

In Chiles Kosmetika-Vertrieb dominieren Kaufhäuser

14.01.2019

Markt ist preisbestimmt / Von Anne Litzbarski

Santiago de Chile (GTAI) -Beim Kauf von Kosmetika gibt in Chile der Preis den Ausschlag - Rabattaktionen sind weit verbreitet. Direktverkauf und Internet sind relativ unbedeutend.

In den meisten lateinamerikanischen Ländern ist bei Kosmetika der Direktvertrieb ein sehr wichtiger Vertriebskanal, in Chile dagegen dominieren Kaufhausfilialen. Maßgeblich für die Branche sind im Oligopol-geprägten Chile einige Ketten: Die Kaufhäuser Falabella, Paris und Ripley, die Apotheken Cruz Verde, Ahumada und Salcobrand sowie die Supermärkte von Cencosud, Tottus oder Walmart mit den Formaten Hiper Lider, Express oder Ekono. Der Internet-Einzelhandel ist noch immer von sehr geringer Bedeutung.

Vertriebskanäle sind stark konzentriert

In Supermärkten halten Seife (26,7 Prozent), Zahnpasta (24,5 Prozent) und Deodorants (21 Prozent) die größten Anteile beim Verkauf von Kosmetikartikeln, in Apotheken und Parfümerien sind es Deodorants (24 Prozent) und Gesichtscremes (17,9 Prozent).

Apothekenketten und Parfümerien verbessern ihre Umsätze hauptsächlich durch Diversifizierung als auch Spezialisierung und durch das Angebot von Premiumprodukten. Supermärkte hingegen erhöhen den Absatz oft mit Hilfe von Sonderangeboten und Preissenkungen. Sehr verbreitet sind drei zum Preis von zwei Produkten. Die chilenischen Verbraucher kaufen Kosmetikartikel selten gezielt, sondern eher nebenbei ein, beispielsweise während eines Supermarktbesuches. Besonders wichtig ist es ihnen, dass Produkte in ihrer unmittelbaren Nähe angeboten werden. Außerdem bevorzugen sie Artikel, die sich durch eine einfache Anwendung auszeichnen und ihrem beschleunigten Lebensstil bei hohem Arbeitsaufkommen entsprechen.

Das Konsumverhalten entscheidet sich nicht von dem anderer lateinamerikanischer Länder. Besonders beliebt sind neben Preisnachlässen Angebote, die mehrere Einheiten eines Artikels umfassen. Kosmetika und Reinigungsartikel kaufen die Chilenen inzwischen, bedingt durch Mengenrabatte, weniger häufig (2017: 7 Prozent seltener als im Vorjahr) - aber wenn, dann mehr davon (+8 Prozent). Auch beim Kauf von Reinigungsmitteln gibt der Preis den Ausschlag. Erst anschließend rücken Qualität und Funktionalität in den Fokus.

Kontaktanschriften

Bezeichnung	Kontakt	Anmerkung
Cámara de la Industria Cosmética de Chile	http://www.camaracosmetica.cl ▶	Verband der Kosmetikfirmen
América Retail	http://www.america-retail.com ▶	Fachzeitschrift für den Einzelhandel

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.