



CosmeticBusiness 2009 Das Fachprogramm

Die CosmeticBusiness 2009 bietet Ihnen an beiden Messetagen wieder erstklassige, aktuelle Vorträge mit renommierten Referenten in einem professionellen Fachprogramm.

Der Vortragsbereich befindet sich in der Halle 1 und ist für alle Besucher mit gültiger Eintrittskarte kostenfrei und jederzeit zugänglich.

Alle Vorträge werden in deutscher Sprache mit englischer Simultanübersetzung gehalten.

Auf diesen beiden Seiten stellen wir Ihnen die diesjährigen Fachthemen vor:

1

Naturkosmetik - aktuelle Aspekte zur Herstellung, Nachhaltigkeit und Umweltschutz

Die Herstellung von Naturkosmetik unterliegt, wie konventionelle Kosmetik auch, den gesetzlichen Anforderungen der Kosmetikverordnung. Im Bereich der Naturkosmetik sollten jedoch besondere Anforderungen an die Herstellung gestellt werden. Hierzu zählen u.a. Anforderungen an die Rohstofflagerung, die Betriebs- und Produktionshygiene sowie Anforderungen an eine entsprechend sorgfältige Herstellung. Die DIN EN ISO 22716 zu Kosmetik-GMP stellt auch im Bereich der Naturkosmetik ein optimales Werkzeug dar, um Naturkosmetikprodukte sicher herzustellen.

Neben der Betrachtung dieser Punkte, erfahren Sie auch wichtige Aspekte zur Nachhaltigkeit und zum Umweltschutz innerhalb der Herstellung kosmetischer Mittel.

Diese beiden Punkte sind besonders bei der Betrachtung der „Authentizität“ einer Markenpositionierung eine zwingende Notwendigkeit.



Referent: Michael Pfeiffer
Geschäftsführer
Pfeiffer Consulting GmbH

Do, 18.06.2009: 16.00 Uhr und Fr, 19.06.2009: 11.45 Uhr

Übersicht Fachprogramm

Donnerstag 18. Juni 2009

11.30-12.00 Uhr	Vortrag 4
13.00-13.30 Uhr	Vortrag 7
13.45-14.15 Uhr	Vortrag 5
14.30-15.00 Uhr	Vortrag 2
15.15-15.45 Uhr	Vortrag 3
16.00-16.30 Uhr	Vortrag 1

Freitag 19. Juni 2009

11.00-11.30 Uhr	Vortrag 3
11.45-12.15 Uhr	Vortrag 1
13.15-13.45 Uhr	Vortrag 6
14.00-14.30 Uhr	Vortrag 2
14.45-15.15 Uhr	Vortrag 5
15.30-16.00 Uhr	Vortrag 7

2

Nachhaltigkeit als Kaufargument und USP – aber was bedeutet Nachhaltigkeit überhaupt?

Das Thema Nachhaltigkeit bekommt auch für die Kosmetikbranche eine immer größere Bedeutung. Diese riesige Bewegung, der wir den Namen „Nachhaltigkeit“ gegeben haben, ist keine Modeerscheinung, sondern von Dauer und setzt sich in allen Bereichen durch. Nachhaltigkeit ist aber weit mehr, als keine Tierversuche zu machen und umweltfreundliche Verpackungen einzusetzen...

Nachhaltigkeit sollte in einem Firmenleitbild verankert und als Firmenphilosophie gelebt werden. Was aber bedeutet Nachhaltigkeit überhaupt?

In welchem Spannungsfeld bewegen sich dabei Kosmetikunternehmen? Bietet aktive Nachhaltigkeit in Zukunft auch Einsparungspotenziale für die Wertschöpfungskette? Bei all diesen Bemühungen darf zudem der Kunde nicht aus den Augen verloren werden.

Nachhaltigkeit sollte idealer Weise also auch vermarktungsfähig sein. Wie kann man das Thema auch für den Kunden attraktiv gestalten?

Der Vortrag beleuchtet dieses wichtige Thema unter technischen, logistischen, ökonomischen, sozialen und ökologischen Aspekten nachhaltig.



Referentin: Brigitte Roth
ROTH&PARTNER

Do, 18.06.2009: 14.30 Uhr und Fr, 19.06.2009: 14.00 Uhr

3

Herrenkosmetik - Wachstum oder Stagnation? Entwicklung in unterschiedlichen Märkten, spezielle Wirkstoffe und Konzepte

In den USA wurden 2008 über 500 neue Kosmetikprodukte für Männer lanciert, im Jahr davor waren es 375. Diese Zahlen spiegeln den weltweiten Trend einer Zunahme des Herrenkosmetikmarktes wider. Diese Zunahme ist jedoch sowohl regional stark unterschiedlich als auch in den unterschiedlichen Produktkategorien.

Wie entwickelten sich die Märkte in den USA, West- und Osteuropa in den letzten 5 Jahren? Wo liegen die tatsächlichen Wachstumsmärkte? Welche Produktkategorien sind von besonderem Interesse? Unter Einbeziehung aktueller Marktdaten werden diese Fragen erörtert. Darüber hinaus geht der Vortrag auf Trends im Herrenkosmetikmarkt ein und gibt eine Übersicht über den aktuellen Markt. Hieraus ergibt sich die Frage nach geeigneten Wirkstoffen, die im letzten Vortragsteil behandelt werden soll. Es werden spezielle Wirkstoffe für spezifische Herrenpflege-Produkte vorgestellt, die in klinischen Studien mit einem männlichen Panel getestet wurden.



Referentin: Angela Kleiner
Technical Marketing Manager
Sederma GmbH

Do, 18.06.2009: 15.15 Uhr und Fr, 19.06.2009: 11.00 Uhr

4

Naturkosmetik boomt unverändert! Aber wer sind die Gewinner?

Das Marktsegment der Naturkosmetik verzeichnet seit Jahren ein sattes Wachstum - die Naturkosmetik ist dabei sogar zum Motor der Kosmetikindustrie geworden. Zudem scheint das Marktsegment Naturkosmetik kaum von der Finanzkrise betroffen zu sein und hat offenbar einen eigenen Konjunkturverlauf.

Die Entwicklung der letzten Jahre zeigt deutlich, wie stark sich der Markt verändert. Die Nachfrage hält an, die Käuferreichweite für Naturkosmetik nimmt weiterhin rapide zu. Davon profitieren die starken Handelsmarken und Premiumkonzepte.

In diesem Vortrag erfahren sie, wer die Gewinner dieser Entwicklung und was ausgewiesene Erfolgsfaktoren für die Vermarktung von Naturkosmetik sind.



Referentin: Elfriede Dambacher
Beratungsunternehmen naturkosmetik konzepte

Do, 18.06.2009: 11.30 Uhr

6

Neue Wege in der Kosmetikproduktion: Hot/cold bringt Zeit- und Energieeinsparung

Für eine Vielzahl kosmetischer Produkte wird nach wie vor das Hot/Hot- Verfahren zur Herstellung verwendet. Bei den in der Regel auf Emulsionen basierenden Produkten (Cremes, Lotionen, Masken oder auch bei Gelen etc.) werden zur Herstellung sowohl die Wasser- als auch die Ölphase auf hohe Temperaturen aufgeheizt. Aufgrund der hohen Temperaturen sind die abzuführenden Energiemengen sehr hoch, was sich in sehr langen Kühlzeiten äußert.

Die Produktmenge und die Wärmekapazität sind zwingend gegebene Parameter. Daher kann eine Energieeinsparung nur erfolgen, indem man die Temperatur des Produktes bei der Herstellung so gering wie möglich hält. Dies kann dadurch realisiert werden, dass man eine der beiden zu vereinigenden Phasen bei „kalter“ Temperatur zugibt („Hot/Cold“ oder „Cold/Hot“)! So kann die Produkttemperatur direkt bei der Phasenvereinigung durch die Aufteilung in heiße und kalte Phase signifikant gegenüber dem Hot/Hot-Verfahren gesenkt werden! Aufgrund der niedrigeren Mischtemperatur ergibt sich eine deutliche kleinere, abzuführende Energiemenge, sprich eine wesentlich kürzere Kühl- und damit Prozesszeit.

In diesem Vortrag werden Ihnen die Vorteile derartiger Herstellungsverfahren detailliert dargelegt.

In diesem Vortrag werden Ihnen die Vorteile derartiger Herstellungsverfahren detailliert dargelegt.

Referent: Alexander Lukas
Leiter Forschung & Entwicklung
EKATO SYSTEMS GmbH



Fr, 19.06.2009: 13.15 Uhr

5

Lifestyle und Megatrends - wie andere Lebensbereiche die Entwicklung von Kosmetika beeinflussen: Medizin, Ernährung, Freizeitverhalten und Mobilität, Beruf, ...

In Kosmetika spiegeln sich, wie in anderen Produkten auch, aktuelle Trends aus unterschiedlichen Lebensbereichen. So hat beispielsweise vor einigen Jahren die zunehmende Nachfrage nach Botox-Behandlungen sehr bald zu einem Angebot an hochwirksamen aber sanfteren Kosmetikprodukten geführt.

In der Folge und zusätzlich unter dem Einfluss des Wellness-Trends etablierten sich Produkte für das heimatische Badezimmer, entlehnt aus Kabinenanwendungen in Kosmetikinstituten. Diese Entwicklung wiederum hat eine Metamorphose des Badezimmers bewirkt, das sich heute als Home Spa-Bereich und Wellness-Oase präsentiert.

In Analogie hierzu sollen verschiedenste Bereiche wie die Berufswelt, unser Freizeitverhalten, Entwicklungen im Nahrungsmittelbereich aber auch Veränderungen in der Politik und Gesellschaft auf ihre Einflüsse hin beleuchtet und mögliche Rückschlüsse auf die künftige Entwicklung von Kosmetika gezogen werden.

Referentin: Angela Kleiner
Technical Marketing Manager
Sederma GmbH

Do, 18.06.2009: 13.45 Uhr und Fr, 19.06.2009: 14.45 Uhr


CosmeticBusiness

7

Naturkosmetik | Geschäft oder Philosophie?

Aus einer belächelten Nische ist ein fast 5.000 Label umfassender Megatrend geworden – Natur. Wer möchte nicht teilhaben an der Naturkosmetik, aber wie gehe ich dabei vor? Was erwartet mich auf dem Weg von der Idee bis zu einem fertigen Produkt und seiner Positionierung? Inwieweit hat zudem der Einstieg in das Geschäft mit Naturkosmetik Einfluss auf das gesamte Unternehmen, sein Handeln, seine Mitarbeiter und somit auf dessen Unternehmensphilosophie?

Sind Naturkosmetikprodukte generell sicherer und was begegnet uns bereits jetzt bei der Auswahl fairer Rohstoffe und deren zukünftigen Verfügbarkeit?

Folgen Sie den interessanten Ausführungen von Dipl.-Chem. Frank W. Legart – seit 20 Jahren als Entwickler kosmetischer Produkte tätig.

Referent: Frank W. Legart
Ges. Geschäftsführer
pour legart gmbh | solutions for cosmetics



Do, 18.06.2009: 13.00 Uhr und Fr, 19.06.2009: 15.30 Uhr