



12.09.2014

## Brasiliens Kosmetikmarkt wächst zweistellig

### Haarpflegeprodukte und Parfüms besonders gefragt / Von Oliver Döhne

São Paulo (gtai) - Brasiliens schwächelnde Konjunktur wirkt sich auch auf den Absatz und die Produktion von Konsumgütern aus, allerdings wesentlich weniger gravierend als bei Kapitalgütern. Auch in Krisenzeiten legen Brasilianer sehr viel Wert auf ihr Äußeres. Deshalb bewegt sich der Markt für Kosmetika, der schon seit vielen Jahren ein zweistelliges Wachstum verzeichnet, weiter auf Expansionskurs. (Internetadressen)

Der Kosmetikmarkt expandiert trotz abgeschwächter Gesamtkonjunktur weiter, auch wenn Inflation, Sorge vor Jobverlust sowie eine drohende Energie- und Wasserkrise die Zuversicht bei Unternehmen und Haushalten etwas bremsen. Wie schon bei früheren Krisen kommt Brasilien der hohe Stellenwert der äußeren Erscheinung zugute, die auch bei knapperen Mitteln nicht zurückgestellt wird, oft sogar noch wichtiger wird. Der Branchenverband Abihpec erwartet für den Absatz der Körperpflege, Hygiene und Kosmetik 2014 ein Plus von 11,8% und erwartet eine Ausweitung der Produktionskapazitäten und Investitionen in Höhe von 14,1 Mrd. brasilianischen Reais (R\$; rund 4,5 Mrd. Euro; durchschnittlicher Devisenkurs 1. Halbjahr 2014: 1 Euro = 3,14 R\$), davon 9 Mrd. R\$ in die Marken, 3,5 Mrd. in Aktiva und 1,6 Mrd. R\$ in Forschung und Entwicklung.

Der spanische Konzern VMV konkretisiert seine Planungen, für 100 Mio. R\$ eine lokale Produktion in Campo Grande im Bundesstaat Mato Grosso do Sul aufzubauen. L'Oréal brachte 2013 in Brasilien 500 neue Produkte auf den Markt, wuchs stärker als in jedem anderen Markt und will seine Produktionsanlagen in Rio de Janeiro und São Paulo ausbauen. Branchenprimus Natura fuhr im 2. Quartal weniger Gewinn ein und will künftig auch preisgünstigere Marktsegmente erschließen.

Avon, Marktführer bei Make Up, vertreibt seine Produkte über rund 1,65 Mio. Door-to-Door-Verkäuferinnen, 30% mehr als Natura, und übertraf den Konkurrenten 2013 auch beim Umsatz, auch wenn das letzte Quartal wieder umgekehrt verlief. Bei Make Up hält Avon einen Marktanteil von rund 26%, O Boticario (13,4%) verdrängte Natura auf den dritten Platz (12,8%). Avon will Natura stärker in höherpreisigen Segmenten angreifen und vertreibt im Rahmen einer Partnerschaft mit der griechischen Korres deren Produkte in Lateinamerika. Der kleinere Make Up-Produzent Contem 1g will der mächtigen Konkurrenz mit einer neuen Strategie entgegentreten und plant den Aufbau von 1.000 Verkaufslökalen außerhalb der Shoppingcenter, in mittelgroßen Städten.

Die peruanische Belcorp will das Geschäft in Brasilien weiter ausbauen, mehr Direktverkäuferinnen anstellen und den Anteil der lokalen Produktion von derzeit 20% bis 2015 auf 70% steigern. Dazu hat Belcorp Produktionsabkommen für Körperpflege und Parfüms mit The Beauty Company aus Arujá, Lipson aus Diadema und Provider in Louveira (alle São Paulo) geschlossen. Absatzfokus von Belcorp sind der Norden und Nordosten Brasiliens.

O Boticario hält 2014 für schwieriger als 2013, erwartet aber trotzdem ein Umsatzplus von 13 bis 15%. Nach der Eröffnung von 147 Läden 2013, sind 2014 nur 30 bis 40 geplant. O Boticario investierte in den vergangenen fünf Jahren rund 1 Mrd. in die Produktion in Camacari sowie ein Distributionszentrum in São Gonçalo dos Campos (beide in Bahia). Boticario löste 2013 Natura als Nummer eins bei Parfüms ab. Mit einem Umsatz von rund 15 Mrd. R\$ ist Brasilien laut Euromonitor der größte Absatzmarkt für Parfüm.

Ein starkes Wachstumssegment sind weiter Haarpflegeprodukte mit einem Jahresumsatz von rund 18 Mrd. R\$. Laut Schätzungen wird Brasilien 2015 die USA als Nummer eins ablösen. Entsprechend hoch sind die Investitionen der Branchenfirmen in immer anspruchsvollere Produkte und neue Technologien. Jüngste Produktneuheiten stellten die Marken Kérastase, L'Oréal und L'Oréal Professionnel im Juni 2014 der Presse vor. Die O Boticario-Tochter Eudora stieg mit ihrer Marke Siáge im April 2014 ins Haarpflegesegment ein und will sich preislich über Avon und unter Natura positionieren. Die Firma Inoar wird 2014 rund 12 Mio. R\$ in den Ausbau seiner zwei Produktionen in Taboão da Serra investieren, wo ebenfalls Haarpflegeprodukte vom Band laufen.

#### **Internetadressen für weitere Recherche:**

Apotheken- und Drogerieverband

Internet: <http://www.abrafarma.com.br>

Verband für Kosmetika, Körperpflege- und Hygieneprodukte

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

(O.D.)


#### **Dieser Artikel ist relevant für:**

Brasilien

Körperpflegemittel und Kosmetika


#### **KONTAKT**


**Florian Steinmeyer**

 0228/24993-248

 [Ihre Frage an uns](#)

#### **VERWANDTE ARTIKEL**

 [Großes Absatzpotenzial  
im indischen  
Kosmetikmarkt](#)

 [US-Kosmetikmarkt  
wächst um  
durchschnittlich 5,8%](#)

- Absatz von Arzneimitteln stagniert in der Ukraine
- Polen verpackt mehr Waren für das In- und Ausland
- Türkischer Pharma- und Kosmetikmarkt 2013 gewachsen

[http:// www.gtai.de/GTAI/Navigation/DE/Trade/maerkte,did=1079902.html](http://www.gtai.de/GTAI/Navigation/DE/Trade/maerkte,did=1079902.html)

© 2014 Germany Trade & Invest

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