

Nyeste trends på tilskudsmarkedet



Inner beauty, ingestible beauty, beauty supplements – kært barn har mange (engelske) navne, og lad os samlet oversætte dem til skønhedskosttilskud. Vi ser her nærmere på, hvad der trender lige nu inden for kategorien.

Af Nina H. Kluge

Kategorien for skønhedskosttilskud er i vækst. Fra at være et nicheområde, med Imedeem som markedslederen på det danske marked, er markedet for kosttilskud til skønhed inde fra i løbet af ganske få år vokset gevaldigt. Samtidig udvises grænserne mellem **skønhed** (kosttilskud med målrettet indsats til hud, hår og negle) og **sundhed** (kosttilskud med en bredere indsats som fx kollagen, fiskeolie mm.). Og nu er vi også der, hvor vi betragter de fødevarer, vi spiser og drikker, som tilskud til en sundere krop og et smukkere udseende.

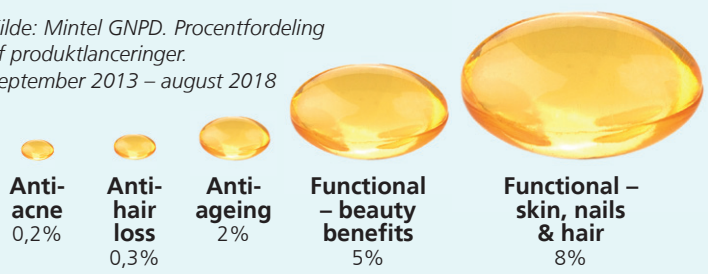
marint kollagen (fisk og skaldyr) – som hævdes at være endnu vigtigere end bovint (kvæg) og porcint (svin) kollagen takket være en høj optagelsesgrad og biotilgængelighed – forventes at stige med 7,6% over de næste 5 år.

Maxine Laceby, som er grundlægger af britiske Absolute Collagen, udtaler til cosmeticsbusiness.com: "Interessen for kollagen er vokset enormt de sidste to år. Marinekollagen har et kæmpe potentiale, og det er et af de hurtigst voksende segmenter i skønhedsindustrien." Og hun tilføjer: "Kollagentilskud har også den fordel, at forbrugersegmentet er meget bredt. Den unge forbrugergruppe er meget villige til at investere i forebyggelse, og den ældre forbrugergruppe er meget glade for at mærke helbredsfordelene."

Endvidere er kollagentilskud lige velegnet til begge køn, og andelen af mænd, der tager kollagentilskud, er stigende, ifølge Cosmetics Business' rapport.

For det stigende antal veganere kan det være en udfordring at få kollagen nok. The Vegan Society vurderer, at i 2040 spiser kun 40% af den globale befolkning kød. Og da kollagen kommer fra animalske produkter, arbejdes der på at finde plantebaserede alternativer til kollagen. Det er så ikke kollagen men andre proteiner og bl.a. vitaminerne A og C, som kan hjælpe kroppen med selv at fremme kollagenproduktionen.

Kilde: Mintel GNPD. Procentfordeling af produktlanceringer. September 2013 – august 2018



Researchbureauet Euromonitor International's Senior Research Analyst, Dr. Ewa Kania, forklarer, hvad der driver væksten: "Væksten i skønhedskosttilskud er drevet af, at forbrugerne indtager en holistisk tilgang til skønhed, samt af at der er sket en ændring i, hvordan forbrugerne opfatter skønhed. Euromonitor har lavet en undersøgelse, Global Beauty Survey, som viser, at mere end 50% af millennials opfatter et sundt udseende som skønhed, mens kun 32% af de adspurgte millennials synes, at et ungdommeligt udseende er nødvendigt for at være smuk." Sundhed tæller altså mere end ungdom!

Kosttilskudstrends

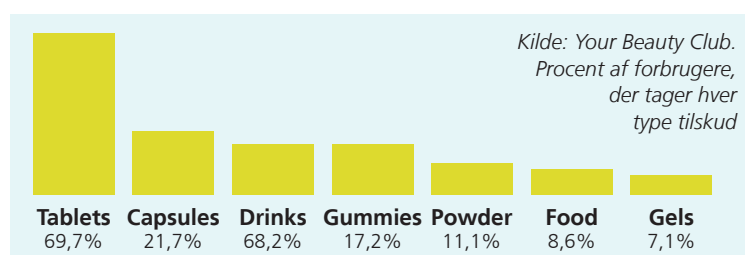
Hvad hitter inden for kosttilskud? Det har Cosmetics Business lavet en rapport om, og de tre største trends lige nu på det globale marked er:

1. Kollagen

Ifølge Grand View Research anslås det globale kollagenmarked at vokse fra 4,27 mia. USD i 2018 til 6,63 mia. USD i 2025. Og

2. Nye måder at få tilskud på

Generelt for kosttilskud ligger de traditionelle tabletter stadig på førstepladsen efterfulgt af kapsler. Men nu vinder også andre former frem: drikketilskud ligger på tredjepladsen, gummies på fjerdepladsen og pulver er på femtepladsen efterfulgt af mad og gelé. Tallene her er fra USA, og det ser



Kilde: Your Beauty Club. Procent af forbrugere, der tager hver type tilskud

nok ikke helt sådan ud i Danmark, men det giver et praj om, hvor trenden bærer henad:

Eksempler på nye former for kosttilskud:

- I januar 2019 lancerede Vitybox et on-the-go flydende shot, som indeholder bioaktivt kollagen, hydrolyseret keratin samt hyaluronsyre til hår, hud og negle. Ifølge firmaet svarer et 15 ml shot med citrusmag til mere end 15 almindelige tabletter.
- NutriCaps er Nespressomaskine-kompatible vitaminkopper fra Hermes Pharma.
- Drikbare kosttilskud vælter ind over det amerikanske marked i kreative former, hvor der eksperimenteres med smag og konsistenser. Der ses både juicer, smoothies, kaka, mælk, te, iste mm.
- Sprays: mundsprays med vitaminer og kosttilskud kender vi også herhjemme.
- Damp: vitamindampe (der arbejdes på "rumdufte" med vitaminer, men det er lidt ude i fremtiden) og allerede nu fås vitaminer i stedet for nikotin i e-cigaretten.
- Skrå-lignende form for kosttilskud fås fra Sverige. Man lægger en fillovertrukken vitamin ind i kinden eller under tungen, og vitaminerne optages gennem mundslimhinden og behøver ikke at gå igennem mave-tarmsystemet.
- Vitaminplastre har vi kendt længe, og der er mange muligheder.
- Chokolade: På det amerikanske marked ser man fx Beauty Chocolate.
- Tyggegummi: Der er voksende interesse for tyggegummi med vitamintilskud.

3. Gennemsigtighed

Forbrugerne bliver mere og mere vidende og bruger tid på at sætte sig ind i produkterne. Transparency – altså gennemsigtighed – er en vigtig parameter for producentfirmaerne. De skal være så åbne som muligt omkring deres produkter, ingredienser, produktionsmetoder, emballager, råvareoprindelse, høst og fabrikation. En undersøgelse fra Your Beauty Club i 2019 af, hvor ofte forbrugerne tjekker ingredienserne i deres kosttilskud viser, at 68% svarer ALTID, 23% svarer SOMMETIDER og 9% svarer SJÆLDENT.

På beautymarkedet har vi allerede stiftet bekendtskab med "The skintellectual" – supervidende forbrugere, som ved nøjagtig, hvilke ingredienser de vil have i deres hudprodukter og i hvilken mængde. På kosttilskudsmarkedet introduceres nu begrebet "vitamintelligence" – forbrugerne vil have åben information om produkterne, så de kan tilrettelægge deres personlige tilskudsstrategi.

Og fremover...

Vi må konkludere, at kosttilskud er kommet for at blive – også i skønhedsbranchen – og kreativiteten er stor. Vi skal nok forvente, at functional food også kommer til at blande sig i kosttilskudsmarkedet, og at forbrugeren fremover vil lægge vægt på, hvordan både kost og tilskud kan fremme hendes sundhed og skønhed – to begreber, der smelter mere og mere sammen.

Kilde: www.cosmeticsbusiness.com/reveals-biggest-beauty-supplements-trends-in-new-report

Glow Nordic

100% naturlig hudpleje med bio-rosenolie fra Bulgarien

Bio-rosenolie med naturlige antioxidanter og antiseptiske egenskaber – til en sundere hud med mere levende glød.



Glow Nordic

Drops Of Nature

DRY ROSE REPAIR SERUM

Fugter, reparerer, genopbygger og styrker hudens elasticitet



GLOW EXCLUSIVE ANTI-AGE CRÈME

Øger kollagen, modvirker rynker, øger blodcirkulationen, opstrammer og giver glød



FORHANDLER!

Vil du forhandle Glow Nordic, så kontakt os på mail: kontakt@glownordic.dk eller telefon: 61 70 55 53 – se mere under "Bliv forhandler" på www.glownordic.dk