

Nürnberg, Germany 15.– 18.2.2022

VIVANESS 2022

into natural beauty



PRESSEINFORMATION

Oktober 2021

VIVANESS 2022: Naturkosmetik ist elementarer Teil eines nachhaltigen Lebensstils

- Naturkosmetik ist DAS Wachstumssegment der Beauty-Branche
- Naturkosmetikmarkt profitiert vom E-Commerce

Die Transformation der internationalen Kosmetikmärkte ist in vollem Gange. Die Pandemie-Jahre und die weitere Zuspitzung der Klimakrise haben die Kosmetikindustrie, den Handel und die Konsumenten stark beeinflusst. Die Ergebnisse dieser Entwicklung: Eine Neudefinition von Nachhaltigkeit, ein verstärkter Fokus auf die Lieferketten, mehr Digitalisierung und ein verändertes Kaufverhalten, beschäftigen die Kosmetik-Branche. Da ist Orientierung gefragt. Die VIVANESS 2022 ist hierfür der „Place to be“, denn die internationale Fachmesse bietet Antworten aus erster Hand, ist Plattform für Branchendaten und Spiegel der aktuellen Trends, Bühne für Neuheiten und Treffpunkt der internationalen Beauty-Branche. Vom 15. bis 18. Februar 2022 ist es soweit: Das Fachmesse-Duo BIOFACH und VIVANESS öffnet seine Tore für Fachbesucher im Messezentrum Nürnberg und das nach Pandemie-bedingter Online-Ausgabe 2021 endlich wieder live und mit allen Sinnen erlebbar. Vor Ort mit digitalem Mehrwert.

Wachstumsgenerator Naturkosmetik

Viele Menschen sind durch die aktuellen Krisen nachdenklich geworden und streben ein bewussteres Leben an. Quer durch die Gesellschaft manifestiert sich die Erkenntnis, ein nachhaltiger, Ressourcen schonender, gesunder Lebensstil bedeutet nicht nur Glück und Zufriedenheit in der Gegenwart, sondern entspricht auch dem Wunsch, den nächsten Generationen eine gute Zukunft zu ermöglichen. Auf diese Entwicklung reagiert die Kosmetik-Branche sehr deutlich und passt ihre Angebotspalette dem Wunsch der Konsumenten nach natürlichen und glaubwürdig-nachhaltigen Produkten an. Das zeigt die anhaltend positive Umsatzentwicklung für Naturkosmetik in Deutschland: Mit einem Wachstum von rund 5 % im ersten Halbjahr 2021 konnte Naturkosmetik ihren Marktanteil weiter ausbauen. Naturnahes sowie das klassische Kosmetiksoriment hingegen verzeichneten im gleichen Zeitraum Umsatzrückgänge im einstelligen prozentualen Bereich. Kurzum:

**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**
Albert Füracker, MdL
Bayerischer Staatsminister der
Finanzen und für Heimat
Bavarian State Minister of Finance
and Regional Identity

**Geschäftsführer
CEOs**
Dr. Roland Fleck, Peter Ottmann

**Registergericht
Registration Number**
HRB 761 Nürnberg

**Ideelle Träger
Supporting organizations**
COSMOS

COSMOS

NATRUE



Nürnberg, Germany 15.– 18.2.2022

VIVANESS 2022

into natural beauty



Naturkosmetik war einmal mehr Wachstumsgenerator und einziges Segment im rund 14 Mrd. Euro (2020) umfassenden deutschen Kosmetikmarkt mit Zuwächsen im ersten Halbjahr 2021. Die Analyse hat Mirja Eckert, vom Beratungsunternehmen für Markt- und Trendforschung THE NEW, in Zusammenarbeit mit der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), Information Resources (IRI), IQVIA und BioVista für den halbjährlich erscheinenden Naturkosmetik Branchenmonitor zusammengestellt. Die Herausgeberin des Naturkosmetik Branchenreports hat beobachtet: „Die Kosmetikunternehmen werden insgesamt immer grüner, denken mehr ganzheitlich-ethisch und investieren in Nachhaltigkeit. Damit kommen sie der wachsenden Nachfrage nachhaltig orientierter Konsumenten entgegen.“ Branchenexpertin Mirja Eckert erklärt weiter: „Die Verbraucher haben dazugelernt, sie legen heute viel mehr Wert darauf, dass Marken transparent agieren und überzeugen, sodass kontrollierte Naturkosmetik immer mehr an Zuspruch gewinnt“.

Nachhaltigkeitstrends etablieren sich

„Die Marktverschiebungen gründen in einem Paradigmenwechsel“, sagt Eckert. Die neuen Wertevorstellungen, die Veränderungen im Denken und Konsumverhalten, die sich schon vor der Pandemie anbahnten, seien durch die Pandemie deutlich verstärkt worden und führten nun auf beiden Seiten zu konkreten Maßnahmen und Verhalten: „Bei den Herstellern schlägt sich das in natürlichen Rezepturen nieder, bei den Konsumenten in der Wahl von Marken und Produkten, denen sie vertrauen,“ analysiert Eckert. Nachhaltigkeit, bewusster und ethisch korrekter Konsum stehen nicht nur in Deutschland, sondern auch international als Überschrift über Produktentwicklungen im Beauty-Markt. Wasserfreie Produkte, vegane Kosmetik, Refill und Zero Waste sind gekommen, um zu bleiben. Sie haben sich vom Trendstatus zum festen Bestandteil des Angebots und der Nachfrage entwickelt. Die ökologische und nachhaltige Transformation findet in vielen Badezimmern quer durch die Gesellschaft statt. Zu deutlich sind die besorgniserregenden Ergebnisse menschengemachter Umweltkrisen, der Wunsch nach einer neuen Balance zwischen Mensch und Planet wird immer lauter. Eine Umfrage des Naturkosmetik-Verbandes NATRUE unter 2000 Verbrauchern in Deutschland und Frankreich, Anfang 2021 zeigt: „Natürlichkeit“ hat für Verbraucher oberste Priorität beim Kosmetikkauf. Sie verstehen darunter nicht nur natürliche Inhaltsstoffe, sondern auch Tierschutz, Umweltverträglichkeit, Müllvermeidung, Nachhaltigkeit und Fairness im Handel.

Nürnberg, Germany 15.– 18.2.2022

VIVANESS 2022

into natural beauty



E-Commerce ist Treiber des Umsatzes

Beim Absatz haben Online-Kanäle im Wettstreit um Marktanteile weiter die Nase vorn. Omnichannel-Marketing wird, der Einschätzung von Marktexperten nach, in Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen und kann eine besondere Chance für Naturkosmetik-Marken sein. Verbraucher sind vermehrt online unterwegs und finden dabei immer häufiger Naturkosmetik, die ihrem ganz spezifischen, individuellen Bedarf gerecht wird. Neben den Bestellmöglichkeiten in Webshops der Hersteller und auf Social Media-Kanälen, nehmen auch immer mehr große Online-Handelsportale wie zum Beispiel Amazon kontrollierte Naturkosmetik in ihre Sortimente auf und erweitern damit die Verfügbarkeit dieser Marken um ein Vielfaches. Im stationären Handel haben der Lebensmitteleinzelhandel und selbst Discounter die wachsende Nachfrage und die Profitabilität eines Naturkosmetik-Sortiments entdeckt und bieten sowohl Handelsmarken als auch Marken an. Neue Wege gehen auch große Modeanbieter wie Zalando, der mit Kosmetikgröße Sephora kooperiert oder H&M, der mit einem Shop-in-Shop Beauty-Konzept experimentiert.

Internationale Märkte: Grenzenloses Wachstum für Green Beauty

Wie gefragt Naturkosmetik und nachhaltige Konzepte im internationalen Beauty-Markt sind, zeigen zahlreiche Investments in vielversprechende kleine Firmen bzw. deren Akquise durch große Player. Dies berichtet das britische Marktforschungsunternehmen Ecovia Intelligence, London. Gründer Amarjit Sahota rechnet damit, dass sich dieser Trend fortsetzt und eine Reihe weiterer „natural & clean brands“ in etablierten Unternehmen aufgehen werden. „Der globale Markt für Naturkosmetik wächst auch während der Pandemie weiter“, konstatiert Naturkosmetik-Experte Sahota. Er beziffert den weltweiten Umsatz mit Naturkosmetik im Jahr 2020 auf rund 12 Milliarden USD. „Das gesunde Wachstum wird sich 2021 fortsetzen“, ist Sahota überzeugt. Ein aktueller Marktreport von Global Industry Analysts, Inc., USA, schätzt den Wert der globalen Naturkosmetik-Branche 2020 mit 18,5 Milliarden USD sogar noch wesentlich höher ein und prognostiziert ihr glänzende Aussichten mit Zuwächsen von 8 % in den kommenden Jahren. Als Treiber der Nachfrage werden auch hier der Wunsch nach Natürlichkeit, Tierwohl, Schutz der natürlichen Ressourcen, das eigene Wohlbefinden und die Gesundheit genannt.

Nürnberg, Germany 15.– 18.2.2022

VIVANESS 2022

into natural beauty



VIVANESS: Beste Adresse für Updates zu Naturkosmetik

Was Trends und Neuprodukte sowie Fakten und Marktanalysen angeht, ist die Internationale Fachmesse für Naturkosmetik VIVANESS der Treffpunkt für das Fachpublikum aus aller Welt, das sich zu Naturkosmetik informieren möchte. Die viertägige Veranstaltung bietet sich als effiziente Qualitäts-Plattform für Aussteller an – zuletzt 290 aus 42 Ländern – als zuverlässige Inspirationsquelle und als Impulsgeber für alle Marktakteure. Sie ist der Ort, sich über die Zukunft der Naturkosmetik-Branche auszutauschen! Die VIVANESS 2022 spiegelt wider, dass Naturkosmetik heute elementarer Teil eines nachhaltigen Lebensstils ist. Interessierte sollten sich unbedingt schon jetzt den Termin **15.–18.2.2022** und die neue Tagefolge von Dienstag bis Freitag vormerken!

Ansprechpartner für Presse und Medien BIOFACH und VIVANESS

Barbara Böck, Saskia Viedts

T +49 9 11 86 06-83 29

saskia.viedts@nuernbergmesse.de

Alle Pressetexte sowie weiterführende Infos unter:

www.vivaness.de/news

Weitere Services für Journalisten und Medienvertreter unter:

www.vivaness.de/presse