

Branchestatistikken

2019 blev et år med store variationer mellem brands og kategorier.

Markedstallene giver et indblik i udviklingen på det selektive marked i Danmark. Når man læser top-10-listerne, skal man huske, at en række brands, Chanel, Christian Dior, M.A.C m.fl. vælger ikke at rapportere. Tallene er sammenlignelige mellem 2018 og 2019 i forhold til markedsvækst.

Hudpleje til kvinder er samlet steget med 9,1%, og udgør dermed en markedsandel på 41%. Hudpleje er klart den største kategori, og har haft stabil vækst de seneste år. Rækkefølgen af de største brands er uændret, men der er store udsving mellem de største mærker, både stigninger og fald i omsætning.

Markedet for hudpleje til mænd er faldet med 6,6% sammenlignet med 2018. Kategorien udgør 2% af det samlede selektive marked og er klart den mindste kategori.

Makeup er samlet faldet med 2,8% og markedsandelen uændret 17% i 2019. Der er store variationer i top-5, og Sisley kommer med en flot vækst ind på en 6. plads.

For damedufte er der status quo i forhold til 2018, og andelen af det selektive marked er faldet med 1% til 23%. Der er store variationer i top-10, med både stigninger og fald. Meget af variationen kan tilskrives lanceringer.

For herredufte er der sket en flot stigning på 6,7%, og kategorien udgør nu 17% af det selektive marked. Det er unikt for kategorien, at de største mærker er så domine-

Makeup 2019

Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre	
1	Clinique	52.380	7,7%	281
2	Lancôme	36.654	-16,1%	305
3	Estée Lauder	20.834	-14,9%	199
4	Clarins	20.248	20,6%	259
5	Yves Saint Laurent	12.475	-21,1%	125
6	Sisley	8.741	28,9%	62
7	Shiseido	7.202	-0,2%	119
8	Urban Decay	5.494	-43,6%	12
9	Helena Rubinstein	4.860	-29,2%	55
10	Elizabeth Arden	4.437	0,7%	72
Total	197.109	-2,8%		

Damedufte 2019

Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre	
1	Elizabeth Arden	25.410	25,5%	276
2	Clean	20.966	-0,5%	0
3	Lancôme	20.304	-14,2%	305
4	Giorgio Armani	18.258	-21,1%	307
5	Marc Jacobs	16.850	3,0%	294
6	Gucci	15.401	8,5%	273
7	Calvin Klein	14.126	4,2%	294
8	Hugo Boss	11.230	-27,0%	308
9	Paco Rabanne	11.125	-10,9%	297
10	Cacharel	8.922	-14,2%	271
Total	275.638	-0,3%		

Hudpleje damer 2019

Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre	
1	Biotherm	66.347	-19,6%	304
2	Clinique	60.453	0,4%	281
3	Lancôme	56.506	-3,3%	305
4	Clarins	51.885	11,4%	259
5	Ole Henriksen	49.406	38,4%	198
6	Origins	36.431	14,8%	247
7	Estée Lauder	27.621	3,9%	199
8	Elizabeth Arden	26.075	30,5%	285
9	Yves Rocher	20.843	-5,0%	0
10	Kiehl's	15.618	7,1%	8
Total	491.664	9,1%		

Herredufte 2019

Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre	
1	Hugo Boss	36.940	24,3%	308
2	Giorgio Armani	34.764	-13,5%	307
3	Paco Rabanne	15.047	-9,4%	297
4	Yves Saint Laurent	12.186	-14,6%	238
5	David Beckham	10.787	-10,3%	1.254
6	Lacoste	9.126	11,7%	273
7	Versace	7.672	35,0%	232
8	Van Gils	7.477	12,3%	749
9	Jean Paul Gaultier	6.936	21,6%	252
10	Ralph Lauren	6.164	-34,6%	252
Total	207.652	6,7%		

Hudpleje mænd 2019

Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre	
1	Biotherm	18.449	-9,3%	304
2	Clinique	3.603	16,0%	281
3	Clarins	2.749	27,6%	218
4	Kiehl's	1.815	-3,9%	8
5	Shiseido	657	1,1%	50
6	Yves Rocher	331	-8,6%	-
7	House99	238	-82,7%	74
8	Origins	95	238,5%	247
9	Sisley	79	-18,8%	62
10	Giorgio Armani	10	3243,0%	4
Total	28.030	-6,6%		

Akk. 2019

Serie	Oms. Tkr.	Vækst-procent	Antal Døre	
1	Clinique	123.556	4,6%	281
2	Lancôme	113.511	-9,8%	305
3	Biotherm	84.796	-17,6%	304
4	Clarins	74.882	14,3%	259
5	Giorgio Armani	56.688	-13,8%	307
6	Elizabeth Arden	55.922	25,3%	285
7	Estée Lauder	51.013	7,8%	199
8	Ole Henriksen	49.406	38,4%	198
9	Hugo Boss	48.170	6,8%	308
10	Origins	39.217	14,8%	247
Total	1.200.093	3,9%		

Det totale marked udtrykker den totale omsætning for alle mærker for 2019.

Den dertil hørende vækstprocent udtrykker væksten i forhold til 2018.

2019

rende. De 5 største mærker udgør hele 53% af den samlede omsætning på herreduften.

Samlet for hele 2019 ses en stabil stigning i salget til detailbutikker. Faktisk er stigningen på 3,9% tæt på den vurderede vækst i detailhandelens salg til forbrugere.

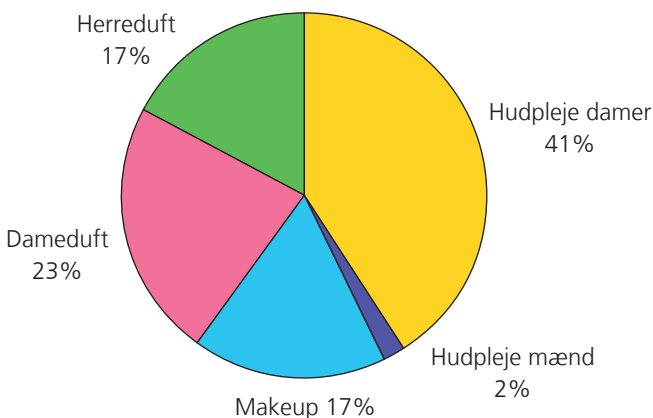
For det totale selektive marked er der således en pæn fremgang på stort set alle fronter.

Når man vurderer hele 2019 samlet, så har der været en tendens til, at salget i 4. kvartal har haft en endnu tungere vægt end vanligt. Mange detailkæder havde stor fokus på Black Friday og hele julehandelen, og det ser ud til at have givet bonus.

Denne artikel skrives to måneder inde i Corona-krisen, som jo har vendt op og ned på planerne for 2020. I skrivende stund er stormagasiner og storcentre netop åbne, og vi ønsker det bedste for hele branchen i 2020. Skønhed og personlig pleje viser heldigvis sin styrke og berettigelse i enhver krise.

Tal indsamlet og bearbejdet af Kosmetik- og hygiejnebranchen. Kommenteret af Tage Juhl Finninge, E. Sæther AIS

Procentuel markedsfordeling 2019



Procentuel markedsfordeling 2018

