

# Naturkosmetik Jahresreport 2018

## Gesamtjahr 2018

Die folgenden Ergebnisse spiegeln die Entwicklung folgender Kanäle wider: Drogeriemärkte, Lebensmittelhandel > 200m<sup>2</sup> inkl. Harddiscounter, Parfümerien und Kauf- und Warenhäuser.

Für diese Vertriebswege werden folgende Warengruppen erfasst:

Gesichtspflege, Gesichtsreinigung, Gesichtsmasken, Körperpflege, Handpflege, Duschbäder und Badezusätze.

Nicht erfasst sind: Haarpflege, Dekorative Kosmetik, Babypflege, Herrenpflege u.a.

Quelle: Handelspanel Infoscan Retailer; 2016/2017; LEH $\geq$ 200m<sup>2</sup> + Drogeriemärkte + Parfümerien + Kauf- und Warenhäuser

---

**Sandra Lungu**  
Senior Consultant Home & Beauty  
[sandra.lungu@IRIworldwide.com](mailto:sandra.lungu@IRIworldwide.com)  
+49 (0) 211.36 119 271

Februar 2019



**IRi**  
Growth delivered.

## Kernergebnisse 2018

Der **Naturkosmetik** Markt wächst 2018 deutlich überproportional mit **+5,0%** im Umsatz und baut so zum Jahresende seinen **Marktanteil** erstmalig zweistellig auf **10,2%** aus. Die guten Wachstumsraten sind sowohl auf gestiegene Stückabsätze als auch auf ein höheres Preisniveau zurückzuführen. Die Konsumenten greifen bei Naturkosmetikprodukten öfter zu als in den Vorjahren, auch bei höherpreisigen Produkten. **Naturnahe Kosmetik** kann im Vergleich zur **klassischen Kosmetik** ebenfalls stärker wachsen (+2,7% vs. +0,3%) und so Marktanteile hinzugewinnen.

Die wichtigsten Wachstumstreiber in der Naturkosmetik sind die Gesichts- und Körperpflege, die 2018 noch erfolgreicher waren als im Vorjahr.

Drogeriemärkte bleiben für **Naturkosmetik** der wichtigste Kanal, auch wenn im LEH sowie in Parfümerien und Kauf- & Warenhäusern die Umsätze 2018 ebenfalls steigen. Mit Ausnahme der Discounter entwickelt sich **naturnahe Kosmetik** in allen Kanälen positiv. **Klassische Kosmetik** kann nur in Drogeriemärkten und Discountern Umsatzzuwächse verzeichnen.

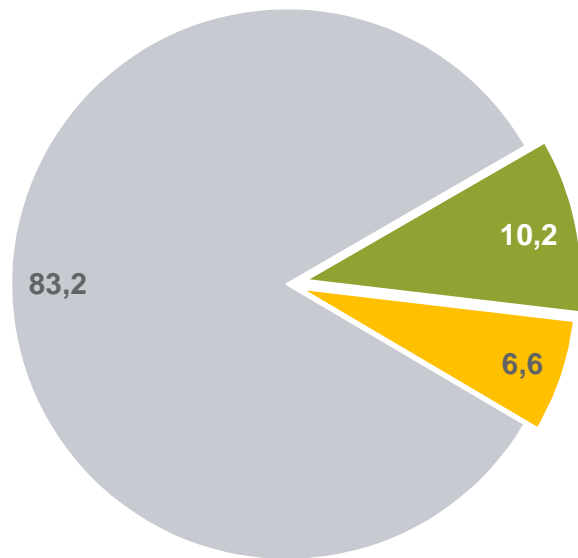
Im Onlinehandel liegen die Wachstumsraten für Naturkosmetik je nach Warengruppe deutlich über denen im stationären Handel.

Quelle: IRI; Infoscan LEH Retailer, E-Commerce Panel

# Die Wachstumsrate für Naturkosmetik steigt zum Jahresende auf +5,0% an und der Marktanteil erhöht sich leicht auf 10,2%

## Umsatzbedeutung im Gesamtmarkt

### MARKTANTEILE WERT IN % und VÄ IN %



Entwicklung Gesamtmarkt 2018 vs. 2017	
	VÄ in %
Naturkosmetik	+5,0
Naturnah	+2,7
Klassisch	+0,3

Gesamtmarkt: Gesichtspflege, -reinigung & -masken, Körperpflege, Hand- & Nagelpflege, Duschbäder, Badezusätze  
Einteilung des Marktes nach Elfriede Dambacher naturkosmetik konzepte in Naturkosmetik (grün), naturnahe (gelb) und klassische Kosmetik (grau).

### KOMMENTAR

- **Naturkosmetik** wächst im Gesamtjahr 2018 aufgrund von Absatz- und Preissteigerungen mit **+5,0%** weiter überproportional zum Gesamtmarkt.
- Auch für **Naturnahe Kosmetik** steigen die Stückpreise an, so dass die leichten Rückgänge im Stückabsatz mehr als kompensiert werden.
- **Klassische Kosmetik** verliert konstant Marktanteile an Naturkosmetik. Geringfügige Absatz- und Preissteigerungen sichern 2018 ein leicht positives Ergebnis.

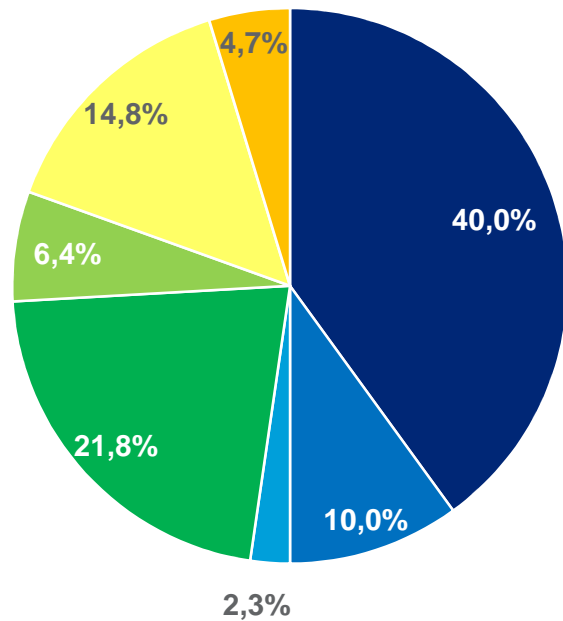
Quelle: IRI Handelspanel Infoscan Retailer; LEH≥200qm+DM+Parfümerien+KWH; YTD Q4 2017/18

# Gesichtspflege ist 2018 der Wachstumstreiber in der Naturkosmetik, Körperpflege gewinnt durch Absatzsteigerungen ebenfalls deutlich hinzu

## Anteile der einzelnen Kategorien an Naturkosmetik



MARKTANTEILE WERT IN % und VÄ IN %



Entwicklung Gesamtmarkt 2018 vs. 2017	
	VÄ in %
Gesichtspflege	+9,7
Gesichtsreinigung	+7,4
Gesichtsmasken	+10,8
Körperpflege	+4,5
Hand- & Nagelpflege	-2,8
Duschbäder	+1,1
Badezusätze	-11,8

## KOMMENTAR

- Wichtigste Wachstumstreiber in der Naturkosmetik sind auch 2018 die **Gesichtspflege**-Kategorien. Im Vergleich zum Vorjahr sind die absoluten Wachstumsraten noch einmal deutlich höher.
- Die **Körperpflege** nimmt 2018 nach stagnierenden Zahlen im Vorjahr wieder Fahrt auf und trägt ebenfalls zum Erfolg der Naturkosmetik bei.
- **Handpflege** ist erstmalig seit 6 Jahren rückläufig.

Quelle: IRI Handelspanel Infoscan Retailer; LEH≥200qm+DM+Parfümerien+KWH; YTD Q4 2017/18

# Für Rückfragen stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung!

## FÜR WEITERE INFORMATIONEN

---

### **Sandra Lungu**

Senior Consultant Home & Beauty  
Client Growth Delivered

[sandra.lungu@IRIworldwide.com](mailto:sandra.lungu@IRIworldwide.com)

+49 (0) 211.36 119 271



## ÜBER IRI

---

IRI ist ein weltweit führender Anbieter von umfassenden Marktforschungs- und Marketing-Beratungsleistungen, der seine Kunden dabei unterstützt, mit überlegenen Strategien für den Point of Sale ertragreich zu wachsen. Mit einer einzigartigen Kombination aus aktuellen Marktinformationen, detaillierten Analysen, professionellen Beratungsleistungen und leistungsfähiger Management-Software heben wir das hervor, was wirklich zählt. So helfen wir unseren Kunden dabei, frühzeitig zu erkennen, worauf es ankommt, schneller und sicherer zu entscheiden und aktiv Werte zu schaffen. Besuchen Sie uns auf **IRIworldwide.de**

### **Information Resources GmbH**

Gladbecker Straße 1  
D - 40472 Düsseldorf  
+49 (0) 211.36 119 0