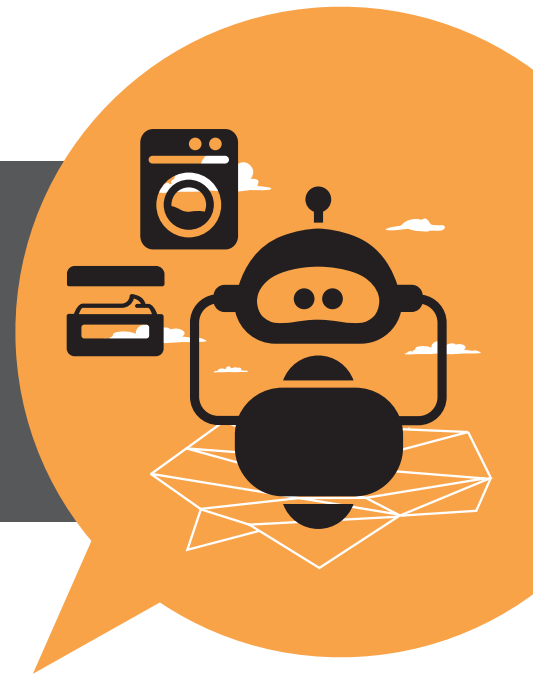




5 ZUKUNFTS-INSIGHTS FÜR DIE HOME & BEAUTY BRANCHE

Welche Auswirkungen hat die Corona-Pandemie auf die Home & Beauty Branche? Wie beeinflussen Megatrends wie Nachhaltigkeit Ihre Konsumenten? Mit Zukunfts- und Wertestudien geht GIM foresight diesen Fragen nach. Fünf zentrale Insights möchten wir mit Ihnen teilen:



1. HEIMANWENDUNGEN gewinnen an Bedeutung

Das Bedürfnis nach Unabhängigkeit und Flexibilität treibt Konsumenten dazu, ihre DIY-Kompetenzen zu erweitern. Anbieter sollten daher professionelle Produktkits für zu Hause anbieten.



2. Die HYGIENE-Empfindlichkeit nimmt zu

Das Unbehagen in Situationen mit vielen Menschen und Händen wird bleiben. Desinfektionsmittel werden salonfähig und müssen dabei aus der funktionalen Schmutzdecke herausgeholt werden: Kombinationen mit Pflege und Duft haben großes Potential.



3. NACHHALTIGKEIT gewinnt an Bedeutung und wandelt sich vom Differenzierungsmerkmal zum Hygienefaktor

Nachhaltige Pflegeprodukte, denen vor ein paar Jahren noch ein nischiges Öko-Image anhing, werden inzwischen von einem Großteil der VerbraucherInnen schlichtweg erwartet. Daher wird es in Zukunft darauf ankommen, Nachhaltigkeit mit zusätzlichen persönlichen Mehrwerten zu verknüpfen, wie z.B. für die eigene Gesundheit. Ebenso müssen Hersteller ihren Kunden zeigen, inwiefern der Invest ins gute Gewissen auch Genuss und Freude bereitet.



4. Das vermehrte Arbeiten im Home-Office schafft neue Rahmenbedingungen für die MODE

Für die Arbeit im Home-Office und mit Videokonferenzen wird intensiveres Make-Up benötigt. Auch haben bestimmte Stoffe unterschiedliche Effekte bei Videokonferenzen; so ist z.B. ein „flimmerfreies“ Oberteil einem Streifenhemd vorzuziehen. Hierbei handelt es sich nicht um modische Trends, sondern um einen sich veränderten Rahmen, innerhalb dessen Trends entstehen.



5. Der Wert von Wohnen und des SELBSTVERWÖHNENS zu Hause ist gestiegen

Auch wenn es die Menschen nach Ende der Corona-Pandemie wieder vermehrt nach draußen ziehen wird: Das intensive „Wohnen“ im letzten Jahr wird einen nachhaltigen Eindruck hinterlassen haben. Dies zeigt sich durch ein höheres Qualitätsbewusstsein und einen höheren Anspruch, beispielsweise bei Möbeln, Dekorationsartikeln oder Reinigungsmitteln. Gemütlichkeit, Wellness und Wohlfühlen werden wichtiger.



IHRE KONTAKTE

Dr. Hannes Fernow
fernow@gim-foresight.com
+49 (0)30 2400 09 14

Michael Mletzko
mletzko@gim-foresight.com
+49 (0) 911 4775 66 26

www.gim-foresight.com