

Nürnberg, Germany 14.–17.2.2018

# VIVANESS2018

into natural beauty



## VIVANESS: Kolumne Elfriede Dambacher

### Da geht noch was...

Alle drei Monate warte ich gespannt auf die aktuellen Marktforschungsergebnisse zur Entwicklung des Kosmetikmarktes. Auch das dritte Quartal 2017 macht deutlich, der Kosmetikmarkt verändert sich. Schaut man auf den Kosmetik-Gesamtmarkt, können wir in fast allen westlichen Industrienationen von einem gesättigten Kosmetikmarkt sprechen. Sieht man genauer hin, zeichnet sich jedoch seit vielen Jahren eine signifikante Veränderung ab. Es verlagern sich Marktanteile stetig hin zu grüneren Produkten, sprich zu Naturkosmetik mit und ohne Siegel und zu sogenannter naturnaher (nature-inspired) Kosmetik. Auch wenn sich diese Kategorien unterscheiden, sie machen deutlich, Verbraucher suchen natürlichere und mildere Produkte. Die Folge davon ist bereits sichtbar: Der Kosmetikmarkt wird generell grüner und das wird meiner Meinung nach noch zunehmen. Warum? Weil weltweit das Interesse an milderem Kosmetikprodukten wächst. Und da liegt die Chance für den Naturkosmetikmarkt.

Deutschland ist der größte Naturkosmetikmarkt in Europa und gilt für viele Marktteilnehmer gleichzeitig als der anspruchsvollste Markt. Und ausgerechnet hier zeigt sich nun nach vielen Jahren mit satten Zuwachsraten ein schwächeres Wachstum. Kein Wunder, dass deshalb aktuell Meinungen auftauchen, wie „der Naturkosmetikmarkt sei eben gesättigt“ oder „der Markt gebe nicht mehr her“. Das stimmt meiner Meinung nach nicht. Ich finde es fatal sich mit einer schnellen Erklärung zufrieden zu geben, vielmehr ist jetzt die Zeit den Markt genauer anzuschauen. Fakt ist, die Nachfrage steigt. Naturkosmetik setzt mehr Produkte ab und erreicht täglich neue Konsumenten - mit wachsender Tendenz.

Die zentrale Frage der Branche ist meiner Meinung nach, wie erreicht Naturkosmetik mehr Konsumenten und können die Marktakteure die Vorzüge von Naturkosmetik verdeutlichen?

Ich behaupte, Naturkosmetik darf ruhig etwas „lauter“ ihre Vorzüge anpreisen. Sowohl in der Werbung als auch am Point of Sale. Ich frage mich oft, was wäre, wenn Hersteller und Händler hier kreativer werden würden und gemeinsam eine Erlebniswelt schaffen würden, die die ambitionierten Naturkosmetik-Konsumentinnen und -Konsumenten überraschen würde? Ich bin überzeugt, da ginge noch jede Menge!

Elfriede Dambacher, Inhaberin des Beratungsunternehmens naturkosmetik konzepte, ist internationale Branchenexpertin, Herausgeberin verschiedener Marktstudien und Buchautorin. [www.naturkosmetik-konzepte.de](http://www.naturkosmetik-konzepte.de)

#### Veranstalter Organizer

NürnbergMesse GmbH  
Messezentrum  
90471 Nürnberg  
Germany  
T +49 9 11 86 06-0  
F +49 9 11 86 06-82 28  
info@vivaness.de  
www.vivaness.de  
www.vivaness.com

#### Vorsitzender des Aufsichtsrates Chairman of the Supervisory Board

Dr. Ulrich Maly  
Oberbürgermeister der  
Stadt Nürnberg  
Lord Mayor of the  
City of Nuremberg

#### Geschäftsführer CEOs

Dr. Roland Fleck, Peter Ottmann

Registergericht  
Registration Number  
HRB 761 Nürnberg

Ideelle Träger  
Supporting organizations

COSMOS

We are COSMOS

NATRUE

