

Naturkosmetik Jahresreport 2017

Gesamtjahr 2017

Die folgenden Ergebnisse spiegeln die Entwicklung folgender Kanäle wider: Drogeriemärkte, Lebensmittelhandel > 200m² 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 200m² + Drogeriemärkte + Parfümerien + Kauf- und Warenhäuser

Sandra Lungu

Senior Consultant Home & Beauty

sandra.lungu@IRIworldwide.com

+49 (0) 211.36 119 271

März 2018



Kernergebnisse 2017

Der **Naturkosmetik** Markt wächst 2017 deutlich überproportional mit **+5,1%** im Umsatz und baut so zum Jahresende seinen Marktanteil auf knapp 10% aus. Die wichtigsten Wachstumstreiber bleiben Gesichts- und Handpflege. Dabei wachsen etablierte Marken weiter oder erobern neue Warengruppen und neue Marken steigen in den Naturkosmetik Markt ein. Die guten Wachstumsraten sind auf gestiegene Stückabsätze zurückzuführen. Die Konsumenten greifen bei Naturkosmetikprodukten öfter zu als in den Vorjahren. Da jedoch in den meisten Warengruppen die Preise sinken, wird das Wachstum 2017 leicht eingebremst, bleibt aber deutlich stärker als in der **klassischen Kosmetik**, die **-0,4%** Umsatz verliert. **Naturnahe Kosmetik** erzielt ein Umsatzplus von **+2,2%** und ringt der schwächelnden klassischen Kosmetik damit ebenfalls weiter Marktanteile ab.

Für **Naturkosmetik** bleiben Drogeriemärkte der wichtigste Kanal. Discounter können ihre Umsatzbedeutung 2017 ausbauen, während Parfümerien und Kauf- & Warenhäuser verlieren. Mit Ausnahme der Discounter entwickelt sich **naturnahe Kosmetik** 2017 in allen Kanälen positiv. **Klassische Kosmetik** kann nur in Drogeriemärkten Umsatzzuwächse verzeichnen.

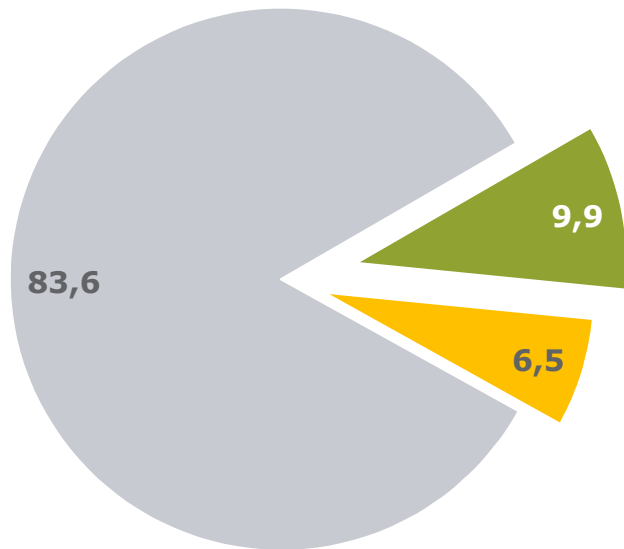
Im Onlinehandel liegen die Wachstumsraten für Naturkosmetik deutlich über denen im stationären Handel. Der Markt wächst dort beispielsweise für Naturkosmetik-Gesichtspflege fast 3 Mal so stark wie im stationären Handel.

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

Damit gewinnt die Naturkosmetik der klassischen Kosmetik auch 2017 weiter Marktanteile ab

Umsatzbedeutung im Gesamtmarkt

MARKTANTEILE WERT IN %



Entwicklung 2017 vs. 2016	
VÄ in %	
Naturkosmetik	+5,1
Naturnahe Kosmetik	+2,2
Klassische Kosmetik	-0,4

*Gesamtmarkt: Gesichtsreinigung, -masken u. -pflege, Körper- u. Handpflege, Duschbäder/Badezusätze
Einteilung des Marktes nach dem Ampel-Konzept von Elfriede Dambacher naturkosmetik konzepte in Naturkosmetik (grün), naturnahe (gelb) und klassische Kosmetik (grau).

KOMMENTAR

- Der **Naturkosmetik** Markt wächst 2017 deutlich überproportional mit +5,1% im Umsatz und baut so zum Jahresende seinen Marktanteil auf knapp 10% aus.
- Auch die **Naturnahe Kosmetik** ringt der schwächeren klassischen Kosmetik mit einem Umsatzplus von +2,2% weiter Marktanteile ab.
- **Klassische Kosmetik** verliert -0,4% Umsatz, vor allem in der Gesichtspflege und -reinigung.

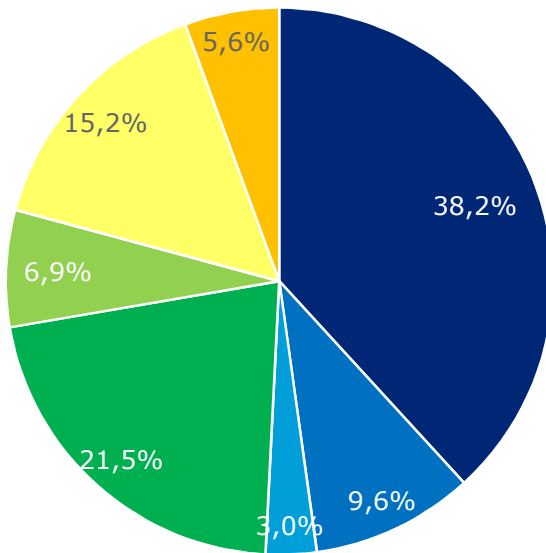
Quelle: IRI Handelspanel Infoscan Retailer; LEH>=200m²+DM+Parfümerien+KWH; 2016/17

Wachstumstreiber für Naturkosmetik sind 2017 die Warengruppen Gesichtspflege und -reinigung sowie Handpflege

Anteile der einzelnen Kategorien an **Naturkosmetik**

Naturkosmetik
9,9%

MARKTANTEILE WERT IN %



Entwicklung 2017 vs. 2016	
	VÄ in %
Gesichtspflege	+6,7
Gesichtsreinigung	+7,5
Gesichtsmasken	+23,4
Körperpflege	-0,0
Hand- & Nagelpflege	+12,9
Duschbäder	+0,4
Badezusätze	+7,1

KOMMENTAR

- Im **Naturkosmetik** Markt sind die Gesichtspflege-Warengruppen die größten Wachstumstreiber.
- Aber auch in der **Handpflege** wachsen etablierte und neue Naturkosmetik-Marken.

Quelle: IRI Handelspanel Infoscan Retailer; LEH>=200m²+DM+Parfümerien+KWH; 2016/17

Für Rückfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung! Wir freuen uns, von Ihnen zu hören!

FÜR WEITERE INFORMATIONEN

Sandra Lungu

Senior Consultant

Client Growth Delivered

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