

PRESSEMITTEILUNG

27. Juli 2026

McKinsey zur Beautybranche: Tiktok schlägt Ladentheke

- Beauty-Markt wächst bis 2030 jährlich um 5%
- Online-Handel ist mit 28% Umsatzanteil der wichtigste Vertriebskanal
- Beauty-Umsätze auf TikTok seit 2023 jährlich um rund 260% gestiegen

DÜSSELDORF. E-Commerce, Social-Media-Plattformen und die stark wachsende Parfum-Kategorie prägen die Zukunft der Beautybranche. Der globale Markt könnte bis 2030 weiterhin stabil mit 5 Prozent pro Jahr wachsen und ein Volumen von bis zu 590 Milliarden US-Dollar erreichen. Dies geht aus dem Report „The State of Beauty - From aisle to algorithm“ der Unternehmensberatung McKinsey & Company hervor.

Wachstumstreiber im Wandel: Düfte überholen Kosmetik

Die gute Nachricht: Über alle Kernkategorien hinweg verzeichnet der Markt ein solides Wachstum. Die Kategorie Düfte wächst mit einem jährlichen Plus von 6 Prozent bis 2030 am dynamischsten. Sie überholt damit erstmals die Kosmetik und steigt zur drittgrößten Kraft im globalen Beauty-Markt nach Haut- und Haarpflege auf. Gestützt wird diese Entwicklung durch eine anhaltend hohe Nachfrage über alle Preisklassen hinweg, von Luxusparfums über Nischendüfte bis hin zu erschwinglichen Lifestyle-Produkten. Hautpflege bleibt das mit Abstand größte Segment und wird bis 2030 rund 40 Prozent des gesamten Marktwertes ausmachen. Sie wächst jährlich um 5 Prozent. Auch die Bereiche Haarpflege und Kosmetik verzeichnen ein stabiles jährliches Plus von jeweils 5 Prozent.

„Die Zeiten, in denen Wachstum allein durch eine Premium-Positionierung und Preisanpassungen erzielt wurde, sind besonders in Europa vorbei“, sagt David Barrelet, Partner bei McKinsey „Unsere Analyse zeigt, dass der europäische Markt zunehmend preissensibel reagiert. Erfolgreiche Marken sollten künftig über das Volumen wachsen und Konsumenten mit glaubwürdiger Leistung überzeugen, unabhängig vom Preispunkt.“

Vom Einkaufskorb zum Algorithmus: Der digitale Vertrieb dominiert

Der E-Commerce ist mit einem globalen Umsatzanteil von 28 Prozent bereits heute der umsatzstärkste Vertriebskanal, gefolgt von Einzelhändlern (19 Prozent) und Kosmetikfachgeschäften (18 Prozent), und wird den Großteil des Wachstums bis 2030 für sich beanspruchen. Eine besonders dynamische Entwicklung zeigt der Social Commerce. Plattformen wie TikTok wandeln sich von reinen Inspirationsquellen zu Verkaufsmaschinen. So sind die Beauty-Umsätze auf TikTok seit 2023 um rund 260 Prozent jährlich auf rund 4 Mrd. US Dollar gestiegen.

Gleichzeitig verschwimmen die Grenzen zwischen den Vertriebskanälen. Verbraucher kaufen längst nicht mehr nur innerhalb eines Preissegments, sondern kombinieren je nach Bedarf Luxusprodukte mit günstigeren Alternativen. „Diese hybride Einkaufsrealität zwingt Marken und Händler, ihre Sortiments- und Vertriebsstrategien fundamental zu überdenken. Die Customer Journey verläuft nicht mehr linear, sondern ist fluid, vom Social-Media-Feed direkt zum Kauf, oft in wenigen Sekunden. Sichtbarkeit auf Plattformen wie TikTok oder Amazon ist kein ‚Nice-to-have‘ mehr, sondern geschäftskritisch“, erklärt David Barrelet. „Marken, die ihre Produktbotschaften für digitale, schnelllebigere Formate optimieren und es schaffen, über alle Kanäle hinweg einen klaren Mehrwert zu bieten, werden die Gewinner von morgen sein.“

Über McKinsey

McKinsey ist eine weltweit tätige Unternehmensberatung, die Organisationen dabei unterstützt, nachhaltiges, integratives Wachstum zu erzielen. Wir arbeiten mit Klienten aus dem privaten, öffentlichen und sozialen Sektor zusammen, um komplexe Probleme zu lösen und positive Veränderungen für alle Beteiligten zu schaffen. Wir kombinieren mutige Strategien und transformative Technologien, um Unternehmen dabei zu helfen, Innovationen nachhaltiger zu gestalten, dauerhafte Leistungssteigerungen zu erzielen und Belegschaften aufzubauen, die für diese und die nächste Generation erfolgreich sein werden. In Deutschland und Österreich hat McKinsey Büros in Berlin, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg, Köln, München, Stuttgart und Wien. Weltweit arbeiten McKinsey Teams in mehr als 130 Städten und über 65 Ländern. Gegründet wurde McKinsey 1926, das deutsche Büro 1964. Globaler Managing Partner ist seit 2021 Bob Sternfels. Managing Partner für Deutschland und Österreich ist seit 2026 Andreas Venus.

Erfahren Sie mehr unter: <https://www.mckinsey.de>

Sie haben Rückfragen? Wenden Sie sich bitte an:

Linda Dommes, Telefon 0211 136-4376,

E-Mail: linda_dommes@mckinsey.com

Alle Pressemitteilungen im Abo unter www.mckinsey.de/news

