

Duftmarken

Umfrage Kosmetikkauf

An der Beratung beim Kosmetikkauf haben die meisten Kunden nichts auszusetzen. Bei detaillierten Fragen müssen die Vertreter der Beauty-Branche manchmal passen.

Sie müssen keine Angst haben, die Creme auch nachts zu benutzen. Der Lichtschutzfaktor schaltet sich dann automatisch ab.“ Mit diesem blanken Unsinn wollte eine Parfümerieverkäuferin eine test-Kollegin zum Kauf einer Creme überreden. War das nur ein Ausrutscher?

Wir starteten im vergangenen Herbst eine Umfrage im Internet, um herauszubekommen, welche Erfahrungen unsere Leser beim Kauf von Kosmetika gemacht haben. Mehr als 3 000 Personen – die meisten im Alter zwischen 30 und 60 Jahre – nahmen an unserer Umfrage teil, jeder fünfte Teilnehmer war ein Mann.

Fragen vor allem zur Gesichtspflege

Am häufigsten wird Kosmetik von den Befragten in der Drogerie gekauft, mit Abstand gefolgt von Lebensmitteldiscountern, Parfümerien und Apotheken. Gerade in Parfümerien und Apotheken suchen die Kunden besonders häufig Beratung, vor allem bei Fragen zu Gesichtspflegemitteln. Vorrangig interessierte sie: Passt das Produkt zu meinen individuellen Bedürfnissen, zum



Beispiel zu meinem Hauttyp? Eignet es sich zum angestrebten Zweck, bringt die Antifaltencreme eine glattere Haut?

Was Naturkosmetikhänger wollen

Anhänger der Naturkosmetik kaufen vergleichsweise häufig in Naturkosmetikgeschäften, in Bioläden oder im Reformhaus. Ein hoher Preis schreckt sie nicht so schnell vom Kauf ab. Sie stehen bestimmten Inhaltsstoffen kritisch gegenüber, zum Beispiel Farb- und Konservierungsstoffen, synthetischen Parfümierungen und Produkten auf Erdölbasis. Viele Naturkosmetikhänger legen auf Kosmetika „ohne Tierversuche“ wert und interessieren sich besonders für faire Produktionsbedingungen.

„Auf das Äußere geachtet“

Einige Kunden fühlten sich zum Kauf gedrängt, unter Zeitdruck abgefertigt oder nur zu teureren Produkten beraten. Letzteres kam nicht nur in Parfümerien vor. Häufiger wurde die Beratung dort aber als „zu verkaufsorientiert“ kritisiert. Eine Teilnehmerin beanstandete: „In Parfümerien wird sehr stark auf die mögliche Kaufkraft aufgrund des Äußeren der Kunden geachtet.“ Eine andere Parfümeriekundin berichtete jedoch von einem Erlebnis ganz anderer Art: Sie wurde mit einer Handmassage verwöhnt – und das, obwohl sie nur einen Kajalstift kaufen wollte. Die meisten Teilnehmer der Onlineumfrage waren sehr zufrieden mit der Beratung beim Kosme-

tikkauf. „Freundlich, hilfsbereit, kompetent“, lauteten häufige Kommentare.

Eigene Erfahrung zählt besonders

Neben den überwiegend positiven Erfahrungen mit den Kosmetikverkäufern gibt es aber auch andere Erlebnisse. So liefen beispielsweise Fragen zu Inhaltsstoffen, allergieauslösenden Substanzen oder Tierversuchen manchmal ins Leere. Häufig brauchen oder wollen die Kunden aber auch gar keine Beratung. Viele verlassen sich beim Kauf vornehmlich auf ihre eigenen Erfahrungen. So wurde mit Abstand als häufigster Kaufgrund genannt: „Benutze das Produkt schon und vertrage es gut.“ Bei jedem Zweiten spielt auch ein Logo mit Testurteil auf der Verpackung eine kaufentscheidende Rolle. Und wie nicht anders zu erwarten, steht auch der Duft recht weit oben bei den Gründen, die für den Kauf eines Körperpflege- oder Kosmetikprodukts sprechen (siehe Grafik rechts oben).

Preis und Duft als Gründe für Verzicht

Genauso natürlich umgekehrt: Wird der Duft nicht gemocht, entscheidet sich der Kunde gegen den Kauf. Nur der Preis ist noch wichtiger. Erscheint er zu hoch, wird das Produkt nicht gekauft. Und fast jeder Zweite schreckt vor Kosmetika und Körperpflegemitteln zurück, in denen er ungesunde Stoffe vermutet. Unglaubwürdige Wirkversprechen halten 39 Prozent der Umfrageteilnehmer vom Kauf ab. Auch eine aufwendige, große Verpackung mit geringem Inhalt kommt bei ihnen nicht gut an. 33 Prozent geben an, dass dies für sie ein Grund sein kann, das Produkt nicht zu kaufen (siehe Grafik rechts Mitte).

Kinderprodukte auch für Ältere

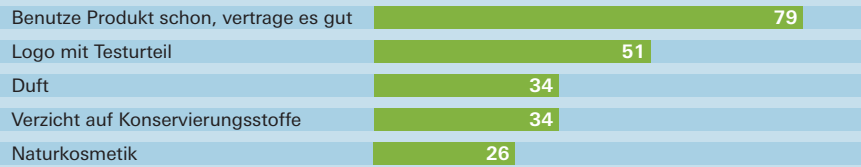
Menschen, die ihre Haut für empfindlich halten, kaufen Kinderprodukte nicht nur für die lieben Kleinen, sondern häufig auch zum eigenen Gebrauch. Sie vertrauen dem Motto: Was speziell für die Kinderhaut entwickelt wurde, bekommt bestimmt auch meiner sensiblen Haut gut. Für Menschen, die zu trockener Haut neigen, kann das durchaus eine sinnvolle Entscheidung sein.

Männer keine Kosmetikmuffel

Auch Männer zeigten sich in der Umfrage an Kosmetikprodukten interessiert, wenngleich das Thema sie immer noch weniger beschäftigt als die meisten Frauen. Immerhin aber waren rund 20 Prozent der Teilnehmer Männer. Sie wollen aber nicht so häufig beraten werden wie die Frauen. Aus

Am liebsten kaufen Kunden das, was sie schon kennen

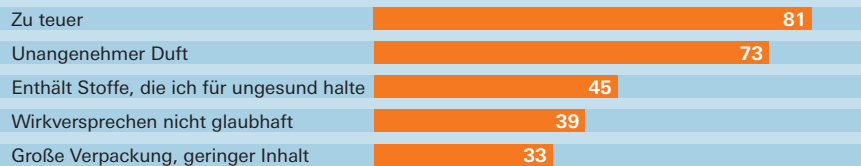
Fast 80 Prozent der Befragten richten sich beim Kauf von Kosmetika nach ihren Erfahrungen. Sie kaufen Produkte, die sie bereits kennen und gut vertragen.



Angaben in Prozent. Mehrfachantworten möglich. Basis: 2954 Befragte.

Am meisten schreckt sie der Preis ab

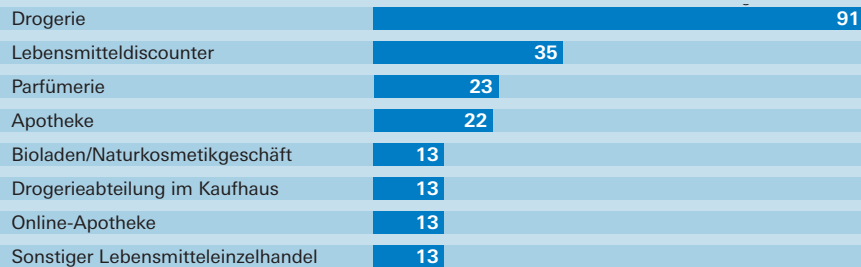
81 Prozent der Befragten verzichten auf den Kauf, wenn ihnen das Produkt zu teuer erscheint. Aber auch ein als unangenehm empfundener Duft schreckt ab.



Angaben in Prozent. Mehrfachantworten möglich. Basis: 2921 Befragte.

Die meisten kaufen Kosmetik in der Drogerie

Mehr als 90 Prozent der Befragten kaufen ihre Kosmetika und Körperpflegemittel in der Drogerie. Deutlich dahinter folgen Lebensmitteldiscounter.



Nichtrepräsentative Onlineumfrage vom 22. 10. bis 17. 11. 2009. Angaben in Prozent. Mehrfachantworten möglich. Basis: 3112 Befragte.

anderen Befragungen ist bekannt, dass Männer sehr treue Anwender von Kosmetika sind. Haben sie einmal ein Produkt für gut befunden, bleiben sie dabei. Besonders experimentierfreudig sind sie in Sachen Kosmetik nicht.

Anregungen für die test-Arbeit

Auch für unsere Tests ergab die Umfrage viel Wissenswertes: Insgesamt sind die Teilnehmer zufrieden mit der Themen- und Produktauswahl. Allerdings werden auch einige Defizite gesehen. So wird der Wunsch geäußert, detaillierter über Naturkosmetik, Tierversuche und faire Produktionsbedingungen informiert zu werden. Wir nehmen die Anregungen gern auf. ■

