

## PRESSEMITTEILUNG

- sofort frei -

Düsseldorf, den 14. Februar 2007

### Der schöne Schein – Kosmetik-Websites im Test

**Die Webauftritte der Kosmetikbranche weisen oftmals erhebliche Mängel auf - vor allem im Bereich des Datenschutzes. Das ist das Ergebnis der Studie "Kosmetik Online 2007" der Agentur netaspect. Die Experten untersuchten die Webauftritte von 18 führenden Kosmetikmarken, -portalen und -Online-Shops. Gesamtsieger ist das Portal Womensnet von Schwarzkopf & Henkel, welches in allen 17 Testkriterien überzeugt.**

Verschönernde Produkte haben Konjunktur, sowie auch Webangebote rund um die Kosmetik. Doch was steckt dahinter? Die Studie "Kosmetik Online 2007" liefert Antworten.

Insgesamt überzeugt die Branche mit gutem Webdesign, weniger aber mit echten Mehrwerten, wie ausführlichen Produktinformationen, individuellen Beratungsangeboten oder überzeugenden Infotainment-Angeboten. Ein Hauptmanko bleibt - wie auch im letzten Test - die Nichtbeachtung von Datenschutz-Aspekten. Rund zwei Drittel der Kosmetikanbieter vernachlässigen diesen Aspekt. Seit 2005 hat sich die Qualität der Webauftritte insgesamt nicht verbessert. Lediglich die Top 3 Websites modernisierten ihre Angebote durch die Integration multimedialer Inhalte und interaktiver Beratungsangebote.

Testsieger ist das Kosmetik-Portal Womensnet aus dem Hause Schwarzkopf & Henkel, gefolgt von dem Markenauftritt von Nivea und dem Webshop von Douglas. Die Website der Kosmetikmarke Pantene landet hingegen auf dem letzten Rang, da sie sowohl konzeptionell als auch inhaltlich nicht überzeugt.

Die aktuelle Studie enthält erstmalig einen Sonderteil, der die Qualität des Suchmaschinen-Marketings der Branche untersucht. Dabei zeigt sich, dass knapp 90% der Webauftritte im Test noch nicht optimal auf eine Auffindbarkeit in Google & Co. vorbereitet sind.

Jennifer Apitz, Gründerin der Düsseldorfer Beratungsagentur netaspect, zieht ein Fazit: „Die Mehrheit der Internetauftritte ist gestalterisch gut umgesetzt, zeigt aber noch formale Schwächen und nutzt die Potentiale des Internets zu wenig. Nur wenige Websites bieten genug Anreize, diese wiederholt aufzusuchen.“

Ein Ansporn an alle Firmen das Make-up ihrer Internetseiten bis zur nächsten Studie nutzerfreundlich aufzupeppen.

Weitere Informationen zu den Ergebnissen der Studie "Kosmetik Online 2007" finden sich unter: [www.kosmetikstudie.de](http://www.kosmetikstudie.de).

(2.300 Zeichen)

Ansprechpartner: Manuel Löffelsend, netaspect gmbh, Schadowstr. 72, 40212 Düsseldorf  
Tel. 0211-175 20 65- 0, Fax -9, Mail: [m.loeffelsend@netaspect.com](mailto:m.loeffelsend@netaspect.com), Web: [www.netaspect.com](http://www.netaspect.com)