

Naturkosmetik

Zweistelliges Wachstum trotz Krise

Elfriede Dambacher von Naturkonzepte Elfriede Dambacher hat gerade mit dem Medienpartner COSSMA das erste Naturkosmetik Jahrbuch 2009 veröffentlicht, s. S. 50. Das praktische Nachschlagewerk bietet neben der aktuellen Marktentwicklung mit mehr als 500 relevanten Adressen einen umfassenden Überblick über die Branche. Elfriede Dambacher beschreibt, wie aktuell der Naturkosmetikmarkt tickt.



Handelsmarken und Premiumkonzepte sind die Gewinner bei der Naturkosmetik

andjoun.seg.009.F

Der Naturkosmetikmarkt ist ein starker Wachstumsmarkt und lange noch nicht gesättigt. Auch im Jahr 2008 ist der Markt für Naturkosmetik in Deutschland kräftig gewachsen und erzielte bei einem Gesamtkosmetikumsatz von 12,605 Mrd. Euro einen Umsatz von 672 Mio. Euro. Damit beträgt der Anteil an Naturkosmetik 5,37%, zusammen mit naturnaher Kosmetik im Gesamtmarkt rund 9 Prozent. Für Naturkosmetikprodukte

wurden 2008 rund 60 Mio. Euro mehr ausgegeben als 2007. Das knapp 10-prozentige Wachstum im Vergleich zum Vorjahr verdeutlicht, dass das Marktsegment Naturkosmetik kaum von der Finanzkrise betroffen ist und offenbar einen eigenen Konjunkturverlauf hat. Seit fünf Jahren in Folge erzielt die Naturkosmetik

ein durchschnittliches Wachstum von 10 Prozent im Jahr. „Die Nachfrage hält an, die Käuferreichweite für Naturkosmetik nimmt weiterhin rapide zu. Der Markt wird vor allem durch die Handelsmarken der Drogeriemärkte bewegt“, konstatiert Daniela Volkmar vom GfK Panel Service. Es ist zu beobachten, dass sich der Markt deutlich differenziert. Zu den Gewinnern gehören dabei sowohl starke Handelsmarken als auch Premiumkonzepte.

Die absatzstarken Handelsmarken der Drogeriemärkte und der Discounter, die fast ohne Ausnahme das Siegel „Kontrollierte Naturkosmetik“ nach BDIH führen, machen bereits rund ein Fünftel des Naturkosmetikmarktes aus und verzeichnen weiterhin eine steigende Tendenz.

Klassifizierung

Was unter Naturkosmetik zu verstehen ist, wird innerhalb des Kosmetikmarktes sehr unterschiedlich definiert. Für Industrie, Handel und Verwender ist es unmöglich, klare Unterscheidungen vorzunehmen. Eine eindeutige gesetzliche Regelung, die Naturkosmetik exakt definiert, gibt es nicht. Das hat

auch zur Folge, dass der Markt für Naturkosmetik nicht eindeutig abzugrenzen und zu erfassen ist – weder für die Industrie noch für den Handel.

In Zusammenarbeit mit den führenden Marktforschungsunternehmen Information Resources (IRI), Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) und IMS Health wurde das von mir entwickelte Konzept 2008 so weiterentwickelt, dass nun eine einheitliche Marktabgrenzung möglich ist. Die Datenbasis der Marktforschungsunternehmen ist also darauf abgestimmt.

Unterschieden werden nach dem Ampelprinzip die Bereiche:

- Kosmetik
- Naturnahe Kosmetik
- Naturkosmetik

Dabei steht Rot für die konventionelle Kosmetik, Gelb für naturnahe Kosmetik und Grün für Naturkosmetik. Diese Klassifizierung umfasst sowohl Luxus- als auch Konsumkosmetik.

Interessant ist, dass der Bereich der naturnahen Kosmetik in Deutschland eine geringere Bedeutung als im internationalen Markt einnimmt. Sein Umsatzanteil betrug 2008 425 Mio. Euro. Global ist der Begriff Naturkosmetik



Das umfassende Nachschlagewerk zum Thema Naturkosmetik können Sie auf Seite 50 bestellen

noch weicher gefasst als in Deutschland. Aus diesem Grund muss man bei den Erhebungen zum internationalen Markt immer berücksichtigen, dass die Datenbasis sehr unterschiedlich sein kann.

Eine Trendanalyse in Deutschland unter den wichtigsten 15 Naturkosmetikmarken hat gezeigt, das auch 2009 mit einem stabilen Wachstum von 5 Prozent im nationalen Markt gerechnet wird. International rechnen die Entscheider dieser Marken sogar mit einem Plus von 8,5 Prozent.

Erstes Nachschlagewerk Naturkosmetik

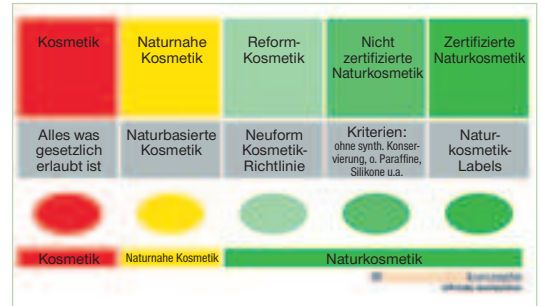
Das erste Naturkosmetik Jahrbuch ist ein praxisorientiertes Nachschlagewerk zum Thema Naturkosmetik. Dabei bringt es nicht nur Daten und Fakten, sondern untermauert diese auch mit redaktionellen Beiträgen von Branchenexperten. So geht es z.B. in einer

aktuellen Einschätzung darum, wie sich derzeit die Zertifizierung des Rohstoffmarktes entwickelt. Darüber hinaus werden unterschiedlichste Facetten, die die Herstellung selbst angehen, ebenfalls beleuchtet.

„Die Situation auf dem Rohstoffmarkt spiegelt die dynamische Entwicklung wider. Immer mehr zertifizierte Rohstoffe und effektive Pflanzenwirkstoffe mit nachgewiesenem Leistungsprofil drängen auf den Markt“, erklärt Angelika Meiss, leitende Redakteurin des Branchenmagazins COSSMA und Publikationspartnerin des Jahrbuchs.

Ein Überblick der Top-Marken, der internationalen Nischenmarken, Dienstleistungsbetriebe und ein internationaler Messekalender runden das Werk ab.

Das Jahrbuch richtet sich an Hersteller, Dienstleistungsbetriebe, Agenturen und Handelsunternehmen der



Klassifizierung von Kosmetik

Naturkosmetikbranche, naturnaher Kosmetik sowie an alle Marktakteure, die sich dem Naturkosmetikmarkt widmen wollen.

Elfriede Dambacher,
Naturkosmetik Konzepte
Elfriede Dambacher
Dortmund, Deutschland



Besuchen Sie uns auf der in-cosmetics!
Azelis Care Chemicals – Stand M600



Azelis Care Chemicals

“ Inspiration für neue innovative Produkte!

www.azelis.com

Big enough to do the job, small enough to care





Events

In-Cosmetics 2009:
Grüne Alternativen
geben den Ton an

Marketing

Naturkosmetik 2008
mit zweistelligem
Wachstum

Verpackung

Faltschachteln:
sinnliche Effekte
stark gefragt



VIP des Monats

Dr. Sophie Viala,
Bayer Material Science:
Filmbildner für aus-
drucksstarke Augen