

Internationale Fachmesse für die Kosmetik- und Zulieferindustrie

CosmeticBusiness 2007 14.-15. Juni - M,O,C, München

Aktuelle Informationen und Markttransparenz sind heute wichtiger denn je. Am 14. und 15. Juni öffnet die CosmeticBusiness 2007 – der Treffpunkt der Kosmetik- und Zulieferindustrie in Deutschland – wieder Ihre Türen. Die CosmeticBusiness 2007 ist hierbei Ihr aktives Forum und präsentiert Ihnen mit ihren internationalen Ausstellern Trends, Produkte, Dienstleistungen, Innovationen sowie Produktneuheiten von morgen und liefert Ihnen wichtige und neue Geschäftskontakte sowie umfassendes Branchen-Know-how. Einen Auszug der Ausstellungsbereiche finden Sie nachfolgend auf dieser Seite. Darüber hinaus bietet Ihnen Ihr Besuch wieder erstklassige Vorträge mit renommierten Referenten. In Ihrer Eintrittskarte zur Messe ist der Zutritt zu dem kompletten Vortragsprogramm wie gewohnt bereits enthalten. Alle Vorträge finden im Vortragsbereich in Halle 2 statt, auf den folgenden Seiten finden Sie alle inhaltlichen Details und Termine zu den einzelnen Vorträgen. Sollten Sie noch Eintrittskarten oder Messekataloge benötigen, verwenden Sie bitte für Ihre Bestellung einfach das Formular auf Seite 4 oder gehen Sie online auf www.cosmetic-business.com/tradefair. Wir freuen uns darauf, Sie in München begrüßen zu dürfen und wünschen Ihnen bereits heute einen angenehmen und informativen Besuch der CosmeticBusiness 2007.

1 Die Ausstellungsbereiche (Auszug)



Verpackung

Verpackungen aller Art für pflegende und dekorative Kosmetik, Sonnenkosmetik, Haarpflege, etc.

wie z.B. Dosen, Tiegel, Flaschen, Spender, Pumpen, Tuben, Verschlüsse, Flakons, Ampullen, Faltschachteln, Kartons, Spraydosen, Beutel, Blister, Boxen, Stöpsel, Ventile, Zerstäuber, Container, Deckel, Etais, Folien, Futterale, Kanister, Kapseln, Phiolen, etc.

Mechaniken für dekorative Kosmetik

Verpackungsentwicklung

Neue Designs

Verpackungstrends

Dekoration

Etiketten / Etikettierung

Bedrucken von Verpackungen

Lohnverpackung

Konfektionierung

Maschinen jeder Art

Prototypen

Werkzeuge

Entsorgung



Herstellung

Abfüllung/Lohnabfüllung für alle Produktsegmente und Verpackungen

Private Label

Produktideen

Produktentwicklungen

Neue Marken

Zukunftstrends

Abfüllmaschinen

Dosieranlagen

Filter

Formmaschinen

GMP

Sicherheitsbewertung

Meßinstrumente

Qualitätskontrolle

Rezepturenentwicklung

Prüfmusterherstellung

Spraydosen

Versiegelung

Warenproben, Tester

Wirksamkeitsstudien

Zertifizierung



Inhalt

1 Die Ausstellungsbereiche

2 Das Fachprogramm

3 Wichtige Daten und Vorverkauf



Dienstleistung

Produktberatung / Full Service Anbieter

Konfektionierung

Displays / Präsentationssysteme

Agenturen / Marketingberatung

Verlage

Werkzeugbau / Maschinenberatung

Labore und Labortests

Planung von Fertigungslinien

Export & Import / Großhandel & Vertrieb

Logistik / Lagerung / Transport



Rohstoffe

Rohstoffe, Inhaltsstoffe

Aromen und Duftstoffe

Wirkstoffe

Rohstoffbeschaffung und -lagerung

Wirkstoff- und Inhaltsstoffentwicklung

Beratung



2 Das Fachprogramm

Die CosmeticBusiness 2007 bietet Ihnen an beiden Messetagen wieder erstklassige, aktuelle Vorträge mit renommierten Referenten in einem professionellen Fachprogramm.

Der Vortragsbereich befindet sich in der Halle 2 und ist für alle Besucher mit gültiger Eintrittskarte kostenfrei und jederzeit zugänglich.

Alle Vorträge werden in deutscher Sprache mit englischer Simultanübersetzung gehalten.

Nachfolgend stellen wir Ihnen die diesjährigen Fachthemen vor, auf der Rückseite finden Sie eine Übersicht über alle Vortragszeiten am 14. und 15. Juni 2007.

Marketingmassnahmen der Zukunft – erkennen Sie Ihre Chancen heute und nicht morgen

Noch nie hat sich die Kosmetikbranche schneller und kontinuierlicher verändert als in den letzten paar Jahren und es ist keine Stagnation in Sicht. Und eines lässt sich schon jetzt feststellen: die Marken und Unternehmen die als Gewinner daraus hervorgehen werden, werden jene sein, die diese Veränderung als Chance erkennen und sich nicht durch Unflexibilität selbst im Wege stehen. Marketingmassnahmen, die sich klassisch über Preis, Distribution oder Angebot realisieren, betrachten die Problematik zu oberflächlich und verfehlen daher zunehmend ihre Wirkung. Die Ursache der Veränderung liegt tiefer: nämlich im Endverbraucher und damit im Menschen mit seinen sich stetig verändernden Wünschen und Anforderungen. Man kann sogar noch ein Stück weiter gehen und sagen, dass die Veränderungen hauptsächlich durch unsere Gesellschaft als Ganzes verursacht werden und damit selbst eine reine Branchenbetrachtung nicht mehr ausreichend ist. Wo also noch vor nicht allzu langer Zeit ein Hersteller eine Antwort mit einem Produkt/einer Packung auf eine latent vorhandene und bekannte Nachfrage befriedigen konnte, muss heute zuerst einmal analysiert werden, welche Nachfragen überhaupt bestehen und wie sie zustande kommen. Dazu reicht es nicht mehr, nur „mal schnell“ einen Konzepttest machen zu lassen. Der Blickwinkel an sich muss sich vergrößern und gesellschaftliche sowie soziologische Veränderungen müssen miteinbezogen werden. Erst wenn man die „Welt“, den Kosmetikmarkt und die Abnehmer richtig analysiert hat, wird es zukünftig möglich sein die richtigen Marketingmassnahmen zu treffen und somit erfolgreich am Markt zu agieren. Die Referentin war viele Jahre bei der La Prairie Group im internationalen Marketing tätig und u.a. verantwortlich für die Marken Juvena of Switzerland, Marlies Möller Beauty Hair Care und New Business.

Sie wird in diesem Vortrag aktuelle gesellschaftliche und soziologische Veränderungen darstellen und Ihnen gezielte Marketingansätze aufzeigen.

Referentin: Brigitte Roth
Geschäftsführerin
Herz-Werk, Zürich

Do, 14.06.2007: 13.00 Uhr und Fr, 15.06.2007: 15.30 Uhr

Luxus ist sexy – ein Weg zu neuen Märkten und Margen

Die Verbraucher entwickeln zunehmend ein immer stärkeres Authentizitäts-, Qualitäts- und Wertebewusstsein. Die Verpackung als Marketinginstrument hat damit eine wesentliche Bedeutung für Qualitäts- und Premium-Strategien. Der Vortrag zeigt auf, wie Kosmetikunternehmen diesen sich wandelnden Kundenanforderungen mit ihren Produktverpackungen künftig stärker als bisher gerecht werden können. Auf der einen Seite werden die Kunden am POS immer kritischer und sparen. Auf der anderen Seite zeigt jedoch ein großer Teil offen seine Freude zum Luxus, fordert Individualität und Funktionalität und ist zudem bereit, mehr dafür zu bezahlen. Gut durchdachte und gemachte Verpackungen erschließen neue Märkte und auch Margen – ein Potenzial, das es zu nutzen gilt! Der Referent entführt Sie in die Welt des Kartons und zeigt Ihnen, wie Sie mit vielfältigen Möglichkeiten die Kunden am POS für sich gewinnen.

Referentin: Monica Klein
Business Development Manager CHROMOLUX
M-real Zanders GmbH

Do, 14.06.2007: 14.30 Uhr und Fr, 15.06.2007: 14.00 Uhr



Brigitte Roth



Monica Klein



Michael Pfeiffer

Rechtliches Spannungsfeld – Abgrenzungsproblematik kosmetischer Produkte zu Gesundheitsprodukten nach der neuen Definition kosmetischer Mittel

Seit dem Inkrafttreten des Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuches (LFGB) hat sich der Kosmetikbegriff geändert. Das hat insbesondere Auswirkungen darauf, wann ein Produkt nicht mehr als Kosmetikum, sondern als Arzneimittel einzustufen ist. Der Vortrag wird diese Grenze anhand von verschiedenen Beispielen aus der Rechtsprechungspraxis aufzeigen. Zudem stellt sich bei kosmetischen Produkten, insbesondere bei Sonnenschutzmitteln, die Frage der Abgrenzung zu so genannten Biozid-Produkten. Auch hier bestehen Unklarheiten, die während des Vortrags erörtert werden. Abschließend wird Ihnen der Referent praktische Vorschläge zum Verhalten gegenüber Mitbewerbern und Wettbewerbsbehörden sowie im Hinblick auf Werbeaussagen machen.

Referent: Florian Meyer
Rechtsanwalt
Kanzlei Graefe

Do, 14.06.2007: 11.30 Uhr und Fr, 15.06.2007: 13.15 Uhr

Lohnherstellung – die unterschätzte Dienstleistung mit Mehrwert / Verändertes Verbraucherverhalten und kürzere Produktlebenszyklen erfordern neue Wege!

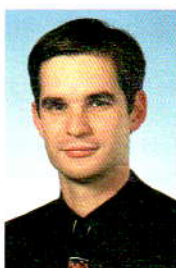
Ein sich stetig änderndes Verbraucherverhalten, dass sich in immer kürzer werdenden Produktlebenszyklen und in einem hohen Innovationsdruck auf die Kosmetikunternehmen und -marken auswirkt, erfordern neue Strategien. Trendscouting, Neuproduktentwicklung, neueste Technologien, Wirkstoffe oder auch rechtliche Aspekte der Inverkehrbringung sind nur einige der weiteren Schlagworte, mit denen Kosmetikunternehmen sich heute immer mehr auseinandersetzen müssen. Zukunftsorientierte Unternehmen bedienen sich daher immer häufiger des Know-hows, der Flexibilität und der Schnelligkeit von externen Dienstleistungspartnern. Lohnhersteller bieten heute häufig ein kompetentes und umfassendes Dienstleistungsspektrum an, das sich die Kosmetikbranche zu Nutzen machen sollte. In diesem Vortrag werden die möglichen Dienstleistungsbereiche näher betrachtet, die man bei einem oder mehreren Dienstleistungspartnern auslagern kann. Ferner geht es in diesem Vortrag darum, auf was man bei der Auslagerung achten sollte.

Referent: Michael Pfeiffer
Geschäftsführer
Pfeiffer Consulting GmbH

Do, 14.06.2007: 16.00 Uhr und Fr, 15.06.2007: 14.45 Uhr



Dr. oec. Kerstin Loth



Dr. Markus Boner



Dr. Hilmar Förstel

Neue Technologie: Herstellung von Salben, Cremes, Lotionen, Gelen in Kleinstmengen

Eine neue Rührtechnologie ermöglicht die Kosmetik-Herstellung und -Entwicklung als Einzelmengende oder als Kleinstserie - automatisiert und kostengünstig, schnell und in optimaler Qualität. Die Mischbehälter (15-1000 ml) sind gleichzeitig Spenderdosen und Aufbewahrungsbehälter und vorteilhaft für Stabilitäts- und Belastungstestreihen. Die patentierte UNGUATOR®-Technologie bietet zudem die Möglichkeit der qualitätsidentischen Reproduktion. Das Mischen im geschlossenen System ist äußerst hygienisch, reduziert die Ausschussmenge und ist für die Homogenisierung halbfester Zubereitungen und GMP-gerechter Automatisierung geeignet. In Apotheken ist diese Technologie bereits seit dem Jahr 2000 die Standardtechnologie für Qualitäts-Rezeptursalben. Der Referent zeigt Vorteile und Anwendungsmöglichkeiten dieses Systems auf.

Referent: Timo Normann
Managing Director
GAKO International GmbH

Do, 14.06.2007: 15.15 Uhr

Der Naturkosmetik auf der Spur – die Herkunft und Qualität von Inhaltsstoffen können jetzt exakt überprüft werden

Die Naturkosmetik ist schon lange kein Trend mehr, sondern einer der zukunftsträchtigsten und am schnellsten wachsenden Marktbereiche der Kosmetik. Die Frage, wie "natürlich" ein Kosmetikprodukt tatsächlich ist und wie sich das vor allem feststellen und garantieren lässt, ist gerade bei den Endverbrauchern ein heikles Thema. Zukünftig wird diese "Gewährleistung" für den Markterfolg von ganz entscheidender Bedeutung sein. Mit Hilfe einer neuen Technologie lässt sich nun die Herkunft und damit auch die Qualität von Inhaltsstoffen exakt nachweisen. Die Bioelemente von Wasserstoff, Kohlenstoff, Sauerstoff, Stickstoff und Schwefel kennzeichnen den Aufbau der gesamten Biomasse. Kaum bekannt ist dabei, dass diese Bioelemente aus nicht radioaktiven, stabilen Isotopen aufgebaut sind. Die Verteilung dieser stabilen Isotope ist regional unterschiedlich, so dass diese als Mittel der Authentizitätssicherung eingesetzt werden können. In einem Projekt wurde diese Besonderheit auf das Naturprodukt Rosenöl übertragen. Es konnte gezeigt werden, dass ein natürliches, physikalisches Muster im Rosenöl erhalten ist, welches zur geographischen Differenzierung eingesetzt werden kann. Der Referent wird Ihnen in diesem Vortrag aufzeigen, dass eine Übertragung auf andere kosmetische Naturprodukte dabei uneingeschränkt möglich ist und selbst auch die Unterscheidung zwischen biologischem und konventionellem Anbau zulässt.

Referenten: Dr. Markus Boner, Prof. Dr. Hilmar Förstel
Geschäftsführer, Senior Consultant
Agroisolab GmbH

Fr, 15.06.2007: 11.00 Uhr

Tradition, Qualität & Schönheit - Kosmetik, Parfüms & Ätherische Öle aus Bulgarien sind eine Alternative

Die Kosmetik- und Parfümhersteller Bulgariens verfügen über jahrzehntelange Erfahrung als Entwickler und Hersteller. In diesem Vortrag präsentiert Ihnen die Bulgarian National Association Essential Oils Perfumery & Cosmetics (BNAEOPC) ihre Mitglieder und führt sie in die Tradition und weltweite Vermarktung von kosmetischen Produkten, Parfümartikeln und ätherischen Ölen aus Bulgarien, insbesondere des Rosenöls, ein. Die Referenten zeigen an weiteren Beispielen deutlich, dass und warum bulgarische Kosmetik- und Parfümprodukte mehr als eine Alternative sein können. Eine kontinuierliche Qualitätssicherung der Produkte durch moderne Technik und gute Herstellungspraxis - GMP und GAP - sind selbstverständlich und gewährleisten dabei Produkte auf internationalem Niveau. Die im bulgarischen Pavillon vertretenen Unternehmen aus den Branchen Kosmetik & Ätherische Öle stellen sich Ihnen abschließend vor und stehen Ihnen für weitere Gespräche und Fragen gerne zur Verfügung.

Referentinnen: Dr. oec. Kerstin Loth
CIM-Fachkraft beim Verband BNAEOPC
Gergana Andreeva
Leitung internationale Messen & Events
beim BNAEOPC

Do, 14.06.2007: 13.45 Uhr und Fr, 15.06.2007: 11.45 Uhr