

Geschäftsanhahnung Argentinien

Kosmetik und Reinigungsmittel

Buenos Aires, 01. – 05. September 2025



Geschäftsanhahnung Argentinien 2025

Von 01. bis 05. September 2025 führt die Deutsch-Argentinische Industrie- und Handelskammer (AHK Argentinien) in Zusammenarbeit mit SBS systems for business solutions und IKW-Fachpartner, im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK), eine Geschäftsanhahnungsreise nach Argentinien zum Thema Kosmetik und Reinigungsmittel durch. Es handelt sich dabei um eine projektbezogene Fördermaßnahme, die im Rahmen des Markterschließungsprogramms für KMU durchgeführt wird. Zielgruppe sind vorwiegend kleine und mittlere deutsche Unternehmen (KMU).

Marktpotenzial

Das Marktvolumen des Sektors insgesamt kann etwa auf 5 Mrd. USD im Jahr 2024 beziffert werden. Damit liegt Argentinien im lateinamerikanischen Vergleich an dritter Stelle hinter Brasilien und Mexiko. Bis 2029 wird ein weiteres Marktwachstum von durchschnittlich 2 bis 3 Prozentpunkten jährlich prognostiziert. Im weltweiten Vergleich hatte Lateinamerika 2022 das stärkste Umsatzwachstum mit 42 Prozent vor den USA (15%) und Europa (17%). Ausgehend von diesen Zahlen und dem weiteren Wachstum in den Folgejahren hat die Region einen Anteil von 18 bis 20% des Weltmarktes der Branche. Im lateinamerikanischen Vergleich wiederum waren die Umsatzzuwächse für Kosmetik- und Körperpflegeprodukte in Argentinien mit 55 Prozent am stärksten. Die Produktkategorien, die das höchste Verkaufsvolumen generieren sind Hautpflegeprodukte mit 41%, Make-Up mit 22% und Haarpflegeprodukte mit 16%.

Entlang der Wertschöpfungskette ist eine zunehmend steigende Abhängigkeit von Importen zu verzeichnen. Dies gilt beispielsweise für chemische Grundstoffe wie Alkohole,

Vaseline, Glycerin, ätherische Öle, Emulgatoren die dann bei der Produktion von Kosmetik- und Körperpflege verwendet werden. Vor allem bei ätherischen und anderen essentiellen Ölen hat Argentinien eine sehr starke Eigenproduktion und exportiert deutlich mehr als es importiert. Dies ist jedoch eine Ausnahme, in den meisten anderen Fällen überwiegen Importe. Das gilt sowohl für Grundstoffe, als auch für bereits verarbeitete Endprodukte wie zum Beispiel Make-Up. Die wichtigsten Ursprungsländer der Importe sind Brasilien, Mexiko, Frankreich und die USA, die drei größten Importfirmen sind Procter & Gamble, L'Oréal und Natura.

Insgesamt wurden 2023 Importe in der Höhe von 807 Mio. USD registriert, während die Exporte bei 395 Mio. USD lagen. Kosmetik- und Haushaltsprodukte unterliegen in Argentinien strengen Registrierungs-, Zertifizierungs- und Überwachungsvorschriften. Neben den Produkten müssen auch die Importeure registriert sein. Die dafür zuständige Institution ist die nationale Behörde für Arzneimittel, Lebensmittel und Technologie ANMAT.

Durchführer

Die Unternehmenskonzentration im Sektor kann grundsätzlich als gering bezeichnet werden, vor allem in der Kosmetikbranche existiert ein gut entwickeltes nationales Netz an KMUs, die auch Kräfte bündeln, um Forschungs-&Entwicklungsaktivitäten voranzutreiben und Innovationen zu generieren. Eine Ausnahme stellen Mundhygieneprodukte und Rasierprodukte dar, wo jeweils Colgate Palmolive, Procter & Gamble, Unilever zum einen und Procter & Gamble und Bic zum anderen, ein Oligopol innehaben.

Weiters haben es in der Reinigungsmittelbranche KMUs nicht leicht aufgrund der bestehenden Massenmarktstruktur und der hohen Bedeutung von Economies of Scale. Im Allgemeinen wird ein Großteil der Nachfrage nach Massenkonsumprodukten von multinationalen Unternehmen gedeckt. Hier teilen sich 20 Firmen 74% des Gesamtumsatzes. Im Jahr 2022 beschäftigte die Kosmetik- und Reinigungsmittelindustrie in Argentinien rund 20.000 Personen aufgeteilt auf rund 500 nationale Unternehmen. Insgesamt existieren im Sektor geschätzte 2.950 Unternehmen, davon 350 in der Fabrikation von Produkten und der Rest im Groß- und Einzelhandel.

Die drei wichtigsten Vertriebskanäle sind Super- und Hypermärkte, Direktvertrieb und Online-Vertrieb bzw. E-Commerce, wobei hier eine graduelle Verschiebung der Wichtigkeit der Kanäle zu beobachten ist. Den immer noch größten Anteil macht der physische Verkauf in Super- und Hypermärkten aus. Die wichtigsten Ketten in Argentinien sind Carrefour (Frankreich), Cencosud (Chile), Coto (Argentinien) und Día (Spanien). Danach werden rund ein Viertel aller Käufe über Direktvertrieb abgewickelt, rund eine Million Argentinier sind Teil dieses Netzwerkes sowohl in physischer als auch in digitaler Form. Die größten Unternehmen die im Direktvertrieb von Kosmetikprodukten tätig sind, sind Natura, Amway und Avon.

Der dritte seit der Pandemie im Jahr 2020 stark an Volumen gewinnende Kanal ist E-Commerce. Der Online-Handel erfolgt über virtuelle Marktplätze wie MercadoLibre (das Äquivalent zu Amazon in Lateinamerika) aber auch vermehrt über soziale Medien. Gemäß der argentinischen Kammer für elektronischen Handel, nahm der Verkauf von Kosmetik- und Körperpflegeprodukten 2022 um 122 Prozent zu und erreichte einen Marktanteil von 4% aller E-Commerce Aktivitäten. 2023 bedeutete das schon Rang 7 der am meisten online nachgefragten Güter nach Rang 13 im Jahr 2021 und Rang 10 im Jahr 2022.

Bei den Konsumentenpräferenzen geht der Trend in Richtung „mehr mit weniger“. Auch auf Nachhaltigkeit wird zunehmend geachtet. Die Kunden erwarten, dass die Produktionsprozesse umweltfreundlich und effizient sind und dass die Unternehmen integrativ und sozial verantwortlich handeln. Deutschland ist dafür bekannt, dass diese Präferenzen berücksichtigt werden.

Im Schnitt werden 2 Prozent der Haushaltsausgaben für Kosmetik- und Reinigungsmittel verwendet. Der Stellenwert, den die Sauberkeit in der argentinischen Gesellschaft einnimmt, wurde in den Ergebnissen einer von dem deutschen Unternehmen Kärcher durchgeführten internationalen Studie zum Putzverhalten deutlich. In allen sechs untersuchten Ländern gaben über 80% der Befragten an, dass ihnen ein sauberes zu Hause wichtig ist. Argentinien stach hier mit 94% klar hervor. Auch ging aus der Studie hervor, dass die Argentinier am häufigsten zu chemischen Reinigungsmitteln greifen.

Die Entwicklung der Kosmetikindustrie in der Region wird nach Meinung von Experten durch die Kultur des Körperkults und das traditionellere Bild der Frau in der lateinamerikanischen Gesellschaft vorangetrieben, für welche die äußerliche Schönheit eine bedeutendere und grundlegendere Rolle spielt als in anderen Ländern wie beispielsweise vielen europäischen. Diese Tendenz wird auch in den Ausgaben der Argentinier für Kosmetikprodukte deutlich. Sie geben pro Kopf etwa 60 USD für entsprechende Artikel aus und befinden sich damit weit über dem regionalen Durchschnitt, der bei etwa 32 USD pro Jahr liegt.

Allgemein sind die Tendenzen des argentinischen Kosmetik- und Reinigungsmittelmarktes an globale Tendenzen gekoppelt. Dies beinhaltet wie bereits erwähnt mehr Nachhaltigkeitsbewusstsein, Umweltfreundlichkeit und soziale Verantwortlichkeit, die sich in den Produkten widerspiegeln. Die Segmente Männer- und Naturkosmetik, als auch organische und vegane Kosmetik sind derzeit noch Nischenmärkte und werden hauptsächlich von Mikrounternehmen bedient.

Warum Argentinien

Wie bereits erwähnt verzeichnet der Sektor für Kosmetik und Reinigungsmittel in Argentinien ein rasantes Wachstum in den letzten Jahren, was ein wachsendes Konsumvolumen und dadurch eine steigende Nachfrage bedeutet. Gleichzeitig entwickelt sich auch die Präferenz für qualitativ hochwertige, nachhaltig und umweltfreundlich produzierte Produkte – Segmente die in Deutschland bereits sehr weit entwickelt sind und deutsche Unternehmen daher mit Wettbewerbsvorteil in den argentinischen Markt eintreten können.

Weiterhin öffnet die Regierung unter Javier Milei durch den Abbau von Handelsbarrieren den Markt für internationale Firmen, weshalb deutsche Unternehmen hier ein zunehmend positives Geschäftsklima vorfinden werden.

Zusätzlich birgt die geringe Marktkonzentration reichlich Potenzial für deutsche KMUs, um lukrative Marktanteile zu erobern.

Wer? – Zielgruppe

Die Geschäftsanhaltung richtet sich an deutsche Unternehmen aus der Schönheits- und Haushaltspflege, besonders im Bereich Kosmetik und Körperpflegeartikel, aber auch Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel. Ebenfalls nachgefragt sind Haarpflegemittel, Babyartikel, dermatologische Produkte, Aromatherapie, Naturprodukte und Sonnenpflege sowie Duftstoffe.

Ihre Vorteile einer Teilnahme

- Individuell organisierte B2B-Gespräche mit potentiellen Geschäfts-/Vertriebspartnern
- Präsentation Ihres Unternehmens sowie Ihrer Produkte vor einem ausgewählten Fachpublikum
- Umfassende Zielmarkt Handout vor Antritt der Reise
- Briefing-Veranstaltung zu rechtlichen und kulturellen Themen
- Identifizierung neuer Geschäftsmöglichkeiten in Argentinien



Vorläufiges Programm* der Geschäftsanhaltung Argentinien vom 01. bis 05.09.2025

Sonntag, 31. August 2025	
ganztags	Individuelle Anreise nach Buenos Aires
Nachmittags/abends	Optionales Tourismusprogramm: Get-together in Puerto Madero mit anschließendem gemeinsamem Abendessen
Montag, 01. September 2025	
9:00 – 11:00	Politik- und Wirtschaftsbriefing mit deutscher Botschaft, dem GTAI und AHK Argentinien
11:15 – 13:00	Sektorenbriefing mit Experten (CAPA, ALPHA, AAQC, ANMAT)
14:30 – 17:30	Store-Check in einem Supermarkt von JUMBO, COTO oder Farmacity
Abends	Gemeinsames Abendessen (optional)
Dienstag, 02. September 2025	
9:30 – 13:30	Präsentationsveranstaltung für Delegationsteilnehmer „Kosmetik / Reinigungsmittel Made in Germany“ im Veranstaltungssaal der AHK (24. Stock) mit Ausblick auf den Río de la Plata. Jedes Unternehmen stellt kurz seine Technologie und Produkte vor. Einladung von Fachpublikum (Vertreter aus dem öffentlichen und privaten Sektor, sowie Branchenkammern und Multiplikatoren)
	Podiumsdiskussion 1 „Nachhaltigkeit und Innovation in der argentinischen Kosmetik-Wertschöpfungskette“ mit argentinischen Sektorenexperten.
	Podiumsdiskussion 2 „Globale Trends bei der Nachfrage von Kosmetik- und Reinigungsmittel-Produkten“ mit argentinischen und deutschen (Mitgliedsunternehmen AHK) Sektorenexperten.
	Möglichkeiten zu den Netzwerken mit eingeladenen lokalen Firmen und Multiplikatoren bei einem gemeinsamen Get-Together im AHK-Saal inklusive Mittagessen.
15:00 – 17:00	Individuelle B2B-Termine
Abends	Gemeinsames Abendessen (optional)
Mittwoch, 03. September 2025	
vormittags	Individuelle B2B-Gespräche
nachmittags	Individuelle B2B-Gespräche
Abends	Gemeinsames Abendessen (optional)
Donnerstag, 04. September 2025	
9:00 – 12:00	Besuch einer Zertifizierungsstelle der nationalen Behörde ANMAT / individuelle B2B-Gespräche
14:00 – 18:00	Individuelle B2B-Gespräche
Abends	Gemeinsames Abendessen
Freitag, 05. September	
8:30 – 11:30	Geführte Stadtrundfahrt
12:00 – 13:00	Feedbackrunde im Rahmen eines gemeinsamen Mittagessens
nachmittags	Individuelle Rückreise nach Deutschland

Ihr Expertenteam

Projektträger – AHK Argentinien

Die Deutsch-Argentinische Industrie und Handelskammer (AHK Argentinien) ist auf den Markteintritt in Argentinien spezialisiert und liefert das notwendige Länder-Know-How. Sie verfügt über umfangreiche Erfahrung in der Organisation und Durchführung von Delegationsreisen und bei der Vermittlung passender Geschäftspartner, abgestimmt auf die Wünsche und Bedürfnisse der deutschen Unternehmen.

Kooperationspartner – SBS systems for business solutions

Seit 1999 entwickelt SBS maßgeschneiderte Lösungen für komplexe Internationalisierungsprojekte. Das Kerngeschäft liegt in der Beratung mittelständischer Unternehmen bezüglich ihrer weltweiten Exportaktivitäten. Geografisch konzentriert sich SBS u.a. in enger Partnerschaft mit der AHK Argentinien auf die erfolgreiche Geschäftsentwicklung.

Anmeldung und Kontakt

Hat die Geschäftsanhörung Ihr Interesse geweckt?
Dann melden Sie sich einfach online auf unserer Homepage www.germantech.org an bzw. kontaktieren Sie direkt den Projektleiterin, Frau Mihaela Nistorica.

Anmeldeschluss ist der 31. März 2025!

SBS systems for business solutions GmbH

Frau Mihaela Nistorica

Tel: +49 30 22013397

E-Mail: m.nistorica@sbs-business.com

URL: www.germantech.org – www.sbsbusiness.eu

Eine Übersicht zu weiteren Projekten des Markterschließungsprogramms für KMU können Sie unter www.gtai-exportguide.de abrufen.

Kosten

Das Projekt ist Bestandteil des Markterschließungsprogramms für KMU des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz und unterliegt den De-Minimis-Regelungen. Der Eigenanteil der Unternehmen für die Teilnahme am Projekt beträgt in Abhängigkeit von der Größe des Unternehmens:

- 500 Euro (Netto) für Unternehmen mit weniger als 2 Mio. Euro Jahresumsatz und weniger als 10 Mitarbeitenden
- 750 Euro (Netto) für Unternehmen mit weniger als 50 Mio. Euro Jahresumsatz und weniger als 500 Mitarbeitenden
- 1.000 Euro (Netto) für Unternehmen ab 50 Mio. Euro Jahresumsatz oder ab 500 Mitarbeitenden

Reise-, Unterbringungs- und Verpflegungskosten werden von den Teilnehmenden selbst getragen.

Für alle Unternehmen werden die individuellen Beratungsleistungen in Anwendung der De-Minimis-Verordnung der EU bescheinigt. Teilnehmen können maximal 12 Unternehmen. Anmeldungen werden in der Reihenfolge des Eingangs berücksichtigt, wobei KMU Vorrang vor Großunternehmen haben.

KOOPERATIONSPARTNER



FACHPARTNER



Mit der Durchführung dieses Projekts im Rahmen des Bundesförderprogramms Mittelstand Global/ Markterschließungsprogramm beauftragt:



Das Markterschließungsprogramm für kleine und mittlere Unternehmen ist ein Förderprogramm des:

