

Text: Johanna Wies

Pflege im Bad: Zero Waste

Natürliche Inhaltsstoffe und vor allem weniger Müll sind gewünscht: Alternative Körperpflege erlebt in der Pandemie einen Aufschwung, die Umsätze steigen rasant. Besonders feste oder wiederauffüllbare Produkte nehmen immer mehr Platz im Badezimmer ein. Wir zeigen, wie sich der Markt entwickelt und was Händler beachten sollten.

Die Menschen achten zunehmend darauf, möglichst wenig Müll zu produzieren. „Die Käufer von Körper- und Schönheitspflege suchen heute vor allem Produkte, denen sie vertrauen können, und sind sehr gut informiert. Es gewinnen Konzepte und Marken, die ihre eigenen ethischen Wertvorstellungen widerspiegeln,“ sagt Mirja Eckert, Geschäftsführerin der Agentur für strategische Zukunftsthemen The New. Die hohe Innovationskraft der Kosmetikbranche ist momentan über alle Produktgruppen und Vertriebskanäle hinweg spürbar. Insbesondere „Zero-Waste“-Produkte, also Produkte mit möglichst wenig bis gar keiner Verpackung, und „Refill“-Konzepte zahlen auf das steigende

Bedürfnis nach nachhaltigen Produkten ein, erklärt die Expertin.

Der Markt wächst rasant

Naturkosmetik bleibt der Wachstumstreiber in der Kosmetikbranche, die Umsätze der neuen Formate steigen: Der Umsatz fester Shampoos ist 2021 in Deutschland auf 30,5 Millionen Euro angewachsen, ihr Anteil im gesamten Shampoo-Markt auf vier Prozent geklettert (IRI 2022, LEH+DM). Zudem gewinnen Refills, also Nachfüllpacks, zunehmend an Bedeutung, dies ist besonders im Bereich Haarpflege sichtbar: Der Umsatz für auffüllbare Shampoo-Flaschen und die dazugehörigen Refills stieg im vergangenen Jahr um circa 110 Prozent (IRI).

Auch wenn Körperpflege-Refills bislang vor allem in Drogeriemärkten und im Bio-Fachhandel erprobt werden, erkennt Mirja Eckert auch im deutschen LEH erste Tendenzen, insbesondere Flüssigseifen und Shampoos sind vereinzelt zu finden. Das Start-up Withoutme aus Heilbronn bietet flüssiges Kräuter-Bio-Shampoo in Mehrweg-Edelstahlflaschen an, das auch als Duschgel verwendbar ist. Aktuell werden diese in fünf Edeka-Märkten oder online abgefüllt, langfristig möchte Gründerin Steffanie Rainer deutschlandweit in den Handel. Der Nachfüllautomat sei sogar ein Anreiz, um Neukunden in den Markt zu holen.

Doch auch bei den Großen tut sich einiges. Procter & Gamble Beauty hat im Mai 2021

Fotos: stock.adobe.com/brizmaker, RU-Archiv, Unternehmen



„
Körper- und Schönheitspflege soll das eigene Wohlbefinden fördern, aber auch der Umwelt guttun.“

Mirja Eckert
Geschäftsführerin, The New



Mehr Infos zu Zero Waste im Bad

Auf unserer Website finden Sie im verlängerten Online-Beitrag noch mehr Informationen rund um die neuen Zero-Waste-Formate für das Bad. www.rundschau.de



INFO

Tipps für den PoS

Expertin Mirja Eckert empfiehlt eine kontinuierliche **Überarbeitung des Körperpflegesortiments**. Das Ziel: weg vom angebotsgetriebenen Sortimentsportfolio, hin zur mittel- und langfristigen Sortimentsbewirtschaftung nachhaltiger Kosmetiksortimente. Die Kunden suchen nach Handelsformaten und Produktkonzepten, denen sie vertrauen können.

Am PoS sollten zudem **digitale Tools** gezielt zum Einsatz kommen, um **Transparenz** und **Hintergrundinformationen** rund um das Sortiment zu verbessern, bis hin zum Sortimentsausbau in Form einer „**verlängerten Ladentheke**“. Hierfür können Händler ein Terminal aufstellen, an dem sie das gesamte Sortiment vor Ort wie auch weitere lieferbare Artikel zeigen können, ähnlich wie in einem Online-Shop. Je nach Handelsformat ist ein **digitaler Wissenstransfer** für das Ladenpersonal möglich.



110 % Umsatzsteigerung

wurde im Jahr 2021 mit **auffüllbaren Shampoo-Flaschen und deren Refills** in Deutschland erzielt.

Quelle: IRI, 2022

„Refill the Good“ eingeführt, ein Nachfüllsystem für Shampoos der Marken Pantene Pro-V, Head & Shoulders und Herbal Essences. Das System besteht aus einer wiederverwendbaren Aluminiumflasche und einem recycelbaren Nachfüllpack. Katharina Herzog, Geschäftsführerin Henkel Beauty Deutschland, bestätigt ebenfalls den Trend zu neuen Anwendungsformen wie feste Pflegen oder Nachfüllpacks: „Grundsätzlich schauen Konsumenten heute immer stärker auf die Inhaltsstoffe in ihren Produkten und kaufen verantwortungsbewusster ein.“ Dies spiegelt sich auch in der positiven Entwicklung von Nature Box im Jahr 2021 im Vergleich zum Vorjahr wider. Unter der zertifizierten Naturkosmetikmarke bietet Henkel mittlerweile drei feste Duschpflege- und fünf feste Shampoo-Varianten sowie

zwei feste Spülungen an. Im März wurde das Haarpflegesortiment um Nature Box Hanf Liquid Shampoo und Hanf Festes Shampoo ergänzt. Zudem gibt es seit April 2021 drei feste Schauma-Varianten mit veganen Formeln in einer recycelbaren Papierfalttschachtel. Das Naturkosmetikunternehmen Weleda bringt im Sommer feste Duschen mit biologisch abbaubarer Formulierung und vier verschiedenen Düften auf den Markt.

Nachhaltige Lebensweisen werden sich in unserer Gesellschaft laut Mirja Eckert zunehmend etablieren: „Es ist davon auszugehen, dass die Körper- und Schönheitspflege für uns auch weiterhin einen hohen Stellenwert einnehmen wird – vor allem nachhaltige Produktkonzepte, die zusätzlich zu Inhaltsstoffen glaubwürdige Gesamtpakete anbieten.“ □



NATURE BOX

Zuwachs im Shampoo-Sortiment: Das Nature Box Hanf Shampoo ist sowohl als festes (85 g, Abb.) als auch als flüssiges Shampoo (385 ml) seit März im Handel erhältlich.



ALVERDE

Die vegane Gesichtsseife naturschön Olive (100 g) von Alverde Naturkosmetik hat eine Verpackung mit mindestens 70 Prozent Recyclinganteil. Sie ist klimaneutral, inklusive Verpackung.



WELEDA

Ab der Kalenderwoche 30 launcht Weleda feste Duschen mit den Düften Ingwer, Geranium, Lavendel und Ylang Ylang. Die Kartonverpackung hat einen Recyclinganteil von mindestens 55 Prozent.



PANTENE PRO-V

Procter & Gamble bietet mit „Refill the Good“ sein erstes Nachfüllsystem mit Aluminiumflaschen für Shampoos der Marken Pantene Pro-V (Abb.), Head & Shoulders und Herbal Essences.