

# BRASILIENS KOSMETIKMARKT BRICHT EIN

## Mittel- bis langfristig großes Marktpotenzial / Von Oliver Döhne

São Paulo (gtai) - Der Markt für Kosmetik, Körper- und Haarpflegemittel erlebte 2015 den ersten Umsatzrückgang seit 23 Jahren. Gestiegene Importkosten für Vorprodukte und höhere Steuern drücken auf die Einkaufslaune. Zahlreiche Unternehmen versuchen durch Kombipackungen, größere Produkteinheiten und Billiglinien gegenzusteuern. Branchenkenner halten das Marktpotenzial mittel- bis langfristig aber weiterhin für sehr groß. (Internetadresse)

Zwischen Januar und September sank der Branchenumsatz laut Branchenverband Abihpec real um 6,7%. Erhöhte Importkosten infolge der Abwertung des Reals sowie eine Erhöhung der IPI-Steuer seit Mai 2015 auf Kosmetik spielten neben den sparsameren Haushalten dabei eine Rolle. Auch liegt der Pro-Kopf-Verbrauch in Brasilien bereits sehr hoch, so zukünftig Dynamik besonders vom Export kommen sollte.

Zahlreiche Unternehmen versuchen, durch Kombipackungen, in denen Basis- und höherwertige Produkte zusammen verkauft werden, größeren Produkteinheiten sowie Billiglinien gegenzusteuern. Unilever entschied, seine günstige Waschpulvermarke Ala, die im Nordosten vertrieben wird, auch in São Paulo auf den Markt zu bringen. Hypermarcas verkaufte seine Kosmetik und Hygienesparte an Coty-Konzern der deutschen Reimann-Familie, darunter die Marken Bozzano, Risqué und Cenoura & Bronze. L'Oreal schloss die Integration der übernommenen Firma Niely ab und bringt mit der Marke Cor&Ton eine spezielle Haarblondierungslinie für die einkommensschwächeren Klassen C und D auf den Markt, dazu die Marke Niely Gold (Mascara, Lockenpflege). L'Oreal hält bei Haarpflegeprodukten einen Marktanteil von 37,5%, vor Procter & Gamble (20,9%), das seine Marken Wella, Koleston und Soft Color aber kürzlich global an Coty verkaufte. L'Oreal musste im 2. Quartal 2015 in Brasilien einen Umsatzrückgang hinnehmen, was das gute Ergebnis in anderen lateinamerikanischen Ländern insgesamt auf nur 5% herunterdrückte.

Natura fuhr im 3. Quartal 2015, nach zwei Preiserhöhungen, einen Umsatzrückgang von 5,2% ein. Avon, das noch stärker von den Steuererhöhungen auf Hauptpflege und Make Up betroffen war, erlitt im 3. Quartal einen Einbruch von 42%. Beide Unternehmen wollten künftig stärker auf Multikanalvertrieb setzen und Franchise-Stores, Apothekenverkauf und e-commerce in den traditionellen Direktverkauf integrieren. Avon erhielt von Cerberus Fonds 600 Mio. Real (R\$, rund 162,6 Mio. Euro, durchschnittlicher Devisenkurs 2015: 1 Euro = 3,69 R\$), unter anderem für die Expansion auf dem wichtigsten Markt Brasilien. Procter & Gamble verzeichnete nach einem Umsatzplus von 7% im 2. Quartal ein Minus von 12% im 3. Quartal.

## Männerkosmetik bietet Absatzchancen

Kosmetik und Körperpflegeprodukte für Männer machen laut IMS Health in Brasilien rund 35% des Branchenumsatzes aus. Ihr Umsatz stieg im 1. Halbjahr um 2,3%, besonders Shampoos legten deutlich zu.

Allerdings fehlte es laut Branchenbeobachtern bei vielen Produkten noch an einer gezielten Vermarktung, sodass Männer mit Ausnahme von Shampoos auch neutrale Produkte kaufen.

Die französische Firma Mane baut eine Produktionsanlage in Jundiai im Bundesstaat São Paulo, die erste Anlage befindet sich in Jacarepagua in Rio de Janeiro. Dort produziert das Unternehmen Frangrancen für Natura, O Boticario, Hypermarchas, L'Oreal und LOccitane sowie Aromas für Nestle, Lacta, Coca Cola, BRF und AmBev. Der Absatz beider Produktlinien stieg 2015 laut Pressemeldungen zweistellig. Nestle baut eine neue Produktion für Hautpflegemitteln in Hortolandia.

Branchenexperten erwarten, dass Brasilien 2018 weiterhin der größte Markt für Deodorants bleibt, bei Make Up vom dritten auf den zweiten Platz aufsteigt, bei Parfüm vom ersten auf den zweiten Platz zurückfällt und bei Haarfärbeprodukten den dritten Rang belegen wird. Das Marktpotenzial halten Beobachter mittel- bis langfristig weiterhin für sehr groß.

## Internetadresse:

Verband für Kosmetika, Körperpflege- und Hygieneprodukte

Internet: <http://www.abihpec.org.br>

(O.D.)

## Dieser Artikel ist relevant für:

Brasilien  
Körperpflegemittel und Kosmetika

<http://www.gtai.de/GTAI/Navigation/DE/Trade/Maerkte/suche,t=brasiliens-kosmetikmarkt-bricht-ein,did=1417324.html>

Datum: 26.02.2016

© 2016 Germany Trade & Invest

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