



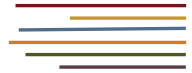
Trendreport Naturkosmetik 2009 - „Natürlichkeit“ trotz der Krise



Nürnberg, 18.02.2010
Silke Haske
Agnes Piernikarczyk

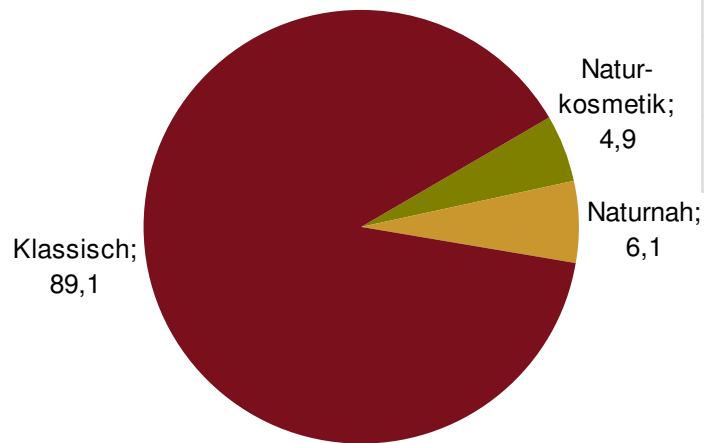


Während die klassische Kosmetik verliert, ist die Naturkosmetik weiter auf Erfolgskurs



Umsatzbedeutung im LEH>=200m²+DM+Parfümerien+KWH

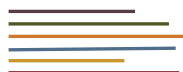
Marktanteile Wert in %



Entwicklung Gesamtmarkt 2009 vs. 2008		
	VÄ in %	VÄ 1.000 €
Naturkosmetik	+14,8	+16.349,8
Naturnah	+5,4	+8.092,0
Klassisch	-0,7	-16.510,4

Kommentar

- Klassische Kosmetik dominiert (Marktanteil: 89,1% den Markt)
 - Allerdings entwickelt sie sich mit -0.7% (- 16,5 Millionen €) gegenüber dem Vorjahr
- Naturnahe Kosmetik konnte ihre Umsatzbedeutung weiter ausbauen (+5,4%) und erreicht einen Marktanteil von 6,1%
- Mit einem Plus von knapp 15% wächst die Naturkosmetik gegenüber dem Vorjahr am stärksten
 - Absolut entspricht dies ungefähr dem Umsatz den die klassische Kosmetik verliert



Source: IRI Handelspanel Infoscand Retailer; LEH>=200m²+DM+Parfümerien+KWH; 2009

2 Copyright © Information Resources, Inc., 2009. Confidential and Proprietary.

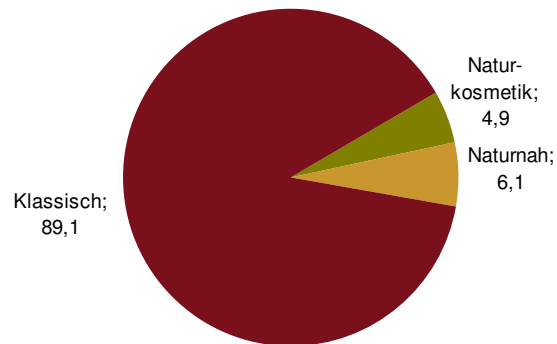
*Gesamtmarkt: Gesichtsreinigung, -masken u. -pflege, Körper- u. Handpflege, Duschbäder/Badezusätze
Einteilung des Marktes nach dem Ampel-Konzept von Elfriede Dambacher naturkosmetik konzepte in Naturkosmetik (grün), naturnahe (gelb) und klassische Kosmetik (rot).



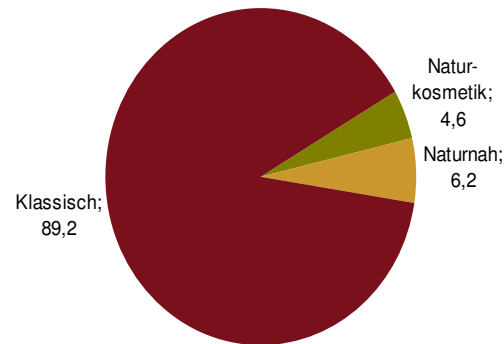
Die größte Bedeutung hat die Naturkosmetik im „Schwellensegment“ Körper- und Handpflege

Umsatzbedeutung der einzelnen Warengruppen im LEH \geq 200m²+DM+Parfümerien+KWH

Gesamtmarkt



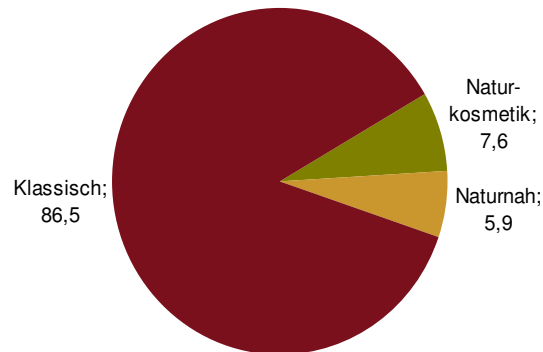
Gesichtsreinigung, -masken u. -pflege



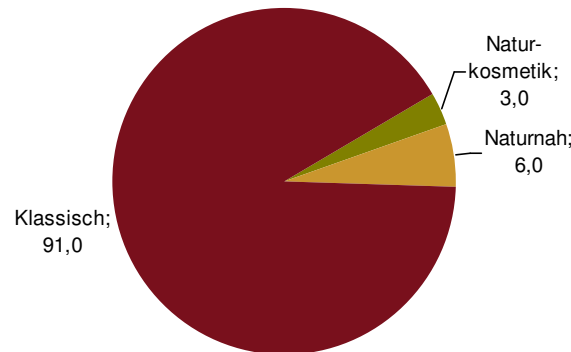
Kommentar

- Naturkosmetik hat ihren höchsten Marktanteil in der Körper- u. Handpflege
 - Hier handelt sich um ein typisches Naturkosmetik „Einstiegssegment“
- Gesichtsprodukte bilden den größten Markt in dem Naturkosmetikprodukte noch Potential haben
- Duschbäder / Badezusätze sind von klassischen Marken dominiert.

Körper- u. Handpflege



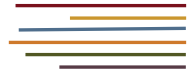
Duschbäder / Badezusätze



*Gesamtmarkt: Gesichtsreinigung, -masken u. -pflege, Körper- u. Handpflege, Duschbäder/Badezusätze
Einteilung des Marktes nach dem Ampel-Konzept von Elfriede Dambacher naturkosmetik konzepte in Naturkosmetik (grün), naturnahe (gelb) und klassische Kosmetik (rot).

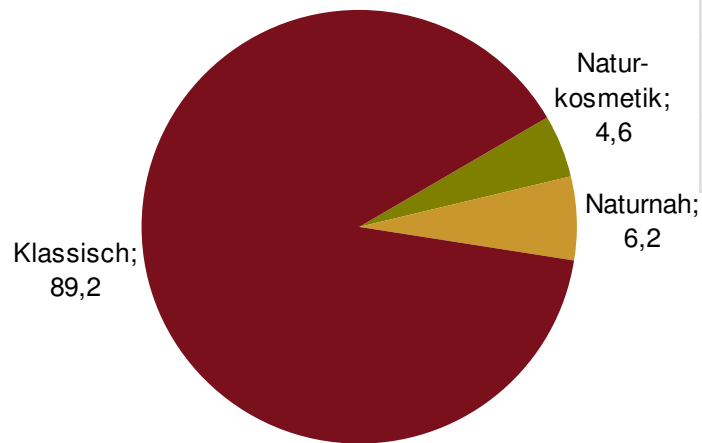
Source: IRI Handelspanel Infoscand Retailer; LEH \geq 200m²+DM+Parfümerien+KWH; 2009

Auf dem Gesamtmarkt wächst Naturkosmetik im Bereich Gesichtereinigung, -masken, -pflege zweistellig



Umsatzbedeutung im LEH \geq 200m²+DM+Parfümerien+KWH

Marktanteile Wert in %



Entwicklung Gesamtmarkt 2009 vs. 2008		
	VÄ in %	VÄ 1.000 €
Naturkosmetik	+13,9	+7.178,9
Naturnah	+0,1	+51,6
Klassisch	+0,8	+8.964,6

Kommentar

- Naturkosmetik konnte insgesamt 7,2 Millionen € im Vergleich zum Vorjahr hinzugewinnen
 - Damit wächst die Naturkosmetik absolut (+7,2 Mio. € vs. 8,9 Mio. €) fast genauso stark wie die klassischen Gesichtserzeugnisse
- Klassische Gesichtserzeugnisse wachsen verhalten um 0,8 %. In Wert sind dies knappe 9 Millionen € mehr als im Vorjahr
- Naturnahe Kosmetik bleibt stabil

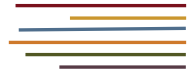


Source: IRI Handelspanel Infoscan Retailer; LEH \geq 200m²+DM+Parfümerien+KWH; 2009

Einteilung des Marktes nach dem Ampel-Konzept von Elfriede Dambacher naturkosmetik konzepte in Naturkosmetik (grün), naturnahe (gelb) und klassische Kosmetik (rot).

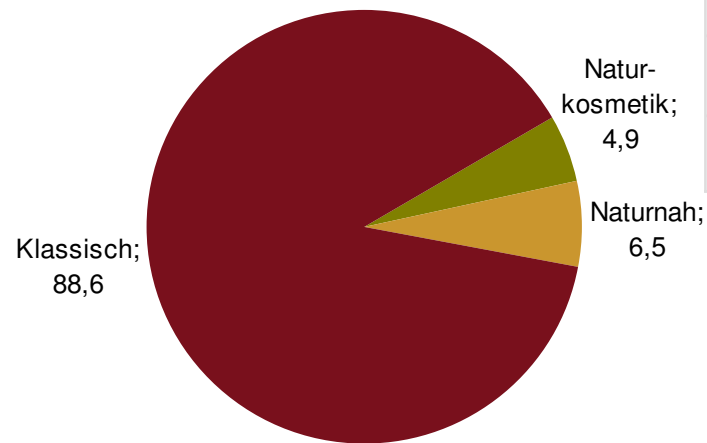


Fokus Gesichtspflege: Klassische Kosmetik wächst verhalten, NKO weiterhin im Aufwärtstrend



Umsatzbedeutung im LEH \geq 200m²+DM+Parfümerien+KWH

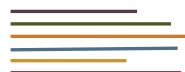
Marktanteile Wert in %



Entwicklung Gesamtmarkt 2009 vs. 2008		
	VÄ in %	VÄ 1.000 €
Naturkosmetik	+11,3	+4.595,5
Naturnah	+1,5	+880,6
Klassisch	+1,2	+9.337,7

Kommentar

- Naturkosmetik hat ein zweistelliges Wachstum zu verbuchen (+11,3%)
 - Absolut macht dies 4,6 Millionen Euro aus
- Klassische Kosmetik entwickelt sich mit 1,2% positiv
 - Dies macht 9,4 Millionen € aus
 - Und ist somit „nur noch“ doppelt so hoch wie die absolute Entwicklung der Naturkosmetik
- Naturnahe Kosmetik wächst mit 1,5% verhalten



Source: IRI Handelspanel Infoscan Retailer; LEH \geq 200m²+DM+Parfümerien+KWH; 2009

5 Copyright © Information Resources, Inc., 2009. Confidential and Proprietary.

Einteilung des Marktes nach dem Ampel-Konzept von Elfriede Dambacher naturkosmetik konzepte in Naturkosmetik (grün), naturnahe (gelb) und klassische Kosmetik (rot).

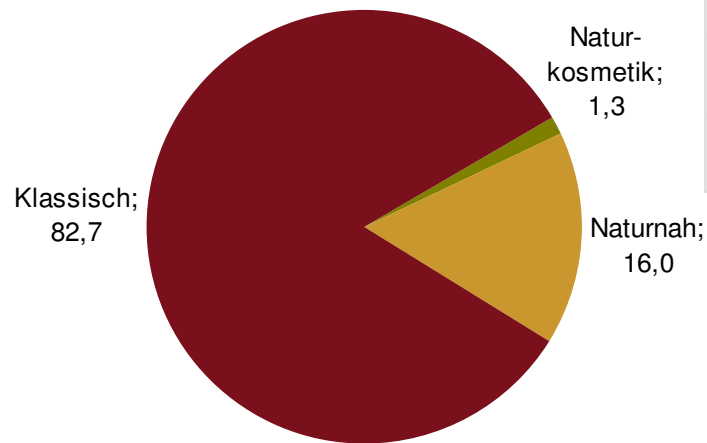


Fokus Gesichtereinigung, -masken, -pflege in der Parfümerie: Geringe Marktbedeutung von NKO



Umsatzbedeutung in Parfümerien

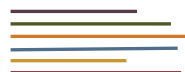
Marktanteile Wert in %



Entwicklung Gesamtmarkt 2009 vs. 2008		
	VÄ in %	VÄ 1.000 €
Naturkosmetik	+6,7	+314,6
Naturnah	+1,4	+809,3
Klassisch	+0,8	+2.510,2

Kommentar

- Naturkosmetik wächst um +6,7% jedoch auf einem sehr kleinen Niveau
- Verglichen mit dem Gesamtmarkt ist diese Entwicklungsrate unterdurchschnittlich
- Naturnahe Kosmetik hat dagegen eine größere Bedeutung im Parfümerien und vereint 16% des Marktes auf sich (absolutes Wachstum: + 800 Tausend €)
- Klassisches Kosmetik dominiert weiter den Markt in den Parfümerien



Source: IRI Handelspanel Infoscan Retailer; Parfümerien; 2009

Einteilung des Marktes nach dem Ampel-Konzept von Elfriede Dambacher naturkosmetik konzepte in Naturkosmetik (grün), naturnahe (gelb) und klassische Kosmetik (rot).

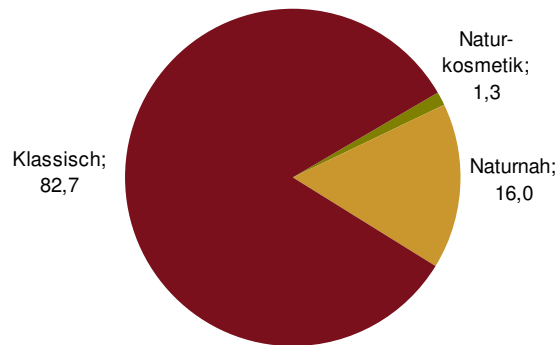


Fokus Parfümerien: Im Bereich der Gesichtspflege hat naturnahe Kosmetik eine hohe Bedeutung

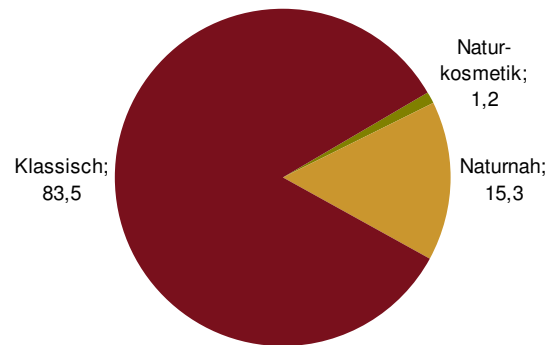


Umsatzbedeutung der einzelnen Warengruppen in Parfümerien

Gesichtsreinigung, -masken u. -pflege



Gesichtsreinigung

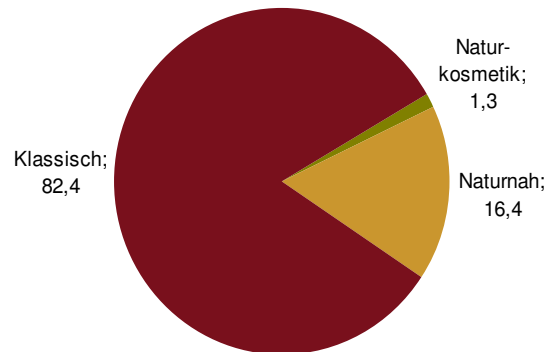


Kommentar

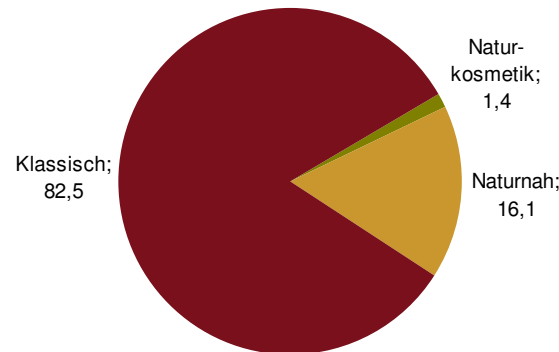
- Die Bedeutung der Naturkosmetik in den Parfümerien ist noch sehr gering, während die naturnahe Kosmetik mittlerweile einen Marktanteil von 16% hat

- erst in den letzten Jahren hat sich hier das Bewusstsein für Naturkosmetik entwickelt
- Der Grad von Luxus und naturnaher Kosmetik ist in den Parfümerien sehr weich

Gesichtsmasken



Gesichtspflege



Source: IRI Handelspanel Infoscan Retailer; Parfümerien; 2009

Einteilung des Marktes nach dem Ampel-Konzept von Elfriede Dambacher naturkosmetik konzepte in Naturkosmetik (grün), naturnahe (gelb) und klassische Kosmetik (rot).



Weitere spannende und detaillierte Informationen erhalten Sie im Branchenreport 2010

Ihr Kontakt bei Information Resources:



SILKE HASKE
SENIOR CONSULTANT
CLIENT SOLUTIONS

TEL: +49 (0) 211.36119.169
FAX: +49 (0) 211.36119.462

silke.haske@infores.com

GLADBECKER STR. 1
D-40472 DÜSSELDORF
WWW.IINFORES.DE



AGNES PIERNIKARCZYK
CONSULTANT
CLIENT SOLUTIONS

TEL: +49 (0) 211.36119. 279
FAX: +49 (0) 211. 36119. 462

agnes.piernikarczyk@infores.com

GLADBECKER STRASSE 1-3
D - 40472 DÜSSELDORF
WWW.IINFORES.DE

