

Chiles Markt für Kosmetika wächst

14.01.2019

Premiumprodukte legen zu / Von Anne Litzbarski

Santiago de Chile (GTAI) - In Chile wächst das Geschäft mit der Schönheit stark, Importe bestimmen das Bild. Marktführer ist Unilever, das bei Reinigungsmitteln sogar die Hälfte des Umsatzes tätigt.

Chiles Markt für Kosmetika soll weiter zulegen. In der Presse zirkulieren Daten des Marktforschungsunternehmens Euromonitor, das für den Zeitraum 2016 bis 2021 demnach eine jährliche Wachstumsrate von 3 Prozent prognostizierte. Günstig ist eine Belebung der chilenischen Gesamtwirtschaft, mit Wachstumsprognosen für 2019 von nahezu 4 Prozent.

Chilenen geben viel für Kosmetika aus

Mit 2,85 Milliarden US-Dollar (US\$) Umsatz war der Markt ("beauty and personal care sales") 2016 den Euromonitor-Zahlen zufolge etwas kleiner als in Kolumbien (3,1 Milliarden US\$; Brasilien: 28,4 Milliarden US\$, Mexiko: 8,4 Milliarden US\$). Chilenen geben damit im Durchschnitt mehr Geld für Kosmetikprodukte aus als ihre Nachbarn in Lateinamerika.

Das größte Marktsegment bilden Deodorants. Rund 80 Prozent des Branchenumsatzes bestehen aus Importen, die 2016 rund 747 Millionen US\$ erreichten - bei Ausfuhren von lediglich 63 Millionen US\$. Hauptlieferländer sind Mexiko, die USA, Argentinien, Brasilien, China, Frankreich und Spanien; die wesentlichen Produktgruppen sind neben Deodorants Parfüme, Shampoos und Gesichtscremes.

Unilever besetzte 16,3 Prozent des Marktes, gefolgt von L'Oréal mit 13,5 und Procter & Gamble mit 12,6 Prozent. Die Kosmetikbranche in Chile ist wettbewerbsintensiv, was sich für die Verbraucher in einem breiten Preisspektrum widerspiegelt: Es finden sich günstige lokale Produzenten und teure internationale Marken.

Vor allem die chilenischen Frauen achten immer stärker auf angesehene Markennamen und spezielle Produkte. Dazu zählen Cremes für bestimmte Hauttypen. Bereits zwischen 2010 und 2015 wuchs der Markt bei Premiumartikeln mit jährlich 11 Prozent schneller als der "Massenmarkt" (8 Prozent). Andererseits steigt seit 2015 auch die Nachfrage nach Nagel- und Lippenpflegeprodukten. Grund ist der niedrige Preis dieser Erzeugnisse, die sich die meisten Chileninnen selbst bei einem geringen Einkommen leisten können.

Premiererzeugnisse für die Schönheitspflege sind ein Nischenmarkt, der jedoch Chancen bietet. Schminke für Frauen ist stark gefragt, mit nahezu zweistelligen Wachstumsraten pro Jahr, die sich den Prognosen zufolge auch nur leicht abschwächen sollen.

Frauen verfügen über immer mehr Kaufkraft, ihr Anteil an der Erwerbsbevölkerung steigt. Zudem gibt es mehr gutbezahlte Jobs für Frauen, allerdings beträgt das Lohngefälle zwischen den Geschlechtern noch immer 11 Prozent.

Das Angebot für Männer beschränkt sich noch eher auf Hygieneartikel wie Seife und Shampoo. Wie in anderen lateinamerikanischen Ländern steigt jedoch der Verbrauch von Rasiermitteln oder Männer-Parfüms und -Deos. Wachstum gab es besonders bei teureren Artikeln, und Fachleute erwarten dies auch für die Zukunft.

Bei Reinigungsmitteln dominiert Unilever

Beim Umsatz von Reinigungsmitteln entfielen 2017 rund 46 Prozent auf Waschmittel für Kleidung, gefolgt von Haushaltsreinigern (11 Prozent), Spül- (8 Prozent) sowie Bleichmitteln (8 Prozent). Die höchsten Wachstumsraten verzeichneten 2017 im Vergleich zum Vorjahr Raumerfrischer und Duftsprays (13 Prozent), Weichspüler (9 Prozent) und Haushaltsreiniger (8 Prozent). Im Markt für Reinigungsmittel erreichte Unilever sogar 48,3 Prozent Anteil.

Ein weiterer Trend ist das wachsende Interesse der Chilenen für Nachhaltigkeit. Firmen wie L'Oréal setzen bei ihren Produkten auf soziale Verantwortung und Umweltverträglichkeit. Andere wie L'Occitane, Weleda, Cattier und Le Petit betonen die vegane Herkunft ihrer Erzeugnisse.

Seit Inkrafttreten des Umwelt- und Recyclingsgesetzes von 2016 (Ley de la Responsabilidad Extendida del Productor) zur Produzentenverantwortung fokussieren sich viele Firmen auf umweltfreundliche Verpackungen und Inhaltsstoffe, siehe dazu auch: <http://www.gtai.de/MKT201605138001>, [▶http://www.gtai.de/MKT201805098002](http://www.gtai.de/MKT201805098002). ▶

Eine Studie des chilenischen Umweltministeriums mit dem öffentlichen Beschaffungsportal Chilecompra betrachtete 2017 die Möglichkeiten zur Einführung von sozialer und umweltrelevanter Nachhaltigkeit bei chemischen Reinigungsprodukten. Chiles Verbraucher bewerten demnach besonders gesellschaftliche Faktoren wie Geschlechtergleichheit und Inklusion von Minderheiten positiv - sie gelten als leichter und billiger umsetzbar.

Mit Bezug auf die Umwelt schätzen die Chilenen unter anderem genügend Informationsbereitstellung sowie die biologische Abbaubarkeit von Tensiden und Verpackungsmaterial. Positiv reagiert der Markt auch auf das Vermeiden von chemischen Duftstoffen und Schwermetallen und auf einen reduzierten Wasser- und Energieverbrauch. Diese Aspekte schätzen chilenischen Firmen als gut umsetzbar ein.

Fälschungen hemmen den Markt

Die Kosmetikindustrie in Chile sieht sich derzeit Fälschungen und Schmuggelware, vor allem aus dem Ausland, ausgesetzt. Diese Produkte werden nicht mehr nur auf den Straßenmärkten zum Verkauf angeboten, sondern haben sich bereits im Einzelhandel etabliert. Die Kosmetikindustriekammer (Cámara de la Industria Cosmética de Chile A.G.) schätzt die Höhe des illegalen Handels 2017 auf 400 Millionen US-Dollar.

Weitere Informationen zu Wirtschaftslage, Branchen, Geschäftspraxis, Recht, Zoll, Ausschreibungen und Entwicklungsprojekten in Chile sind unter <http://www.gtai.de/chile> ▶ abrufbar.

KONTAKT

Judith Illerhaus

☎ +49 228 24 993 248

✉ [Ihre Frage an uns](#)

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck – auch teilweise – nur mit vorheriger ausdrücklicher Genehmigung. Trotz größtmöglicher Sorgfalt keine Haftung für den Inhalt.

© 2019 Germany Trade & Invest

Gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.