

Diese Beautybrand hat Shiseido für fast eine Milliarde Dollar gekauft

Eine der erfolgreichsten Branchen der Welt

Make-up ist nur was für Mädchen? Falsch gedacht. Die Beautybranche hat in den vergangenen Jahren ein Wachstum erlebt, von dem andere Branchen derzeit nur Träumen können und ist zu einem 450 Milliarden Dollar Markt geworden, mit einem geschätzten jährlichen Wachstum von zwei Prozent bis 2022. Seit den zaghaften ersten Schritten von revolutionärer K-Beauty (Pflegeprodukte aus Südkorea) in den westlichen Ländern bis zu Kultstatus von Firmen wie Glossier oder Points-Of-Sale wie Sephora, ist gerade mal ein Jahrzehnt vergangen.

Zudem ist die Beautybranche mit all seinen Fempreneurs, Einhörnern und Erfolgsgeschichten von kleinen Independent-Labels nicht nur immer am Puls der Zeit sondern bleibt auch immer in Bewegung. Und Konkurrenz belebt bekanntlich das Geschäft. Celebreties wie Kylie Jenner, Lady Gaga oder Rihanna glänzen mit eigenen Pflege- und Make-up-Regimes. Anfang der 2000er war das Höchste der Gefühle für einen Popstar ein eigener Duft, zusammengemixt aus dem Resteschränk der Marken unter Kering oder LVMH. Die jungen, unabhängigen Beautybrands haben das, was den Big Playern immer mehr abhanden kommt: sie sind am Puls der Zeit, sprechen die Sprache der Millennials und der Gen Z (Nachhaltigkeit, Packaging, Inhaltsstoffe, Marketingkanäle), sind nahbar, glaubwürdig und halten, was sie versprechen.

Drunk Elephant: Das Einhorn der Beauty-Branche

Eine dieser Erfolgsgeschichten ist die von Drunk Elephant. 2012 von Tiffany Masterson in Houston, Texas gegründet, wurde die Beautybrand, deren DNA auf der Vermeidung von künstlichen Inhalststoffen fußt, schnell zu einem der erfolgreichsten Marken der Branche. In den letzten sieben Jahren ist Drunk Elephant vom Selfmade-Brand zum exponentiell wachsenden Multimillionen Dollar Unternehmen geworden. Anfang des Jahres gab die Marke, die noch immer von Gründerin Masterson geführt wird, seine Verkaufsabsichten bekannt.

Der Milliardendeal ist perfekt

Mit Shiseido hat nun eines der ältesten Unternehmen dieser Branche für fast eine Milliarde Dollar zugeschlagen. Gründerin Tiffany Masterson kann sich davon [laut Forbes](#) rund 120 Millionen Dollar einstecken, wenn der Deal erfolgreich über die Bühne gegangen ist. [Laut Masterson](#) soll sich bei Drunk Elephant nichts an den Produkten, Preisen oder dem sozialen Engagement der Marke ändern. Doch die Brand wird massiv vom globalen Netzwerk und der üppigen Finanzspritze profitieren. Shiseido wiederum hat sich mit diesem Deal eine der erfolgreichsten und beliebtesten Beautymarken der Welt gesichert und wird mit Sicherheit dafür sorgen, dass das zukünftige Vertriebsnetzwerk ausgebaut wird. In Europa ist Drunk Elephant bisher exklusiv beim Beauty-Retailer Sephora erhältlich.

Dieser Preis für eine Übernahme ist schwindelerregend – für die Beautybranche aber keine Seltenheit. So kaufte die Estee Lauder Group 2016 das Kultlabel Too Faced für 1,45 Milliarden Dollar. Im gleichen Jahr kaufte Estee Lauder auch die Make-up Marke Becca für 200 Millionen Dollar. Unilever kaufte in diesem Jahr das Beautylabel Tatcha für 900 Millionen Dollar.