

## Presse Information Naturkosmetikmarkt 2019

NATURKOSMETIK CONSULTING ■  
NATURKOSMETIK JAHRESREPORT ■  
NATURKOSMETIK BRANCHENMONITOR ■

Huckarder Straße 10 - 12  
44147 Dortmund  
FON +49 (0) 231 / 98 22 99 58  
FAX +49 (0) 231 / 98 22 99 59

e.dambacher@naturkosmetik-konzepte.de  
www.naturkosmetik-konzepte.de

Dortmund, Februar 2020

### Starkes Umsatzplus – anhaltende Nachfrage

Mit 9 Prozent Umsatzplus allein in Deutschland gibt Naturkosmetik weiterhin den Ton an: Der Megatrend Nachhaltigkeit und Gesundheit schlägt voll auf den Kosmetikmarkt durch, Naturkosmetik und naturnahe Kosmetik gewinnen weiter an Zugkraft. Diese beiden Teilmärkte des Kosmetikmarktes – Naturkosmetik und naturnahe Kosmetik – verfügen nun über einen Marktanteil von 18,5 Prozent in Deutschland. Naturkosmetik weist allein einen Marktanteil von knapp 10 Prozent auf. Ein absoluter Spitzenwert in Europa, allerdings ziehen andere europäische Länder in rasantem Tempo nach.

Weltweit ist der Kosmetikmarkt seit Jahren unter Druck. Die immer besser informierten Konsumenten hinterfragen heute mehr und mehr, wofür Marken und Unternehmen eigentlich stehen. Während in den vergangenen Jahren mildere Inhaltsstoffe und Müllvermeidung das Kernthema waren, ist heute Transparenz auf der ganzen Linie gefragt. Vor allem jüngere Konsumenten suchen Marken, die exakt ihrer Wertewelt entsprechen. Das spült jede Menge neuer Marken an die Oberfläche, die flexibel und kreativ auf den Bedarf eines immer stärker fragmentierten Marktes treffen.

Mehr Käuferinnen und Käufer und eine höhere Frequenz trugen zum Top-Ergebnis bei. Das Marktvolumen für Naturkosmetik liegt in Deutschland bei 1,38 Mrd. €. Rund 800.000 neue Käuferinnen und Käufer<sup>1</sup> im zurückliegenden Jahr zeigen, dass das Potenzial noch lange nicht ausgeschöpft ist.

Die anhaltende Nachfrage und die breite Listung im Handel bringen weitere Herausforderungen mit sich. Handelsformate kämpfen um Marktanteile und sehen sich einem immer ausdifferenzierterem Angebot gegenüber. Dieser Aspekt erfordert von Handel und Industrie mehr Transparenz über die verschiedenen Sortimente nachhaltiger Beautyprodukte, um den unterschiedlichen Konsumentengruppen eine adäquate Information und Präsentation zu bieten.

---

<sup>1</sup> GfK (Gesellschaft für Konsumforschung)

Zu einer der zentralsten Herausforderungen gehört auch, Konsumenten eine eindeutige Orientierung an die Hand zu geben. Eine einheitliche, umfassende und klare Terminologie, was unter Naturkosmetik zu verstehen ist, fehlt. Das lässt Raum für jede Menge unterschiedlicher Ansätze. So bilden sich am Markt weitere vereinfachte Begriffe heraus wie Clean Cosmetics oder vegane Kosmetik, ohne dem hohen Anspruch von Naturkosmetik gerecht zu werden.

Naturkosmetik beweist einmal mehr, dass es mehr als ein Trendthema ist. Käuferinnen und Käufer von Naturkosmetik lassen sich zudem nicht in einzelne sozio-demographische Zielgruppen einordnen, sondern stehen eher für eine nachhaltige Lebenseinstellung. Diese geht quer durch alle Bevölkerungsschichten und hat Einfluss auf deren Kaufverhalten, nicht nur bei Kosmetik und Körperpflege.

Einzigartiger Marktforschungsansatz:

Seit 2007 kann durch die Zusammenarbeit von naturkosmetik konzepte mit führenden Marktforschungsunternehmen der deutsche Kosmetikmarkt in seiner Entwicklung differenziert nach Naturkosmetik, naturnaher Kosmetik und konventioneller/klassischer Kosmetik analysiert werden. Nun übergibt die bisherige Betreiberin Elfriede Dambacher dieses einzigartige Marktforschungstool an Mirja Eckert von THE NEW. Als Trend- und Nachhaltigkeitsexpertin erweitert sie den bisherigen Marktforschungsansatz um Trend- und Zukunftsthemen. Somit bleibt auch zukünftig dieses wertvolle Marktforschungsinstrument eine wichtige Informationsquelle für Industrie und Handel. THE NEW ist damit auch die künftige Herausgeberin der Marktforschungsberichte für den Naturkosmetikmarkt.



Weitere Informationen zu den Marktstudien von naturkosmetik konzepte sowie das Interview „Neue Impulse für die Naturkosmetikbranche“ mit Elfriede Dambacher und Mirja Eckert finden Sie unter: [www.thenew.online](http://www.thenew.online)

Kontakt:

VIVANESS 2020: Stand von THE NEW Halle 3C Standnummer: 351

[welcome@thenew.online](mailto:welcome@thenew.online)

[ed@naturkosmetik-konzepte.de](mailto:ed@naturkosmetik-konzepte.de)