

Branchestatistikken

Positive tendenser at spore

Markedet har i første halvår af 2013 haft flotte vækstrater inden for alle kategorier.

I 1. halvår af 2013 har alle kategorier i branchen vist flotte vækstrater og er samlet løftet med hele 16%.

Hudpleje til kvinder har haft en fremgang på hele 20%, og kategorien har øget sin markedsandel med 1% i forhold til samme periode sidste år, og hudpleje til kvinder udgør nu en markedsandel på 36%.

Der kan være mange gode årsager til væksten, men uden tvivl har blandt andet det store fokus blandt forbrugerne på serum-kategorien været en medvirkende årsag.

Hudpleje til mænd har også haft en flot fremgang på 28%. Væksten betyder, at hudpleje til mænd beholder sin andel af markedet på 2%, som stadig er en lille kategori i det store billede. Væksten tyder dog på, at også mændene mere og mere værdsætter de fordele, som branchen tilbyder lige netop denne målgruppe.

Damedufte er vokset med 18% og har øget sin markedsandel med 1%. Blandt de enkelte brands i top 10 ses et større eller mindre udsving i udviklingen fra samme periode sidste år. Duftmarkedet i Danmark er stadig præget af stort fokus på nyheder. Det er påvirket af teen-målgruppen, som ofte følger "it" personlighederne inden for musik, skuespil, design og mode, der ofte lancerer en duft i eget navn.

Herredufte har haft en fremgang på 8% og er den kategori, der har haft den laveste vækst. Det må dog stadig anses for at være en flot vækst, da vi i nogle år ikke har haft den glæde at forholde os til vækstrater men derimod tilbagegang under finanskrisen.

Når vi bevæger os ind i makeup-kategorien, ser vi en samlet vækst på 11%. Denne udvikling fordeler sig dog meget forskelligt blandt branchens top 10. Fælles for branchen er dog, at det er tydeligt, at der stadig er stor forbrugerinteresse inden for denne kategori, og at der har været knald på farverne rundt om i landet i hele foråret.

Finansanalytikere og detailspecialister spør om bedre tider i horisonten. De senere års svære tider ser nu endelig ud til at lysne lidt, og lad os håbe, at det er en tendens, der fortsætter. Vi ser, at store detailkæder og storcentre bygger om for millioner i denne tid. Nye flagship-butikker åbner, og der investeres nu igen i forbedring af kundens oplevelser mange steder. Det må anses for at være gode tegn...

Fælles for alle, der har formået at holde skindet på næsen de senere år, er ansvarlighed, seriøsitet og evnen til at holde fast i kerneværdier som formidabel service (god service er ikke længere nok!) og en løbende solid og grundig uddannelse inden for faget. Vores kunder, hvad enten vi taler om vores samarbejdspartnere eller slutforbrugere, vil ikke "nøjes", og det vil vi heller ikke.

Al mulig god vind til alle med det kommende halvår og rigtig god julehandel!

Kilde: SPT

Bearbejdet af Gitte Nielsen, Estée Lauder Companies AIS

Hudpleje 2013 - 1. halvår

Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre
1 Biotherm	28.203	22%	323
2 Clinique	23.235	10%	292
3 Yves Rocher	20.762	-5%	-
4 Lancôme	18.297	0%	321
5 Elizabeth Arden	16.580	94%	265
6 Clarins	16.334	24%	275
7 Origins	15.849	18%	171
8 Estée Lauder	9.012	12%	172
9 Ole Henriksen	8.414	30%	155
10 Shiseido	5.349	43%	137
Total	188.536	20%	

Hudpleje mænd 2013 - 1. halvår

Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre
1 Biotherm	7.589	42%	323
2 Clarins	1.134	31%	275
3 Clinique	1.026	-13%	285
4 Shiseido	837	29%	137
5 Yves Rocher	223	-30%	-
6 Kiehl's	218	-10%	4
7 Aramis	82	32%	8
8 Christian Dior	30	50%	46
9 Sisley	29	80%	32
10 Jean Paul Gaultier	7	-	245
Total	11.197	28%	

Makeup 2013 - 1. halvår

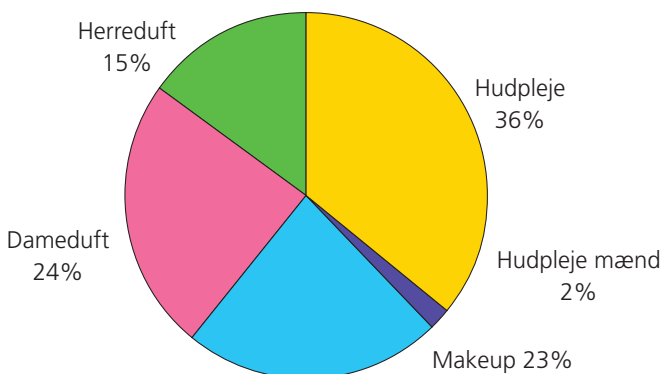
Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre
1 Lancôme	23.205	11%	321
2 Clinique	18.566	2%	292
3 Christian Dior	16.852	-1%	234
4 Chanel	14.070	9%	184
5 Clarins	7.077	24%	275
6 Elizabeth Arden	6.564	66%	152
7 Estée Lauder	5.871	-1%	172
8 Helena Rubinstein	5.194	-18%	107
9 Ciate - NY!	4.721	-	105
10 Yves Saint Laurent	4.614	-4%	105
Total	119.806	11%	

Damedufte 2013 - 1. halvår

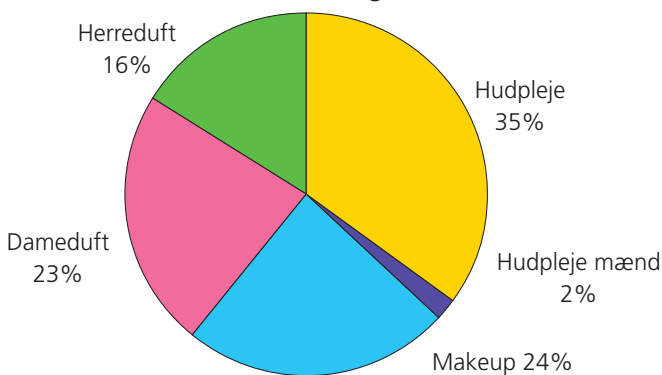
Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre
1 Chanel	9.779	19%	238
2 Elizabeth Arden	9.739	-13%	356
3 Calvin Klein	6.152	33%	309
4 Christian Dior	5.444	10%	250
5 Marc Jacobs	5.257	79%	236
6 Gucci	5.071	5%	265
7 Giorgio Armani	4.808	2%	323
8 Yves Rocher	4.684	35%	-
9 Lancôme	4.561	60%	321
10 Clean - NY!	3.795	-	226
Total	122.233	18%	

1. halvår 2013

Procentuel markedsfordeling 1. halvår 2013



Procentuel markedsfordeling 1. halvår 2012



Herredufte 2013 - 1. halvår

Serie	Vækst-procent	Antal Døre	
1 Hugo Boss	12.814	5%	320
2 Giorgio Armani	12.768	41%	323
3 Chanel	5.559	2%	238
4 Paco Rabanne	5.189	19%	296
5 Lacoste	3.447	-13%	349
6 Diesel	3.256	1%	286
7 Christian Dior	3.217	4%	250
8 Jean Paul Gaultier	3.177	-1%	245
9 Yves Saint Laurent	2.568	45%	148
10 Ralph Lauren	2.502	24%	245
Total	76.840	8%	

Akk. 2013 - 1. halvår

Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre
1 Lancôme	46.075	9%	321
2 Clinique	44.659	5%	292
3 Biotherm	35.833	24%	323
4 Elizabeth Arden	32.883	39%	356
5 Chanel	32.076	12%	238
6 Yves Rocher	31.245	0%	326
7 Christian Dior	29.633	0%	250
8 Clarins	24.545	25%	275
9 Origins	18.460	14%	171
10 Giorgio Armani	18.204	26%	323
Total	518.612	16%	