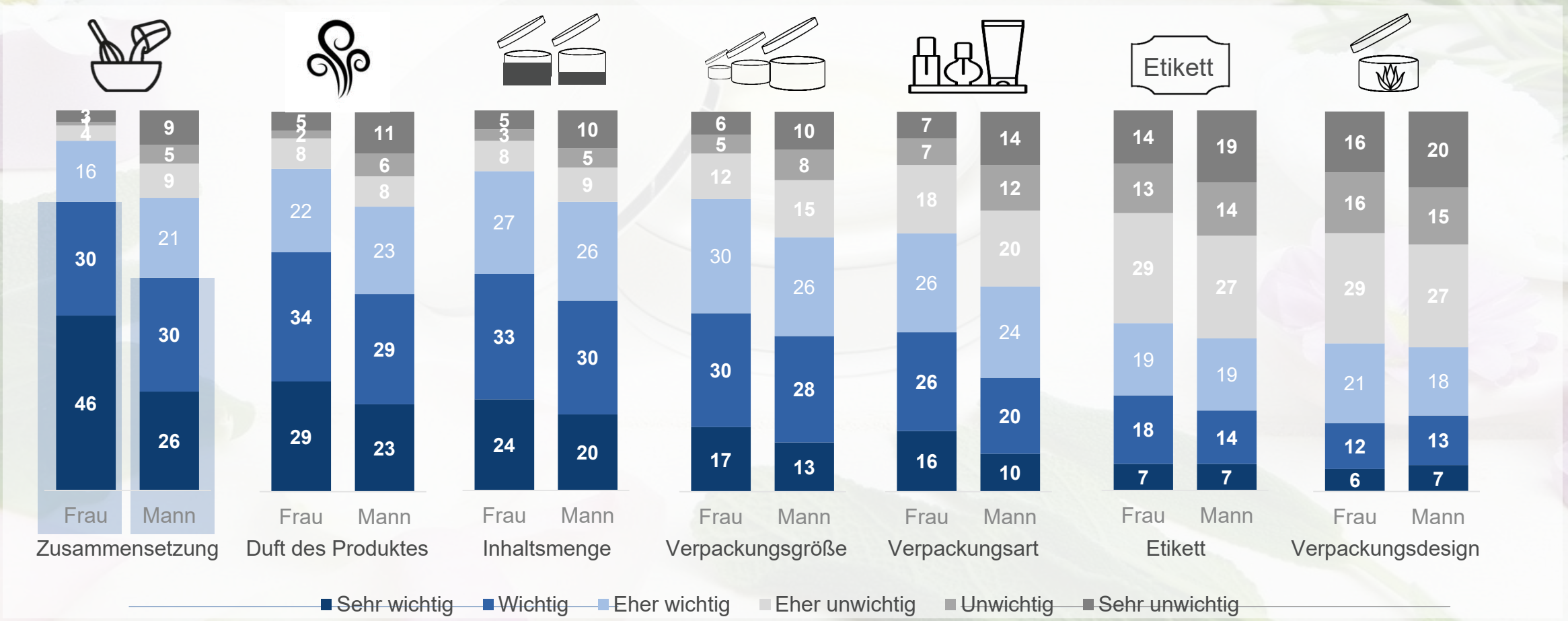
■ = Top 2-Werte

Angaben in %

Basis n=1.034

Frauen sind fast alle Aspekte wichtiger als Männern. Insbesondere die Zusammensetzung der Kosmetika hat weit größeres Gewicht.

Aspekte der Individualisierbarkeit



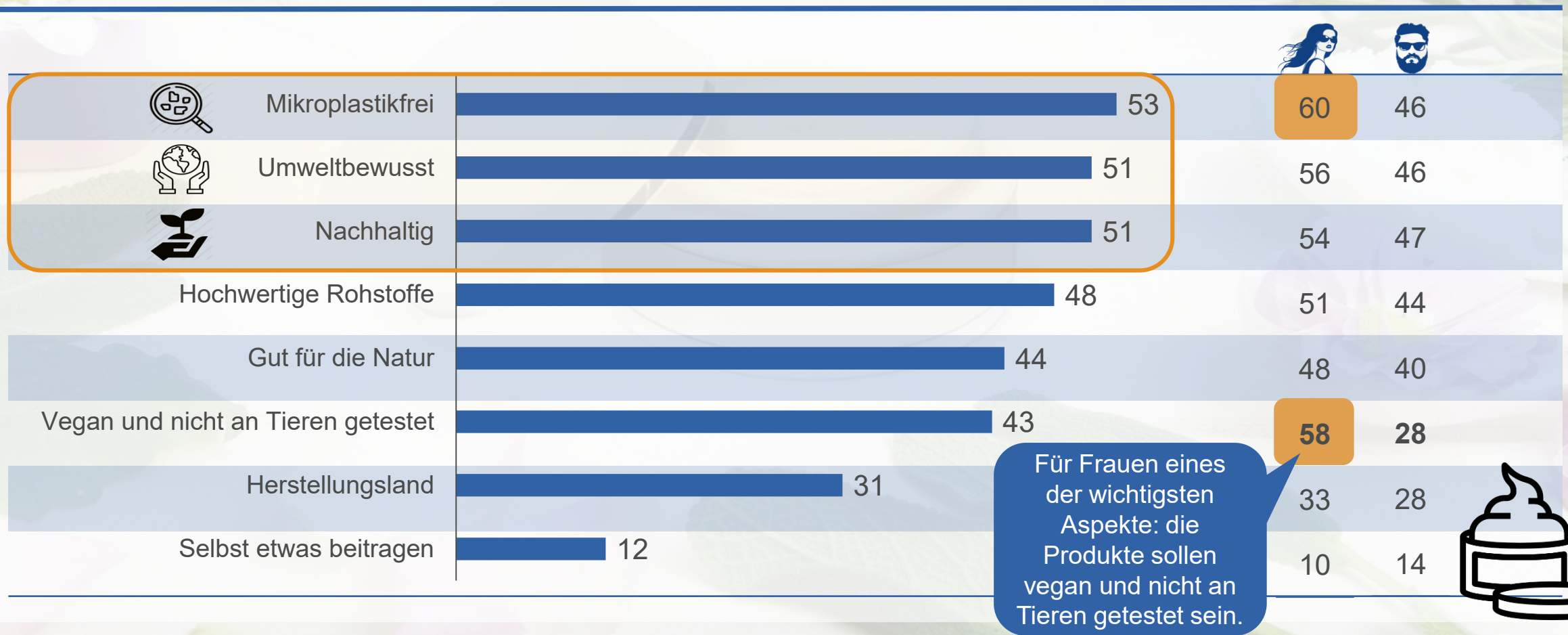
Frage 2: Wie wichtig ist für Sie die Individualisierbarkeit folgender Aspekte?

Angaben in %

Basis n=1.034

Mikroplastikfrei, umweltbewusst und nachhaltig sind weitere Anforderungen jedes Zweiten an individualisierte Kosmetika.

Weitere relevante Kriterien






Frage 3: Was müssten individualisierte Produkte noch erfüllen, um relevant für Sie zu sein? (Mehrfachnennungen möglich)

Angaben in %

Basis n=1.034

Für junge Erwachsene ist der Aspekt ‚vegan und nicht an Tieren getestet‘ ein ebenfalls sehr relevantes Kriterium.

Weitere relevante Kriterien

	18-30 Jahre	31-40 Jahre	41-50 Jahre	51-60 Jahre	61-70 Jahre	71+ Jahre
 Mikroplastikfrei	53	56	51	56	55	48
 Nachhaltig	62	56	47	51	49	42
 Umweltbewusst	61	48	47	56	47	46
Hochwertige Rohstoffe	44	49	47	51	53	43
Gut für die Natur	45	44	44	48	42	41
Vegan und nicht an Tieren getestet	55	42	38	47	42	35
Herstellungsland	32	28	24	37	29	31
Selbst etwas beitragen	10	18	16	12	12	7

Hochwertigen Rohstoffen kommt bei den 50- bis 70-Jährigen eine etwas höhere Bedeutung zu.



Am häufigsten erwarten die Befragten individualisierte Kosmetik in der Drogerie.











Frage 4: Wo würden Sie solche Produkte erwarten? (Mehrfachnennungen möglich)

Angaben in %

Basis n=1034

Untersuchungssteckbrief

Individuelle Kosmetik

-  **Untersuchungsmethode:** Online Befragung
-  **Untersuchungszeitraum:** April 2021
-  **Befragungsgebiet:** Bundesweite Befragung
-  **Stichprobe:** n=1.034 Personen
-  **Zielpersonen:** quotiert nach Alter, Geschlecht und Bundesland
-  **Geschlecht:** Quotiert: Frauen (51%), Männer (49%)
-  **Alter:** Quotiert: 18-30 Jahre (16%), 31-40 Jahre (16%), 41-50 Jahre (15%), 51-60 Jahre (20%), 61-70 (15%), 71+ Jahre (18%)
-  **Projektmanagement:** Forschungsgruppe g/d/p

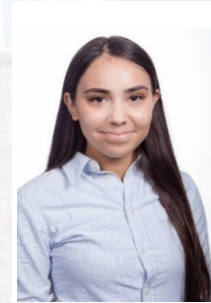
Ihre Ansprechpartner

Marie-Susann Burger
Research Consultant



☎: +49 (0) 40 - 298 76 226
@: Burger@gdp-group.com

Selma Aliefendic
Junior Research Assistant



☎: +49 (0) 40 - 298 76 221
@: aliefendic@gdp-group.com