

Branchestatistikken

Makeup løfter markedet

Markedet har i de sidste 4 år kæmpet for at rejse sig, efter krisen dramatisk skyllede ind over os i 2008.

I 1. halvår 2012 har makeup-segmentet vist en kraftig stigning, og er løftet med hele 10%. Samtlige af de 5 største mærker vokser, og makeuppern udgør nu en markedsandel på 26%. Det er en stigning i markedsandel på 3% i forhold til 1. halvår 2011. Der kan være mange gode forklaringer på væksten, men uden tvivl har den øgede interesse blandt forbrugerne for farvede negle været en vigtig trend.

Hudpleje til kvinder er også vokset, men dog mere begrænset. Væksten rækker til, at hudpleje beholder sin andel af markedet på 31%. Ny i top 10 er Ole Henriksen, som ikke tidligere har været rapporteret. Omsætningen er fratrukket sammenligningen med sidste år, således at de 2% udtrykker den reelle vækst.

Hudpleje til mænd har svært ved at finde fodfæste som selvstændig kategori. Ser man på status i år, så er det faktisk kun 4 mærker, som har en væsentlig omsætning. Sammenligner man dette med andre europæiske lande så tyder det på, at danske mænd er svære at lokke ind i kategorien. På andre markeder ser man typisk væsentligt flere brands, så her er en klar opgave, og et stort potentiale, for alle som arbejder med hudpleje.

Damedufte er vokset med 1%, men kategorien dækker over meget store udsving blandt de enkelte brands i top 10. Duftmarkedet i Danmark har altid været præget af stor fokus på nyheder. Vi har ikke en base af klassikere, som bare sælger. Der skal arbejdes både hårdt og kreativt for at opnå succes, og har man ikke den rigtige lancering, kan det være svært at holde omsætningen. De danske kvinder er i særdeleshed krævende, men også spændende forbrugere.

Herredufte faldt med 3%, men faktisk havde 9 ud af 10 mærker i top 10 positiv vækst i omsætningen. Ser man på kategoriens andel af det samlede selektive marked, så faldt andelen dog til 17% mod 19% året før.

Mediebilledet her i efteråret 2012 er stadig meget præget af krisestemning, især når det drejer sig om det private forbrug. Der er dog også positive indikatorer, som kan underbygge en god julehandel, og dermed vækst på det selektive marked. Fra 1. oktober har butikkerne mulighed for at holde længere åbent, og det tyder på en mulig stigning i omsætningen. Samtidig er der på detailsiden både åbnet nye spændende koncepter, og mange eksisterende butikker har moderniseret og opgraderet deres tilbud til forbrugerne. Så lad os alle derfor friste forbrugerne med spændende varer og god service, og således være med til at sikre branchen og vore forhandlere et godt 2012!

Kilde: SPT

Bearbejdet af Tage Juhl Finninge, Sæther AS

Hudpleje 2012 - 1. halvår

Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre
1 Biotherm	23.102	1%	331
2 Clinique	21.074	6%	277
3 Lancôme	18.216	10%	327
4 Origins	13.427	-4%	202
5 Clarins	13.132	-12%	275
6 Elizabeth Arden	8.544	-1%	270
7 Estée Lauder	8.012	4%	175
8 Ole Henriksen	6.477	n/a	151
9 Christian Dior	4.493	9%	242
10 Shiseido	3.740	-10%	142
Total	132.606	2%	

Hudpleje mænd 2012 - 1. halvår

Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre
1 Biotherm	5.355	-1%	331
2 Clinique	1.176	24%	277
3 Clarins	865	-11%	275
4 Shiseido	646	0%	142
5 Aramis	62	100%	9
6 Giorgio Armani	23	-50%	23
7 Christian Dior	20	-72%	46
8 Sisley	16	-84%	33
9 Lancôme	9	-91%	327
10 N/A	-	0%	-
Total	8.172	-2%	

Makeup 2012 - 1. halvår

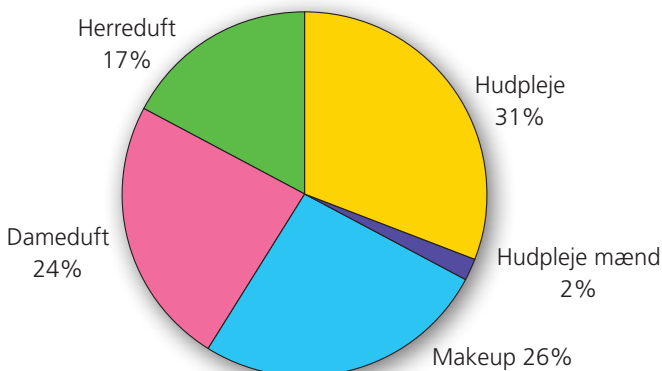
Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre
1 Lancôme	20.982	25%	327
2 Clinique	18.239	10%	277
3 Christian Dior	17.101	107%	242
4 Chanel	12.872	5%	195
5 Helena Rubinstein	6.322	20%	130
6 Estée Lauder	5.930	-1%	175
7 Clarins	5.700	8%	275
8 Yves Saint Laurent	4.814	24%	93
9 Elizabeth Arden	3.966	8%	163
10 Origins	2.632	2%	202
Total	98.558	10%	

Damedufte 2012 - 1. halvår

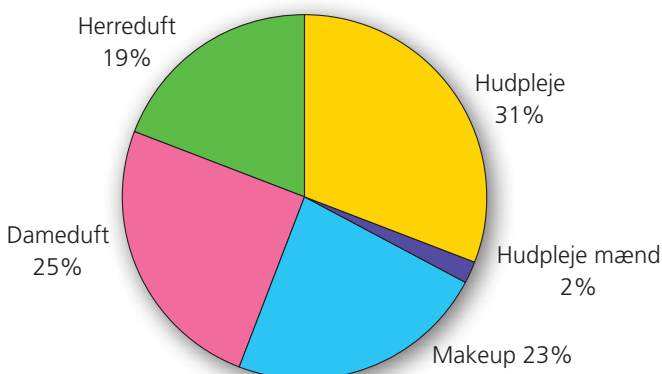
Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre
1 Elizabeth Arden	11.152	72%	267
2 Chanel	8.201	-14%	253
3 DKNY	5.716	19%	269
4 Christian Dior	4.955	26%	258
5 Gucci	4.836	-13%	265
6 Giorgio Armani	4.725	32%	331
7 Calvin Klein	4.615	-3%	314
8 Cacharel	3.325	-14%	316
9 Dolce & Gabbana	3.129	21%	260
10 Marc Jacobs	2.943	-34%	246
Total	99.747	1%	

1. halvår 2012

Procentuel markedsfordeling 1. halvår 2012



Procentuel markedsfordeling 1. halvår 2011



Herredufte 2012 - 1. halvår

Serie	Vækst-procent	Antal Døre	
1 Hugo Boss	12.186	6%	320
2 Giorgio Armani	9.024	-18%	331
3 Chanel	5.452	15%	253
4 Dolce & Gabbana	4.561	29%	260
5 Paco Rabanne	4.368	15%	294
6 Lacoste	3.978	8%	352
7 Diesel	3.234	14%	294
8 JP Gaultier	3.206	16%	234
9 Christian Dior	3.084	7%	258
10 Calvin Klein	1.063	9%	314
Total	71.176	-3%	

Akk. 2012 - 1. halvår

Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre
1 Clinique	42.506	8%	277
2 Lancôme	42.148	13%	327
3 Christian Dior	29.653	10%	258
4 Biotherm	28.849	1%	331
5 Chanel	28.765	0%	253
6 Elizabeth Arden	23.662	26%	270
7 Clarins	19.696	-7%	275
8 Origins	16.148	-3%	202
9 Estée Lauder	15.115	2%	175
10 Giorgio Armani	14.432	-5%	331
Total	407.348	3%	