



# Finden Sie heraus wie die Naturkosmetikbranche tickt

Aus Sicht der Konsumenten & der Werbetreibenden

Oktober 2022

# Ist die Naturkosmetik endgültig raus aus der Nische?



**JA!** Das zeigen die Ergebnisse einer aktuell durchgeführten deutschlandweiten Befragung<sup>1</sup> von Nielsen Media für die Kategorien der **Gesichts- und Körpercremes**<sup>2</sup>. Im Rahmen der Studie wurden Produktverwender befragt. Das Ergebnis: **jeder zweite Teilnehmer** verwendet **ausschließlich oder überwiegend** Gesichts- und Körpercremes **aus der Naturkosmetik**. Damit ist der Anteil zwischen Verwendern von Naturkosmetik und konventioneller Kosmetik in diesen Kategorien ausgeglichen. Der entsprechende **Werbemarktanteil an Naturkosmetik** lag im Betrachtungszeitraum<sup>3</sup> hingegen **bei unter 20%** im Vergleich zu den konventionellen Pflegeprodukten.

<sup>1</sup> N=2.010 Personen; repräsentativ in Bezug auf Alter, Geschlecht und Region.

<sup>2</sup> Pflegeprodukte fürs Gesicht (z.B. Tagescreme, Nachtcreme oder Anti-Faltencreme), Pflegeprodukte für den Körper (z.B. Bodylotion oder Bodycreme).

<sup>3</sup> Betrachtungszeitraum: Januar – August 2022



Nielsen Media

# Unsere Insights basieren auf erfassten Daten aus der Werbestatistik und einer Konsumentenbefragung

Hier ein Auszug aus den Studieninhalten

## Werbestatistik

(alle Mediengruppen inkl. Social Media und Amazon)

- Wie hoch sind die **Werbespendings** in der Naturkosmetik für Gesichts- und Körperpflegeprodukte im **Jahr 2022**?
- Wie verteilen sich die **Spendings nach Produktkategorien** und **Marken**?
- Wie sieht der aktuelle **Medienmix** aus?
- Welches sind die **Top Kampagnen** nach Werbedruck und welche **Botschaften werden gesendet**?



## Online Umfrage

(4 min, n=2.010, Nat rep, Deutschland)

- **Wer sind die Nutzer** von Gesichts- und Körperpflegeprodukten aus **der Natur- und konventionellen Kosmetik** und **warum**?
- Welche **Marken**, die Produkte aus natürlichen Inhaltsstoffen herstellen, werden aktuell **verwendet und präferiert**?
- An **welche Werbung** wird sich eher erinnern?
- Und **wie** könnte es mit dem Anteil an Naturkosmetik in der Kosmetikbranche **in der Zukunft weiter gehen**?

**Seien Sie dabei!**  
**Wir stellen die Studienergebnisse**  
**im **kostenfreien Webinar** vor.**

Am 03.11.2022 um 10-10:30 Uhr.



[Hier geht es zur Anmeldung.](#)



# Ihre Nielsen Kontakte



**Vesselina Becke**

Senior Business Consultant  
Media Analytics

Phone: +49 173 314 4528  
vesselina.becke@nielsen.com



**Sarah Zscherper**

Business Consultant

Phone: +49 40 23642 141  
sarah.zscherper@nielsen.com

## Über Nielsen

Nielsen ist ein weltweit führendes Unternehmen für Insights, Daten und Analysen zum Medien- und Werbemarkt und leistet dadurch einen entscheidenden Beitrag für die Entwicklung einer erfolgreichen Zukunft der Medienlandschaft. Nielsen misst plattformübergreifend das Mediennutzungsverhalten und Werbemarktentwicklungen, um die Vorlieben unterschiedlicher Zielgruppen zu analysieren. Auf Basis dieser Daten gibt Nielsen seinen Kunden Handlungsempfehlungen für deren Marketing- und Mediastrategien.

Nielsen (NYSE: NLSN) ist ein S&P 500-Unternehmen und in mehr als 55 Ländern tätig. Erfahren Sie mehr unter [www.nielsen.com](http://www.nielsen.com) oder [www.nielsen.com/investors](http://www.nielsen.com/investors) und vernetzen Sie sich mit uns über unsere Social-Media-Kanäle.

