

## US-Nachfrage nach Hautpflegemitteln wächst

Ethische Aspekte zunehmend wichtig / Von Heiko Steinacher (Januar 2019)

**San Francisco (GTAI) - Bevölkerungswachstums und höhere Einkommen der Privathaushalte kurbeln die Nachfrage an. Insbesondere organische Schönheitsprodukte sind auf dem Vormarsch.**

25.02.2019

Der Umsatz im Jahr 2018 mit Kosmetik- und Körperpflegeprodukten wird in den USA auf 75 Milliarden bis 78 Milliarden US-Dollar (US\$) geschätzt. Prognosen über das Marktwachstum variieren und bewegen sich bis 2022 meist in einem Korridor zwischen 2 und 5 Prozent pro Jahr. Die 50 größten Unternehmen vereinen rund drei Viertel des Branchenumsatzes auf sich. Diesen machen, ebenfalls zu 75 Prozent, Kosmetika, Gesichtscremes und Parfums aus. Den Beauty-Markt kontrollieren L'Oréal, Unilever, Procter & Gamble, Estée Lauder Companies, Johnson & Johnson, Shiseido und Coty.

Das größte Marktsegment bilden Hautpflegemittel. Die steigende Nachfrage nach Hauptpflegeprodukten ist neben dem Bevölkerungswachstum auch eine der Hauptantriebsfedern für das Branchenwachstum. Ferner ist im letzten Jahr aber auch das verfügbare Einkommen der Privathaushalte gewachsen, was zu Mehrausgaben und Lebensstilanpassungen führte.

Ein hohes Wachstum verzeichnen auch natürliche und organische Schönheitsprodukte. Da Kosmetikunternehmen, die Tierversuche durchführen, ihre Produkte ab 2020 nicht mehr in Kalifornien verkaufen dürfen, rücken auch ethische Aspekte stärker in den Vordergrund. Sollten weitere US-Bundesstaaten dem Beispiel folgen, könnte das die ganze US-amerikanische Kosmetikindustrie verändern. Auch vegane Kosmetik könnte davon profitieren. Hauptkunden von Schönheitsartikeln sind Frauen im Alter zwischen 18 und 34 Jahren.

Das erst vor gut drei Jahren in Aachen gegründete Unternehmen MyVitalSkin ist mit Biutulin, einem Anti-Falten-Gel mit biologischen Inhaltsstoffen, weltweit sehr erfolgreich. Pressemeldungen zufolge laufen in den USA Verhandlungen über die Vergabe von Vertriebsrechten.

Auch nimmt die Nachfrage nach Hautpflegegeräten, wie Haarentfernern, Reinigungs- und Peeling-Systemen, in den USA stark zu, allerdings ausgehend von einem noch relativ geringen Niveau. Der Einzelhandelsumsatz von solchen Artikeln wird auf 1,6 Milliarden bis 1,7 Milliarden US\$ geschätzt.

Erfolgreiche Kosmetikketten, wie Ulta Beauty oder Sephora, betreiben sowohl physische als auch virtuelle Geschäfte. Der Umsatz von Ulta Beauty im Online-Geschäft ist vier Mal höher als der im Stationärhandel.

### Produktionsindex bei Seifen und Körperpflegemitteln (real, saisonbereinigt, in %; Jahresdurchschnitt 2012 = 100)

	September 2018	Oktober 2018	November 2018 *)
Seifen und Körperpflegemittel	92,3	92,5	94,2

\*) vorläufig

Quelle: Federal Reserve

Weitere Informationen zu den USA sind unter <http://www.gtai.de/usa> abrufbar.

## Mehr zu:

USA  
Kosmetika  
Branchen

## Kontakt

Robert Matschoß

Wirtschaftsexperte

 +49 228 24 993 244

 [Ihre Frage an uns](#)

---

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

© 2021 Germany Trade & Invest

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