

## Marktentwicklung Kosmetik: neue Herausforderungen in der Handelslandschaft

Ein Beitrag von Gudrun Saida, Director Premium Cosmetics, Information Resources GmbH



Gudrun Saida

In Zeiten sich stetig und auch zunehmend schneller verändernder Märkte stehen die sowohl Handel als auch Industrie vor einigen Herausforderungen.

Während die Wachstumstendenz im Bereich Online-Handel anhält, zeigt sich im Rückblick auf das Jahr 2017, dass die Lage im stationären Geschäft angespannt bleibt. Insbesondere der Selektivmarkt trägt zu diesem Gesamtergebnis bei: Über alle Warengruppen hinweg zeichnet sich ein negativer Umsatztrend in den Geschäften ab.

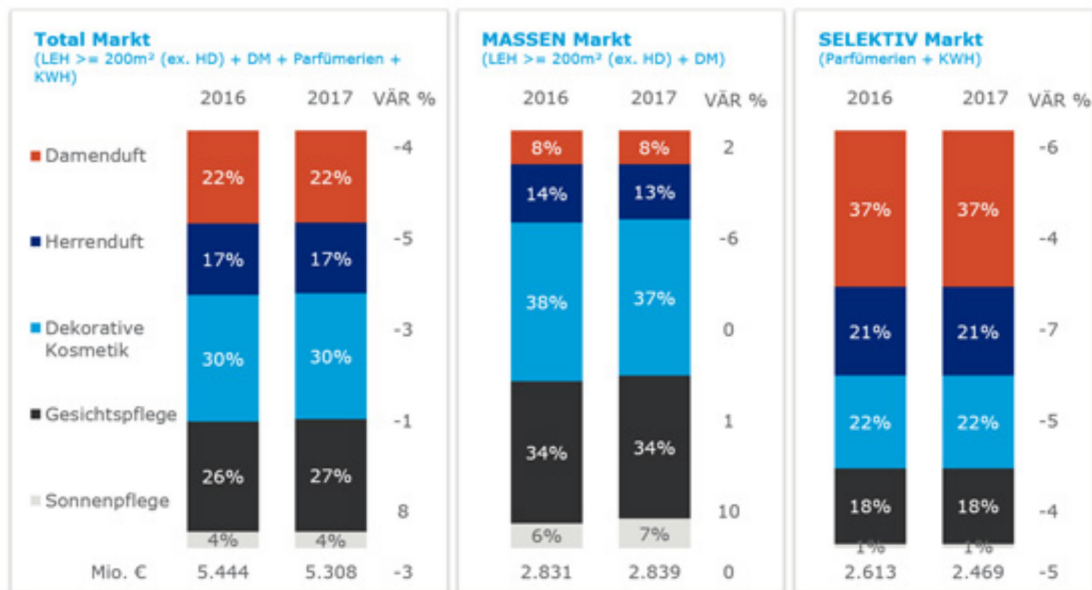
Am stärksten betroffen von Umsatzrückgängen ist die Kategorie der **Dekorativen Kosmetik**: Nach starken Vorgängerjahren zeichnet sich hier zuletzt ein Minus im Gesamtergebnis ab. Ein genauerer Blick in die einzelnen Teilsegmente der Kategorie zeigt, dass sich hier die Wachstumsimpulse weiter in die Nische verlagern. Beispielsweise Augenbrauenprodukte oder "Cushion"-Innovationen bleiben auf Wachstumskurs, haben aber nicht die Marktstärke, um signifikanten Einfluss auf den Gesamttrend nehmen zu können. Die große Herausforderung bleibt – und dies ist allen weiteren Kern-Kosmetikwarengruppen gemein – die Stärkung der Kern-Säulen der Kategorie.

Ähnlich verhält es sich auch im Bereich der **Premium-Pflege**. Die Lage für die großen Teilsegmente bleibt auch hier angespannt. Das "Herzstück" Anti Aging Pflege, mit einem Umsatzanteil von 43% an der Kategorie, verzeichnet mit -6% die insgesamt stärksten Umsatzrückgänge. Die tägliche- bzw. Feuchtigkeitspflege hingegen stabilisiert sich in Um- und Absatz, nicht zuletzt aufgrund starker neuer Lancierungen, die neben klassischen Cremes stärker Produkte mit Zusatznutzen in den Vordergrund stellen, wie etwa Maskenprodukte und tiefenwirksame Seren.

# Entwicklung des stationären Kosmetikmarktes 2017



Umsatzanteil Wert in % pro Kanal



Quelle: IRI [InfoScan];  
[LEH >= 200m² (ex. HD) + DM + Parfümerien + KWH]; Copyright © 2018 Information Resources, Inc. (IRI). Confidential and Proprietary. 1

Insgesamt scheinen sich die Trends auch im Bereich Pflege zu wandeln und/oder zu verfeinern: So sind die aus der Vergangenheit bekannten zweistelligen Wachstumsraten bei natürlicher Kosmetik erstmal deutlich verhaltener mit +2%, wohin beispielsweise die sogenannten "Korean Brands" mit deutlich zweistelligen Gewinnraten aufwarten können. Dass die Übergänge zwischen einzelnen Trendsegmenten teilweise fließend sind, zeigt sich auch an der Auslobung von Inhaltsstoffen und Verbraucheransprache. Gerade bei den Ingredienzien scheint der Verbraucher zunehmend besser informiert zu sein. Ein Trendoberbegriff alleine scheint nicht mehr länger allein ausschlaggebend für die Kaufentscheidung. Zunehmend wichtiger wird die Beantwortung der Frage: "Was kann dieses Produkt für mich tun?".

Eine Herausforderung, aber auch Chance, für Industrie und Handel: Über die Kommunikation von Innovation und neue Wirkweisen können hier die entscheidenden Grundsteine sowohl für noch wenig erschlossene Bereiche gelegt werden und das Bewusstsein für die Innovationskraft des Selektiv-Marktes in seiner Gänze gelegt werden. Denn die Konkurrenz bildet aktuell nicht nur der Online-Handel, auch der stationäre Massenmarkt wartet zunehmend mit attraktiven Angeboten auf, und das zu einem deutlich günstigeren Preis. Für den Prestigemarkt sollte am Ende also immer das "Mehr" im Vordergrund stehen: sowohl aus Produktsicht, als auch hinsichtlich des Einkaufserlebnisses am PoS.



---

KOSMETIKVERBAND

VKE-KOSMETIKVERBAND · Unter den Linden 42 · 10117 Berlin  
Telefon: +49 (0) 30.20 61 68-22 · Telefax: +49 (0) 30.20 61 68-722 · E-Mail: [info@kosmetikverband.de](mailto:info@kosmetikverband.de)  
[www.kosmetikverband.de](http://www.kosmetikverband.de)  
Pressebüro ANTJE BRÜNE · E-Mail: [info@presse-bruene.de](mailto:info@presse-bruene.de)