



Inhaltsstoffe

Immer raffiniertere
Slimming-Wirkstoffe

Verpackung

Frischer Wind für
Airless-Verpackungen

Marketing

Forschung und Wind
für neue Lösungen



Im Gespräch

Interview

Dr. Markus Meder
über neue Trends

PENTAPHARM –

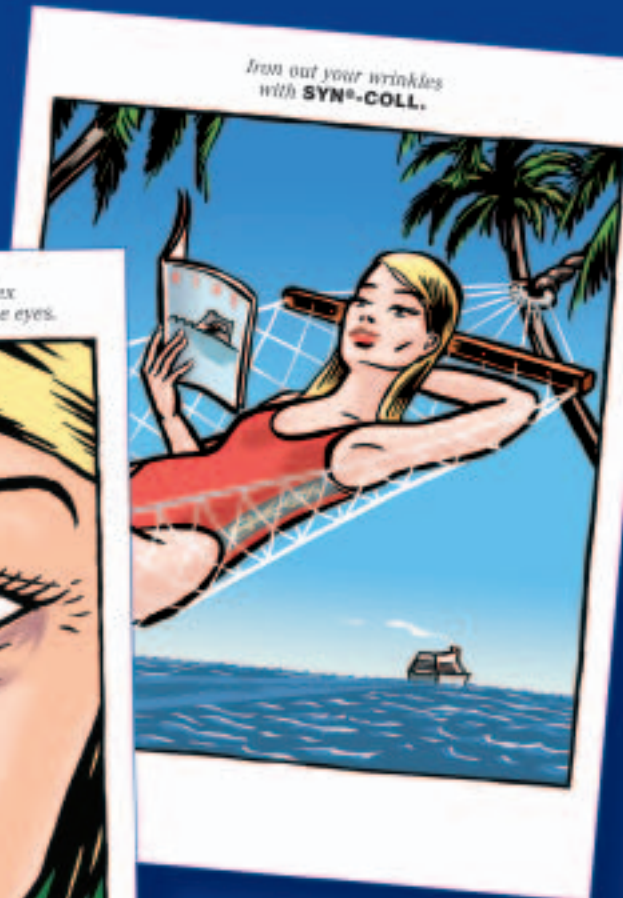
Contour your eyes to perfection.

PEPHA®-TIGHT tightens the skin immediately and has in parallel a long term effect increasing the formation of collagen-I.

PEPHA®-TIGHT is a highly purified biotechnologically produced extract from the microalga *Nannochloropsis oculata* combined with a well balanced fraction of polysaccharides.

SYN®-COLL – the first synthetic peptide to boost collagen synthesis via TGF- β .

SYN®-COLL – outstanding efficacy against all types of wrinkles has been shown in clinical trials.



REGU®-AGE – for ageless youthful looking eyes. Delays the visible signs of premature skin aging.

REGU®-AGE improves micro-circulation and strengthens the native Collagen and Elastin matrix.

pentapharm

benefiting society through science



Attraktive Rundungen

... und was man dagegen tut

Endlich ist der Sommer da. Vom tiefsten Winter ging es direkt in den Hochsommer, eine Zeit in der das Thema Sonnenschutz wieder topaktuell ist. Während sich die Europäische Kommission für eine bessere Kennzeichnung von Sonnenschutzmitteln einsetzt, s. COSSMA 6/2006, S. 18, hat sich nun – vertreten durch ihre Branchenverbände – die europäische, amerikanische, japanische und südafrikanische Kosmetikindustrie auf eine internationale SPF-Testmethode geeinigt, da sich international der SPF (Lichtschutzfaktor) als eines der wichtigsten Kaufkriterien darstellt. Die einheitliche Testmethode wird zunächst in Europa, Japan und Südafrika zur Anwendung kommen. In den USA sehen zwar die FDA-Bestimmungen eine etwas andere Methode vor, doch wird die internationale Methode von der amerikanischen Industrie anerkannt und unterstützt.

Wem es angesichts des sehr beharrlich langen Winters nicht gelungen ist, den Körper rechtzeitig auf bikini- beziehungsweise badehosentauglich zu trimmen, für den dürfte interessant sein zu wissen, dass zumindest die weiblichen Rundungen hormonellen Schwankungen unterworfen sind.



So haben kanadische Forscher um Sari van Anders von der Simon-Fraser-Universität in Burnaby* – veröffentlicht in Psychoneuroendocrinology, Bd. 31, Ausgabe 6, S. 715–723 – gerade eine interessante Entdeckung gemacht: Wie ausgeprägt die Kurven einer Frau sind, hängt nicht zuletzt von der Jahreszeit ab. So wandert Hüftfett im Lauf des Sommers und des Herbstes in Richtung Taille und verwischt dabei die typisch weiblichen Konturen. Zurückzuführen ist dieses Phänomen angeblich auf die Schwankungen des Testosteronspiegels, der im Herbst deutlich höher liegt als im Frühjahr. Interessanterweise ist im Frühjahr der Unterschied zwischen Taillen- und Hüftumfang dann bei Frauen auch größer als im Herbst, die Rundungen also pointierter. Obwohl diese Unterschiede wohl kaum visuell wahrnehmbar sein dürften, ist wohl davon auszugehen, dass die Frauen im Frühjahr mit diesen stärker ausgeprägten Rundungen irgendwie attraktiver wirken. Was man dennoch gegen unliebsame Rundungen tun kann, erläutert Angela Kleiner von Sederma ab S. 20.

Viel Spaß beim Lesen wünscht herzlichst Ihre

Angelika Meiss

Angelika Meiss
Leitende Redakteurin

Download-Service

Der exklusive Service für unsere Abonnenten:

Unsere Service-Tools von Seite 40 und 65 können Sie sich unter www.cossmma.com/service herunterladen.

User: **cossmma**
Passwort: **personal**
(Juli)

Inhalt

20 | Immer raffiniertere
Slimming-Wirkstoffe

26 | Amanda
Lintott von Mintel
präsentiert

20 |
Sommer-Trends
und vieles mehr

32 | Die Ergebnisse COSSMA-Umfrage

03 Editorial

NEWS

- 06 Markt + Profile
- 08 Neue Produkte
- 10 Inhaltsstoffe
- 12 Verpackung
- 14 Aerosole + Maschinen

FOCUS

Körperpflege

- 18 Körperpflegetrend: Blitzschnell optimal gepflegt
- 20 **Angela Kleiner, Sederma:** Slimming-Actives – neue Konzepte und komplexere Wirkung*

MARKETING

- 24 **Dragees, Drinks und Cremes** für die Schönheit*
- 26 **Amanda Lintott, Mintel:** Die interessantesten Produktinnovationen des Monats
- 27 **Star of the Month:**
Exakt abgestimmt – Zyklus-gerechte Hautpflege

PRODUKTION

- 28 **Gordon Christ, NRC:**
Wirkstoff synchronisiert Biorhythmus der Haut
- 30 **Airless-Systeme** erobern den Kosmetikmarkt*
- 32 **Lohnherstellung:** Quo vadis?
- 34 **Dr. Ludger Fischer, AC Serendip:**
Messe-Highlights auf der Achema 2006

SERVICES

- 16 **Company Publications**
- 36 **Ätherische Öle:** Preisliste
- 37 **Formulierungen:** Produkte für die reife Haut
- 39 **Veranstaltungskalender**
- 40 **International B2B Exchange**
- 42 **Bücherservice**
- 43 **Bezugsquellen**
- 49 **Company Index**
- 49 **Inserentenverzeichnis**
- 50 **Impressum**
- 50 **Vorschau**

* Titelthemen | Titelfoto: Estée Lauder

COSTER

BODY CARE, SPRAY AND DISPENSING SOLUTIONS

COSTER GROUP

HEADQUARTERS

sales@coster.com
Tel. +39 026 361 61
Fax +39 022 900 6706

MACHINERY DIVISION

info.machine@coster.com
Tel. +39 02 339 561
Fax +39 02 339 56372

ARGENTINA

Coster Packaging S.A.
coster@coster.com.ar
Tel. +54 (2322) 466 206
Fax +54 (2322) 496 664

FRANCE

Coster S.à.r.l.
sales.fr@coster.com
Tel. +33 (1) 6467 9655
Fax +33 (1) 6467 0404

GERMANY

Coster Technologie Speciali GmbH
coster.gmbh@coster.com
Tel. +49 (7243) 5483-0
Fax +49 (7243) 5483-54

HOLLAND

Robertpack Engineering B.V.
sales.nl@coster.com
Tel. +31 (38) 4652 080
Fax +31 (38) 4657 076

SPAIN

Costertec S.A.
sales.sp@coster.com
Tel. +34 (93) 368 3841
Fax +34 (93) 217 6018

SOUTH EAST ASIA

Coster Asia Pacific
sales.sg@coster.com
Tel. +65 9139 1468
Fax +65 6891 3687

UNITED KINGDOM

Coster Aerosol Ltd.
sales.uk@coster.com
Tel. +44 (1438) 367 763
Fax +44 (1438) 728 305

USA

Coster USA Inc.
sales.usa@coster.com
Tel. +1 (847) 760 6040
Fax +1 (847) 760 6035



Coster wide range of solutions:

- Soap and cream pumps
- Spray pumps
- Perfumery pumps
- Bag-On-Valves
- Full range of standard actuators and spray caps
- Customized actuators and spray caps





Colgate Time Control I mit praktischem Verschlusssystem für saubere Dosierung für die Generation 40 Plus beugt mit Vitamin E der Rückbildung des Zahnfleisches vor und verringert so das Risiko von Zahnverlust.
Launch: 5/2006, ca. 2,79 €

Foto: Colgate-Palmoliv



L'Oréal Paris I Body Expertise hat mit Perfect Slim Anti-Schwere Beine ein Gel-Spray mit Drainage-Effekt auf den Markt gebracht, das die Beine außerdem durch einen „thermischen Schock“ erfrischt. Der Drainage-Effekt basiert auf Pro-Drainyl, einem Wirkstoffkomplex aus Koffein und Rosskastanienextrakt.
Launch: 3/2006, ca. 10,50 €

NEWS

Körper- und Zahnpflege



Garnier I Bodytonic SOS 14 Tage Cellulite-Kur von ist eine 14-tägige Ampullenkur, die mit Wirkstoffen wie Koffein, Ginkgo- und Rosskastanienextrakt dem ungeliebten Orangenhauteffekt zu Leibe rücken will.
Launch: 4/2006, ca. 12,00 €



Foto: Sensodyne ProSchmelz

Artdeco I Cracking Cooler for Legs & Feet von der 4-teiligen Serie Get Fresh ist ein prickelnder Schaum, der beim Auftragen zischt und durch das Menthol für einen lang anhaltenden Kühleffekt sorgt. Cool & Fresh ist ein belebendes Aqua-Spray mit Orangenöl und Kräutereextrakten für Gesicht, Hals und Dekolleté. Get Fresh Shower Mousse ist ein sahniger Duschschaum und die Cooling Eye Mask mit natürlichem Gurkenextrakt sind feuchtigkeitspendende Pads für die Augenpartie.
Launch: 5/06, zw. ca. 6,80 € u. 9,50 €



Foto: Artdeco

GlaxoSmithKline I Die Zahnpasta Sensodyne ProSchmelz von ist ein neues Konzept zur Vorbeugung von Schmelzerosionen, der Hauptursache für überempfindliche Zähne und Zahnabnutzung. Sie steigert die Mikrohärtigkeit des Zahnschmelzes. Mit einem Gehalt von 1.450 ppm Fluorid trägt sie zur Remineralisation bei. Ein desensibilisierendes Kaliumsalz schützt vor Schmerzempfindlichkeit.
Launch: 4/2006, 3,49 €

degussa.

creating essentials



**Goldschmidt Personal Care
Competence in Mineral Sunscreens
with TEGO® Sun:**

**Powders and Dispersions for
O/W and W/O Emulsions with
UV A and UV B Protection**

- *TEGO® Sun TAQ 40, TEGO® Sun TDEC 45: High solids dispersions of microfine titanium dioxide.*
- *TEGO® Sun T 805, TEGO® Sun TS plus, TEGO® Sun Z 500, TEGO® Sun Z 800: Microfine powders for UV A and UV B protection.*

www.degussa-personal-care.com | personal-care@degussa.com

International Inquiries:

Goldschmidt GmbH

Essen, Germany | Phone: +49 (201) 173-28 54 | Fax: +49 (201) 173-18 28

Neue Minitube

Lameplast I have developed a small tube suitable for multi-use application of products that must be locally and precisely applied in small amounts. The tubes, in sizes 2, 3, 4 or 5 ml, can be fitted with any one of three dispenser-applicators. A tube with a convex applicator and central orifice enables the product to be easily rubbed into the skin. The flat applicator with central orifice allows the contents to be evenly applied to the skin or lips. The version with a micro-cannula allows the user to apply very small amounts of product to

Spot-on dispensing with the mini-tube



a very specific target area. The container itself can be supplied, for example, in pearlescent or day-glow colours, or even with glitter particles, and can be screen printed. The versatile containers are suitable for costly formulations or products that have to be applied in small amounts for the treatment of contours around the lips or eyes, for nail serums, for dental or oral treatments, or for insect bites.

Airless

Rexam's I With the help of its patented container fitting technique for Rexam's Sof'Airless piston-driven dispensers residual air is expelled from the filled containers during assembly. Ranging from 2.5 to 50 ml in size, the Sof'Airless dispensers come in transparent, translucent or metallized containers featuring a variety of colours. The system uses Rexam's popular SP24 and SP343 pump mechanisms. The system requires no special filling equipment. Filled from the top, with or without a purge ring, it is one of the simplest operations in the industry. The package is delivered as a complete package with pump, collar, cap and bottle. Manufacturers need only press the pump/cap sub-assembly in place and the airless system is completely fitted and sealed, resulting in increased productivity. The airless system operates effectively in every position. Sof'Bag with an SP943 airless



Wide choice of airless dispensers for lotion products

snap-on pump, features benefits such as 100 percent product protection, large-dose, high-viscosity capability, multi-position dispensing, complete bottle design flexibility, and easy filling for high productivity. It combines Rexam's SP943 airless snap-on pump with a multi-layer barrier pouch. The pouch can be made of polyethylene or as a composite of aluminum and polyethylene. The SP943 is extremely re-

sistant to aggressive product formulations because of its all-plastic construction. No gaskets, elastomers, or metal parts come into contact with the pack contents. The SP943 pump lets the end-user easily apply large doses of very viscous lotions or gels. Sof'Bag can also be fitted with Rexam Dispensing Systems' Y150 spray pump for spray applications.

Emulgatoren für anspruchsvolle Aufgaben

Zschimmer & Schwarz I have recently expanded their Oxypion range with the addition of new surfactants for personal care applications. Most of the ingredients in the range are obtained from high quality vegetable oils and consist of emollients and co-emulsifiers which can be used to lower the irritation poten-



tial of SLES based formulations. They are also used as emollients and/or solubilisers for oils and perfumes in personal wash products, as well as co-emulsifiers with an emollient effect in creams and lotions. In addition to making surfactant formulations milder these ingredients also impart a soft, gentle skin feel.



INNOVATIVE INGREDIENTS

**SYMPATENS
EO-FREIE
EMULGATOREN**

**AUCH FÜR SPRÜHBARE
FORMULIERUNGEN**

**UV ABSORB
MOISTURISER
PIGMENTS
THICKENERS
STYLING RESINS
PLANT EXTRACTS
FILM FORMERS
ENCAPSULATES
PRESERVATIVES
NATURAL OILS
SILICONES
PEARLESCENTS
AROMA CHEMICALS
UV ABSORBERS
MOISTURISERS**

S. Black GmbH
Galmesweg 65
47445 Moers
Tel. 02841/88036-0
Fax 02841/88036-15
E-mail: Infode@sblack.com
Internet: www.sblack.com

Wir gratulieren zum
Cosmetics & Toiletries / Health & Beauty America
2005 International Technology Award
Eyeseryl®

Sichtbar weniger Tränensäcke/ Augenringe in nur 15 Tagen*
(*70 % der Probandinnen, 95 % nach 60 Tagen)

mani Wirkstoffe für innovative
Haar-, Gesichts- und Körperpflege

GmbH · Chemische Produkte
Erich-Müller-Str. 19a Postfach 180303 Tel. (02 11) 5 07 25 09
D-40597 Düsseldorf D-40570 Düsseldorf Fax: (02 11) 5 07 25 11
E-Mail: info@mani-gmbh.com Internet: www.mani-gmbh.com

Listening to you to design the most unique packaging



Beyond Beauty Paris / Sept. 11-13
HBA New York / Sept. 12-14

Booth S140/T149
Booth 1319

IMAGINATION REALIZED

To give you the widest choice of smart packaging solutions and bring your most demanding designs to life, **Alcan Packaging Beauty** offers a unique **team of expertise**: market-savvy creative resources, reactive development capabilities, technical know-how and manufacturing excellence.

Around the world, we are completely committed to serving your image and brands.

Highest Impact and **Best Ergonomics** - that convinced **Schwarzkopf** to choose Alcan Packaging Beauty's oval **Tandem®** tube. Its original shape and enlarged face not only guarantees highest attention on the shelves, but also a convenient use thanks to its easy-to-grip ergonomics and oriented flip-top cap. For fill volumes between 100 and 250 ml.

ALCAN PACKAGING
BEAUTY

www.alcanpackaging.com





Körperpflegetrend:

Blitzschnell optimal gepflegt

Da Frauen ein gepflegtes Aussehen zwar für wichtig halten, meist aber nicht gerne viel Zeit dafür investieren, sind immer effizientere Körperpflegeprodukte gefragt. Ein Boommarkt sind zurzeit straffende Anti-Cellulite-Produkte und Line-Extensions im Bereich Fußpflege.

Es ist paradox: Zwar glauben laut der neuen Beauty-Studie von Gillette 87 Prozent der Frauen, dass ein gepflegtes Aussehen wichtig für den beruflichen Erfolg ist. Doch die meisten nehmen sich kaum Zeit für die Schönheitspflege: Bei mehr als der Hälfte sind es täglich höchstens 30 Minuten. Und 4 Prozent der Frauen widmen sich sogar nur 10 Minuten ihrer Schönheit. Im Durchschnitt verbringt jede Frau knapp eine Dreiviertelstunde mit Körper- und Schönheitspflege. 37 Prozent benötigen bis zu einer Stunde und 8 Prozent mehr als eine Stunde. Bei den jüngeren Befragten zwischen 14 und 29 Jahren ist der Zeitaufwand mit 53 Minuten am höchsten. Gerade wenn die Zeit knapp ist, brauchen Frauen also Produkte, die in kürzester Zeit ein optimales Ergebnis erzielen.

Schaut man sich einmal an, wie viele neue Produkte in den verschiedenen Kategorien in den vergangenen Jahren weltweit auf den Markt gekommen sind, dann kann auch das ein Indikator dafür sein, ob die Kategorie gerade ein Wachstumsmarkt ist oder eher nicht. So kamen laut Mintels Global New Products Database, siehe S. 26, bei den Dusch- und Badeprodukten 2005 insgesamt 5.073 neue Pro-

dukte auf den Markt – das sind 61 weniger als im Vorjahr.

Umsatzmäßig hat das Segment mit 23.492 Mio. US-\$ dagegen laut Euromonitor um 2,9 Prozent zugelegt. Obwohl Baden zu den wichtigsten Wellness-Aktivitäten zu Hause zählt, ging der Umsatz mit Badezusätzen global um 1,5 Prozent auf insgesamt 3.425,3 Mio. US-\$ zurück.

Besonders drastisch waren die Verluste, die in den USA zu verbuchen waren. Hier ging der Umsatz sogar um 7,9 Prozent zurück. In Russland dagegen stieg der Umsatz um 12,2 Prozent. Auch in Spanien schlossen die Badezusätze mit einem Plus von 6,4 Prozent ganz erfolgreich ab.

Nach dem Wachstumstrend bei der Gesichtspflege konzentrieren sich jetzt viele Hersteller verstärkt auf die Körperpflege. Und so ist zunehmend zu beobachten, dass Gesichtspflegemarken um Körperpflegeprodukte erweitert werden. Straffende Anti-Cellulite-Produkte haben laut Angaben von Euromonitor 2005 weltweit um rund 9 Prozent zugelegt und waren damit nach Anti-Aging-Produkten das dynamischste Hautpflegesegment.

Interessant ist, dass die nationale Entwicklung in diesem Bereich sehr heterogen verlaufen ist. Besonders er-

folgreich schnitt dieses Produktsegment in Russland, Spanien und Frankreich ab. Bei einem Umsatz von 32,2 Mio. US-\$ in Russland, 123,6 Mio. US-\$ in Spanien und 280,9 Mio. US-\$ in Frankreich betrug das Plus im Vergleich zum Vorjahr 25,8 Prozent, 17,2 Prozent bzw. 14,3 Prozent.

Während hier die straffenden Anti-Cellulite-Produkte so erfolgreich abschritten, hatten sie in Ländern wie den USA, Italien und Lateinamerika teilweise ganz beträchtliche Verluste einzustecken. So ging der Umsatz in den Vereinigten Staaten um beachtliche 9,4 Prozent auf 96,9 Mio. US-\$ zurück, in Italien um 1,3 Prozent auf 168,8 Mio. US-\$ und in Lateinamerika um 0,8 Prozent auf 64,8 Mio. US-\$.

Künftig Partnerschaften mit trendigen Schuhmarken?

„Da sich nun die Hersteller nach der Gesichtspflege und der Körperpflege verstärkt auf die Fußpflege fokussieren, ist zu erwarten, dass so manche Körperpflegemarke in der Zukunft Partnerschaften mit bekannten Schuhmarken eingehen wird“, erklärt Claire Briney, Senior Account Manager Cosmetics & Toiletries des Marktforschungsinstituts Euromonitor in Großbritannien. „So besitzt zum Beispiel die Gesundheitsschuhmarke Dr. Scholl's auch eine Pediküreserie mit Lotionen, Cremes und Peelingprodukten. Denkbar wäre beispielsweise, dass Marken wie Nivea und Oil of Olaz sich mit Marken wie Birkenstock und Doc Martens zusammenschließen. Aber auch bei Deo-Marken könnte man sich vorstellen, dass sie sich den Fußpflegebereich dazu erobern.“ ■

the multifunctional cosmetic active **MPC™ – Milk Peptide Complex**

MPC™ – Milk Peptide Complex
reduces the visible signs of skin aging
and helps the skin to regenerate.

MPC™ – Milk Peptide Complex
contains natural bioactive polypeptides
(Cytokines) obtained from milk. These
cytokines are the key regulators of cell
functions. They enable cells to react to
changes very fast and efficiently.



MPC™ – Milk Peptide Complex is a strong activator of regenerative cell functions. It boosts collagen synthesis and other Extracellular Matrix (ECM) compounds, leading to a reorganization of the ECM. In vivo tests have shown that **MPC™** reduces wrinkle depth and skin roughness fast. **MPC™** also firms skin by stimulating the production of connective tissue components, thereby increasing elasticity and thickness of the skin.



Trendpräsentationen 2006:

Innovationen und Revivals



Imogen Matthews

Auf der diesjährigen In-Cosmetics vom 4. bis 6. April in Barcelona diskutierten die Vertreter führender Marktforschungsinstitute im Rahmen der Trendpräsentationen Schlüsselthemen und Chancen auf dem globalen Kosmetik- und Körperpflegemarkt. Neben den aktuellen Entwicklungen in Zukunftsmärkten wie Brasilien und Russland ging es auch um die speziellen Bedürfnisse von Zielgruppen wie der 50+-Generation, Männern und Teenagern sowie um die wachsende Nachfrage nach natürlichen Produkten.

In ihrem Vortrag über den weltweiten Kosmetik- und Körperpflegemarkt berichtete Claire Briney von Euromonitor, dass in Brasilien, dem weltweit viertgrößten Markt, das Wachstum vor allem durch eine sehr junge Bevölkerung mit einem Anteil der unter 30-Jährigen von 60 Prozent beflügelt wird. Der von dem brasilianischen Unternehmen Natura und der

globalen Marke Avon dominierte Direktvertrieb kommt auf einen Marktanteil von insgesamt 28 Prozent. Außerdem ist die heimische Produktion von natürlichen Inhaltsstoffen geprägt, die von den Exportmöglichkeiten profitieren.

Größte Kategorie weltweit ist mit 51 Mrd. US-\$ die Haarpflege. Mit insgesamt 29 Prozent Anteil am Haarpflegemarkt bilden Shampoos das größte Segment. Mit 9 Prozent gewinnen professionelle Haarpflegeprodukte an Bedeutung und sind in den USA mit einem Umsatzanteil von 30 Prozent besonders stark vertreten. Wachstumsfaktoren der Haarpflege sind die zunehmende Segmentierung als Antwort auf neue Verbraucherbedürfnisse, der Trend zu gehobenen Massenmarken sowie die ethnische Haarpflege.

Die führenden multinationalen Unternehmen dominieren weiterhin den globalen Kosmetik- und Körperpflegemarkt, an der Spitze hat es allerdings Veränderungen gegeben, da Procter and Gamble dank des Erwerbs von Gillette mit einem Anteil von 13 Prozent seit 2005 den ersten Platz einnehmen. Bei einem Welt-

G Positive Erfahrungen mit der Marke festigen die Bindung



photo: Beiersdorf

marktanteil von 10 Prozent wird L'Oréal mit der Akquisition von The Body Shop in diesem Jahr aber wieder deutlich aufholen.

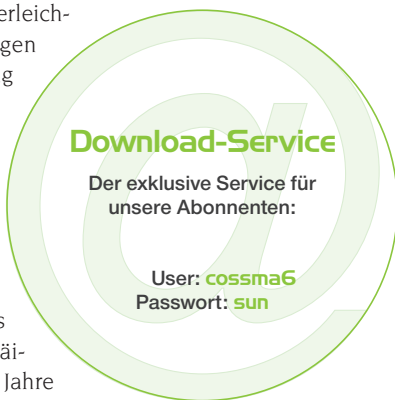
Am erfolgreichsten sind die Unternehmen, die die Bedürfnisse der wachsenden 50+-Generation ernst nehmen, so Bob Wilmott von Diametric. Für die meisten dieser Produkte sei das Seniorenalter allerdings kein Marketingargument, da sich die Altersgruppe deutlich jünger fühlt als sie ist. Neue Wachstumsbereiche sind die Anti-Müdigkeits-Hautpflege sowie die nicht operative Optimierung des Aussehens.

Marie Alix Leroy von der französischen Marketingberatung Yin Group beschäftigte sich mit den ungenutzten Bedürfnissen der über 60-Jährigen, die ihre eigene Auffassung von Anti-Aging haben: „Mit 50 wollen Frauen die Uhr zurückdrehen, mit 60 ihr Aussehen konservieren“, meint Marie Leroy. Deswegen bevorzugen sie Apotheken- und Low-Profile-Marken. Trockene Haut ist ebenso ein wichtiges Thema wie empfindliche Haut. Erfolg verspricht ein einfacher Inhaltsstoff mit einer eingängigen Marketingstory. Außerdem sollte es der Altersgruppe erleichtert werden, Produkte gegen trockene Haut regelmäßig zu benutzen oder sie zur besseren Hautbefeuchtung zu kombinieren.

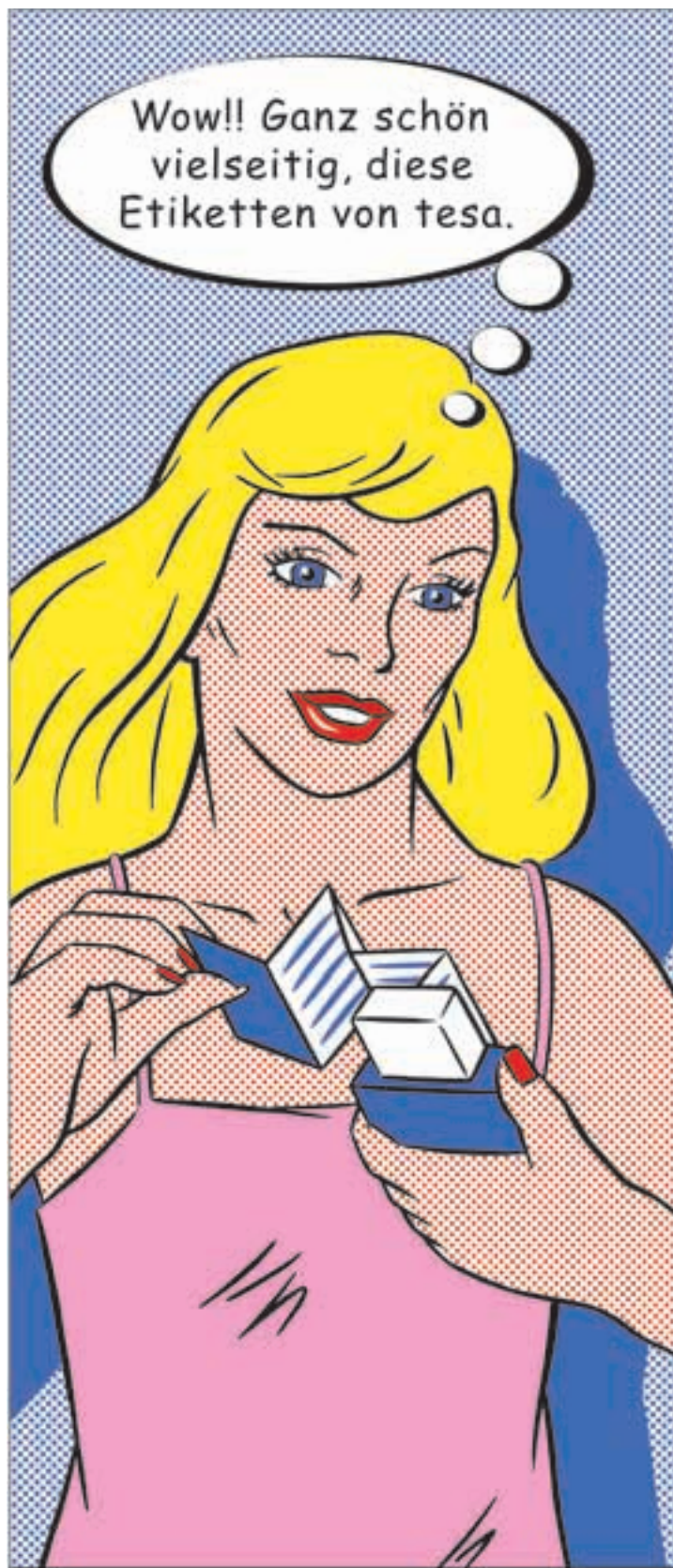
Daniel Bone von Datamonitor berichtete, dass der Körperpflegekunde im Durchschnitt immer älter wird und dass 2009 30 Prozent der europäischen und US-Kunden 50 Jahre und älter sein werden. „Der typische Verbraucher über 45 gibt 45 \$ pro Jahr mehr für Körperpflegeprodukte aus als die Konsumenten unter 45.“ Daher sei es wichtig, ältere Verbraucher in Marketingstrategien stärker zu berücksichtigen, wie etwa Revlon mit seinem Age Defying Make-up, das in zwei Formulierungen angeboten wird, von denen eine die Probleme älterer Frauen mit trockener Haut thematisiert. Männliche Verbraucher seien besonders kompliziert und ließen sich in drei Typen einteilen: den progressiven körperpflegeaffinen Metrosexuellen, den mit 60 Prozent am häufigsten vertretenen hybriden Traditionellen und den Retrosexuellen mit einem geringen Interesse an Kosmetik und Körperpflege. „Aber: Alle drei Konsumententypen lassen sich durch den richtigen Marketingmix als Kunden gewinnen“, meinte Bone.

Marken für ein ganzes Leben

Nicola Perl von Beiersdorf erläuterte die Forschung, die der Markteinführung der Jugendhautpflegeserie Nivea Young vorausging. Im Laufe des Jugendalters perfektioniert die schwer einzugrenzende Zielgruppe ihre Gesichtspflege und fängt an, ohne mütterlichen Rat selbst



Download-Service
Der exklusive Service für unsere Abonnenten:
User: **cossmag**
Passwort: **sun**



tesa Multipage – der selbstklebende Faltprospekt.

Bis zu 26 Seiten stark. Für Information und Promotion. Für Gewinnspiele, Gutscheine, Rezepte oder Anwendungshinweise. Fragen Sie tesa für innovative Etiketten.

www.tesa.ch

tesa
Etiketten

tesa Bandfix AG, CH-8962 Bergdietikon, Telefon +41 44 744 31 11



photo Biotherm

Wichtiger E Trend:
funktionelle Inhaltsstoffe
gegen Cellulite

Gillian Morris von der Unternehmensberatung Kline meinte: „Sogar im Massenmarkt finden wir inzwischen innovative Rohstoffe.“ Drei Produktkategorien hätten die Körperpflege besonders vorangebracht: An erster Stelle stehen die Silikone, die ganz neue Produktarten ermöglicht hätten wie etwa die neuen Antitranspiranzen oder die 2-in-1-Shampoos. Zum Zweiten ermöglichen neue Trägersysteme Innovationen in der AntiAging-Hautpflege wie etwa stabilisierte Wirkstoffe, verbesserte Hautpenetration und längere Haltbarkeit. Drittens gewinnen Spezialwirkstoffe wie Peptide in der Anti-Aging-Hautpflege an Bedeutung.

Mike Branson von Pearlfisher berichtete von Marken mit ethischem Mehrwert wie The Body Shop und Dr. Hauschka. So unterstützt z.B. Estée Lauder das Projekt Breast Cancer Awareness und Dove setzt in seiner Campaign for Real Beauty lebensnahe Models ein.

Claire Briney von Euromonitor sieht in den natürlichen Rohstoffen einen Schlüsselrend. „Der Natur- und

Biotrend umfasst auch die Verwendung von Lebensmitteln wie Soja, Aloe vera, Milch oder grünem Tee.“ Die wichtigsten Märkte für natürliche Körperpflege sind die USA und England, aber am stärksten wird sie in Deutschland wachsen.

Dr. Jörg Grünwald beschrieb die Arbeit von Phytotrade Africa, einer Non-Profit-Organisation für südafrikanische Produkte, die die Chancen der Landbevölkerung durch natürliche Produkte verbessern will. Die Inhaltsstoffe aus einheimischen Pflanzen, wie etwa die GMO-freie Lipidserie Ubuntu Natural, werden nach klaren sozialen und ökologischen Richtlinien produziert.

Die führenden europäischen Verbände AIAB, BDIH, Ecocert und Soil Association haben unterschiedliche Zertifizierungskriterien, streben aber eine Harmonisierung an. Valerie Lemaire von Ecocert meinte dazu: „Unser Ziel sind ein gemeinsames Logo und gemeinsame Standards. Dabei wird jedes Land zusätzlich zu den Minimalanforderungen eigene Kriterien ausarbeiten.“ Voraussichtlich wird es

einzukaufen. Die Beziehung zu einer Marke wird meist zwischen 12 und 17 Jahren aufgebaut, wenn 80 Prozent der Jugendlichen ihre Marke finden.

David Jago und Lyn Dornblaser von Mintel berichteten, dass zwischen 2004 und 2006 43.758 kosmetische und 31.836 Körperpflegeprodukte weltweit auf den Markt kamen. Eines der Haupttrends sind funktionelle Inhaltsstoffe gegen Cellulite wie Niveas Goodbye Cellulite Patch mit Carnitin. Ganz häufig werden natürliche Inhaltsstoffe verwendet wie etwa Lotus- und Altheawurzeln in der Nuxe-Hautpflege oder Kaktusblume in der Hautpflege von Arizona Hot Sands. Der Lebensmittelrohstoff Gelée royale wird jetzt auch im neuesten Lippenstift von Helena Rubinstein eingesetzt. Ein Beispiel für die vielen professionellen Produkte für zu Hause ist der Spray-Selbstbräuner Salon Bronze Airbrush Tanning.

Alle Männertypen lassen sich
durch den richtigen
Marketingmix als Kunden gewinnen



photo: Biotherm

Ganz häufig werden natürliche Inhaltsstoffe wie Kaktusblüten eingesetzt



photo: Pixelquelle.de

ein Siegel für natürliche und eins für Bioprodukte geben. Mit der Zeit werden die Standards auch auf nicht europäische Länder ausgeweitet.

Russland: Einheimische Marken wirken natürlicher

Anna Dycheva-Smirnoff von Staraya Krepost berichtete über die Haupttrends auf dem russischen Markt, der in den letzten 6 Jahren mit zweistelligen Wachstumsraten und 2006 mit einem Volumen von 7,9 Mrd. US-\$ glänzte. Die Haarpflege ist mit 1,2 Mrd. US-\$ die wichtigste Kategorie, dicht gefolgt von der dekorativen Kosmetik. „Russische Frauen verwenden zweimal so viel Make-up wie westliche Konsumentinnen“, bestätigt Anna Dycheva-Smirnoff.

Während ausländische Marken 1995 noch einen Marktanteil von 90 Prozent erzielten, waren es 2005 nur

noch 60 Prozent. Russische Marken sind besonders in der Baby-, Haut-, Zahn- und Haarpflege erfolgreich. „Russische Frauen nehmen einheimische Marken als natürlicher wahr als westliche Marken, lesen eher die Angaben zu den Inhaltsstoffen und vergleichen Marken“, berichtete Smirnoff. Für ausländische Hersteller wachsen die Möglichkeiten für Handelsmarken, da schon 30 Prozent der russischen Unternehmen Lohnherstellung anbieten. Die russische Drogeriemarktkette 36,6 bringt als erstes Unternehmen eine Handelsmarke auf den Markt, aber auch Arbat Prestige, Ramstore und Perekrestok stehen bereits in den Startlöchern.

Imogen Matthews,
In-Cosmetics-Beraterin

Weitere Informationen finden Sie im Internet, s. Internetbutton

DIE PERFEKTE FORM!
90-60-90*

beyondbeauty
by wilden

Bezeichnen Sie uns:
| T48 | K149

* Schmal, elegant, ein Eyecatcher: WILDEN PREMIUM zeigt Form und Technik. Das patentrechtlich geschützte Airless-System WILDEN PREMIUM hat eine Verschlussmembran, die optimalen Schutz gegen Kontamination und Austrocknung bietet.

Der Spender ermöglicht eine exakte Dosierung kleinster Produktmengen. Für die Dosierpumpe wurde eine neue Technologie entwickelt, die keine Metallteile benötigt und ein Dosiervolumen von 0,4 ml bis 0,5 ml zulässt. Auf Wunsch kann das Dosiervolumen durch Änderung des Dosierwegs auf 0,2 ml reduziert werden.

Eine besonders angenehme Haptik für den Nutzer erreicht die Soft Touch-Oberfläche. Mit den Volumina 15 ml, 30 ml und 50 ml ist der neue Spender WILDEN PREMIUM besonders auf die Einsatzbereiche „Skin Care“ und „Make up“ abgestimmt. Größtmögliche Gestaltungsfreiheit garantiert die Konstruktion des Spenders. So lässt sich beispielsweise das zweifarbige Kopfstück individuell an jedes Produkt anpassen. Farbe, Form, Volumina und Veredelung des Spenders sind variabel. Für die Oberflächendekoration stehen alle Möglichkeiten offen - alle gängigen Verfahren wie Siebdruck, Screen, Lackieren oder Folierprägung können eingesetzt werden.

WILDEN

WILDEN AG

Bischof-von-Henle-Str. 2 b
93051 Regensburg, Germany
Tel.: +49 (0) 941 70 58-200
Fax: +49 (0) 941 70 58-201
www.wilden.de
beautypack@wilden.com

Produkte für die reife Haut



Meist wird die Haut im Alter trockener und benötigt mehr Fett und Feuchtigkeit. Damit die hauteigene oder zugeführte Feuchtigkeit nicht so schnell verdunstet, werden feuchtigkeitsspendende Stoffe eingesetzt. Dazu zählen z.B. Harnstoff, Hyaluronsäure und Aloeextrakt. Nicht selten geht trockene Haut

auch mit Trockenheitsfältchen einher. Während Feuchtigkeit gegen Trockenheitsfältchen hilft, sind Altersfalten und mimische Falten schon hartnäckiger. Kein Wunder, dass Pflegeprodukte, die speziell auf die Bedürfnisse reifer Haut zugeschnitten sind, immer mehr Anklang finden. Und das nicht nur bei den Damen. Auch die Herren der Schöpfung interessieren sich immer mehr für spezielle Pflegepräparate, mit denen sich unliebsame Hautalterungserscheinungen bekämpfen lassen.

Speziell für die reife Haut präsentieren wir Ihnen in dieser Ausgabe eine regenerierende Nachtcreme von

Cognis. Weitere Anregungen zu diesem Thema finden Sie unter www.cossmma.com/download.

Meist wird die Haut im Alter trockener und benötigt mehr Fett und Feuchtigkeit. Damit die hauteigene oder zugeführte Feuchtigkeit nicht so schnell verdunstet, werden feuchtigkeitspendende Stoffe eingesetzt. Dazu zählen z.B. Harnstoff, Hyaluronsäure und Aloeextrakt. Nicht selten geht trockene Haut auch mit Trockenheitsfältchen einher. Während Feuchtigkeit gegen Trockenheitsfältchen hilft, sind Altersfalten und mimische Falten schon hartnäckiger. Kein Wunder, dass Pflegeprodukte, die speziell auf die Bedürfnisse reifer Haut zugeschnitten sind, immer mehr Anklang finden. Und das nicht nur bei den Damen. Auch die Herren der Schöpfung interessieren sich immer mehr für spezielle Pflegepräparate, mit denen sich unliebsame Hautalterungserscheinungen bekämpfen lassen.

Speziell für die reife Haut präsentieren wir Ihnen in dieser Ausgabe eine regenerierende Nachtcreme von Cognis. Weitere Anregungen zu diesem Thema finden Sie unter www.cossmma.com/download.

Regenerating Night Cream

Ingredients	INCI Name	w/w %	Supplier
A: Dehymuls PGPH	Polyglyceryl-2 Dipolyhydroxystearate	3.0	Cognis
Lameform TGI	Polyglyceryl-3 Diisostearate	2.0	Cognis
Beeswax 8100	Cera alba	1.5	
	Zinc Stearate	1.0	
Dow Corning 245	Cyclopentasiloxane	5.0	
Cetiol CC	Dicaprylyl Carbonate	5.0	Cognis
Cetiol 868	Ethylhexyl Stearate	4.0	Cognis
Myritol 312	Caprylic/Capric Triglyceride	4.0	Cognis
Avocado Oil	Persea Gratissima Oil	2.0	
Copherol F 1300 C	Tocopherol	1.0	Cognis
B: Glycerin	Glycerin	3.0	
MgSO4 x 7H2O		0.7	
Water, de-ionized	Aqua	60.8	
C: Lactolan LS 5879	Hydrolyzed Milk Protein (US), Hydrolyzed Milk Protein (EU)	7.0	Cognis
Perfume		q.s.	
Preservative		q.s.	

Viscosity: 137,500 mPas, Brook. RVF, 23°C, sp. TE, 4 rpm, with Helipath
 Procedure: Melt the components listed under A at 80–85 °C and stir until uniform. Heat the components listed under B to 80–85 °C and add „slowly“ to phase I while stirring. Stir for 5 minutes at this temperature. Allow the emulsion to cool with stirring in such a way that it remains in continual motion. Avoid the incorporation of air. Stir while cooling to 30 °C. Add phase C as required. Homogenize at RT with a Triple Roller Mill in order to improve stability and structure.
 Producer: Cognis

Im August widmen wir uns den Produkten mit Trendwirkstoffen. Im September sind dann Formulierungen für Körperpflegeprodukte an der Reihe. Alle Angaben sind mit Sorgfalt zusammengestellt, doch übernehmen weder die Redaktion noch die Entwickler der Rezepturen Verantwortung für die Richtigkeit oder die Sicherheit der Formulierungen.



60

years
of INNOVATION

cosmetic actives
for skin and hair care



the KNOW-HOW
at the service of INNOVATION

France
phone: (33) 3 83 29 97 92
fax: (33) 3 83 29 98 65

USA
phone: (1) 215 628 1447
fax: (1) 215 628 1450

Laboratoires Sérobiologiques - 3, rue de Seichamps - BP40 - 54425 Pulnoy - France
www.laboratoires-serobiologiques.com e-mail : customer-service.ls@cognis.com


**LABORATOIRES
SÉROBIOLOGIQUES**
Division de Cognis France

Aktuelle Importpreise für ätherische Öle in E/kg:

Juli 2006

Lemon, Messina, winter crop	19.00	steady	Lemon, Messina, winter crop	19.00	steady
Lemon grass, Cochin, min. 75 %	18.00	firmer	Lemon grass, Cochin, min. 75 %	18.00	firmer
Lime dist., Mexico, West Indies	36.00	firm	Lime dist., Mexico, West Indies	36.00	firm
Litsea cubeba, Chinese, min. 75 %	21.00	slightly weaker	Litsea cubeba, Chinese, min. 75 %	21.00	slightly weaker
Menthol, Chinese, BP/DAB	20.00	stable	Menthol, Chinese, BP/DAB	20.00	stable
Menthol, Indian, known brands	19.00	stable	Menthol, Indian, known brands	19.00	stable
Mint (Pepp. arv.), Brazil	42.00	unchanged	Mint (Pepp. arv.), Brazil	42.00	unchanged
Mint (Pepp. arv.), China	16.50	stable	Mint (Pepp. arv.), China	16.50	stable
Mint (Pepp. arv.), India	14.40	stable	Mint (Pepp. arv.), India	14.40	stable
Nutmeg, Sri Lanka	41.00-47.00	unchanged	Nutmeg, Sri Lanka	41.00-47.00	unchanged
Nutmeg, Indonesia	36.00-45.00	unchanged	Nutmeg, Indonesia	36.00-45.00	unchanged
Orange, bitter	43.00-84.00	weaker	Orange, bitter	43.00-84.00	weaker
Orange, Brazil	3.00	steady	Orange, Brazil	3.00	steady
Orange, Florida Valencia, CP	4.20	unchanged	Orange, Florida Valencia, CP	4.20	unchanged
Palmarosa, East India, min. 90 %	22.00	steady	Palmarosa, East India, min. 90 %	22.00	steady
Palmarosa, South America, min. 92 %	29.00	unchanged	Palmarosa, South America, min. 92 %	29.00	unchanged
Parsley seed	110.00	steady	Parsley seed	110.00	steady
Patchouli, Sumatra extra	27.00	weaker	Patchouli, Sumatra extra	27.00	weaker
Pepper, India	57.00	steady	Pepper, India	57.00	steady
Peppermint, Am. Kennewick/Yakima	42.00	unchanged	Peppermint, Am. Kennewick/Yakima	42.00	unchanged
Peppermint, Am. Mid-West	46.00	unchanged	Peppermint, Am. Mid-West	46.00	unchanged
Peppermint, Am. Willamette	45.00	unchanged	Peppermint, Am. Willamette	45.00	unchanged
Peppermint, Am. Madras	45.00	unchanged	Peppermint, Am. Madras	45.00	unchanged
Petitgrain, Paraguay	22.00	unchanged	Petitgrain, Paraguay	22.00	unchanged
Rosemary, North Africa, Morocco/Tunisia	20.00/19.00	new crop	Rosemary, North Africa, Morocco/Tunisia	20.00/19.00	new crop
Rosewood, Brazil	95.00	still scarce, limited good quality	Rosewood, Brazil	95.00	still scarce, limited good quality
Sage, Dalmatian, offic., 30 %	95.00	unchanged	Sage, Dalmatian, offic., 30 %	95.00	unchanged
Sandalwood, East Indies	2,015.00	no change, still very scarce	Sandalwood, East Indies	2,015.00	no change, still very scarce
Spearmint, Am. Native	35.00	unchanged	Spearmint, Am. Native	35.00	unchanged
Spearmint, Am. Scotch	37.00	unchanged	Spearmint, Am. Scotch	37.00	unchanged
Spearmint, Far East, 60/80 %	26.00/31.00	unchanged	Spearmint, Far East, 60/80 %	26.00/31.00	unchanged
Star anis, China	10.70	unchanged	Star anis, China	10.70	unchanged
Vetiver, Haiti	nom. 173.00	scarce			
Vetiver, Java	82.00	weaker			
Rosewood, Brazil	95.00	still scarce, limited good quality			

Terms are ex warehouse Germany
 Note: The /\$ exchange rates affect many prices and at times have a greater impact than the percentage price changes in local currency at origin
 Hinweis: Der Wechselkurs /\$ wirkt sich auf viele Preise aus und überspielt z.T. prozentuale Veränderungen der Preise im Ursprungsland



UNLIMITED BEAUTY

WITH ALL-Q™ PLUS WE UNVEIL
THE SECRET OF BEAUTY



- DSM's new ALL-Q™ plus is more than just Coenzyme Q10!
- ALL-Q™ plus combines the two essential skin antioxidants Coenzyme Q10 and Vitamin E in an easy to handle liquid.
- ALL-Q™ plus has proven efficacy for a youthful looking skin.
- Talk to DSM Personal Care to discover more!

ALL-Q™ plus – UNLIMITED BEAUTY



B2B Exchange - finden Sie heute Ihre Geschäftspartner von morgen

COSSMA und BEAUTY FORUM helfen Ihnen dabei, neue Geschäftskontakte zu knüpfen:

Alle unsere Geschäftspartner können diesen "International B2B Exchange" nutzen.

Stöbern Sie los und finden Sie Exportpartner von morgen gleich heute!

Weitere Infos s. auch www.cosma.com/b2bexchange

Business Contact

**NEW
Gelegenheit! Zu verkaufen
Schweizer Kosmetikfirma**

mit exklusiven, neuartigen Kosmetikprodukten und geschütztem Brand. Grosses Entwicklungspotenzial.

Weitere Produkte in der Pipeline.
VP: Euro 0,3 Mio.

Zuschriften unter Chiffre COS0602 an Health and Beauty Business Media GmbH, Postfach 1446, 76003 Karlsruhe

Wish to export their products

abalico

D-69469 Weinheim, Germany
Contact: Mr. Rüdiger Vogel
info@abalico.de
www.abalico.de

Products: Cosmetic products for hand and nail
wish to export to: A, CH, F, E, GB

Akzent direct GmbH

D-63571 Gelnhausen, Germany
Contact: Mr. Reiner Schmidt
info@akzent-direct.com;
www.akzent-direct.com

Products: Nail Design, Permanent Make-Up
wish to export to: Asia, AUS, Africa, Near East, P, E

Allpresan GmbH

D-48282 Emsdetten, Germany
Contact: Mr. Fritz Neubourg
fritz.neubourg@allpresan.de;
www.allpresan.com

Products: Skin Care Products for Dry and Very Dry Skin Cream Foams
wish to export to: B, NL, DK, FIN, S, N; GB, IRL, LT, LV, JAP, AUS, USA, MEX

American Nails

Ileana Schnell Cosmetic GmbH
D-80995 Munich, Germany
Contact: Raymond G. Zino
info@american-nails.com
www.american-nails.com
Products: Nail Care, Cosmetics

DR. BELTER COSMETIC GMBH

D-38106 Braunschweig, Germany
Contact: Ms. Annalena Kurth
COSMETIC@BELTER.de
www.BELTER.de

Products: skin and body care cosmetics
wish to export to: worldwide

CNC Cosmetic GmbH

D-76661 Philippsburg, Germany
Contact: Mrs. Daniela Rutsch
d.rutsch@cnc-cosmetic.de;
www.cnc-cosmetic.de

Products: Skin Care Products
wish to export to: worldwide

Dittmar GmbH

D-57642 Alpenrod, Germany
Contact: Ms. Brigitte Sojka
info@golddachs.de;
www.brush-king.de

Products: Brushes for cosmetic use, shaving-brushes, accessories
wish to export to: F,GB,CH,E,A,GR,I,USA,CND,JAP

EuBeCos.de

D-93170 Bernhardswald, Germany
Contact: Ms. Beate Knauer
info@eubecos.de;
www.eubecos.de

Products: Trade and production of professional nail products
wish to export to: worldwide

Dr. GRANDEL GmbH

D-86150 Augsburg, Germany
Contact: Mr. Jürgen Geisler
geisler@grandel.de;
www.grandel.de

Products: Skin care products, Spa collection series
Spa collection series
wish to export to: GB, PL, THAI, F, GUS

Dr. med. Christine Schrammek

D-45127 Essen, Germany
Contact: Ms. Claudia Hollinger
infoservice@schrammek.de;
www.schrammek.de

Products: Skin Care Products, Peelings
wish to export to: F, E, I

Dr. Schröder Cosmetics

D-24306 Plön, Germany

Contact: Mr. Roland S. Brückl
info@dr-schroeder-cosmetica.de;
www.dr-schroeder-cosmetica.de

Products: Skin Care products
wish to export to: PL, NL, B, E, GR, S, DK, FIN

Dr. Spiller Export Division Medicos International Höpfinger GmbH

D-75203 Königsbach/Stein, Germany

Contact: Mr. Gerhard Höpfinger
Medicosinternational@t-online.de

Products: Biocosmetic
wish to export to: Eastern EU, F, I,TR, GR, MEX, S. America

FANTASIA KG

D-56651 Niederzissen, Germany
Contact: Mr. A. Espig
fantasia.espig@t-online.de;
phone:++49 2636 9755 0

Products: Accessories for cosmetics, Massage- and wellness products
wish to export to: EU, CH, N

Gisbert Cosmetic

D-37115 Duderstadt, Germany
Contact: Mr. Gisbert Käsehage
gisbertcosmetic@epost.de;
phone: ++49 5527 998 708

Products: Moon phase products/ Mondphasenprodukte
wish to export to: worldwide

Heitland Cosmetics GmbH

D-29229 Celle, Germany
Contact: Ms. Heike Heitland
export@heitland.com;
www.heitland.com

Products: Skin Care Products, Apparative Cosmetics, Spa Products
wellness products
wish to export to: worldwide

INTER BEAUTÉ

F-63200 Riom, France
Contact: Mr. Gerard Durand
contact@inter-beaute.com;
www.inter-beaute.com
www.inter-beaute.com

Products: Beauty Equipment
wish to export to: D, A, H, PL, CZ

Ingeburg Praxis-Cosmetic GmbH

D-78229 Karlsruhe, Germany
Contact: Ms. Renate Karner
r.karner@praxis-cosmetic.de;
www.praxis-cosmetic.de

Products: Skin and Body Care Cosmetics, Ampoules, Decorative cosmetics
Decorative cosmetics
wish to export to: EU + worldwide

Ionto-comed GmbH

D-76344 Eggenstein, Germany
Contact: Mrs. Annett Kühl
sales@ionto.de; www.ionto.com



Products: skincare, podiatry, medical equipment
wish to export: worldwide

Klapp Cosmetics GmbH

D-37235 Hessisch Lichtenau, Germany
Contact: Mr. Jürgen Steuer
j.steuer@klapp-cosmetics.com
www.klapp-cosmetics.com

Products: Cosmetic products, SPA collection series
wish to export to: EU, S.America, Asia

Laboratorium Kosmetyczne "AVA"

PL-04-506 Warszawa, Polen
Contact: Darek Monkiewicz
avalk@op.pl

Products: Natural Cosmetics
wish to export to: United Europe

Langermann GmbH

H-1221 Budapest, Hungary
Contact: Ms. Maria Langermann
langerh@westel900.net;
www.langermann.hu

Products: Chairs for cosmetic treatment/Behandlungsliegen
treatment/Behandlungsliegen
wish to export to: PL, SK, D, HR, SL

Medicos Kosmetik GmbH & Co. KG

D-48291 Telgte, Germany
Contact: Mr. Detlef Isermann
www.aesthetico.de

Products: dermatological skin care, peeling substances
wish to export to: PL, A, CH, I, E, SGP

medilab GmbH & Co.

D-97230 Estenfeld, Germany
Contact: Ms. Stephanie Latz
s.latz@medilab.org;
www.medilab.org

Products: Apparative Cosmetics
wish to export to: B, E, P, FIN, JAP

Pretty Nails Europe

D-54294 Trier, Germany
Contact: Mr. Heinz G. Krauer
hgk@pretty-nails.de,
www.pretty-nails.de

Products: Cosmetic products for
wish to export: worldwide

Professional Products GmbH

D-44866 Bochum, Germany
Contact: Mr. Manfred Hennig,
Mr. Markus Hennig
Info@professional-products.de,
www.professional-products.de

Products: uv-lights, uv-gel,
nail design and nail care products,
wish to export: worldwide

riblu medizintechnik GmbH

D-56584 Rüscheid, Germany
Contact: Mr. Andreas Blum
info@riblu.de; www.riblu.de

Products: medical wellness products
wish to export: worldwide

RISO Cooperation GmbH

D-95326 Kulmbach, Germany
Contact: Mr. Manfred Ritter
m.ritter@riso.de
www.riso.de

Products: Permanent Make-up,
Decorative cosmetics
wish to export to: worldwide

Sergio Nails GmbH

D-64720 Michelstadt, Germany
Contact: Ms. Nicole Hintze
sergio-nails@t-online.de;
www.sergio-nails.de

Products: Nail Design
wish to export to: worldwide

SIROD-Cosmetic-Vertr. Ges.

D-68259 Mannheim, Germany
Contact: Mr. Peter
Fhrtmnn@aol.com

Products: Skin Care, Collagen Fleece Masks
wish to export to: worldwide

Skin Jet GmbH

D-64283 Darmstadt, Germany
Contact: Dr. Krystyna
info@skin-jet.com; www.skin-jet.com

Products: Cosmetic and medical concepts,
devices and products
wish to export: worldwide

SPA Solutions Beate Blecker

D-04129 Leipzig, Germany
Contact: Mrs. Blecker
info@spasolutions.de
www.spasolutions.de

Products: Consulting
wish to export to: A, PL, EU

STERMARK COSMETIC GmbH

D-85579 Neubiberg, Germany
Contact: Mr. Reimar Oelsner
reimar.oelsner@ulrich-krause.de;
www.stermark-cosmetic.com

Products: Skin Care, Hair Remover,
Creamdye for Eyelashes & Brows
wish to export to: EU + worldwide

TANA Cosmetics

D-33602 Bielefeld, Germany
Contact: Egypt-Wonder GmbH+Co.KG
Mr. Ronald Fortmann
info@tana-cosmetics.com
www.tana-cosmetics.com

Products: Colour cosmetics,
Cosmetic products for self tanning
wish to export to: A, P, CZ, S, GB, E

Togal-Werk AG

D-81675 München, Germany
Contact: Mr. Thomas Mangold
t.mangold@togal.de
www.togal.de

Products: Consumer foot-care
products, professional foot-care
products
wish to export: worldwide

NEW

YES-PAR GmbH

D-21079 Hamburg, Germany
Contact: Mr. Marc Lindemann
info@yes-par.de

Products: Skin and Body Care Products
wish to export: worldwide

Looking for products to distribute

Academia-more than nails GmbH

D-68542 Heddeshheim, Germany
Contact: Ms. Christiane Bolleyer
info@academia-more-than-nails.de;
www.academia-more-than-nails.de

Products: Cosmetic products for
hands and nails
wish to import from: Asia, USA

Anzeigen-Verzeichnis

Firmen-Verzeichnis

Airlessystems	
www.airlessystems.com	29
Airspray International B.V.	
www.airspray.net	2
S Black GmbH	
www.sblack.com	14
BOMO TRENDLINE COSMETIC GMBH	
www.bomo-trendline.de	15
Brecht GmbH	
www.cospharm.de	10
Cognis GmbH & Co.KG	
www.cognis.com	22,23
Coster Tecnologie Speciali S.p.A.	
www.coster.com	13
CTL Packaging S.A.	
www.ctlpackaging.com	33
Daiichi Fine Chemical Europe GmbH	
www.daiichi.de	21
DERMATEST GmbH	
www.dermatest.de	15
Eckart GmbH & Co.KG	
www.eckart.net	35
Emballage	
www.emballageweb.com	7
Paul Kaders GmbH	
www.kaders.de	29
Kraeber GmbH & Co	
www.kraeber.de	21
Le Laboratoire du Bain	
www.laboratoire-du-bain.com	19
Linhardt GmbH + Co.KG	
www.linhardt.com	29
Mani GmbH	
www.mani-gmbh.com	14
Anton Paar GmbH	
www.anton-paar.com	25
Sederma SAS	
www.sederma.fr	11
Gerhard Schubert GmbH Spezialmaschinenbau	
www.gerhard-schubert.de	9
Trichema AG	
www.trichema.ch	25
Wilden AG	
www.wilden.de	31
Zschimmer & Schwarz GmbH	
www.zschimmer-schwarz.de	52

AAR	
www.aar-montagen.de	34
AC Serendip	
www.ac-serendip.com	13, 34
Achema	
www.chema.de	13, 34
Airlessystems	
www.pechiney.com	30
Alban Muller	
www.albanmuller.com	6
Alcan	
www.alcanpackaging.com	6
American Academy of Dermatology	
www.aad.org	6
Artdeco	
www.artdeco.com	8
Avon	
www.avon.com	26
BASF	
www.basf.com	6
Bayer Technologies Services	
www.bayeretechnology.com	13
BBK Etikettier- und Sondermaschinenbau	
www.bbk-gmbh.de	6
CKL	
www.multimix.com.my	34
Claire Fisher	
www.claire-fisher.de	24
Club des Créateurs de Beauté	
www.ccb-paris.com	27
Cognis	
www.cognis.com	37
Colgate	
www.colgate.com	8
Colipa	
www.colipa.com	3
Crown	
www.crowncork.com	6, 13
CTL	
www.ctlpackaging.com	30
Daiichi	
www.daiichi.de	10
Daniele de Winter	
www.danieledewinter.com	24
Decorpart	
www.decorpart.co.uk	6
Dermofarm	
www.dermofarm.com	32
Eberhard-Schöck-Stiftung	
www.eberhard-schoeck-stiftung.de	6
Ehrfeld Mikrotechnik	
www.ehrfeld.com	34
Ekato	
www.ekato.com	34
Engelhard	
www.engelhard.com	6
Euromonitor	
www.euromonitor.com	18
Exsymol	
www.exsymol.com	28
Fryma Koruma	
www.frymakoruma.com	34
Garnier	
www.loreal.com	8
Gea Niro Soavi	
www.niro-soavi.it	34
Gillette	
www.gillette.com	13, 18
GlaxoSmithKline	
www.gsk.com	8
Dafila	
www.ishi.it	26
Heinen	
www.heinen.biz	34
IKA-Werke	
www.ika.net	34
IKW	
www.ikw.org	7
Impress	
www.impress.com	6
Innéov	
www.inneov.de	24
Institut für Mikrotechnik Mainz	
www.imm-mainz.de	34

Klapp	
www.klapp-cosmetics.com	24
Krieger	
www.kriegerswitzerland.com	34
Krüss	
www.kruss.de	34
L.U.M.	
www.lum-gmbh.de	13
L'Oréal Paris	
www.loreal.com	8
Lameplast	
www.lameplast.it	12
Lancôme	
www.lancome.com	6
Linhardt	
www.linhardt.com	6, 30
Lödige	
www.loedige.de	34
Malvern Instruments	
www.malvern.de	34
Merz	
www.merz.de	24
Mintel	
www.mintel.com	18, 26
Monoi Institute	
www.monoi-institute.org	6
NRC	
www.nrc.de	28
Primaflour	
www.primaflour.com	32
Prospectivo	
www.prospectivo.de	32
Quadro	
www.quadro.com	34
Rausch	
www.rausch-verpackung.de	6
Rexam	
www.rexam.com	6, 12
Rhodia	
www.rhodia.com	6
Schott Instruments	
www.schottinstruments.com	34
Sederma	
www.sederma.fr	3, 20
Sensodyne	
www.sensodyne.de	8
Shiseido	
www.shiseido.com	6
Sony CP Laboratories	
www.sonycpplabo.co.jp	26
Strand Cosmetics	
www.strandcosmeticseurope.com	32
Symex	
www.symex.de	34
Syntics	
www.syntics.com	34
Tri-K	
www.tri-k.com	6
Tuboplast	
www.tuboplasthispania.com	30
U.S. Can	
www.uscanco.com	6
Valois	
www.valois.com	6
Verein Deutscher Sprache	
www.vds-ev.de	6
Weleda	
www.weleda.com	6
Willy A. Bachofen	
www.wab.ch	34
Ytron	
www.ytron.com	34
Zschimmer	
www.zschimmer-schwarz.com	10



Kleine Dosis, große Neuigkeiten

Die Mehrfachdosis von Lameplast gibt es jetzt in neuen Formen und Größen: von 2 bis 5 ml, erhältlich in den allerneuesten Farben und weitgehend personalisierbar. Drei verschiedene Anwendungsmöglichkeiten erhöhen den besonderen Wert jedes Kosmetikprodukts. Eine weitere elegante und praktische Lösung, die aus dem unstillbaren Drang nach Innovation entsteht. Lameplast unterstützt das Marketing der Kosmetikfirmen seit jeher mit gewinnbringenden Ideen.

Small doses, great innovation. Lameplast's multidose containers are now available in new shapes and sizes, from 2 to 5 ml, in trendy colours and with high customisation possibilities. They can also perform three different dispensing systems, in order to set off the specific characteristics of each high end cosmetic product. Once again Lameplast finds out an elegant and practical solution, arising from its never ending aptitude for innovation. Lameplast's proposals are always winning, because they are oriented to the best expression of its cosmetic customers' marketing needs.

HBA New York - Sept 12-14
CPhI Paris - Oct 3-4-5
LUXE PACK Montecarlo - Oct 24-27

Contract Filling



Ihr Garant für höchste Qualität!

Wir bieten mehr als reinen Produktionsservice!

**Entwicklung • Beschaffung
Produktion • Abfüllung
Verpackung • Qualitätssicherung**

CARECOS Kosmetik GmbH
Handwerkstraße 8
D-77694 Kehl • Germany
Fon.: ++49/78 53/92 87-0
Fax: ++49/78 53/92 87 77
e-mail: info@carecos.de
www.carecos.de

Aerosol-Qualitätsabfüllung im Rhein-Main-Gebiet

Lohnabfüllung
Konfektionierung
Verpackung
Versand
Produktentwicklung

Eigene Rezepturen
Zink-Spray
Alu-Spray
Schmierspray
Techn. Aerosole

W + S Aerosoltechnik GmbH
Am Sportplatz 5
63791 Karlstein
Tel. 0 61 88 / 95 75 13
Fax 0 61 88 / 95 75 44

Ein Unternehmen der Firmengruppe




Lohnabfüllung

Zellaerosol GmbH
Wiesenstraße 13
D-79669 Zell/Wiesental
Telefon 0 76 25 / 92 53-0
Telefax 0 76 25 / 92 53-14
E-Mail: info@zellaerosol.de
Internet: www.zellaerosol.de

FIT FÜR DIE ZUKUNFT

ZUKUNFTSWEISEND IN INNOVATION UND KOMPETENZ

- PRODUKTION
hochwertige Körperpflege
- AEROSOLE
- LOHNABFÜLLUNG UND PRODUKTION
individuelle Dienstleistung
- FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG
im eigenen Labor
- TRENDANALYSEN



WEINZIERL

A. Zugl. Brand- und Geruchsberatung für par. Aromen
Wiederabfüllung für par. Offshore-Produkte

Wenn "Outsourcing" für Sie ein Thema ist,



sind wir der kompetente Partner.

Die Geschäftliche Fertigung erfolgt in den Bereichen:

- Kosmetik und Körperpflege
- Arzneimittel – nach § 13 AMG
- in flüssiger und halbfester Durchschüttung
- Medizinprodukte – gem. MFG
- Chemisch-Technische Produkte

Mit diesem Produktportfolio:
Cremes und Emulsionen, Lotiones, Talfen,
Gels, Liquida, Duftölen, Feinen, Bringungs-
und Pflegemittel, Desinfektionslösungen.

Wir fertigen unter Vakuum in Batch Verfahren
Abfüllung auf isothermen Maschinen in Alu-
Kunststoff / Laminattuben, Dosen, Tiegeln,
Glas- und Kunststoffflaschen, Kanistern, Sachets.

Unser Kunden-Dienstleistungs-Angebot:
Entwicklung und Rezeptur Service
Materialsupport
Herstellung im Kundenauftrag
Analytische und mikrobiologische Kontrollen
Abfüllung, Konfektionierung
Lagerung und Versand
GMP-gerechte
Dokumentation



DREITURM GmbH

D-36296 Dittmar a.d.S.
Telefon (054643) 970-190 - Fax (054643) 970-496
e-Mail: info@dreiturm.de - Internet: www.dreiturm.de



innovativ kompetent zuverlässig

Entwicklung, Herstellung, Konfektionierung von
Aerosolen, Kosmetika, Pharmazeutika und
Kaufhilfs-/technischen Produkten

Trichema AG,
Lüttichstrasse 4
CH-6341 Baar (ZG)

Tel. ++41 (0)41 788 02 02
Fax ++41 (0)41 788 02 98
E-Mail: info@trichema.ch
www.trichema.ch

Contract Manufacturing and Packaging

GANZ EINFACH: LEISTUNG

- HERSTELLEN**
von Salben, Gelen, Cremes, Zahnpasta,
Liquida, Pulver; Suppositorien in PVC-
oder Aluzellen.
- ABFÜLLEN**
in Alu-, Kunststoff-, Laminattuben,
Tiegel, Flaschen, Beutel, Dosen.
- KONFEKTIONIEREN**
von pharmazeutischen, kosmetischen,
chemischen Produkten, Nahrungs- und
Genußmitteln.
- DOKUMENTIEREN**
GMP-gerechte Kontrolle und Doku-
mentation. Modernes Labor mit
Mikrobiologie.



WAGENER & CO
GANZ EINFACH: LEISTUNG.

Wagener & Co GmbH
Postfach 1645 · 49516 Lengerich
Telefon 0 54 81 / 8 06 - 0
Telefax 0 54 81 / 8 06 - 200
E-Mail: kontakt@wagener-co.de
Internet: www.wagener-co.de

S & D AROMA LTD
www.sdaroma.com

Contract Manufacturing Pharmaceuticals and Cosmetics



LEISTUNG, DIE SICH RECHNET.

- Arzneimittel
- Kosmetika
- Medizinprodukte
- ▶ Lohnherstellung
Cremes, Gels, Salben,
Liquida
- ▶ Lohnabfüllung
Konfektionierung
- ▶ Rezepturenentwicklung
- ▶ Fertigung und Dokumentation
nach GMP-Richtlinien
- Herstellungserlaubnis
gemäß § 13 AMG
- zertifiziert nach
DIN EN ISO 9001
und ISO 13485



Gesundheitspflege- und
Pharmazeutika GmbH
Konrad-Adenauer-Str. 3
D-77704 Oberkirch
Telefon (07802) 9265-0
Telefax (07802) 9265-165
info@etol-oberkirch.de

"Your advertisement could be right here"

Book now:
Call +49 (0)721 165-144



INDUSTRIE-VERPACKUNG GmbH & CO. KG

Entwicklung,
Herstellung und
Abfüllung von:

- Aerosolen
- Liquida
- Tiegeln
- Kanistern

Im Kundenauftrag

Portranstraße 84 · D-85355 Neuland
Telefon 0921/4 80 53 00
Telefax 0921/4 80 53 38
www.lema-industrieverpackung.de
e-mail: info@lema-industrieverpackung.de

Anzeigen-Hotline
+49 (0)721 165-144

Cosmetics Colorants

GOLDMANN®

S. GOLDMANN GMBH & CO. KG
Schillerstrasse 79, 33609 Bielefeld
Tel. (05 21) 9 32 78-0, Fax (05 21) 9 32 78-25
h.wortmeier@gold-mann.de
www.gold-mann.de

Your brand success is our challenge!

www.cosmetic.merck.de



Sie suchen internationale Geschäftspartner im Export?
 Im International B2B Exchange auf Seite 40 werden Sie fündig.
 You are looking for export contacts?
 Check the International B2B Exchange on page 40 in this issue.



Cosmetics Raw Materials

BASF
 BASF ChemTrade GmbH
 Industriestraße 20
 91593 Burgbernheim
 Tel.: 098 43/98 28-0
 Fax: 098 43/98 28-24
 e-Mail: info@basf-chemtrade.de

GOLDMANN®

S. GOLDMANN GMBH & CO. KG
 Schillerstrasse 79, 33609 Bielefeld
 Tel. (05 21) 9 32 78-0, Fax (05 21) 9 32 78-25
 h.wortmeier@gold-mann.de
 www.gold-mann.de

Your brand success is our challenge!
www.cosmetic.merck.de

PFLANNENSCHMIDT-HAMBURG
 Pflanzliche Extrakte
 • Ginseng
 • Granatapfel
 • Süssholzwurzel
 • Grüner Tee
 • Weisser Tee

 K.-W. Pfannenschmidt GmbH
 Habichtshorst 36, 22459 Hamburg
 Tel. + 49 40 555 88 60
 Fax + 49 40 555 38 98
 www.pfannenschmidt.de

Dermatological and clinical Tests

Engelstraße 37, 48143 Münster
www.dermatest.de

SIT Skin Investigation & Technology
 Hamburg GmbH
 Dammtorwall 4, 20354 Hamburg, Germany
 Tel.: + 49 (0) 40 35 53 81 - 0
 Fax: + 49 (0) 40 35 53 81 - 11
 E-Mail: sit@sit-skin.de
www.sit-skin.de

Dispensers and Trigger Pumps

Airspray offers:
 - the widest choice of foam pumps
 - dual foam and dual lotion dispensers
 - air-powered spray dispenser
 - Simplicity lotion pump

 Airspray – for all your foamer needs

 Airspray International B.V.
 Tel. +31-22-541 66 66
 E-mail: general@airspray.nl
www.airspray.net

Essential Oils

FREY + LAU GmbH

Postfach 1253,
 24548 Henstedt-Ulzburg
 Tel. (0 41 93) 99 53
 Telefax (0 41 93) 99 55 80
 E-Mail: info@freylau.de
www.freylau.de

ERAMEX
 aromatics
 Essential Oils
 Oleoresins
 Aroma Chemicals
 Grünstraße 105 40667 Meerbusch
 eramex@eramex.de www.eramex.de
 Tel. 02132-9358-0 Fax: 02132-9358-58

R und F Ätherische Öle
 Aroma-Chemikalien
 Extrakte
www.reincke-fichtner.de

Rolf Schneider Handels-gesellschaft mbH
 Louisenstraße 141
 D-61348 Bad Homburg
 Telefon: 061 72 49630
 Fax: 061 72 496340
 e-Mail: info@rolf-schneider-handels-gesellschaft.de
 web: www.rolf-schneider-handels-gesellschaft.de

Essential Oils

JOH. VÖGELE KG
 Postfach 269 · D-74345 Lauffen/Neckar
 Tel. (071 33) 98 02-0 · Fax (071 33) 98 02-60
<http://www.voegele-lauffen.de>
 E-Mail: info@voegele-lauffen.de

Essential Oils Organic

S & D AROMA LTD
www.sdaroma.com

Evening Primrose Oil

GUSTAV HEESS GmbH
 D-70469 Stuttgart, Wernerstraße 83
 Tel. 07 11/8 14 90 00, Fax 07 11/8 14 90 09
 e-mail: verkauf@heess.de, www.heess.de

Anzeigen-Hotline
 +49 (0)721 165-144

Fats/Waxes/Animal Oils

NATURALLY EXCELLENT.

 LANOLINS · LANOLIN DERIVATIVES
 OMEGA-3 OILS · FISH LIVER OILS
 ANIMAL OILS · ANIMAL SPECIACIES
 VEGETABLE OILS · LECITHINS
 FATTY ACIDS · AND MORE...

 IMPERIAL OIL IMPORT
 Tel. +49 (0) 40/33 88 33-0
www.imperial-oil-import.de

Fatty Acid Esters

Sternchemie
 Liquid Technology
MCT Oil · Capric/Caprylic Triglycerides
 Sternchemie GmbH & Co. KG
 Tel.: +49 (0)40/284 039-0
mrueiding@sternchemie.de
www.sternchemie.de

Vorschau

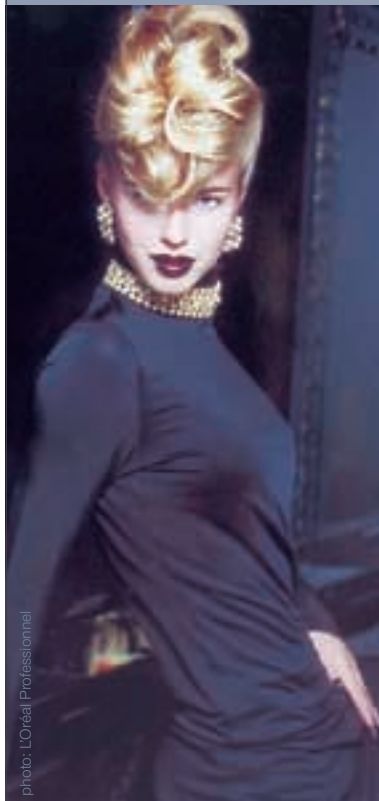
August '06

COSSMA 8|2006 erscheint am 2. August 2006



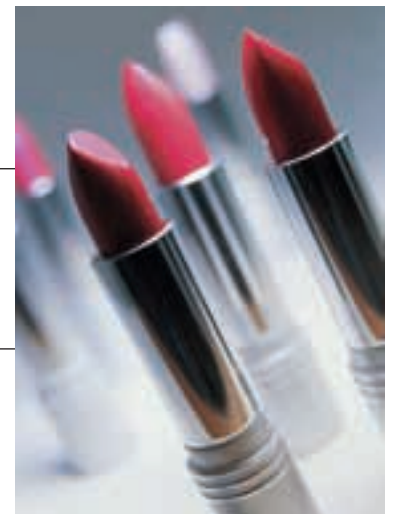
Styling-Trends und Make-up

Konzepte, Inhalte,
Schwerpunkte und Gebühren



Haarstyling

Neue Styling-Polymere



Lippenstifte 2006

Precor-Präsident Paul Byrne im Interview



Haarpflege

Konzepte, Inhalte,
Schwerpunkte und Gebühren

We imagine for you...

Bodyfit™

Reconstruction of the skin
support tissue by adipose
tissue reversion



*Swap cellulite
for firmness*

body care



Sederma SAS
Tel +33 | 34 84 10 10
Fax +33 | 34 84 11 30
E-mail sederma@sederma.fr
www.sederma.fr

Sederma GmbH
Tel ++ 49 21 57 817318
Fax ++ 49 21 57 817361
E-mail sederma@sederma.de
www.sederma.fr

Sederma, Inc.
Tel : + (732) 692 1652
Fax : + (732) 417 0804
E-mail marketing@crodausa.com
www.crodausa.com

CRODA
CRODAROM