NACHHALTIGKEIT IN DER KOSMETIKINDUSTRIE –

ERGEBNISSE DER UMFRAGE 2024

MÄRZ 2025

SCHÖNHEITSPFLEGE"
KOMPETENZPARTNER IM IKW

INHALT

1 Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor

2 Der Kompetenzpartner Schönheitspflege im IKW

3 Nachhaltigkeitsmanagement wird strategisch

4 Ökologische Zielsetzungen und Umsetzung

5 Nachhaltige Personalentwicklung

6 Soziale und ökologische Verantwortung in der Lieferkette

7 Fazit

NACHHALTIGKEIT ALS ERFOLGSFAKTOR

1

Nachhaltigkeit in der Kosmetikbranche hat sich in den letzten Jahren von einem Trend zu einem echten Erfolgsfaktor entwickelt. Denn Anwenderinnen und Anwender erwarten von Kosmetikprodukten heute nicht nur, dass diese wirksam für Haut, Haar und Zähne sind. Produkte sollen auch wenig belastend für die Umwelt und insgesamt nachhaltig sein. Themen rund um die Gewinnung von Rohstoffen, Biodiversität und Menschenrechte gewinnen an Bedeutung. Für die Kosmetikhersteller bieten Innovationen in Nachhaltigkeit damit eine echte Chance, mit nachhaltigen Produkten Verbraucherinnen und Verbraucher einen Zusatznutzen zu bieten und die Wertschöpfung gleichzeitig weiter zu steigern. In der aktuellen Umfrage unter den Mitgliedsfirmen des Kompetenzpartners Schönheitspflege im Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel (IKW) zeigt sich, dass Kosmetikhersteller in zahlreiche nachhaltige Maßnahmen investieren, um ihrer sozialen, ökologischen und ökonomischen Verantwortung gerecht zu werden.

Mit **Nachhaltigkeit in der Kosmetikindustrie 2024** legt der Kompetenzpartner Schönheitspflege im IKW zum dritten Mal nach 2020 und 2022 Ergebnisse der Nachhaltigkeits-Umfrage unter seinen Mitgliedsunternehmen vor. Die Resultate aus den vorangegangenen Jahren wurden in den Berichten Nachhaltiges Handeln in der Körper- und Schönheitspflege-Branche (2020) und Nachhaltigkeit in der Kosmetikindustrie (2022) zusammengefasst. Zusammen mit Nachhaltigkeit in der Kosmetikindustrie 2024 ermöglichen die Berichte im aktuellen Vergleich einen guten Überblick über Trends und zukünftiges Entwicklungspotenzial im Bereich Nachhaltigkeit in der Kosmetikbranche.

DER KOMPETENZPARTNER SCHÖNHEITSPFLEGE IM IKW

2

Der IKW ist der Branchenverband von Unternehmen, die Produkte für die Schönheitspflege und die Haushaltspflege herstellen. Seit mehr als 50 Jahren unterstützt der IKW mit viel Expertise seine Mitgliedsunternehmen bei der Erschließung neuer Märkte, der praxisorientierten Umsetzung von gesetzlichen Vorschriften und bei der Kommunikation mit Politik, Behörden, Medien sowie Verbraucherinnen und Verbrauchern. Die Mehrheit der Mitgliedsunternehmen kommt aus dem Bereich der Kosmetik: 350 der 440 im IKW organisierten Mitgliedsunternehmen produzieren ausschließlich Kosmetikprodukte, 50 Firmen produzieren sowohl Produkte der Schönheitspflege als auch Produkte der Haushaltspflege. Die Firmen des IKW haben ca. 50.000 Beschäftigte und decken in Deutschland einen Umsatzanteil von über 95 Prozent ab.

34,6
Mrd.€ Umsatz

50.000
Mitarbeitende

95 %
Marktanteil

Mit einem erzielten Jahresumsatz von zusammen 34,6 Mrd. Euro (2024) gehört die Kosmetik- und die Haushaltspflegeindustrie zu den stabilen Säulen der deutschen Wirtschaft.

Insbesondere kosmetische Produkte sind hier Wachstumstreiber und weisen kontinuierliche Zuwachsraten auf. Kosmetikprodukte für die private Anwendung umfassen hierbei ein großes Spektrum an Produkten, das von Shampoos, Deos und Körpercreme über Düfte und dekorative Kosmetik wie Lippenstift und Make-up bis zu Zahncremes und Sonnenschutzprodukten reicht. Im professionellen Bereich, zu dem Friseurgeschäfte und auch Kosmetik- oder Nagelstudios gehören, bieten die Kosmetikhersteller ebenfalls eine große Auswahl an Produkten an und sorgen mit einer entsprechenden Auswahl zu Hautschutz, Hautreinigung und Hautpflege auch im beruflichen Umfeld für ein großes Angebot.

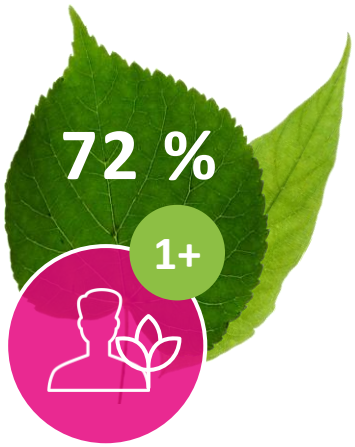
An der aktuellen Umfrage 2024 haben sich 50 Unternehmen aus dem Bereich der Schönheitspflege beteiligt. Aufgrund der Größenverteilung der teilnehmenden Firmen ergibt sich ein sehr gutes Abbild der derzeitigen Nachhaltigkeitsbestrebungen innerhalb der Kosmetikindustrie und möglicher Entwicklungspotenziale, auch wenn die Umfrage nicht repräsentativ ist.

	>3000 Mitarbeitende	501-3000 Mitarbeitende	2-500 Mitarbeitende
Anzahl der teilnehmenden Firmen (insgesamt): 50	3	9	38

Das bleibt zu den vorangegangenen Umfragen bestehen: Die in der vorliegenden Umfrage gestellten Fragen decken soziale, ökologische sowie ökonomische Aspekte der Nachhaltigkeit ab. Bei der Betrachtung einzelner Fragestellungen werden die Ergebnisse der aktuellen Umfrage mit den Ergebnissen der vorangegangenen Umfrage in Beziehung gesetzt. Auf Aktivitäten einzelner Firmen wird nicht eingegangen. Informationen hierzu können bei den jeweiligen Unternehmen angefragt oder auf deren Webseiten gefunden werden.

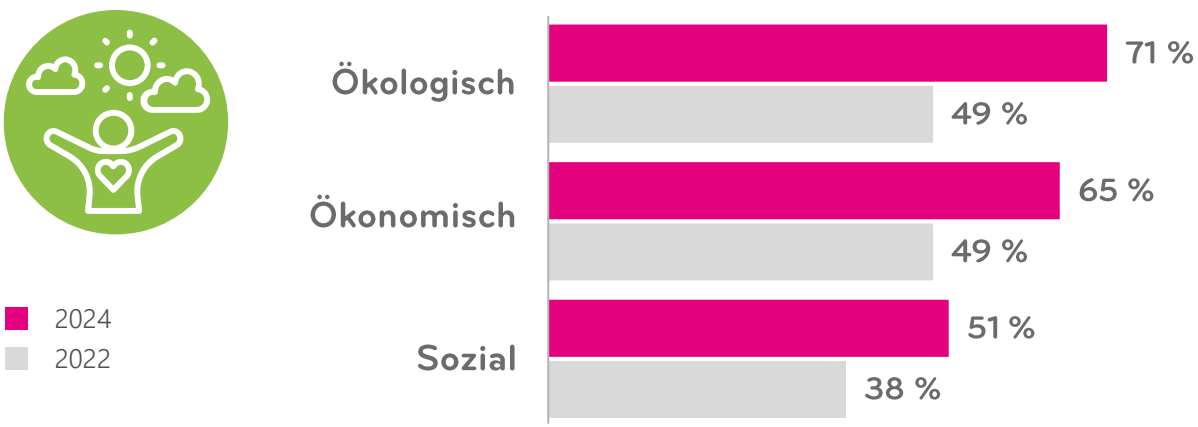
NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT WIRD STRATEGISCH

Bereits in den vorangegangenen Umfragen zeigte sich, dass Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert in der Unternehmensführung einnimmt. Mehr als 70 % aller befragten Unternehmen haben mindestens einen Nachhaltigkeitsbeauftragten im Unternehmen, der dafür verantwortlich ist, nachhaltige Praktiken zu entwickeln, umzusetzen sowie zu dokumentieren und zu überwachen – ein Beleg für ein stabiles Bewusstsein der Unternehmen für ökologische und soziale Verantwortung. Nachhaltigkeit wird nicht mehr nur als Trend, sondern als wesentlicher Bestandteil langfristiger Unternehmensstrategien betrachtet.



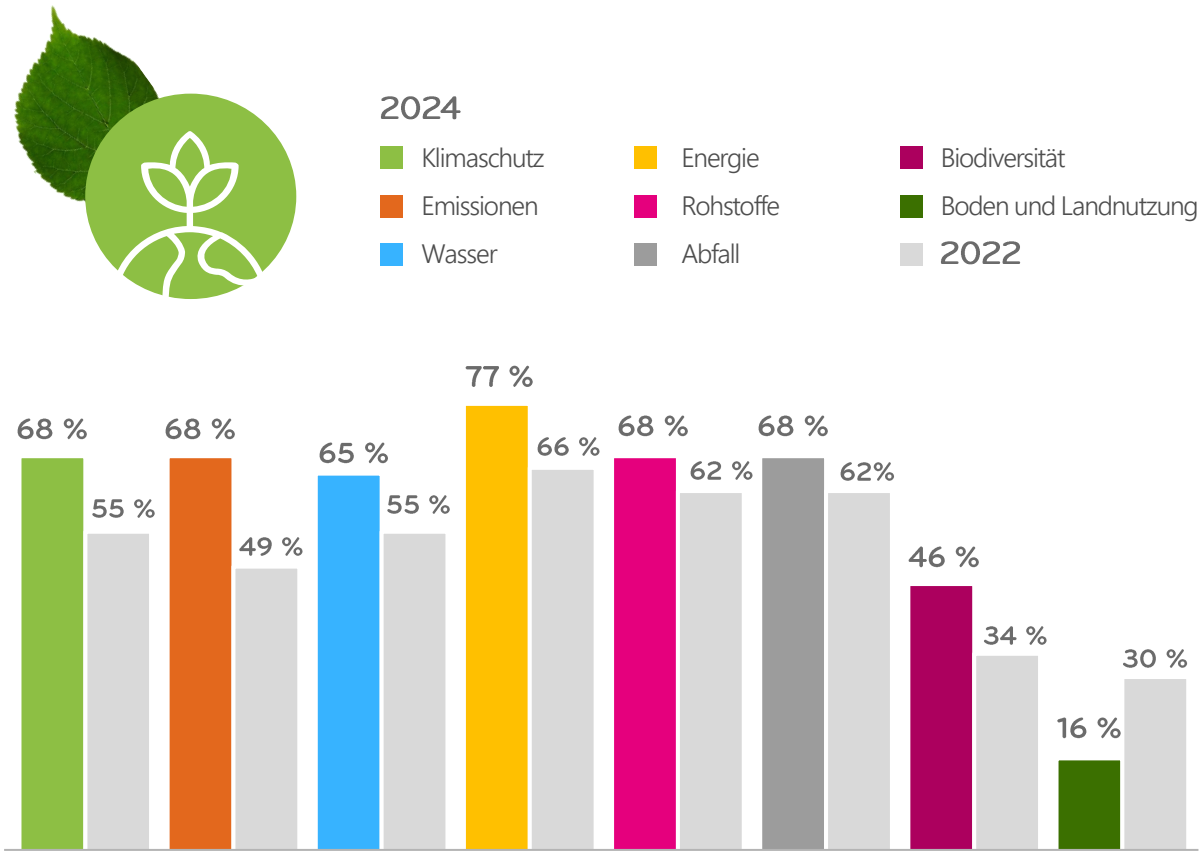
Die stärker werdende Bedeutung von Nachhaltigkeit für Kosmetikhersteller wird auch durch eine weitere positive Entwicklung bestätigt. Der Anteil an Kosmetikunternehmen, die ihre Prinzipien und Verpflichtungen in Bezug auf ökologische, soziale und ökonomische Verantwortung verbindlich festschreiben, nimmt zu und bestätigt die Entwicklung, dass Kosmetikhersteller nachhaltige Werte mehr und mehr institutionalisieren. Das sorgt nicht nur für mehr Verbindlichkeit bei allen Beteiligten, sondern auch für mehr Transparenz, wodurch verantwortungsbewusstes Handeln gefördert wird. 63 % der Kosmetikhersteller geben an, einen fixierten Unternehmenskodex oder ein Leitbild zur gesellschaftlichen Verantwortungsübernahme zu haben (2022: 50 %).

Mit deutlich steigender Tendenz setzten sich auch immer mehr Kosmetikhersteller konkrete Ziele in den drei Bereichen der Nachhaltigkeit. Sie signalisieren damit, dass sie langfristige Verantwortung übernehmen wollen und eine nachhaltige Ausrichtung des Unternehmens als strategische Chance begreifen. 71 % haben sich im ökologischen Bereich verbindliche Ziele gesteckt (2022: 49 %), 65 % im ökonomischen Bereich (2022: 49 %) und 51 % im sozialen Bereich (2022: 38 %).

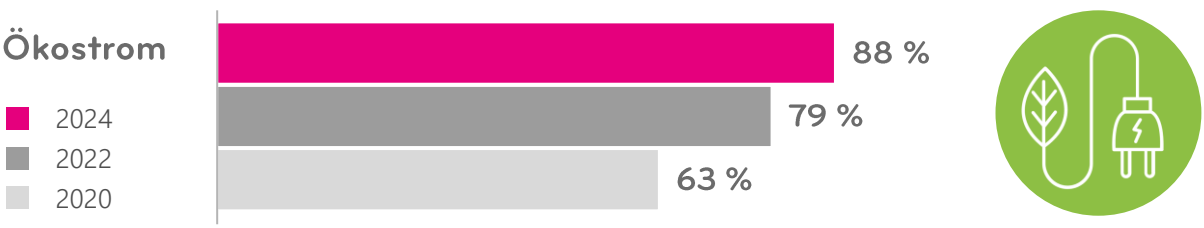


ÖKOLOGISCHE ZIELSETZUNGEN UND UMSETZUNG

Zukunftsorientiert verfolgen die Kosmetikunternehmen im Bereich Umwelt konkrete Nachhaltigkeitsziele – und das gleich in mehreren Bereichen. Ob qualitative oder quantitative Ziele – der Anteil der Firmen, die für das eigene Unternehmen konkrete ökologische Ziele definiert haben, steigt in den meisten Bereichen im Vergleich zur letzten Umfrage nochmals deutlich an.

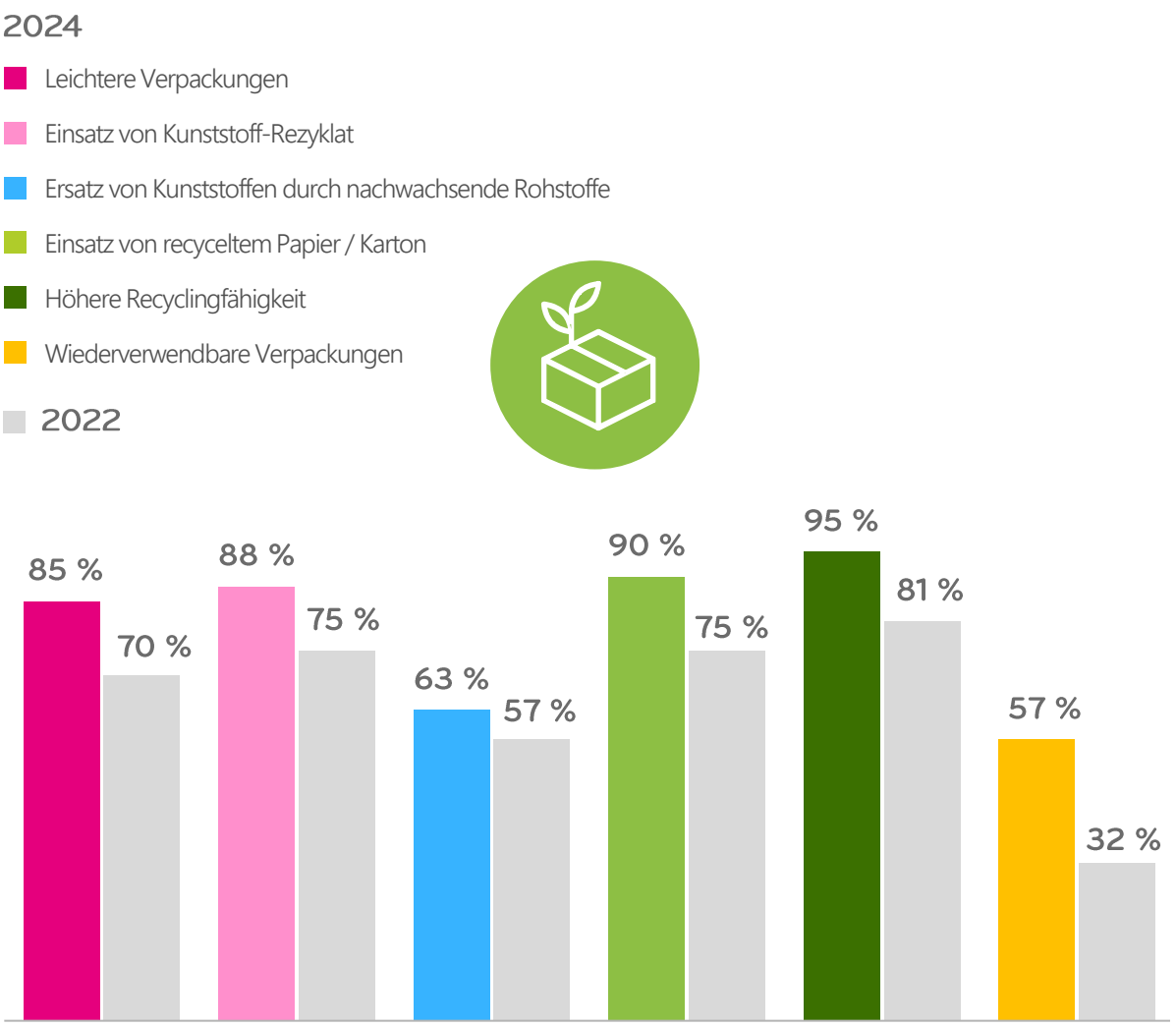


Im Energiebereich haben sich die Unternehmen jedoch nicht nur Ziele gesetzt. Geht es um den Energieverbrauch, gestalten die Kosmetikhersteller diesen immer umweltfreundlicher und emissionsärmer. Mit 88 % haben nochmals deutlich mehr Unternehmen bestätigt, dass sie Ökostrom einsetzen (2022: 79 %; 2020: 63 %). Insbesondere der Einsatz von eigenen Solarflächen ist auf einem kontinuierlichen Wachstumskurs und konnte noch einmal um mehr als 10 Prozent auf 56 % zulegen (2022: 45 %; 2020: 22 %).



Und auch hier zeigt sich, dass immer mehr Unternehmen auf Transparenz setzen: Mit 54 % erfassen bereits mehr als die Hälfte der Kosmetikhersteller ihre Emissionen nach anerkannten Standards, wie z. B. dem GHG-Protokoll (Greenhouse Gas Protocol), und belegen damit, gezielte Maßnahmen zur CO_2- Reduktion ergreifen zu wollen (2022: 49 %). Aber es besteht noch Verbesserungspotenzial, wie beispielsweise im Bereich der Dienstreisen, wo Emissionen weiter reduziert werden könnten, indem Unternehmen noch stärker auf die Bahn setzen. 45 % der Unternehmen geben an, dass Dienstreisen per Bahn denen per Flugzeug oder Auto bevorzugt werden (2022: 64 %).

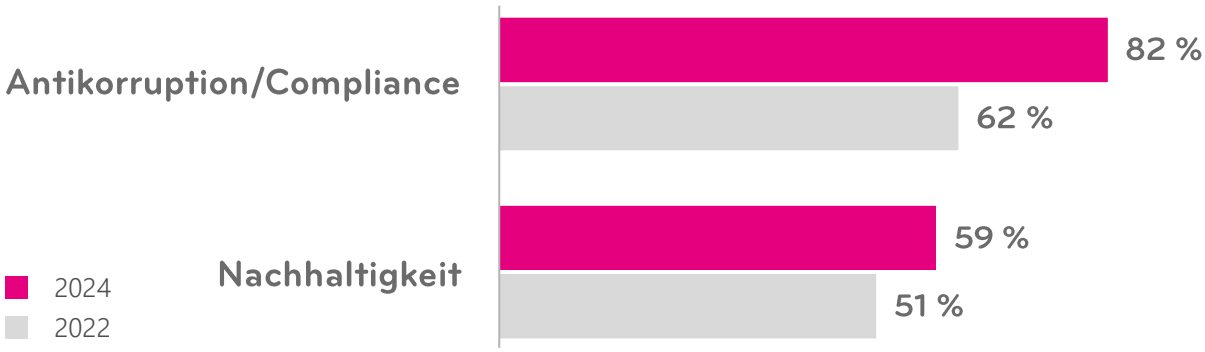
Sehr konkret werden die Unternehmen beim Thema Kosmetikverpackungen. Durch leichtere Verpackungen reduzieren die Unternehmen nicht nur den Ressourcenverbrauch und die CO_2-Emissionen während des Transports. Durch eine stärkere Fokussierung auf das Thema Recycling, bspw. durch die Verwendung von Rezyklat und andere wiederverwertbare Materialien, zeigen die Unternehmen ein Engagement für geschlossene Kreisläufe und die Verringerung von Abfall – Maßnahmen, die auf die Reduzierung des eigenen ökologischen Fußabdrucks einzahlen. 86 % der befragten Kosmetikhersteller verfolgen im Unternehmen konkrete Maßnahmen beim Verpackungseinsatz (2022: 81 %; 2020: 69 %).



NACHHALTIGE PERSONALENTWICKLUNG

Kosmetikhersteller setzen auch weiterhin auf eine durchmischte Altersstruktur in ihrer Belegschaft. So fördert eine ausgewogene Altersstruktur nicht nur den Wissenstransfer und Erfahrungsaustausch zwischen den Generationen. Sie hat auch Auswirkungen auf die Produktivität und Innovationsfähigkeit von Unternehmen, wenn Jüngere und Ältere in Teams zusammenarbeiten. 58 % der Unternehmen legen Wert auf eine durchmischte Altersstruktur in ihrer Belegschaft und bewegen sich damit auf einem ähnlichen Niveau wie in den vorangegangenen Umfragen (2022: 57 %)

Geht es um das Thema Aus- und Weiterbildung zeigt sich auch hier eine positive Entwicklung: Ein steigender Anteil an Unternehmen schult die eigenen Mitarbeitenden regelmäßig zu Themen wie Qualität, Antikorruption oder Health Care Compliance und macht dadurch deutlich, dass sie großen Wert auf ethisches Verhalten und rechtliche Konformität legen. 82 % der befragten Firmen geben an, dass sie regelmäßig Schulungen durchführen, damit Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die relevanten Richtlinien und Vorschriften verstehen und einhalten können (2022: 62 %). Und auch beim Thema Nachhaltigkeit bauen die Firmen ihr Angebot zur Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden weiter aus (2024: 59 %; 2022: 51 %).



SOZIALE UND ÖKOLOGISCHE VERANTWORTUNG IN DER LIEFERKETTE

6

Stetig mehr Unternehmen aus der Kosmetikbranche bekennen sich zu ihrer Verantwortung in der Lieferkette und halten ihre Wertvorstellungen und Zielsetzungen schriftlich fest. Mehr als die Hälfte der befragten Firmen (54 %) geben in der Umfrage an, eine Grundsatzerklärung zur Menschenrecht- und Umweltrechtstrategie erstellt zu haben. Im Vergleich zur vorangegangenen Umfrage ist das ein Plus von 23 %.

Eine positive Tendenz weist auch der Anteil an Unternehmen auf, die eine systematische Risikoanalyse der Lieferantenbeziehungen in Bezug auf umwelt- und menschenrechtliche Risiken durchführen. Während es 2022 34 % der Unternehmen waren, sind es 2024 bereits 45 %.

FAZIT

7

Nachhaltigkeit ist in der Kosmetikbranche längst kein optionales Zusatzmerkmal mehr – sie ist ein wesentlicher Bestandteil wirtschaftlicher und strategischer Entscheidungen. Die Ergebnisse der aktuellen Nachhaltigkeitsumfrage im Vergleich zu den vorangegangenen zeigen, dass der Anteil der Unternehmen mit klaren Nachhaltigkeitszielen in allen Bereichen – ökologisch, sozial und ökonomisch – kontinuierlich wächst. Besonders im Umweltbereich sind Fortschritte erkennbar, etwa bei Klimaschutzmaßnahmen, der Nutzung erneuerbarer Energien und nachhaltigen Verpackungslösungen. Gleichzeitig wird Nachhaltigkeitsmanagement zunehmend institutionalisiert: Mehr als zwei Drittel der Unternehmen haben mittlerweile Nachhaltigkeitsbeauftragte, und der Anteil der Firmen mit verbindlichen Unternehmensleitlinien steigt. Aber nicht nur Fortschritte sollen festgehalten werden. Die Berichte sollen auch dazu dienen, Bereiche zu identifizieren, in denen noch nicht alle Verbesserungspotenziale ausgeschöpft sind. So tragen die Umfrageergebnisse dazu bei, das nachhaltige Engagement der Kosmetikbranche transparenter zu machen und zu stärken.

SCHÖNHEITSPFLEGE"

KOMPETENZPARTNER IM IKW

Herausgeber

Kompetenzpartner Schönheitspflege
im Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e. V. (IKW)

Mainzer Landstraße 55
60329 Frankfurt am Main

Telefon: 069 2556-1330
Internet: www.ikw.org
E-Mail: info@ikw.org