

Jahresbericht
2019.2020





Der Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e.V. mit Sitz in Frankfurt am Main wurde 1968 gegründet und ist heute einer der profiliertesten Fachverbände in Europa.

Er unterstützt, berät und vertritt die Interessen von mehr als 430 kleinen, mittelständischen und großen Unternehmen aus den Bereichen Schönheits- und Haushaltspflege. Die Branche machte im abgelaufenen Jahr einen Umsatz von über 18 Milliarden Euro und beschäftigt ca. 500.000 Arbeitnehmer in der Wertschöpfungskette. Die Mitgliedsunternehmen decken etwa 95 Prozent des Marktes ab.

Der IKW vertritt eine Industrie mit vielseitigen und innovativen Produkten, die im täglichen Leben an vielen Stellen zu unserem Wohlfühl beitragen. Aus dieser Nähe entsteht ein intensives Informationsbedürfnis. Mit seiner hohen Dialogbereitschaft gegenüber allen involvierten gesellschaftlichen Gruppen kommt der IKW diesem Bedürfnis entgegen und leistet damit einen Beitrag zur Stärkung des Vertrauens in die Sicherheit von Schönheits- und Haushaltspflegeprodukten.

Der Verband unterstützt seine Mitglieder u. a. durch einen umfassenden Service bei der Umsetzung von Vorschriften, der Entwicklung von Auslandsmärkten und der Aufbereitung von Marktdaten. Er berät im Rahmen vielfältiger Schulungen, Seminare, Veranstaltungen und Workshops sowie mit schriftlichen Stellungnahmen. Darüber hinaus vertritt der Verband die Mitgliederinteressen durch ein umfangreiches Paket an PR- und Kommunikations- Aktivitäten sowie durch ein weitreichendes internationales Netzwerk.



Sehr geehrte Damen und Herren,

leere Fußgängerzonen, verwaiste Büroetagen, stillstehende Bänder in Fabriken – keine Bilder einer Hollywood-Dystopie, sondern eine reale Erfahrung, die unser gewohntes Leben zu Beginn des neuen Jahrzehnts aus dem Tritt gebracht hat. Welche Spuren der beispiellose Kraftakt zur Eindämmung der Covid-19-Pandemie in Wirtschaft und Gesellschaft hinterlässt, ist heute noch nicht absehbar. Der verordnete Stillstand des öffentlichen Lebens kam zu einer Zeit, in der es wirtschaftlich bereits nicht mehr richtig rund lief und Störgeräusche um Strafzölle und Handelsbeschränkungen aus den USA, aus Großbritannien und China den Verantwortlichen in Unternehmen und Politik Sorge bereitet haben. Ein Virus hat diese Befürchtungen als nachrangig relativiert und uns deutlich gemacht, wie eng wir bereits auf diesem Planeten zusammengerückt sind.

Nach einer Allensbach-Umfrage vom März ist der Anteil derjenigen, die der nächsten Zukunft mit Hoffnung entgegensehen, auf dem niedrigsten Stand seit Gründung der Bundesrepublik.

Ich meine: Gerade jetzt sollten wir alle den Blick mit Zuversicht nach vorne richten. Auch wenn sämtliche Wachstumsprognosen einschließlich unserer für dieses Jahr Makulatur sind, und wir damit rechnen müssen, dass den IKW-Mitgliedsunternehmen wirtschaftlicher Schaden entsteht, haben gerade wir als Konsumgüterhersteller die Verantwortung, über die Krise hinaus zu denken und damit einen Beitrag zum Verbrauchervertrauen zu leisten. Wir verfügen über eine im Kern gesunde Volkswirtschaft, die sich – je nach wirtschaftlichem Ausmaß der Krise –

bewähren muss und hoffentlich relativ schnell erholen wird. Wann wir zu einer Normalität zurückkehren können, ist allerdings noch völlig offen. Wirtschaftsinstitute wie das Kieler Institut für Weltwirtschaft rechnen mit einem Aufschwung frühestens ab 2021. Im vergangenen Jahr konnten wir noch ein Wachstum um 1,5 Prozent melden, während das deutsche Bruttoinlandsprodukt (BIP) mit plus 0,6 Prozent kaum von der Stelle kam.

Was bleiben wird, sind die langfristigen Herausforderungen: Aus der Tatsache, dass wir mit unseren Produkten täglich Millionen von Verbrauchern erreichen, folgt eine besondere Verantwortung und eine führende Rolle bei der Gestaltung der großen Zukunftsaufgabe der nachhaltigen Entwicklung. Die Sorge um die Zukunft des Planeten hat 2019 auf der ganzen Welt Millionen überwiegend junge Menschen auf die Straße getrieben. Wir sehen eine Generation, die sich ernste Sorgen macht, dass der Klimawandel Zukunft zerstört, wenn wir nichts dagegen unternehmen.

Beispielhaft für das langjährige Engagement in Sachen Nachhaltigkeit sei an dieser Stelle die 2005 gestartete Initiative „Nachhaltiges Waschen und Reinigen“ des europäischen Haushaltspflegeverbands A.I.S.E. in Kooperation mit dem IKW genannt. Nach einer Überprüfung durch neutrale Experten können Firmen der Initiative beitreten und gegenüber Handel und Verbrauchern ihre besonderen Nachhaltigkeitseigenschaften ausweisen. Ab Januar 2020 sind nun unter der Bezeichnung „Charter 2020+“ neue Firmen- und Produktsiegel verfügbar.

Nur wer die Fakten kennt, kann in Sachen Nachhaltigkeit auch zielgerichtet handeln. Deshalb haben wir im vergangenen Jahr beispielhaft eine Ökobilanz zum Lebensweg eines T-Shirts und den Beitrag des Waschens untersuchen lassen. Danach trägt das 44-malige Waschen und

Trocknen des Textils zum Treibhauspotenzial ungefähr genauso viel bei wie seine Herstellung, der Vertrieb und die Entsorgung. Im Waschprozess hat die Energieerzeugung für die Waschmaschine und den Wäschetrockner den weit überwiegenden Anteil. Durch ihr Verhalten – etwa bei der Einstellung der Waschttemperatur – haben Verbraucher allerdings erheblichen Einfluss. So führt das Absenken der Waschttemperatur von 60 auf 30 Grad Celsius zu weniger Energieverbrauch. Dadurch verringert sich das Treibhauspotenzial der Nutzungsphase um circa 37 Prozent.

Kernaufgabe des IKW bleibt die Kommunikation mit allen gesellschaftlichen Einflussgruppen – ein Arbeitsgebiet, das sich dramatisch gewandelt hat. Am Regal oder vor dem Supermarktregal ist umfassende Information über Produkte und Inhaltsstoffe heute nur einen Mausklick oder Fingerwisch entfernt. Mit Einführung der von den IKW Mitgliedsunternehmen unterstützten App COSMILE können Verbraucher beispielsweise durch Scannen des Produktbarcodes die Inhaltsstoffe eines Produktes und ihre Wirkung sehen – vor allem für Allergiker eine große Orientierungshilfe.

Die zunehmende Nutzung digitaler Medien führt auch dazu, dass Falschinformationen schnell Verbreitung finden. Insbesondere bei Themen wie Produktsicherheit und Umweltschutz beobachten wir schon länger, dass öffentliche Akteure mit einer medialen Wirkung ohne tiefere Sachkenntnis, allein aus Überzeugung und durch Zuspitzung, Verzerrung oder Ignorieren von Fakten, grundlos Ängste schüren. Ein anschauliches Beispiel ist das ebenso komplexe wie emotionsbeladene Thema „Plastik“. Obwohl die Industrie im Zuge einer freiwilligen Selbstverpflichtung aus der Verwendung fester Mikroplastikpartikel in abwaschbaren Kosmetikprodukten mit den Funktionen Peeling und Reinigung ausgestiegen ist, warnen einflussreiche Organisationen anhand entsprechender Listen vor Produkten, die angeblich Mikroplastik enthalten. Tatsächlich gemeint sind aber häufig gelöste Polymere, die bislang nicht mit Umweltverschmutzung in Verbindung gebracht wurden.

Umso wichtiger ist die Aufklärungsarbeit des IKW, der in den vergangenen Jahren unermüdlich hunderte von Medienanfragen beantwortet hat und mit Verbraucherorganisationen und anderen Anspruchsgruppen regelmäßigen Austausch sucht. Genannt seien hier nur die beiden sehr erfolgreichen Formate Dialog Kosmetik und FORUM WASCHEN.

Zu den Kommunikationsleistungen des Verbandes zählt aber auch der Blick über den Tellerrand und damit die Frage, welchen Stellenwert die Produkte im Leben ihrer Nutzer haben. In dem Zusammenhang haben wir in Fortführung der IKW-Jugendstudie im Jahr 2019 unter-

sucht, welche Rolle Schönheit und Selbstwertgefühl für Jugendliche in der permanenten Kommunikation und Inszenierung auf Instagram spielt. Eine Erkenntnis aus der Studie „Instagram ungeschminkt“: Es geht den Jugendlichen bei ihrer oft anspruchsvollen Selbstinszenierung darum, die Kontrolle darüber zu behalten, wie sie selbst von anderen wahrgenommen werden.

Die sichere Produktanwendung von Schönheitspflegeprodukten ist für Millionen Verbraucher eine tägliche Selbstverständlichkeit. Dieses Vertrauen ist die Basis unseres Erfolgs. Umso wichtiger, dass täglich kompetente und gut ausgebildete Menschen in den Unternehmen nach strengen wissenschaftlichen Maßstäben die Sicherheit von Produkten bewerten. Entsprechende Fortbildungen und Seminare bieten die Deutsche Gesellschaft für wissenschaftliche und angewandte Kosmetik (DGK) und der IKW gemeinsam an. Im vergangenen Jahr feierten die Kooperationspartner die 20-jährige erfolgreiche Arbeit dieses Fortbildungsformats mit einem hochkarätig besetzten wissenschaftlichen Symposium.

Sicherheit ist auch Thema einer Kooperation des IKW mit der Bundesarbeitsgemeinschaft (BAG) Mehr Sicherheit für Kinder. Die von vielen Verbrauchern geschätzten, modernen vordosierten Waschmittelkapseln müssen immer außerhalb der Reichweite von Kinderhänden gelagert werden. Um Haushalte mit kleinen Kindern über die richtige Aufbewahrung dieser Produkte zu informieren, arbeitet der IKW mit der BAG zusammen und unterstützt die Informationskampagne „Caps weg von Kindern“.

Die Liste der Aufgaben und Leistungen des IKW ist lang und wird künftig nicht kleiner werden. In einer zunehmend komplexen Welt, in der es für jeden Verbraucher zu allen Fragen in Sekundenschnelle eine Flut von Antworten gibt, wird die Rolle des IKW als verlässliche wissenschaftliche Instanz für Unternehmen und Öffentlichkeit noch weiter an Bedeutung gewinnen. Hinzu kommt, dass wir mit der neuen Sensibilität für nachhaltiges Produzieren und Konsumieren und den damit verbunden enormen Herausforderungen auf viele Jahre hinaus das zentrale Zukunftsthema aktiv und positiv mitgestalten sollten. Wenn es den IKW nicht schon seit 51 Jahren gäbe, spätestens jetzt müsste man ihn gründen.

Herzlichst

Ihr



Georg Held

Vorsitzender

Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e.V.



Inhalt

Zur Situation S. 4



 **Wirtschaftliche Entwicklung** S. 8

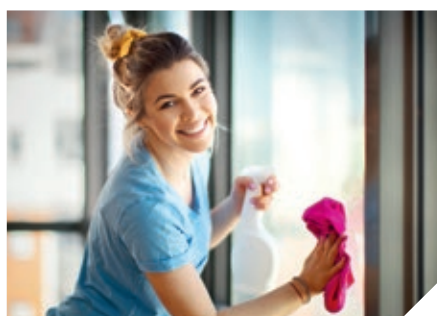
- ↳ Schönheits- und Haushaltspflegemittelmarkt Deutschland 2019
- ↳ Ausblick 2020

 **Schönheitspflege** S. 26

- ↳ 3. IKW-Jugendstudie
- ↳ Stoffe
- ↳ Kooperation & Dialog

 **Die Welt und Europa** S.48

- ↳ Die Weltwirtschaft im Umbruch
- ↳ Unsere Arbeit in Europa
- ↳ Besuche im Europäischen Parlament



 **Fachübergreifende Aktivitäten** S. 14

- ↳ Anhaltendes Verbraucher- und Medieninteresse
- ↳ Mitgliederversammlung
- ↳ Mittelstand
- ↳ Auslandsgeschäft
- ↳ Presse & Presseecho
- ↳ Verpackungen
- ↳ **SCHÖNER.LEBEN**. IKW-Studien
- ↳ Weitere Aktivitäten

 **Haushaltspflege** S. 38

- ↳ Produktsicherheit
- ↳ Nachhaltigkeitsinitiativen
- ↳ Informationsveranstaltungen
- ↳ Technische Themen
- ↳ Gesetzliche Regelungen

 **Gremien** S. 54

- ↳ Vorstand
- ↳ Ältestenrat
- ↳ Rechnungsprüfer
- ↳ Mittelstandsausschuss
- ↳ Fachausschüsse

 **Verzeichnisse** S. 58

- ↳ Mitglieder
- ↳ Korrespondierende Mitglieder
- ↳ Mitgliedschaften / Kooperationen

 **Geschäftsstelle** S. 66

- ↳ Geschäftsführung und Verwaltung
- ↳ Bereich Schönheitspflege
- ↳ Bereich Haushaltspflege
- ↳ Bereich Recht und Verpackung

Impressum S. 67



Wirtschaftliche Entwicklung



Die Mitgliedsunternehmen des Industrieverbandes Körperpflege- und Waschmittel stellen die Bedürfnisse der Verbraucher nach Schönheit, Wohlbefinden und nach einem gepflegten Zuhause ins Zentrum ihrer Aktivitäten und bedienen ihre Kunden mit hochwertigen und verantwortungsbewusst hergestellten Produkten. Schönheitspflege- und Haushaltspflegemittel erfüllen Träume und sorgen für Anerkennung und Selbstbewusstsein, wie die vielfältigen IKW-Marktforschungsstudien der letzten Jahre belegen.

Die hohe Akzeptanz bei den Verbrauchern macht die Produkte der Schönheitspflege- und der Haushaltspflegemittelindustrie zu einer wichtigen Säule des privaten Konsums und der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung in Deutschland.

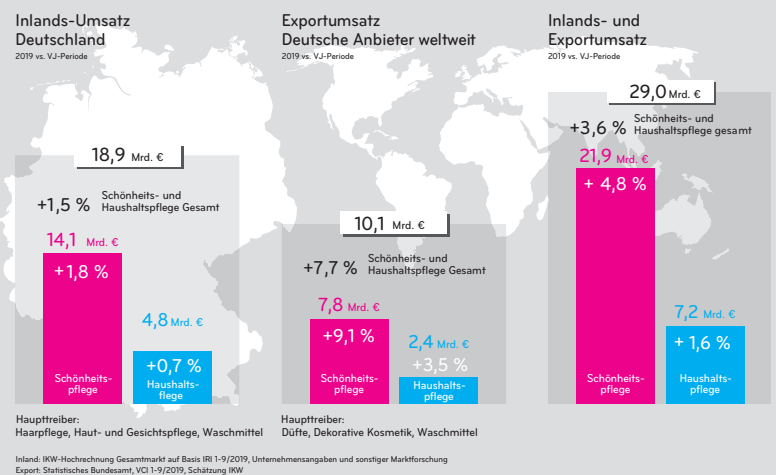
Im Jahr 2019 konnten Inlands- und Exportumsatz insgesamt um 3,6 Prozent auf 29 Milliarden Euro gesteigert werden. Dabei legte der Inlandsumsatz um 1,5 Prozent auf 18,9 Milliarden Euro zu. Die Umsätze mit Schönheitspflegeartikeln stiegen um 1,8 Prozent und die mit Haushaltspflegemitteln um 0,7 Prozent. Die beiden Produktbereiche waren so erneut wichtige Stützen der Binnennachfrage. Jeder achte Euro, der heute im deutschen Lebensmittelhandel umgesetzt wird, wird für Schönheits- und Haushaltspflege ausgegeben. Somit entfällt auf Deutschland der mit Abstand größte Anteil des europäischen Gesamtmarkts von über 133 Milliarden Euro Umsatz – vor Großbritannien, Frankreich, Italien und Spanien.

„2019 war ein erfolgreiches Jahr für die Schönheits- und Haushaltspflegeindustrie. Die ursprüngliche Wachstumserwartung für 2020 muss vor dem Hintergrund der Corona-Krise neu justiert werden. Die Innovationskraft der Branche bleibt Hoffnungsträger.“

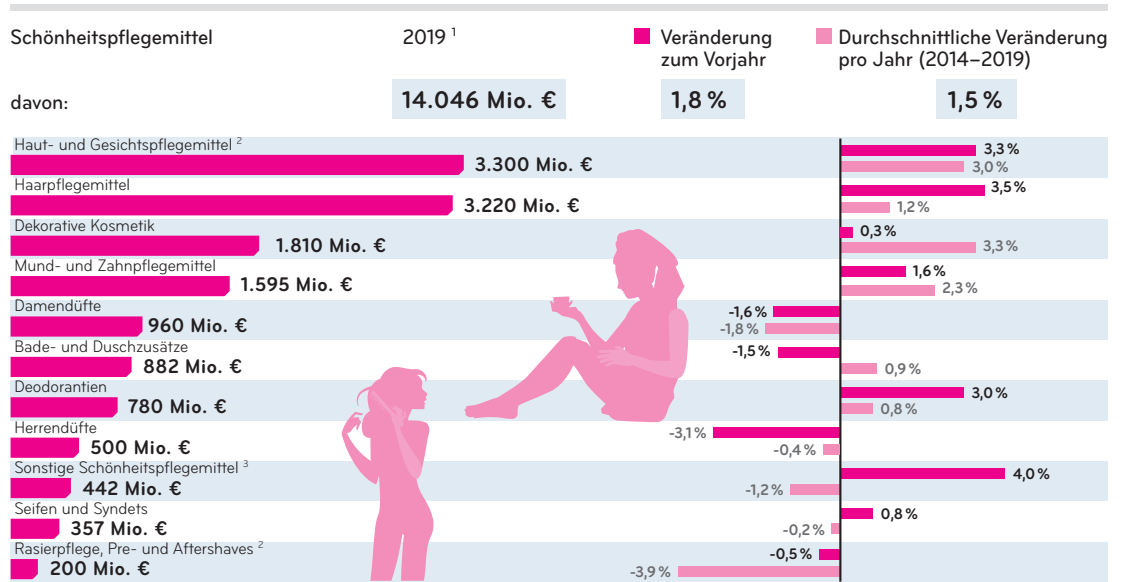
Thomas Keiser, IKW-Geschäftsführer



ERFOLGREICHES JAHR 2019 VON SCHÖNHEITS- UND HAUSHALTSPFLEGE



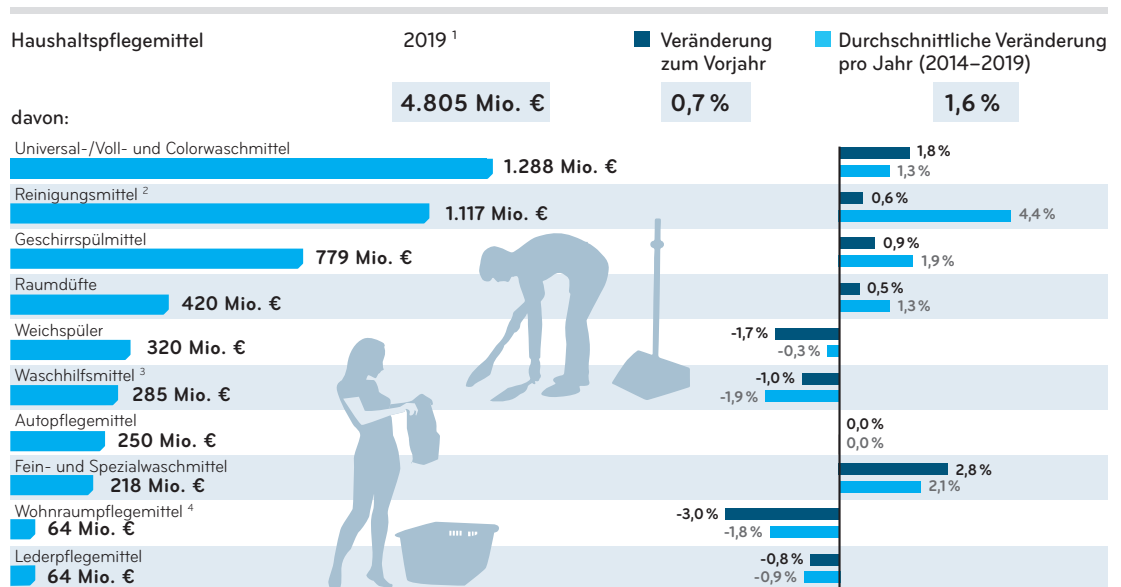
SCHÖNHEITSPFLEGE-MARKT WÄCHST KONTINUIERLICH



Marktzahlen Schönheitspflege: Stand 04.12.2019

1 IKW-Hochrechnung Gesamtmarkt auf Basis IRI 1-9/2019, Unternehmensangaben und sonstiger Marktforschung; 2 Damen und Herren; 3 Fußpflegemittel, Enthaarungsmittel, Babypflegemittel ohne Shampoo/Bade-/Duschzusatz/Seifen
©IKW

HAUSHALTPFLEGE-MARKT MIT STEIGERUNG



Marktzahlen Haushaltspflege: Stand 04.12.2019

1 IKW-Hochrechnung Gesamtmarkt auf Basis IRI 1-9/2019, Unternehmensangaben und sonstiger Marktforschung; 2 Bad-, Sanitär-, Glas-, Fenster-, Haushaltsreiniger; Rohr-, Abflussreiniger; Spezialreiniger (Ofen, Kalk, Metall); WC-Reiniger und -Steine; 3 Flecken-, Imprägnier-, Vorwasch-, Einweichmittel, Bleichen, Stärken, Bügelhilfen, Textilfärber und Textilentfärber; 4 Reinigungs- und Pflegemittel für Fußböden und Steine, Möbel und Polituren
©IKW



Schönheits- und Haushaltspflegemittelmarkt Deutschland 2019

Der Umsatz mit Schönheitspflegemitteln stieg im Jahr 2019 erneut, diesmal um 1,8 Prozent oder rund 240 Millionen Euro auf insgesamt 14,1 Milliarden Euro.

Die positive Entwicklung basiert vor allem auf hochwertigen Neueinführungen zur Abdeckung neuer Konsumentenbedürfnisse und auf attraktiven Verbraucherangeboten im Handel. Die größte Kategorie – Haut- und Gesichtspflege – wächst um 3,3 Prozent, vor allem gestützt durch Gesichtscremes, -wasser und -masken. Das größte Wachstum verzeichnen mit 4,0 Prozent die sonstigen Schönheitspflegemittel zur Enthaarung und Babypflege, unterstützt durch neue, wertigere Produktvarianten und durch eine Ausweitung der Distribution einzelner Marken. Das Wachstum bei den Schönheitspflegemitteln wurde vorwiegend in den Handelskanälen Drogeriemärkte und LEH erzielt. Größter Absatzkanal mit knapp der Hälfte des Umsatzes bleiben die Drogeriemärkte, die sich allerdings nur noch mit leichtem Wachstum von 0,9 Prozent weiterentwickeln. Auch die Apotheken verzeichnen ein leichtes Plus von 0,5 Prozent. Deutlicher Gewinner bei den Absatzkanälen ist der E-Commerce mit zweistelligem Wachstum auf einem in Deutschland allerdings noch immer recht niedrigen Niveau.

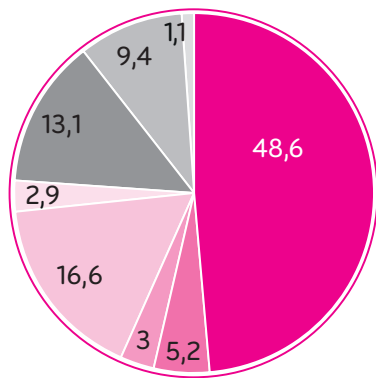
Der Gesamtumsatz der Wasch-, Putz- und Reinigungsprodukte für Privathaushalte ist in Deutschland im Vergleich zum Jahr 2018 um 0,7 Prozent oder 34 Millionen Euro auf rund 4,8 Milliarden Euro gewachsen.

„Zum Glück gibt's den Konsum“
faz.net, Marcus Theurer 19.02.2020

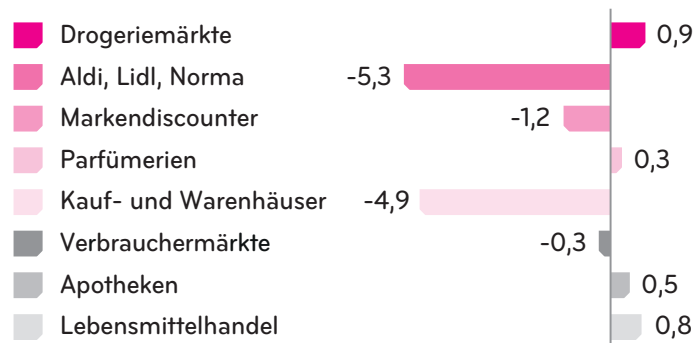
Die bedeutendste Kategorie – Waschmittel – wächst im Umsatz um 1,8 Prozent. Neben Flüssigwaschmittel-Konzentrat trugen allgemein die Markenprodukte mehr als die Handelsmarken zur positiven Entwicklung bei. Die zweitgrößte Kategorie Reinigungsmittel (+0,6 %), unter anderem mit den Segmenten WC-Reiniger, Haushalts-Reiniger, Badreiniger und auch Geschirrspülmittel (+0,9 %) zeigen ebenfalls positive Umsatzimpulse. Alle wesentlichen Vertriebskanäle mit Ausnahme der Harddiscounter konnten sich positiv entwickeln.

Schönheits- und Haushaltspflege: Umsatzbedeutung einzelner Handelskanäle

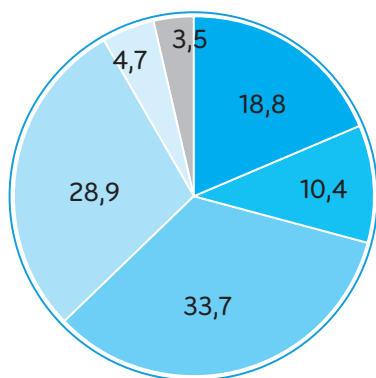
Marktanteil Wert in %



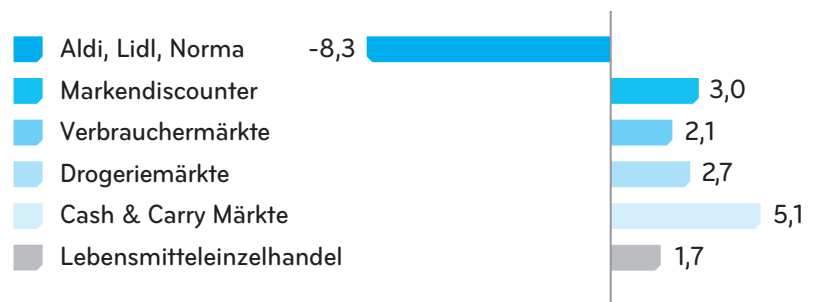
Veränderung Umsatz vs. Vorjahr in %



Marktanteil Wert in %



Veränderung Umsatz vs. Vorjahr in %





Ausblick 2020

Die Covid-19 Pandemie wird voraussichtlich alle Voraussagen und Planungen beeinflussen und zu einer Neubewertung für das Jahr 2020 führen. Die Folgen für Wirtschaft und Gesellschaft sind derzeit noch nicht absehbar.

„Der Westen muss aufgrund des Corona-Virus um seine Arbeitsplätze und sein ökonomisches Wohlergehen fürchten.“

Steingarts Morning Briefing 17.02.2020

Nach den Kernherausforderungen am Jahresanfang, zu denen geopolitische Spannungen, internationale Abschottungstendenzen und höhere Anforderungen an den Umweltschutz gehörten, stehen Wirtschaft und Politik nach dem Ausbruch des neuartigen Corona-Virus vielleicht vor den größten Herausforderungen seit Ende des Zweiten Weltkriegs.

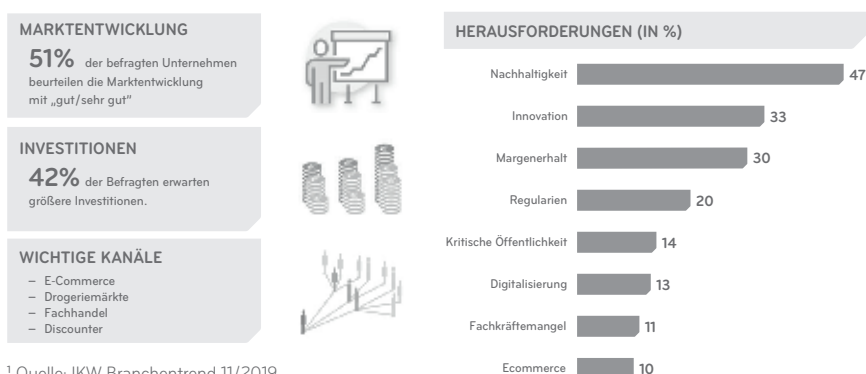
Noch im Dezember 2019 ging der IKW laut des IKW-Branchen-Barometers für das Jahr 2020 von einem wertmäßigen Marktwachstum von ca. 1,5 Prozent aus, denn 42 Prozent der teilnehmenden Mitgliedsunternehmen planten größere Investitionen und 51 Prozent rechneten mit einer guten bis sehr guten Marktentwicklung.

Schon vor dem Corona-Ausbruch senkte der IWF die Wachstumsprognose für die Weltwirtschaft, denn die Ökonomen hatten diverse Risiken für die Konjunktur identifiziert.

Nach den eher wirtschaftspolitischen Herausforderungen 2018/2019 und der klimapolitischen Fokussierung Ende 2019/Anfang 2020 steht mit der Bewältigung der Corona-Krise aktuell eine wesentlich weitreichendere Aufgabe im Mittelpunkt von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Der Ausgang ist offen. Tiefe Krisen waren in der Weltgeschichte aber oft auch Startpunkt für Neuentwicklungen, Aufschwung und sogar Blütezeiten. Eine Portion Optimismus ist daher angebracht, auch und gerade für die innovative Schönheits- und Hauspflegeindustrie.

Jetzt gerät aber auch die zuletzt stabilisierende Inlandsnachfrage durch die Verbreitung des Virus unter Druck. Trotz des absehbar weiter niedrigen Zinsniveaus ist die Marktentwicklung nicht mehr seriös einschätzbar – das gilt auch für die sonst robusten schnell-drehenden Konsumgüter des täglichen Bedarfs.

IKW-PROGNOSE 2020: DIE SCHÖNHEITS- UND HAUSHALTSPFLEGE-INDUSTRIE LEISTET AUCH WEITERHIN EINEN WESENTLICHEN BEITRAG ZU EINER STABILEN WIRTSCHAFTSENTWICKLUNG¹



¹ Quelle: IKW Branchentrend 11/2019





Fachübergreifende Aktivitäten

Anhaltend hohes Verbraucher- und Medieninteresse

Die von den IKW-Mitgliedern hergestellten und vertriebenen Produkte für Schönheits- und Haushaltspflege haben eine große Bedeutung für unser tägliches Leben und tragen maßgeblich zu Gesundheit, Wohlbefinden und Schönheit bei. Durchschnittlich benutzt ein Verbraucher in Deutschland ca. sechs Mal pro Tag ein Produkt aus dem Gesamtsortiment der IKW-Mitgliedsunternehmen, verwendet für Schönheits- und Haushaltspflege ca. 1,3 Stunden am Tag und gibt dafür pro Kopf deutlich über 200 Euro im Jahr aus.

Produkte des täglichen Bedarfs stehen verständlicherweise unter besonderer Aufmerksamkeit von Verbrauchern, Öffentlichkeit, Medien, Politik und Behörden. Daraus resultiert nicht nur eine große Nachfrage nach Informationen, sondern auch eine hohe Verantwortung für größtmögliche Transparenz in der Kommunikation.

Der IKW wird diesem Informationsbedürfnis durch hohe Dialogbereitschaft und eine regelmäßige Berichterstat-

tung gegenüber allen involvierten Gruppen gerecht. Der Verband versteht es als seine Aufgabe, Regierungen, Behörden, wissenschaftliche Institutionen, Nichtregierungsorganisationen und Medien umfassend zu informieren und als kompetenter Ansprechpartner zur Verfügung zu stehen.

„Verbände sind Vermittler – zwischen Industrie, Politik, Behörden und Öffentlichkeit. Damit leisten sie einen wichtigen Beitrag für die Gesellschaft.“

Christian Lindner, Bundesvorsitzender der Freien Demokraten und Vorsitzender der FDP-Fraktion im Deutschen Bundestag



Eine Vielzahl von Informationsveranstaltungen, Foren, Round-Table-Gesprächen und Dialogworkshops für unterschiedliche Zielgruppen trägt der geforderten Transparenz zusätzlich Rechnung. Dazu einige Beispiele:

SO VIEL ZEIT VERBRINGEN DIE DEUTSCHEN JEDE WOCHE MIT PRODUKTEN DER SCHÖNHEITS- UND HAUSHALTPFLEGE



Quelle: IKW-Schätzung basierend auf Studien von GfK und IFM © IKW



Mitgliederversammlung



BGB-Vorstand des IKW und Geschäftsführer

Thomas Keiser (Geschäftsführer), Dr. Rüdiger Mittendorff (Schatzmeister, Sebapharma GmbH & Co. KG), Gabriele Hässig (stellvertretende Vorsitzende, Procter & Gamble Service GmbH), Georg Held (Vorsitzender, L'Oréal Deutschland GmbH)

Turnusgemäß standen auf der ordentlichen Mitgliederversammlung am 14. Mai 2019 im Hyperion Hotel am Schloss, Dresden, Neuwahlen des Vorstandes an.

In den BGB-Vorstand wurden wiedergewählt Georg Held, Gabriele Hässig und Dr. Rüdiger Mittendorff. Besondere Highlights der Mitgliederversammlung waren die Vorträge von Professor David Zaruk zum Umgang mit Fakten in den Medien und von Volker Stollorz, Geschäftsführer des Science Media Centers, zur faktenbasierten Wissenschaftskommunikation.



Mittelstand

Der Mittelstand macht ca. 85 Prozent der IKW-Mitgliedsunternehmen aus und hat daher im IKW traditionell einen besonders hohen Stellenwert.

Tagungen

Dreh- und Angelpunkt der Verbandsarbeit in diesem Bereich sind die zweimal pro Jahr stattfindenden Mittelstandstagungen. Hier werden die für die mittelständische Wirtschaft relevanten Schwerpunktthemen intensiv aufgearbeitet.

Die Kernthemen der Frühjahrstagung 2019 waren ‚Wandel in Gesellschaft, Handel und Verbraucherverhalten‘, ‚Brexit‘ und ‚Marktchancen in Lateinamerika‘. Ein besonderes Highlight war sicherlich der Vortrag von Bundespräsident a. D. Christian Wulff zum Thema ‚Neuausrichtung im Wandel der Zeit‘. Weiterhin referierten Ines Imdahl (Lönneker & Imdahl rheingold salon), Thorsten de Boer (Roland Berger), Raoul Roßmann (Dirk Rossmann), Prof. Henrik Müller (Technische Universität Dortmund), Heinrich Beckmann (delta pronatura), Christoph Hasselmann (Lornamead), Filip Hofmann-Häußler (Euromonitor) und Felix Krohn (delta pronatura).

Schwerpunktthemen der Herbsttagung waren ‚Nachhaltigkeit aus verschiedenen Perspektiven‘ und ‚Aktuelle Marktentwicklungen‘. Dazu sprachen Prof. Dr. Niko Paech (Universität Siegen Plurale Ökonomik), Prof. Dr. Uwe Schneidewind (Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie), Sebastian Bayer (dm-drogerie markt), Ramon Stroink und Stefan Siemers (Weleda), Christoph Hoffmann (ALPLA), Reinhard Schneider (Werner & Mertz), Arnfried Lemmle (Eintracht Frankfurt) und Dr. Robert Kecskes (GfK).

„Der IKW ist gerade für uns Mittelständler der wichtigste Verband. Die Stärke des IKW sieht man auch an der Tatsache, dass hochkarätige Politiker und Handelspartner bereit sind, bei den Mittelstandstagungen Vorträge zu halten und mit den Mittelständlern zu diskutieren. Die inzwischen immer über 100 Teilnehmer zeigen das hohe Interesse am IKW.“



Heinrich Beckmann, Vorsitzender IKW-Mittelstandsausschuss, delta pronatura
Dr. Krauss & Dr. Beckmann KG



- Beispiele Referenten:
- Handel:**
Christoph Werner (dm)
Raoul Roßmann (Rossmann)
Petra Schäfer (Globus)
Markus Buntz (Büning)
Karl Wehner (Alibaba)
 - Politik/Behörden:**
Christian Wulff (Bundespräsident a. D.)
Christian Lindner (FDP)
Andreas Mundt (Bundeskartellamt)
 - Marktforschung:**
Dr. Robert Kecskes (GfK)
Torsten Hofmann (Nielsen)
Ines Imdahl (rheingold)
Filip Hoffmann-Häußler (Euromonitor)
 - Beratung/Institute:**
Alexander Thiel (McKinsey)
Thorsten de Boer (Roland Berger)
Dr. Dirk Mundorf (Egon Zehnder)
Prof. Gabriel Felbermayr (ifo)
Jürgen Matthes (IwD)
 - Presse/Sonstige:**
Bernd Biehl (LZ)
Sascha Lobo
Anselm Bilgr



Christian Wulff, Bundespräsident a. D.



Raoul Roßmann, Dirk Rossmann



Sebastian Bayer, dm-drogerie markt

Auslandsgeschäft



Geschäftsanhaltungsreise Indien, März 2019

Messe

Seit Mitte der neunziger Jahre fördert der IKW das Auslandsengagement seiner Mitgliedsunternehmen über die Beantragung und Organisation von Auslandsmessen. Diese unterstützen besonders den Mittelstand dabei, Wachstum außerhalb der deutschen Landesgrenzen zu realisieren. So beantragt der IKW u. a. Fördermittel beim Bundesministerium für Wirtschaft und Energie für die Messeauftritte mittelständischer Mitgliedsunternehmen des IKW außerhalb der Europäischen Union. Diese „German Pavilions“ ermöglichen es den Unternehmen, sich und ihre Produkte auf individuellen Firmenständen zu präsentieren. Dabei sind die ausstellenden Firmen in die Infrastruktur eines deutschen Gemeinschaftsstandes integriert und können unter dem nach wie vor anerkannten Qualitätsversprechen „Made in Germany“ firmieren. Zudem profitieren sie von einer umfassenden Betreuung und Beratung und einem gemeinsamen Information & Service Point vor Ort. Darüber hinaus werden die Veranstaltungen durch ein breites Portfolio an Maßnahmen wie Pressekonferenzen, Incentive-Veranstaltungen für Messebesucher, Ton- und Bildwerbematerial, Kundenzuführung und Besuche amtlicher deutscher Vertreter an den Messeständen unterstützt. Zusätzlich werden auf die jeweilige Messe zugeschnittene Online-Auftritte zur Vorabkontakthaltung und Nachbereitung geboten. Hier können sich Aussteller, Presse und interessiertes Fachpublikum unter www.german-pavilion.de weiter austauschen.

Der IKW war 2019 bei den folgenden Fachmessen engagiert: Beautyworld Middle East in Dubai, China Beauty Expo in Shanghai, Cosmoprof North America in Las Vegas, Belleza y Salud in Bogota, InterCHARM in Moskau sowie Cosmoprof Asia in Hongkong.

Markterschließung

Zusätzlich zu den Messe-Aktivitäten initiiert der IKW vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie geförderte Markterschließungsmaßnahmen für priorisierte Exportregionen. Bisher wurden Geschäftsanhaltungsreisen nach Brasilien, Japan, Indonesien, Indien, Chile, Australien und Taiwan durchgeführt. Dabei wurden in Zusammenarbeit mit den Handelskammern vor Ort Mitgliedsunternehmen und potenzielle lokale Partner zu individuellen Gesprächen zusammengebracht. Die teilnehmenden Unternehmen wurden dabei zunächst über lokale Marktbesonderheiten informiert, konnten Storechecks durchführen, ihr Unternehmen präsentieren und dann zu konkreten Geschäfts-

terminen mit interessierten Kooperationspartnern in Kontakt treten. Weitere Reisen nach Israel und Vietnam sind in Vorbereitung.

Nominiert für:



Für sein Markterschließungsprogramm ist der IKW von der Deutschen Gesellschaft für Verbands-



management e.V. (DGVM) für den Innovationspreis Verband des Jahres 2020 in der Kategorie Mitglieder und Mehrwert nominiert.

Daten zur weltweiten Marktattraktivität

Seit 2018 stehen den IKW-Mitgliedern Euromonitor-Daten zur weltweiten Marktattraktivität zur Verfügung. Ein detaillierter Marktbericht gibt einen Überblick über die Top-5-Länder. Darüber hinaus können Marktattraktivitäts-Rankings für verschiedene Produktsegmente erstellt werden. Dabei lassen sich sowohl die einzelnen Marktattraktivitäten anhand zahlreicher Kriterien individuell definieren als auch die attraktivsten Zielländer ermitteln. Ein Projekt zur Erweiterung der Datenbasis ist in Vorbereitung.

Freiverkäuflichkeitszertifikate

Viele Länder außerhalb der EU oder der EFTA fordern bei der Einfuhr kosmetischer Mittel so genannte Freiverkäuflichkeitszertifikate. Mit diesen Zertifikaten wird den Firmen bescheinigt, dass die für die Einfuhr ins Drittland vorge-

„Wir freuen uns auf die anstehenden Geschäfts-anbahnungsreisen nach Taiwan und Israel und fühlen uns durch den IKW und das Markt-erschließungsprogramm hervorragend unterstützt. Bei der Geschäfts-anbahnungs-reise nach Indonesien haben wir vielver-sprechende Geschäftspartner gefunden. Dies bedeutet für uns die Entwicklung dieser wichtigen Marktregion.“

Thomas Mädler, Global Sales Director, Düllberg Konzentra GmbH & Co. KG

sehenen kosmetischen Mittel (oder ggf. WPR-Produkte) den geltenden nationalen gesetzlichen Bestimmungen und dem EU-Recht entsprechen. Der IKW erstellt solche Exportzertifikate für seine Mitgliedsfirmen. Die Erstellung beinhaltet auch die Beglaubigung der IKW-Unterschrift durch die Industrie- und Handelskammer Frankfurt am Main. Unter bestimmten Voraussetzungen ist auch für deutsche Nichtmitgliedsfirmen die Ausstellung von Freiverkäuflichkeitszertifikaten möglich.



Lernen Sie von Experten, wie Sie in den ausländischen Markt einsteigen können
Partner:

Analysieren Sie Märkte mit soliden Marktdaten
- Top-Rankings
- What-if-Analyse
Partner:

Prüfen Sie das Marktpotential im Deutschen Pavillon
Partner:

Finden Sie Vertriebspartner in 1:1-Verhandlungen während Ihrer Geschäftsreisen
Partner:

Erhalten Sie ein Free-Sales-Zertifikat für individuelle Export-Deals
Partner:



Presse & Presseecho



IKW-Wirtschaftspressekonferenz, 4. Dezember 2019, Frankfurt am Main

Ein gepflegtes Äußeres und ein wohnliches Zuhause sind Verbrauchern in Deutschland nach wie vor viel wert. 2019 gaben sie 18,9 Milliarden Euro für Schönheits- und Haushaltspflegeprodukte aus – 1,5 Prozent mehr als 2018. Die Marktzahlen präsentierte der IKW bei der Wirtschaftspressekonferenz am 4. Dezember 2019 in Frankfurt am Main vor ca. 30 Journalistinnen und Journalisten der Wirtschafts- und Fachpresse. Besonderes Interesse hatten die Journalisten an der IKW-Prognose für das Jahr 2020, die mit 1,5% Wachstum vorsichtig optimistisch ausfiel.



„Der IKW spricht für eine Branche mit Produkten, die die Menschen ganz nah im täglichen Leben begleiten. Dabei steht der IKW in besonderem Maße für Transparenz und Dialogbereitschaft und argumentiert stets auf Basis von Fakten. Das schafft Vertrauen.“

Gabriele Hässig, stellvertretende Vorsitzende des IKW, Procter & Gamble Service GmbH

Die im IKW vertretene Industrie gehört zu den wenigen Branchen, die bereits während des laufenden Jahres eine Schätzung über die Umsatz- und Marktentwicklung des Gesamtjahres abgeben. Die Daten des Marketing-Beratungsunternehmens IRI Information Resources und der

Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) ergänzen diese Prognosen quantitativ und qualitativ.

Die Medienresonanz auf die Pressekonferenz war sehr positiv. Berichtet wurde unter anderem von der dpa, auf faz.net, handelsblatt.com, in der Süddeutschen Zeitung, der Lebensmittel Zeitung, auf focus.de und im Nachgang auch in Publikumsmedien wie Brigitte. Berichte in 39* Print- und Onlinemedien erzielten eine mediale Reichweite von 13 Millionen Kontakten** und bestätigten das Interesse einer breiten Öffentlichkeit.

Medien als Mittler der Gesellschaft sind ein wichtiger Partner. Neben der jährlichen Pressekonferenz bietet der IKW den Medienvertretern zahlreiche Anlässe und Anstöße zu Themen der Schönheits- und Haushaltspflege, wie beispielsweise Round-Table-Gespräche zu Zukunftstrends und Journalisten-Trainings mit renommierten Referenten aus Industrie und Wissenschaft. Darüber hinaus beantworten die Kompetenzpartner Schönheitspflege und Haushaltspflege im IKW Fragen zu Haut- und Haarpflege, Schönheit und Selbstbewusstsein sowie Hygiene und Reinigung. Seit 2018 verstärkt der IKW seine Online-Präsenz mit dem Twitter-Kanal @IKW_org.

Im Jahr 2019 wurden IKW-Informationen und Stellungnahmen in mehr als 4.400 Veröffentlichungen von Print- und Onlinemedien* sowie Radio- und TV-Sendungen aufgenommen und erzielten damit eine mediale Gesamtreichweite von 925 Millionen** Kontakten und einem Anzeigenäquivalenzwert von 44,8 Millionen Euro.

*Print nur in Hauptausgaben **Reichweite Onlinemedien in Visits/Tag

Verpackungen



Der IKW hat sich in einer gemeinsamen Stellungnahme des „Packaging Chain Forum“ für eine Überarbeitung der wesentlichen Anforderungen an Verpackungen ausgesprochen, so dass bis 2030 alle in der EU in Verkehr gebrachten Verpackungen für eine Wiederverwendung oder für das Recycling designt sein müssen. Er unterstützt damit ausdrücklich das entsprechende Ziel der Anfang 2018 veröffentlichten Kunststoffstrategie der Europäischen Kommission. Dieses Ziel wird erhebliche Investitionen in innovative Verpackungsdesigns, aber auch in die Infrastruktur der dualen Systeme erfordern. Eine solche Neuregelung wird natürlich die vielfältigen Verpackungsfunktionen berücksichtigen müssen, um in jedem Einzelfall einen angemessenen Kompromiss zwischen diesen Funktionen und der Umweltverträglichkeit von Verpackungen zu erreichen.

Die Zentrale Stelle Verpackungsregister hat im September 2019 den „Mindeststandard für die Bemessung

der Recyclingfähigkeit von systembeteiligungspflichtigen Verpackungen“ veröffentlicht. Für die Verwertung von Verpackungen, die die hierin genannten Kriterien an recyclinggerechtes Design erfüllen, werden von den dualen Systemen günstigere Gebühren angeboten. Auf die gleiche Weise wird die Verwendung von Rezyklaten – also Altplastik – gefördert. Der IKW hat die Einführung derartiger Anreize, die nun in dem seit Anfang 2019 geltenden deutschen Verpackungsgesetz geregelt sind, stets ausdrücklich unterstützt. Um möglichst viele der Wertstoffe aus gebrauchten Verpackungen erfassen und nutzen zu können, sollten Verbraucher die in ihrer Kommune angebotenen Sammelmöglichkeiten genau kennen, Verpackungen gut entleeren und nach Benutzung richtig trennen. Der IKW hat hierzu Tipps auf seiner Website veröffentlicht, die Verbrauchern eine Orientierung beim Umgang mit restentleerten Verpackungen aus dem Bereich der Haushalts- und Schönheitspflege geben.



SCHÖNER.LEBEN.

IKW-Studien



Der IKW beschäftigt sich mit aktuellen Themen, Trends und gesellschaftlichen Entwicklungen im Bereich der Schönheits- und Haushaltspflege:

- Wie ist der Lebensweg eines T-Shirts mit Blick auf die Ökobilanz?
- Welche Rolle spielt Kosmetik bei der Entwicklung des Selbstwertgefühls von Jugendlichen?
- Wie werden die Haushalte der Zukunft aussehen und welche Schönheitsideale werden unsere Gesellschaft prägen?
- Was für ein Putztyp bin ich und welche Bedeutung hat Haushaltspflege in unserem immer anspruchsvolleren Alltag?

Die vom IKW beauftragten Studien kommen zu faszinierenden Ergebnissen und verblüffenden Einsichten.

Wie groß sind die Umweltauswirkungen bei der Herstellung, beim Waschen und beim Trocknen eines T-Shirts? Die IKW-Studie: „Der Lebensweg eines T-Shirts – eine Ökobilanz“, hat Antworten und Verbrauchertipps! Details zur Studie finden Sie auf Seite 39.

Die Pflege unserer Körper und Lebensräume sind wesentlicher Bestandteil des Alltags. Die IKW-Zukunftsstudie erforscht den Wandel von Bedürfnissen und Lebensstilen, Produkten und Trends in der Schönheits- und Haushaltspflege. Alle Informationen zur Studie sind auf www.ikw-zukunftsstudie.org veröffentlicht.

Welche Rolle spielt ein gepflegtes Äußeres bei Jugendlichen? Drei tiefenpsychologisch-repräsentative Untersuchungen zeigen, wie wichtig Stabilität für Jugendliche ist und welche Relevanz die Selbstdarstellung auf Social



Media Plattformen hat. Details zur aktuellen Jugendstudie „Insta ungeschminkt“ siehe Seite 27.

Informationen und Material zu den drei Jugendstudien („Jugend ungeschminkt“, „Selfies ungeschminkt“ und „Insta ungeschminkt“) finden Sie auf www.ikw-jugendstudie.org.

Putzen im Haushalt hat heute einen ganz anderen Stellenwert und ist nicht länger nur eine lästige Notwendigkeit. Die IKW-Studie zeigt, welche tiefenpsychologische Bedeutung die Haushaltspflege für Menschen haben kann. Details zur Studie sowie einen Putztypen-Test finden Sie auf www.haushaltspflege.org/Presse.



Weitere Aktivitäten



Über Tagungen, Exportunterstützung und Pressearbeit hinaus bietet der IKW seinen Mitgliedsfirmen eine Vielzahl an zusätzlichen Leistungen. Hierzu zählen unter anderem naturwissenschaftlich-technische **Informationsveranstaltungen** und Workshops genauso wie ein umfangreiches Kompendium an **Fach-Informationen** im IKW-Extranet.

Außerdem ist der IKW geschätzter Ansprechpartner und Schnittstelle zwischen Behörden, Verbrauchern, Medien und Industrie.



←
Round-Table Gespräch Statistik, 19.02.2019, Hamburg;
Prof. Dr. Björn Christensen, Fachhochschule Kiel



↑
Beautyworld Middle East, 15.04.2019, Dubai;
Thomas Keiser, IKW, Simon Mellor, Middle East
Messe Frankfurt; H.E. Dawood Al Hajiri, Dubai
Municipality

→
Einweihung der neuen Produktionsanlage,
Werner & Mertz, 13.05.2019, Mainz;
Thomas Keiser, IKW, Robert Habeck,
BÜNDNIS 90 Die Grünen



BfR Forum Verbraucherschutz Mikroplastik,
↓ 06.06.2019, Berlin



←
Öffentliche Sitzung Fachausschuss
Waschen und Fachausschuss Putzen,
20.05.2019, Dresden; Dr. Annekatrin
Lehmann, Technische Universität Berlin



→
IAC Meeting,
11.06.2019, Brüssel



Wirtschaftstag Auswärtiges Amt, 27.08.2019, Berlin;
Thomas Keiser, IKW; Sabine Weyand, Leiterin
↓ Generaldirektion EU-Kommission Handel



←
BMWi, 10.09.2019,
Berlin; Thomas
Keiser, IKW;
Wirtschaftsminister
Peter Altmaier



↑ EU-Parlament, 11.09.2019,
Thomas Keiser, IKW; Rainer
Wieland, Vizepräsident EU-
Parlament, Georg Held, IKW

→
WPR-Infoveranstaltung,
06.11.2019, Frankfurt a. M.;
Prof. Dr. Markus Egert,
Hochschule Furtwangen



↑ VhU-Wirtschaftsgespräch „Digitalisierung“, 01.04.2019, Frankfurt a. M.;
Thomas Keiser, IKW; Dr. Helge Braun, Bundesminister für besondere
Aufgaben und Chef des Bundeskanzleramts

→
WPR-Infoveranstaltung,
06.11.2019, Frankfurt
a. M.; Prof. Dr. med.
Johannes Geier,
Informationsverbund
Dermatologischer
Kliniken



↑ Besuch Chinesische Delegation, 18.12.2019,
Frankfurt a. M., Handelsministerium, Alibaba, GIZ



←
Dialog Kosmetik,
20.01.2020,
Frankfurt a. M.

→
IKW/DGK-
Fortbildung,
30.01.2020,
Frankfurt a. M.

IKW ALB-Workshop,
12.02.2020,
↓ Frankfurt a. M.



Round-Table-Gespräch zur IKW-Studie „Der Lebensweg eines
T-Shirts – eine Ökobilanz“, 13.02.2020, Hamburg; Dr. Bernd
↓ Glassl, Dr. Thorsten Kessler, IKW



←
EBD Briefing, 06.02.2020 Berlin;
u.a. Dr. Jörg Wojahn Vertreter
Europäische Kommission in Deutschland;
Dr. Kirsten Scholl, Leiterin der
Europaabteilung im BMWi



↓ ISCC-HPCI Conference, 20.02.2020, Mumbai, Indien

→
Round-Table-Gespräch zur IKW-Studie „Der
Lebensweg eines T-Shirts – eine Ökobilanz“,
13.02.2020, Hamburg; Dr. Martin Roffeis,
Prof. Dr. Matthias Finkbeiner,
Technische Universität Berlin



Veranstaltung "Synthetische gelöste
Polymere in Kosmetika", 27.02.2020,
↓ Frankfurt a. M.



←
Multiplikatorentagung,
05.-06.03.2020, Fulda;
Prof. Dr. Sascha Skorupka,
Hochschule Fulda



Schönheitspflege



3. IKW-Jugendstudie „Insta ungeschminkt“

Der Fokus liegt bei dieser Studie auf dem Verhältnis der Generation Z zu Instagram. Was fasziniert die Jugendlichen an dieser Social Media Plattform so sehr, dass sie sich ein Leben ohne Instagram kaum vorstellen können? Welche Rolle spielen bei der Selbstfindung der Jugendlichen die perfekt gestalteten Posts und die Anwendung kosmetischer Produkte? Im Rahmen der tiefenpsychologisch-repräsentativen Untersuchung wurde diesen und weiteren Fragen intensiv nachgegangen. Um darauf Antworten zu finden, wurden mehrere Gruppeninterviews mit insgesamt 24 Jugendlichen im Alter zwischen 16 und 22 Jahren und eine repräsentative Online-Befragung mit mehr als 1.000 Jugendlichen zwischen 14 und 21 Jahren durchgeführt.

Die Konstruktion einer perfekten Welt schafft Unverwundbarkeit. Likes, Reichweiten und Follower sind die neue Währung für das eigene Selbstwertgefühl. Alle halten sich für besonders und finden es selbstverständlich, dass man mehr Follower hat als man selbst folgt. Aus Sicht der jungen Menschen ist Instagram eine perfekte – von ihnen selbst mit erschaffene – Welt, in die sie sich zurückziehen können. Vier Stunden und mehr am Tag auf Instagram sind keine Seltenheit. Dabei versuchen die Nutzer, sich selbst und Instagram immer weiter zu optimieren. Alles Fiese, Gemeine, Komplizierte und Hässliche soll außen vor bleiben. Auch bei ihrem Äußeren wird alles Unschöne abgedeckt und so zurechtgestylt, bis es den Ansprüchen von Instagram genügt. Pflege, Make-up und Haar-Style sind für die Jugendlichen die kleinen, aber wichtigen Helfer, um die Kontrolle über ihr Innenleben zurückzugewinnen.

Jugendliche bekennen sich süchtig und fühlen sich gleichzeitig inspiriert. Ohne Instagram fühlen sie sich da-

„Die aktuelle Jugendstudie zeigt: Instagram ist für viele Jugendliche ein Versuch, eine rundum kontrollierbare Traumwelt zu installieren, in der alles perfekt ist und sie selbst unangreifbar sind.“

Birgit Huber, Bereichsleiterin
Schönheitspflege im IKW



gegen weniger lebendig. Für einige wäre ein Leben ohne Instagram sogar wie eine „Todesstrafe“. War früher die Selbstfindung vor allem durch die Auseinandersetzung mit sich und anderen geprägt, gelingt diese heute durch die Perfektion der Posts und die Anzahl der Follower. Erst durch Instagram finden Jugendliche zu ihrer Identität. Ihr Selbst ist ein digitales Selbst. „Ich Insta – also bin ich.“

Die Auseinandersetzungen mit Politik, Weltgeschehen und mit den eigenen Gedanken oder der eigenen Persönlichkeit findet hingegen kaum statt. Hiervor fürchten sich die Jugendlichen regelrecht. Denn auch Gedanken können – wie das Erleben – unkontrollierbar sein. Emotionen und zu persönliche Geschichten machen angreifbar. Daher werden Fotos auf Instagram immer wieder gelöscht.

Unverwundbarkeit ist ein heimlicher Traum der jungen Menschen, denn schließlich wäre das Leben so komplett kontrollierbar. Natürlich ist das „Unangreifbar-Sein“, wie Instagram selbst, eine schöne glitzernde Seifenblase, die leicht zerplatzt. Insbesondere dann, wenn es in der analogen Welt an Skills, Entwicklungserfahrungen und Krisen fehlt, die helfen, ein Selbstwertgefühl unabhängig von Likes und Followern zu entwickeln.

Stoffe



Mikroplastik in Kosmetik

In Medien und Fachöffentlichkeit wird vermehrt über die zunehmende Verunreinigung der Ozeane durch Kunststoffe und Kunststoffpartikel – aktuell auch durch sogenanntes Mikroplastik – berichtet. Kosmetische Produkte spielen – anders als in der Öffentlichkeit oft dargestellt – bei der Verschmutzung der Meere insbesondere mit Mikroplastik eine untergeordnete Rolle, wie eine Studie des Fraunhofer-Instituts für Umwelt-, Sicherheits- und Energietechnik aus dem Jahr 2018 zum Thema Kunststoffe in der Umwelt zeigt. Wissenschaftliche Schätzungen am Beispiel der Nordsee gehen von einem geringen Eintrag von Mikroplastik aus kosmetischen Produkten in einer Größenordnung von 0,1 bis 1,5 Prozent des Gesamteintrags aus.

Um diesen mengenmäßig vergleichsweise geringen Anteil an Mikroplastik weiter zu reduzieren, empfiehlt Cosmetics Europe (CE), der europäische Dachverband der Kosmetikindustrie, seinen Mitgliedern bereits seit Ende 2015, die funktionsbedingt zum Peeling oder zur Reinigung bewusst zugesetzten festen Kunststoffpartikel (primäres Mikroplastik) in Produkten, die wieder abgewaschen werden, spätestens bis 2020 durch alternative Stoffe zu ersetzen. Viele Kosmetikerhersteller hatten sich bereits vorsorglich dafür entschieden, ihre Produkte, die solche Mikrokunststoffpartikel enthalten, entsprechend zu überarbeiten. Laut einer von Cosmetics Europe durchgeführten aktuellen Umfrage unter den europäischen Kosmetikerherstellern hat sich die Menge an festen Kunststoffpartikeln, die in abzuspülenden kosmetischen Produkten zum Zwecke des Reinigungs- und Peelingeffekts eingesetzt werden, zwischen den Jahren 2012 und 2017 um 97 Prozent reduziert.

Damit hat die Industrie den von Cosmetics Europe bis 2020 empfohlenen Ausstieg auf freiwilliger Basis bereits frühzeitig und nahezu vollständig umgesetzt.

Auf europäischer Ebene wurden im Rahmen der von der Europäischen Kommission initiierten Kunststoffstrategie im Januar 2018 regulatorische Maßnahmen zu derartigen bewusst zugesetzten Kunststoffpartikeln eingeleitet. Die europäische Chemikalienagentur (ECHA) hatte bekannt gegeben, dass sie eine Beschränkung der Verwendung von bewusst zugesetzten Mikroplastikpar-

tikeln unter der europäischen Chemikalienverordnung (REACH) prüft. Dabei werden sämtliche relevanten Verwendungen von Mikrokunststoffpartikeln in denjenigen Industriesektoren betrachtet, die für eine Beschränkung in Frage kommen.

Am 30. Januar 2019 hat die ECHA eine Mitteilung bezüglich bewusst zugefügter Mikrokunststoffpartikel (primäres Mikroplastik) veröffentlicht. Hier wird Mikroplastik als synthetische Polymere in Feststoffpartikelform mit einer Größe zwischen einem Nanometer und 5 Millimetern definiert. Die ECHA bestätigt, dass es derzeit nur begrenzte Hinweise auf negative Einflüsse von Mikrokunststoffpartikeln auf den Menschen und die Umwelt gibt. Die in der Mitteilung empfohlenen Beschränkungen umfassen neben Peeling-Partikeln (Microbeads) in einer späteren Phase (voraussichtlich ab Mitte 2024) auch Wachse und Trübungsmittel in abwaschbaren Produkten, sogenannte Opacifier. Darüber hinaus empfiehlt die ECHA voraussichtlich ab Mitte 2026 eine Beschränkung fester Kunststoffpartikel in Leave-on-Produkten – das sind Produkte, die auf der Haut oder dem Haar verbleiben. Natürliche Polymerpartikel sind aufgrund ihrer biologischen Abbaubarkeit von den Beschränkungen ausgenommen.

Auf die empfohlenen Beschränkungen zu Peeling-Partikeln sind die Kosmetikerhersteller gut vorbereitet, da sie bereits seit 2015 im Rahmen des freiwilligen – auch von Cosmetics Europe unterstützten – Verzichts auf bewusst zugesetzte feste Kunststoffpartikel deren Menge in Peeling-Produkten deutlich reduziert haben.

Um auch die Menge an eingesetzten Trübungsmitteln weiter zu reduzieren, hat der IKW seinen Mitgliedsfirmen eine bereits 2018 im Rahmen des Kosmetikdialogs geäußerte Bitte des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit und des Umweltbundesamts weitergegeben, den Einsatz dieser Stoffe, sofern sie unter die Mikroplastik-Definition fallen, schon jetzt zu überdenken.

Ein Verzicht auf Mikrokunststoffpartikel in Leave-on-Produkten ist bisher bei den Kosmetikerherstellern nicht geplant, da sich die wissenschaftliche Kritik an Mikroplastik vorrangig auf feste Kunststoffpartikel bezieht, die durch Abspülen ins Abwasser gelangen können, wie es beispielsweise bei abwaschbaren Peeling-Produkten der



Fall ist. Leave-on-Produkte werden typischerweise nicht abgewaschen, sondern z.B. durch Abschminken über den Hausmüll entsorgt. Kunststoffpartikel gelangen in der Regel also nicht ins Abwasser. Der IKW prüft derzeit die Empfehlungen der ECHA zu Leave-on-Produkten.

Die Hersteller kosmetischer Mittel tragen die Verantwortung dafür, dass die dem Verbraucher zur Verfügung gestellten Produkte für Mensch und Umwelt sicher sind. Dieser Verpflichtung kommen sie weit über die umfangreichen gesetzlichen Regelungen in der EU hinaus auch durch weiterreichende freiwillige Maßnahmen nach. Der IKW unterstützt seine Mitglieder durch kontinuierliches Monitoring und Auswertung der entsprechenden Informationen zur weiteren Optimierung der Produktsicherheit und betreibt einen ständigen Austausch mit den verantwortlichen Behörden.

Gelöste Polymere

Gelöste Polymere sind von festen Kunststoffpartikeln (gemäß ECHA-Definition) zu unterscheiden und daher separat zu betrachten. Bisher sind keine negativen Effekte durch umweltrelevante Konzentrationen gelöster Polymere bekannt. Darüber hinaus sind ge-

löste Polymere nicht toxisch und werden überwiegend in Kläranlagen entfernt. Bemerkenswert ist hier, dass die jährlich in Deutschland in Kosmetikprodukten und Wasch-, Pflege- und Reinigungsmitteln eingesetzten Polymere – bezogen auf die Gesamtproduktion von Polymeren in Deutschland – einen Anteil von nur 0,2 Prozent ausmachen. Dies zeigt die im September 2018 veröffentlichte Studie „Mikroplastik und synthetische Polymere in Kosmetikprodukten sowie Wasch-, Putz- und Reinigungsmitteln“ des Fraunhofer-Instituts für Umwelt-, Sicherheits- und Energietechnik. Weitere Aussagen zur Abgrenzung/Definition von „Mikroplastik“ und „wasserlöslichen synthetischen Polymeren“ macht das Umweltbundesamt.

Nagelmodellage

Produkte zum Nagelmodellieren (Nail Design) sind nach deutschem bzw. europäischem Recht kosmetische Mittel und unterliegen damit den gesetzlichen Vorgaben und Sicherheitsanforderungen für diese Produktkategorie. Aus der seit Jahren bestehenden Arbeitsgruppe „Nagelmodelliermittel“ wurde Ende 2017 das vom IKW koordinierte Konsortium „Nagelmodellagen“ gebildet. Das Konsortium bearbeitet unter anderem Fragen zur Sicherheit der





Inhaltsstoffe von Nagelmodelliermitteln. Dazu stellt das Konsortium die entsprechenden Dossiers zur Vorlage bei Behörden zusammen, die die Sicherheit der eingesetzten Stoffe – wie beispielsweise der Acrylate HEMA und UDMA – belegen. Im Juni 2018 bestätigte das Scientific Committee on Consumer Safety (SCCS, deutsch: Wissenschaftlicher Ausschuss für Verbrauchersicherheit der EU-Kommission) die Sicherheit der Acrylate HEMA und UDMA in Nagelprodukten auf Basis der vom Konsortium erstellten Dossiers. Über die „Gruppenmerkmale für Nagelmodelliermittel“ werden Informationen zur Produktzusammensetzung und sicheren Anwendung für Nagelstudios im gewerblichen Bereich bereitgestellt.

Titandioxid – neue harmonisierte Einstufungsvorschriften

Titandioxid ist das am häufigsten verwendete Weißpigment. Aufgrund seiner hervorragenden technischen Eigenschaften findet es breite Verwendung in sehr vielen Branchen und Wertschöpfungsketten: zum Beispiel in Farben, Lacken, Kunststoffen oder bei der Papierherstellung.



Titandioxid ist ein bewährter und sehr gut untersuchter Stoff, der bereits seit Jahrzehnten EU-weit auch in kosmetischen Produkten wie beispielsweise Pudern, Hautcremes, Sonnenschutzmitteln oder Zahncremes unter anderem als weißes Farbpigment und als UV-Filter eingesetzt wird. Der Stoff unterliegt strengen Reinheitskriterien, wie sie auch für Lebensmittel vorgeschrieben sind, und ist im Rahmen der EG-Kosmetik-Verordnung als Farbpigment und als UV-Filter ausdrücklich zugelassen. Diese Zulassungen basieren auf umfassenden Risikobewertungen des zuständigen unabhängigen wissenschaftlichen EU-Komitees SCCS (Scientific Committee on Consumer Safety). So bewertete das SCCS zuletzt im Jahre 2014 Titandioxid in Form von Nanopartikeln speziell für den Einsatz als UV-Filter und bestätigte die sichere Anwendung.

Im Berichtszeitraum wurde eine Änderung der so genannten CLP-Verordnung veröffentlicht. Diese Verordnung ist die Rechtsgrundlage für die Einstufung, Kennzeichnung und Verpackung von Chemikalien in der Europäischen Union. Mit dieser Änderung wurden bestimmte pulverförmige Gemische, die Titandioxid enthalten, als krebserzeugend der Kategorie 2 beim Einatmen eingestuft. Diese Gesetzesänderung basierte auf einer Empfehlung des Risk Assessment Committee (RAC, deutsch: Ausschuss für Risikobeurteilung) der Europäischen Chemikalienbehörde ECHA. Kosmetische Mittel, die Titandioxid enthalten, sind jedoch weiterhin grundsätzlich als sichere Produkte anzusehen. In der EU sind kosmetische Mittel als Fertigerzeugnisse von allen gefahrstoffrechtlichen Vorschriften über die Einstufung, Verpackung und Kennzeichnung ausdrücklich ausgenommen. Kosmetische Mittel unterliegen eigenen strengen Anforderungen an die Gebrauchssicherheit, die durch die EU-Kosmetik-Gesetzgebung vorgegeben werden. Titandioxid ist in den jeweiligen kosmetischen Produkten wie z. B. Emulsionen fest eingebunden, sodass die Möglichkeit eines Einatmens in aller Regel nicht gegeben ist. Die neuen Einstufungsvorschriften im EU-Chemikalienrecht beziehen sich nur auf pulverförmige Stäube, die Titandioxid enthalten. Verbraucher können Kosmetikprodukte mit Titandioxid daher weiterhin ohne gesundheitliche Bedenken verwenden.



Kosmetik-GMP (Good Manufacturing Practice)

Schon seit Jahrzehnten stellt die Kosmetikindustrie ihre Produkte nach den Grundsätzen der Guten Herstellungspraxis (GMP) her. Die Einhaltung der Kosmetik-GMP (Norm DIN EN ISO 22716) bei der Herstellung kosmetischer Mittel ist in der EG-Kosmetik-Verordnung 1223/2009 gesetzlich verankert. Hierzu hat der IKW einige Leitfäden und eine Checkliste veröffentlicht, die den Mitgliedsfirmen als Hilfestellung dienen können.

Aufgrund des großen Interesses an der Kosmetik-GMP und den daraus resultierenden Anforderungen und Maßnahmen hat der IKW im Berichtszeitraum eine eintägige Informationsveranstaltung angeboten. Die Teilnehmer hatten hier die Möglichkeit, den aktuellen Stand der Kosmetik-GMP zu vertiefen und unterschiedliche Aspekte, wie beispielsweise die mikrobiologischen Anforderungen, zu diskutieren oder sich über die amtliche Kontrolle von Kosmetikbetrieben zu informieren.

Nagoya-Protokoll

Das wesentliche Ziel des Nagoya-Protokolls ist es, zu fairen und transparenten Bedingungen einen Zugang zu genetischen Ressourcen zu ermöglichen.

Bei der Nutzung von genetischen Ressourcen (Inhaltsstoffe pflanzlichen, tierischen oder sonstigen biologischen Ursprungs), die in den Anwendungsbereich des Nagoya-Protokolls mit der EU-Verordnung Nr. 511/2014 fallen, und von traditionellem Wissen, das sich auf solche genetische Ressourcen bezieht, bestehen innerhalb Deutschlands und der EU Sorgfalts-, Erklärungs- und Mitwirkungspflichten. Hierzu gehört auch die Pflicht zu prüfen, ob die Nutzung in den Anwendungsbereich der genannten Verordnung fällt. Das Bundesamt für Naturschutz (BfN) ist als zuständige nationale Behörde verpflichtet, durch Kontrollen zu überprüfen, ob Nutzer diesen Verpflichtungen nachkommen.



Im Berichtszeitraum haben der IKW und die Nagoya-Vollzugsbehörde beim Bundesamt für Naturschutz (BfN) zu einem Praxisseminar zur Umsetzung des Nagoya-Protokolls (EU-VO Nr. 511/2014) im Kosmetiksektor eingeladen.

Das Praxisseminar richtete sich an diejenigen Personen, die in Unternehmen, die Rohstoffe pflanzlichen, tierischen oder anderen biologischen Ursprungs in kosmetischen Produkten verwenden, in den Bereichen Forschung, Produktentwicklung, Nachhaltigkeit oder Regulatory Compliance, Supply Chain Management und Supplier Relations Activity, tätig sind.

Konservierung kosmetischer Mittel

Verbraucher müssen bei der Verwendung kosmetischer Produkte sicher sein, dass in diesen keine krankheits-erregenden Keime enthalten sind und dass sich nach dem Öffnen von außen eingetragene Keime keinesfalls vermehren können. Daher ist die mikrobiologische Sicherheit ein wichtiger Aspekt, der dazu führt, dass die



Herstellung dieser Produkte mit der größtmöglichen Sorgfalt erfolgen muss. Die Ausgangsstoffe wie auch die Fertigprodukte werden regelmäßig auf den Keimgehalt und die mikrobiologische Stabilität hin überprüft. Durch entsprechend ausgewählte Inhaltsstoffe, optimierte Rezepturen und angepasste Verpackungslösungen stellen die Hersteller eine sehr gute Haltbarkeit der Kosmetika während ihrer Verwendungsdauer sicher.

In ungeöffnetem Zustand sind kosmetische Mittel praktisch frei von Keimen. Erst nachdem die Verpackung geöffnet wird, können Mikroorganismen in das Produkt gelangen. Eine besondere Gefahr geht dabei von Bakterien, Hefen und Pilzen aus, denn diese wachsen vor allem in feuchtwarmer Umgebung, zum Beispiel im Badezimmer. Daher werden Kosmetika durch Konservierungsmittel geschützt und damit der Verderb durch Mikroorganismen über den gesamten Verwendungszeitraum hinweg verhindert. Doch auch die richtige Anwendung hat einen Einfluss auf die Haltbarkeit der Kosmetika – die Produkte sollten unmittelbar nach Gebrauch wieder verschlossen werden.

Mikroorganismen können sich besonders in Körperpflegemitteln ausbreiten, die Wasser und Nährstoffe

(wie z. B. Eiweiß) enthalten. Dazu zählen etwa Feuchtigkeitscremes, bestimmte Make-ups, Körperlotionen, Duschbäder und Shampoos. Ohne Konservierung wären unangenehmer Geruch, Verfärbung oder eine veränderte Konsistenz die Folgen eines Befalls mit Mikroorganismen. Deshalb ist die Konservierung kosmetischer Mittel zum gesundheitlichen Schutz der Verbraucher unbedingt notwendig.

Als Konservierungsstoffe zugelassen sind nur solche Stoffe, deren Sicherheit auf EU-Ebene umfassend geprüft wurde. Häufig werden mehrere Stoffe miteinander kombiniert, um den Schutz vor allen relevanten Keimen zu gewährleisten. Hierbei achten die Hersteller immer darauf, die Konzentration der jeweiligen Stoffe so gering wie möglich zu halten. Wie alle Inhaltsstoffe werden Konservierungsstoffe auf Verpackungen mit ihrer international einheitlichen INCI-Bezeichnung angegeben.

Der IKW beteiligt sich an einem Projekt von Cosmetics Europe mit dem Schwerpunkt der Entwicklung einer Strategie, die langfristig ein adäquates Spektrum von Konservierungsstoffen zum Schutz der verschiedenen Produktkategorien sicherstellen soll.

Kooperation & Dialog



Der IKW ist Ansprechpartner für seine Mitglieder, aber auch für Behörden, Wissenschaft, Politik, Medien und für Nichtregierungsorganisationen.

Dabei liefern die Experten des IKW seit Jahren fachlich wertvollen Input, der sehr geschätzt wird. So wurde der IKW zu vielen Veranstaltungen als Diskussionspartner eingeladen, z.B. zum Runden Tisch Meeremüll des Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU).

Fortbildung für Sicherheitsbewerter

Die Anforderungen an die Sicherheitsbewertung kosmetischer Mittel nehmen in der EG-Kosmetik-Verordnung einen besonderen Stellenwert ein. Dies betrifft sowohl den Umfang und die Detailtiefe des Sicherheitsberichts als auch die fachliche Qualifikation des Sicherheitsbewerter. Aber auch andere Kontinente schauen auf die gesetzliche Regelung in der EU und übernehmen deren Anforderungen an die Sicherheitsbewertung. Gemeinsam mit der Deutschen Gesellschaft für Wissenschaftliche und Angewandte Kosmetik (DGK) hatte der IKW erstmals im Jahre 1998 Fortbildungskurse für Sicherheitsbewerter ins Leben gerufen. Die Struktur sowie die Inhalte der Kurse wurden seitdem regelmäßig überarbeitet und aktualisiert. Als Referenten für diese Kurse konnten hochkarätige Experten ihres jeweiligen Faches von Hochschulen, Behörden und aus der Industrie gewonnen werden, so zum Beispiel auch eine Reihe von Mitgliedern der Kosmetik-Kommission am Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR). Der kontinuierlich angebotene Kurszyklus besteht aus sieben Einzelkursen von jeweils zwei Tagen Dauer. Am Ende eines jeden Kurses werden in einer Klausur die erlernten Kursinhalte überprüft (die Teilnahme ist freiwillig). Ergänzend zu den Fortbildungskursen bieten DGK und IKW halbjährlich

eintägige Praxisseminare für Sicherheitsbewerter an. Parallel zum ursprünglich deutschen Kursprogramm werden seit einigen Jahren auch englischsprachige Kurse und Seminare angeboten. Die Kursmodule werden inzwischen auch als Webinare offeriert, die alle Interessierten weltweit buchen können. Die Klausur wird dann online durchgeführt. Um die Teilnehmer auch vor Ort zu unterstützen, sind zukünftig Seminarangebote in vielen Ländern in Kooperation mit IKW und DGK geplant. So gab es im Berichtszeitraum gemeinsame Seminare mit unterschiedlichen Organisationen, Behörden oder Verbänden in Polen, Korea, Indien, Südafrika und den USA. Weitere Informationen zum Fortbildungsangebot können Interessierte auf den Internetseiten www.sicherheitsbewerter.info bzw. www.safetyassessor.info finden.





DIALOG KOSMETIK

Der DIALOG KOSMETIK wurde im Jahr 2005 als themenoffene Plattform zum kritischen Dialog über diskussionswürdige Themen zwischen unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen initiiert. Ziel ist der regelmäßige, ergebnisoffene Austausch über Positionen und Haltungen zu gesellschaftlich bedeutsamen Aspekten aus dem Handlungsfeld der Kosmetik und Körperpflege.

An den Treffen des Dialogs nehmen – in Abhängigkeit vom jeweiligen Schwerpunktthema – zwischen 20 und

50 Akteure aus den Bereichen Behörden, Hochschulen, Gewerkschaften, Industrie, Kirchen, Ministerien, Nichtregierungsorganisationen, Umweltorganisationen und Verbraucherverbände teil. Der Kreis der beteiligten Institutionen und Personen ist nicht festgelegt und offen.

Beim 11. Dialog stand das Thema Naturkosmetik und naturnahe Kosmetik im Mittelpunkt. Der Ruf nach mehr Transparenz und Orientierung wird auf diesem Gebiet zunehmend lauter. Die Akteure beleuchteten die verschiedenen Facetten des Themas und diskutierten sie intensiv. Am Ende der Veranstaltung gründeten sie eine gemeinsame Arbeitsgruppe, die die Diskussion in einem Positionspapier zusammenfassen soll.

Inzwischen ist auch ein im vorausgegangenen Dialog beschlossenes Video zur Aufklärung Jugendlicher über den Umgang mit Akne auf youtube veröffentlicht worden. Über die jeweiligen Kommunikationskanäle der unterschiedlichen Akteure wurde für interessierte Verbraucher darauf hingewiesen.



„Viele Verbraucher entscheiden sich für Naturkosmetik. Echte Natur- und Biocosmetik können sie an Siegeln wie beispielsweise NATRUE oder COSMOS erkennen.“

Alexandra Borchard-Becker,
die Verbraucherinitiative e.V.



Eine weitere Arbeitsgruppe des Dialog Kosmetik hatte sich 2019 intensiv mit dem Thema Parabene beschäftigt und auf der Grundlage aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse einen Faktencheck dazu erarbeitet, der auf www.haut.de veröffentlicht ist.

Journalisten-Kosmetiktraining, Seminar Anti-Aging

Einmal jährlich führt der IKW ein Training für Journalisten in Hamburg und München durch. Bei der Veranstaltung bekommen Journalisten einen tieferen Einblick zu einem speziellen Themenbereich aus der Schönheitspflege geboten. Das Thema Anti-Aging fand großes Interesse. Hier ging es um Inhalte wie Hautreinigung und Hautpflege in jedem Alter und welche Wirkstoffe und Systeme den Verbrauchern heute zur Vorbeugung von vorzeitigen Zeichen des Alterns angeboten werden. In diesem Zusammenhang wurden auch potentiell zukunftsweisende Fragen beleuchtet – auch zu Stoffen wie Hormonen, deren Verwendung in Kosmetik derzeit verboten sind. So diskutierte man, ob eine Hormongabe, wie z. B. geringe Mengen an Estradiol, auf die intrinsischen Faktoren wirken und somit dem Elastizitätsverlust der Haut wirksam begegnen können – ohne gleichzeitig in den Hormonhaushalt des Körpers einzugreifen.



IKW Journalisten-Kosmetiktraining, 16. Oktober 2019, Hamburg

Bei den Round-Table-Gesprächen der Kosmetikindustrie stand die dritte Jugendstudie des IKW im Mittelpunkt. Die Journalisten waren fasziniert von den Ergebnissen

der Studie und es wurde intensiv diskutiert, wie man mit diesen neuen Erkenntnissen umgehen kann. (Details zur Studie siehe Seite 27).



IKW-Round-Table Gespräch, 2. April 2019, Hamburg

www.haut.de

Das Internetportal www.haut.de bietet allen Interessierten umfangreiche Informationen und Tipps zum Thema Kosmetik für Haut, Haar und Zähne. Qualifizierte Experten aus unterschiedlichen Fachbereichen aktualisieren das Portal regelmäßig mit neuen Informationen.

Neben Experteninterviews, E-Books und Broschüren bietet das Portal Möglichkeiten zur Bestimmung des Hauttyps, aber auch die Möglichkeit der Bestimmung des individuellen Lichtschutzfaktors für einen optimalen Sonnenschutz und eine herunterladbare Reisecheckliste für Verbraucher. Ein Highlight des Portals www.haut.de ist die kostenlose Datenbank für die Inhaltsstoffe kosmetischer Mittel (INCI-Datenbank).

INCI-Service auf www.haut.de

Die beliebte Inhaltsstoffdatenbank auf www.haut.de bietet wissenswerte Informationen rund um die Inhaltsstoffe kosmetischer Mittel und wird stetig weiter ausgebaut. Der INCI-Service steht unter dem Link www.haut.de/inhaltsstoffe-inci/ kostenlos zur Verfügung. Mit der



Eingabe des INCI-Suchbegriffes, wie er auf der Verpackung des Produktes deklariert ist (z. B. AQUA), wird eine Übersetzung des INCI-Namens bzw. eine Beschreibung des Stoffs angezeigt. Außerdem wird über die Funktionen des Stoffs und sein Vorkommen in Kosmetika informiert. Zusätzlich werden vielfach Hintergrundinformationen und Hinweise zur sicheren Verwendung des jeweiligen Stoffs in kosmetischen Mitteln angeboten. Die INCI-Datenbank bietet Verbrauchern außerdem die Möglichkeit, die Welt der Inhaltsstoffe kosmetischer Mittel ausgehend von Produktkategorien oder Stoffgruppen zu erkunden. Der haut.de-INCI-Service steht auch in Form einer Smartphone-App sowohl für iOS als auch für Android-Betriebssysteme kostenlos in den jeweiligen App-Stores zur Verfügung.



„Die COSMILE-App ist für Allergiker eine sehr gute Informationsquelle. Damit kann man die Stoffe, auf die man allergisch reagiert, sicher erkennen und meiden.“

Prof. Johannes Geier, Informationsverbund Dermatologischer Kliniken (IVDK)

COSMILE-App

Die von der health&media GmbH im Auftrag von haut.de erweiterte INCI-App mit dem Namen COSMILE wurde inzwischen weiterentwickelt, und die Zahl der beteiligten Marken steigt stetig: Herzstück von COSMILE

ist eine Scanfunktion, mit der die Inhaltsstoffe eines konkreten kosmetischen Produktes angezeigt werden können – zum Beispiel beim Einkauf direkt am Regal oder zu Hause im Badezimmer. Ergänzend können die bekannten Informationen der haut.de-INCI-Datenbank abgerufen werden. Allergiker können ihre persönlichen Allergene vormarkieren und werden gesondert darauf hingewiesen, wenn ein gescanntes Produkt einen oder mehrere dieser Stoffe enthält. COSMILE ist kostenlos, werbefrei und wird direkt von den Herstellern mit aktuellen INCI-Daten gespeist. Umfassende Informationen zur Funktion von COSMILE sowie zu den teilnehmenden Marken sind unter cosmile.app aktuell im Internet verfügbar.



COSMILE App bei iTunes



COSMILE App bei Google Play




**Sonnenschutz-
milch**

LSF 30 Hoher Schutz /wasserfest

UVA



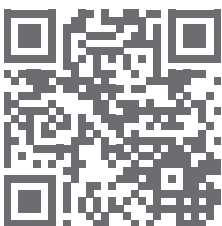
www.sonnenschutz-sonnenklar.info

IKW e. V., Mainzer Landstr. 55, 60329 Frankfurt/Main

Tag des Sonnenschutzes

Unter dem Motto „Sonnenschutz? – Sonnenklar!“ findet jährlich zum Sommeranfang am 21. Juni ein Aktions- und Informationstag zum Sonnenschutz statt – und das im Jahr 2019 bereits zum 12. Mal. Beim Tag des Sonnenschutzes handelt es sich um eine Gemeinschaftsaktion einer Vielzahl von Akteuren und Organisationen verschiedener Disziplinen, u. a. aus den Bereichen Gesundheitsschutz und -vorsorge, Sport, Medizin, Verbraucherschutz sowie des Fachhandels (Drogeriemärkte, Parfümerien, Kosmetikstudios und Apotheken) in Deutschland. Das erklärte Ziel des Aktionstags lautet: Das Bewusstsein der Verbraucher für einen wirksamen (richtigen) Sonnenschutz schärfen.

Jedermann kann sich mit eigenen Aktionen an diesem Informationstag beteiligen. Die individuelle Ausgestaltung der Aktionen ist freigestellt. Die Organisatoren stellen kostenlos umfangreiches Basis-Informationsmaterial zur Verfügung, das über die Website www.sonnenschutz-sonnenklar.info angefordert werden kann (Verbraucherfaltblatt und Poster zum Sonnenschutz, Probepäckchen Sonnenschutzmittel, Luftballons, fachliche Hintergrundinformationen für schulende Personen). Über das Internetportal werden alle Aktionen angemeldet und auf Wunsch auch dort veröffentlicht. Die Internetseite bietet außerdem eine Reihe von interaktiven Zusatzangeboten für Verbraucher an, so zum Beispiel eine Hauttyp-Bestimmung, eine individuelle tagesaktuelle Empfehlung des passenden Lichtschutzfaktors sowie eine kostenlose App, mit der unterwegs jederzeit der persönliche Lichtschutzfaktor bestimmt werden kann.



www.sonnenschutz-sonnenklar.info



Haushaltspflege



Der Bereich Haushaltspflege informiert seine Mitgliedsfirmen durch regelmäßige Rundschreiben und Veranstaltungen über aktuelle Regelungen und freiwillige Initiativen, die Wasch-, Pflege- und Reinigungsmittel (WPR-Produkte) betreffen.

Darüber hinaus stehen im IKW-Extranet Leitfäden zu den Regelungen zur Verfügung, die für die Produktgruppe besonders wichtig sind.

Bei der Überarbeitung gesetzlicher Regelungen und in allen Fragen zu WPR-Produkten ist der Bereich Haushaltspflege Ansprechpartner für Ministerien und Behörden des Bundes und der Länder sowie für Abgeordnete im Europäischen Parlament, im Deutschen Bundestag und in den Parlamenten der Bundesländer. Der IKW setzt sich dabei stets für ein hohes Niveau in Bezug auf Verbraucher- und Umweltschutz ein und vertritt gleichzeitig Argumente für solche Regelungen, die für die IKW-Mitgliedsfirmen praktikabel sind.

Darüber hinaus steht der Bereich Haushaltspflege den Vertretern aller Medien in Deutschland bei Fragen rund um WPR-Produkte zur Verfügung.

Der Lebensweg eines T-Shirts – eine Ökobilanz

Im Auftrag des IKW wurde an der Technischen Universität Berlin die Studie „Der Lebensweg eines T-Shirts – eine

Ökobilanz“ erstellt, die die wichtigsten Umweltauswirkungen des Lebensweges eines Textilstücks zusammenfasst. Für die Studie wurden möglichst realistische Annahmen getroffen. So wurde ein handelsübliches weißes Baumwoll-T-Shirt betrachtet, das außerhalb Europas hergestellt, in Deutschland gekauft, getragen und 44-mal gewaschen, getrocknet und schließlich entsorgt wird. Ein solches T-Shirt aus Baumwolle wiegt circa 150 Gramm. Zu seiner Herstellung, zum Vertrieb, zur Pflege während der Nutzungsphase sowie zur Entsorgung werden Mengen an Ressourcen, z. B. Wasser, benötigt, die das Gewicht des T-Shirts um ein Vielfaches übersteigen. Darüber hinaus werden während seines Lebensweges auch Stoffe freigesetzt, z. B. sogenannte Treibhausgase, die 3,7



Ökobilanzen sind heute wichtiger denn je, um faktenbasierte Entscheidungen zu treffen. Auch die Studie mit dem IKW zum Lebensweg eines T-Shirts hat zu interessanten Ergebnissen und konkreten Handlungsempfehlungen geführt.

Professor Dr. Matthias Finkbeiner,
Technische Universität Berlin



Kilogramm Kohlendioxid (CO₂) entsprechen. Dabei wurde davon ausgegangen, dass Verbraucher die Waschmaschine nicht voll, sondern nur mit 3,5 Kilogramm Wäsche befüllen, 55 Milliliter flüssiges Waschmittel pro Waschgang



dosieren und nur jede zehnte Waschlading im Wäschetrockner trocknen, den Rest an der frischen Luft.

Die Studie macht deutlich: Baumwollproduktion und T-Shirt-Herstellung bestimmen maßgeblich die meisten der betrachteten möglichen Effekte auf die Umwelt, z. B. Landnutzung, Süßwassernutzung, Verbrauch von Rohstoffen wie Erzen, Metallen und Mineralien sowie negative Auswirkungen auf Gewässer und ihre Lebewesen. Die T-Shirt-Herstellung und die Nutzungsphase, also das Waschen und Trocknen des T-Shirts, haben einen relevanten Einfluss auf das Treibhauspotenzial und den Ressourcenverbrauch Wasser („Potenzielle Wasserverknappung“). Um beim Waschen und Trocknen im Haushalt die Umweltauswirkungen maßgeblich zu verringern, gilt: Waschen bei niedrigen Temperaturen, genaue Dosierung des Waschmittels und volle Beladung der Waschmaschine sowie Wäschetrocknen im Freien.



„Ein wesentlicher Faktor bei Neurodermitis ist das Vermeiden mechanischer Reizung der Haut. Die Auswahl geeigneter Kleidung, z. B. das Meiden von Wolle, spielt hier eine wichtige Rolle, und in wissenschaftlichen Studien konnte gezeigt werden, dass die generelle Verwendung von Weichspülern das Ekzem bei Neurodermitis signifikant verbessert durch die verringerte Reibung der Textilien.“

Professor Dr. med. Dr. h.c. Torsten Zuberbier
Allergie-Centrum-Charité,
Charité – Universitätsmedizin Berlin

Informationen für Medienvertreter

Der Bereich Haushaltspflege erstellt Pressetexte und informiert Journalisten durch jährliche Redaktionsbesuche sowie den drei- bis viermal pro Jahr erscheinenden Newsletter „HERAUSGEPUTZT“ über die richtige Anwendung von WPR-Produkten und über deren Inhaltsstoffe. Im Jahr 2019 hatten die Artikel in Printmedien sowie die Rundfunk- und Fernsehbeiträge, die auf den IKW-Bereich Haushaltspflege Bezug nahmen, eine Reichweite von 478 Millionen Kontakten.

Verstärkt hat der Bereich Haushaltspflege im Jahr 2019 über den Nutzen von Weichspülern informiert. Der Auslöser war, dass im Juni 2019 in einer Sendung des Südwestrundfunks (SWR) ein besonders unsachlicher und manipulativ wirkender Beitrag zu Weichspülern ausgestrahlt und zusätzlich vom SWR über soziale Medien intensiv beworben wurde. Einer der Aufhänger des Beitrags war die falsche Behauptung, Talg oder tierische Abfälle wären Hauptbestandteile von Weichspülern. Gezeigt wurden dazu aus dem Kontext herausgerissene, irreführende Bilder von Teilen toter Tiere.

Richtig ist, dass in Weichspülern kationische Tenside als Wirkstoffe eingesetzt werden, die auf Textilien aufziehen und den Weichgriff ermöglichen. Ausgangsmaterial für kationische Tenside können gereinigte tierische Fette oder pflanzliche Öle oder aus Mineralöl gewonnene Stoffe sein. Dieses Ausgangsmaterial muss in mehreren Schritten zu kationischen Tensiden umgewandelt werden.

Vorteile von Weichspülern sind u. a.:

- Da die Textilien weniger verknittert aus der Waschmaschine kommen, wird beim Bügeln Energie gespart.
- Bei synthetischen Textilien verhindern Weichspüler elektrostatische Aufladungen („Antistatik-Effekt“).
- Viele Hautärzte empfehlen Menschen mit Neurodermitis oder empfindlicher Haut, Weichspüler zu verwenden.

Produktsicherheit



Unfallverhütung

Gemeinsam mit der Bundesarbeitsgemeinschaft (BAG) Mehr Sicherheit für Kinder e.V. hat der IKW ein Faltblatt erstellt, das Eltern von Kleinkindern wichtige Tipps gibt, um Unfälle mit Wasch- und Reinigungsmitteln, z. B. versehentliches Verschlucken, zu verhindern. Im Jahr 2019 wurden zusätzlich dazu von der BAG zweisprachige Versionen in Arabisch, Englisch und Türkisch, jeweils kombiniert mit Deutsch, herausgegeben und vom IKW finanziell unterstützt. Alle diese Faltblätter werden über Kinderärzte zielgerichtet an Eltern von Kleinkindern weitergegeben, in der Regel im Rahmen der Vorsorgeuntersuchung U5 für Säuglinge im Alter von zirka einem halben Jahr.

Darüber hinaus wurde von März bis August 2019 das von BAG und IKW gemeinsam erstellte Heft zur Unfallverhütung „Unser Zuhause – sicher und sauber“ der Zeitschrift „Leben & erziehen Spezial“ beigefügt. Diese Zeitschrift legt ein Versandhändler, der überwiegend Produkte für Kleinkinder im Angebot hat, seinen Paketen kostenlos bei.



Umfrage zu Produktunverträglichkeiten auf Wasch-, Reinigungs- und Pflegemittel

Seit dem Jahr 2007 befragt der IKW jährlich seine Mitgliedsfirmen, die Wasch-, Pflege- und Reinigungsmittel in Deutschland für Privatverbraucher vermarkten, nach der Anzahl der Unverträglichkeiten auf solche Produkte, die diesen Firmen für das jeweilige Vorjahr gemeldet wurden.

In den 13 Jahren von 2006 bis 2018 wurden insgesamt 21,7 Milliarden Packungen verkauft. Das Ergebnis zeigt, dass nur in ausgesprochen wenigen Fällen allergische Reaktionen auf WPR-Produkte beobachtet wurden.

Auch Fachleute des Deutschen Allergie- und Asthmabundes e.V. (DAAB, www.daab.de) und des Informationsverbundes Dermatologischer Kliniken (IVDK; www.ivdk.org) bestätigen: Durch Weichspüler, Wasch- und Reinigungsmittel, Mittel zur Fleckenvorbehandlung

oder gewaschene Wäsche werden nur ausgesprochen selten Allergien ausgelöst.

Der IKW informiert regelmäßig die für diese Produktgruppen zuständigen Bundesministerien und Bundesoberbehörden sowie die Fachöffentlichkeit über die Ergebnisse der IKW-Umfrage zu Produktunverträglichkeiten.

Allergien	Fälle von 2006 bis 2018	Fälle pro 1 Mrd. verkaufte Packungen
Anfragen von Ärzten	56	3
ärztlich bestätigt	30	1

Umfrageergebnisse zu Allergien von 2006 bis 2018

Haut- und Schleimhautreizungen	Fälle von 2006 bis 2018	Fälle pro 1 Mrd. verkaufte Packungen
von Kunden plausibel beschrieben	5.817	268
ärztlich bestätigt	142	7

Umfrageergebnisse zu Allergien der Berichtsjahre 2006 bis 2018

Nachhaltigkeitsinitiativen

FORUM WASCHEN



„Im Haushalt können wir durch Änderung unseres Alltagshandelns gleichzeitig die CO₂-Emissionen verringern und die Haushaltskasse entlasten.“

Prof. Dr. Angelika Sennlaub,
Hochschule Niederrhein

Im FORUM WASCHEN engagieren sich Fachleute aus 38 unterschiedlichen Institutionen in Deutschland für Nachhaltigkeit in den Bereichen Waschen, Abwaschen und Reinigen im Haushalt. Beteiligt sind u. a. Behörden, Bundesministerien, Forschungsinstitutionen, eine Gewerkschaft, Hersteller von Wasch-, Pflege- und Reinigungsmitteln sowie Haushaltsgeräten, Hochschulen, Umweltorganisationen und Verbraucherverbände. Initiator war im Jahr 2001 der IKW – er übernimmt seitdem die Aufgabe des Koordinationsbüros.

Aktionstag Nachhaltiges (Ab-)Waschen am 10. Mai



Priv.-Doz. Dr. Stefanie Märzheuser,
Präsidentin der Bundesarbeits-
gemeinschaft Mehr Sicherheit für
Kinder e.V.

Nunmehr zum 16. Mal fand rund um den 10. Mai 2019 der Aktionstag Nachhaltiges (Ab-)Waschen statt. Multiplikatoren aus Verbraucher-, Umwelt- und Berufsverbänden, dem Umweltbundesamt und von IKW-Mitgliedsfirmen informierten Verbraucher und Mitarbeiter deutschlandweit in über 130 Aktionen über nachhaltiges Waschen und Reinigen. Die besten Aktionen wurden von einer Jury prämiert; sie können über folgende Webseite abgerufen werden: www.forum-waschen.de/praemierte-aktionen.html

Schirmfrau des Aktionstages Nachhaltiges (Ab-)Waschen 2019 war die Präsidentin der Bundesarbeitsgemeinschaft Mehr Sicherheit für Kinder e.V., Privatdozentin Dr. med. Stefanie Märzheuser von der Charité in Berlin. Sie legte den Schwerpunkt auf Unfallverhütung im Haushalt und den richtigen Umgang mit Haushaltschemikalien.

Die Professorin Dr. Angelika Sennlaub von der Hochschule Niederrhein, Vorstandsvorsitzende der Deutschen Gesellschaft für Hauswirtschaft e.V., ist die Schirmfrau des Aktionstages Nachhaltiges (Ab-)Waschen 2020.

waschtipps.de

Die vom FORUM WASCHEN initiierte Plattform „waschtipps.de“ richtet sich besonders an Menschen, die erstmals einen eigenen Haushalt führen und nach praxistauglichen Tipps suchen.

Im Rahmen von Semesterprojekten der Hochschule Fulda sind inzwischen acht Videos zum Thema Waschen, Spülen und Reinigen entstanden. Parallel dazu wurden drei kurze Erklärfilme zum Thema Waschen veröffentlicht: zum Dosieren von Waschmitteln, zur Beladung der Waschmaschine sowie zum Sortieren von Wäsche. Die kurzen Filme stehen auf www.waschtipps.de zur Verfügung.



Standbild aus dem Video „Wäsche sortieren“ auf waschtipps.de



Initiative „Nachhaltiges Waschen und Reinigen“

Die Initiative „Nachhaltiges Waschen und Reinigen“ („A.I.S.E.-Charter“) ist eine im Jahr 2005 gegründete, freiwillige, europaweite Nachhaltigkeitsinitiative des Internationalen Wasch-, Pflege- und Reinigungsmittelverbandes (A.I.S.E., Brüssel). Das Ziel ist die kontinuierliche Verbesserung der Unternehmen der Branche in den Bereichen Arbeits- und Produktsicherheit, Umweltschutz und Verbraucherinformation, z. B. Verringerung der Mengen an Verpackungsmaterial und des Ausstoßes an Kohlendioxid (CO₂), Hinweise für Verbraucher zur sicheren und sparsamen Anwendung auf den Verpackungen. Die Initiative wurde im Jahr 2010 zum ersten Mal aktualisiert und produktspezifische Kriterien neben den unternehmensspezifischen Komponenten eingeführt. Im Juni 2019 erfolgte eine umfangreiche Aktualisierung der Nachhaltigkeitsanforderungen, u. a. mit neuen Kriterien zur gesellschaftlichen Unternehmensverantwortung (Corporate Social Responsibility, CSR) und zum nachhaltigen Einsatz von Verpackungen. Die teilnehmenden Firmen berichten künftig zu acht statt bisher elf Schlüsselindikatoren, um eine Anpassung an internationale politische Initiativen vorzunehmen. Ein kosteneffizientes Gebührensystem wurde eingeführt und die Siegel zur Initiative aktualisiert. Produkte mit den neuen Siegeln werden seit dem 1. Januar 2020 im Einzelhandel vermarktet. Weitere Informationen zu den Zielen und Teilnahmebedingungen der Nachhaltigkeitsinitiative finden sich in englischer Sprache unter www.sustainable-cleaning2020.com.



Unternehmenssiegel



Produktsiegel

Die bisherige Erfolgsbilanz der Initiative „Nachhaltiges Waschen und Reinigen“ vom Jahr 2006 bis zum Jahr 2018 lautet:

- Steigerung von 19 auf 250 teilnehmende Unternehmen
- 192 Prozent mehr verkaufte Verpackungen mit Sicherheitshinweisen auf den Packungen
- 33 Prozent weniger Energieverbrauch pro Tonne produzierter Wasch- und Reinigungsmittel
- 40 Prozent weniger CO₂-Emissionen pro Tonne produzierter Wasch- und Reinigungsmittel
- 32 Prozent weniger Verpackung pro Verkaufspackung
- ca. 7 Milliarden Produkte mit dem Charter-Produktsiegel (seit dem Jahr 2011)

Ebenso wie auch das amtliche Europäische Umweltzeichen („Euroblume“) wird die Industrieinitiative Nachhaltiges Waschen und Reinigen im Projekt „Siegelklarheit“ der Bundesregierung unter der Rubrik „Wasch- & Reinigungsmittel“ als „Gute Wahl“ aufgeführt: www.siegelklarheit.de

IKW-Orientierungshilfe zur Nachhaltigkeitsbewertung von WPR-Produkten

Im November 2019 wurde die IKW-Orientierungshilfe zur Nachhaltigkeitsbewertung von WPR-Produkten im SOFW-Journal in deutscher und englischer Sprache veröffentlicht. Diese Orientierungshilfe gibt einen Überblick über zentrale Nachhaltigkeitskriterien und bietet u. a. Herstellern, Prüfinstituten und Handelsunternehmen eine umfassende, objektive Übersicht der aktuell zugänglichen Kriterien sowie untergeordneten Aspekte.

Informationsveranstaltungen

Im Jahr 2019 organisierte der Bereich Haushaltspflege im IKW die folgenden Veranstaltungen für Mitarbeiter von Unternehmen, die WPR-Produkte herstellen:

- Basisseminar zu den Grundlagen der Regelungen im WPR-Bereich
- Zwei Praxisseminare zum Einstufungsnetzwerk DefNet (www.def-net.eu) zur sachgerechten Einstufung von WPR-Produkten nach dem Global Harmonisierten System (GHS) unter Anleitung des Toxikologen Dr. Thomas Petry
- Informationsveranstaltung für Hersteller von WPR-Produkten.

Berichtet wurde u. a. über die Überwachung des Internethandels (Dr. Matthias Zierhut, Regierung von Unterfranken), Spurenstoffstrategie (Stephan Luther, Bundesumweltministerium), Hygiene im Haushalt und probiotisches Reinigen (Professor Markus Egert, Hochschule Furtwangen) und über die äußerst geringe Zahl an Sensibilisierungen oder allergische Reaktionen, die durch Wasch-, Pflege- und Reinigungsmittel verursacht werden (Professor Johannes Geier, Universität Göttingen).



Technische Themen

Mit IKW-Empfehlungen zur Qualitätsbewertung (EQ) kann die Leistung von Wasch-, Pflege- und Reinigungsmitteln praxisingerecht, reproduzierbar und differenzierbar geprüft werden. Die EQ werden gemeinsam von Herstellern von WPR-Produkten und deren Inhaltsstoffen sowie von Prüfinstituten und zum Teil auch von Herstellern der zu reinigenden Oberflächen erarbeitet. Die aktuellen EQ

sind auf www.haushaltspflege.org unter „Themen“ und „Prüfmethoden“ im deutschsprachigen Original und in englischer Übersetzung verfügbar.

Derzeit werden zu Fahrzeug-Lackpflegemitteln, Glasreinigern und Handgeschirrspülmitteln entsprechende EQ neu erarbeitet bzw. aktualisiert.

Gesetzliche Regelungen

Detergenzienverordnung

Als „Detergenzien“ werden in Rechtsakten der Europäischen Union Waschmittel, Weichspüler, Textilbleichmittel und Reinigungsmittel für harte Oberflächen bezeichnet. Die Detergenzienverordnung (EG) Nr. 648/2004 ist im Jahr 2005 in Kraft getreten und bisher fünfmal geändert worden. Ihre Ziele sind,

- den freien Warenverkehr für Detergenzien und für die darin eingesetzten Tenside im Binnenmarkt zu verwirklichen und
- ein hohes Schutzniveau für die Umwelt und die menschliche Gesundheit sicherzustellen.

Im Auftrag der Europäischen Kommission fand bereits im Jahr 2017 eine öffentliche Konsultation statt, um Erkenntnisse zu gewinnen, ob die Detergenzienverordnung ihre Ziele erfüllt und ob es Änderungsbedarf gibt. Am 10. Juli 2019 hat die Europäische Kommission ein Dokument zur Evaluierung der Detergenzienverordnung vorgelegt. In der Zusammenfassung heißt es u. a.: „Die Vorschriften der Detergenzienverordnung sind insgesamt kohärent und vollständig. Einige dieser Vorschriften sind jedoch uneinheitlich und/oder überschneiden sich mit anderen EU-Rechtsvorschriften über chemische Stoffe (insbesondere der CLP-Verordnung [(EG) Nr. 1272/2008], der Biozidprodukteverordnung und der REACH-Verordnung) und führen häufig zu Doppelungen bei der Kennzeichnung von Detergenzien. Durch diese Überschneidungen werden solche Produkte mit Etiketten überfrachtet, was wiederum zu unklaren Informationen für die Verbraucher führt.“

Meldung der Rezepturen von als gefährlich eingestuftem Gemischen

Der Anhang VIII der Verordnung (EG) Nr. 1272/2008 schreibt vor, dass Rezepturen von Gemischen, die wegen ihrer gesundheitsbezogenen oder physikalischen Eigenschaften als gefährlich eingestuft sind, in einem einheitlichen Meldeformat an die zuständigen Stellen der einzelnen Mitgliedstaaten der Europäischen Union

(EU) gemeldet werden. Ursprünglich vorgesehen war die Meldung bereits ab dem 1. Januar 2020 für Gemische, die für Privatverbraucher bestimmt sind. Gemeinsam mit dem Verband der Chemischen Industrie e.V. (VCI) und der A.I.S.E. hat der IKW schon sehr frühzeitig darauf hingewiesen, dass dieser Stichtag nicht eingehalten werden kann, u. a. weil die Vorschriften des Anhangs VIII nicht praktikabel waren. Darüber hinaus war abzusehen, dass die meisten der zuständigen Stellen der Mitgliedstaaten Meldungen im neuen Meldeformat nicht bis zu diesem Datum verarbeiten konnten und Leitfäden zum Meldeverfahren und -format nicht rechtzeitig fertiggestellt und zum Teil nur in englischer Sprache vorliegen werden. Durch eine erste Änderung des Anhangs VIII

„Die Kennzeichnungsvorschriften für Wasch-, Pflege- und Reinigungsmittel sollen gestrafft werden und sich daran orientieren, was für Verbraucher wichtig ist.“

Dr. Bernd Glassl,
Bereichsleiter Haushaltspflege im IKW



wurde die Frist zur Meldung der Daten von Gemischen, die für Verbraucher bestimmt sind, um ein Jahr auf den 1. Januar 2021 verschoben.

Im Auftrag der Europäischen Kommission wurde im Zeitraum von Juni 2018 bis Juli 2019 eine Studie durchgeführt, um die Praktikabilität der Vorschriften des Anhangs VIII der Verordnung (EG) Nr. 1272/2008 für bestimmte Produktgruppen zu prüfen, unter anderem für Wasch- und Reinigungsmittel. Von A.I.S.E., IKW und anderen Verbänden in Mitgliedstaaten der EU konnte gezeigt werden, dass die aktuellen Vorschriften zu einem riesigen Meldeaufwand bei den Firmen führen würden, ohne einen tatsächlichen Nutzen für die Giftdatenzentren zu ergeben. Geplant ist, den Anhang VIII im Sommer 2020 auf Grundlage der Ergebnisse der Studie ein zweites Mal zu ändern und dadurch die Vorschriften praktikabler zu gestalten.





REACH-Verordnung (EU) Nr. 1907/2006

Im Rahmen der Verordnung (EG) Nr. 1907/2006 zur Registrierung, Bewertung, Zulassung und Beschränkung von Stoffen („REACH“) hat die Europäische Chemikalienagentur (ECHA) im Januar 2019 ein Dossier zur Beschränkung der Verwendung von absichtlich hinzugefügten Mikroplastik-Partikeln in Endverbraucherprodukten veröffentlicht. Die ECHA fordert eine Beschränkung von Mikroplastik als solchem und in Endverbraucherprodukten, wie z. B. in Wasch- und Reinigungsmitteln, als Mikrokügelchen, gekapselte Parfümöle, Trübungsmittel und in Wachsen und Polituren. Darüber hinaus fordert sie auch Kennzeichnungs- und Berichtspflichten. Lösliche Polymere sind von einer Beschränkung ausgenommen.

Die Beschränkung von Mikroplastik-Partikeln wird Mitte des Jahres 2021 erwartet.

Die Europäische Kommission prüft im Zuge einer Überarbeitung der REACH-Verordnung, ob Polymere künftig registriert werden müssen. Derzeit sind nur die Ausgangsstoffe der Polymere, die sogenannten Monomere, registrierungspflichtig. Aus Sicht des IKW ist es sehr wichtig, dass unbedenkliche Polymere („Polymers of no concern“) von der Registrierpflicht ausgenommen werden.

Den IKW-Mitgliedsfirmen stehen sowohl die umfangreiche „IKW/IHO-Anleitung zu REACH“ als auch die „Informationen zum Sicherheitsdatenblatt nach der REACH-Verordnung“ im IKW-Extranet zur Verfügung. Für Einsteiger in das Thema wird auf www.haushaltspflege.org eine Zusammenfassung der Leitfäden angeboten.



Biozidprodukte

Die Biozidprodukte-Verordnung (EU) Nr. 528/2012 erfasst nicht nur WPR-Produkte, die antibakteriell oder desinfizierend wirken und auch so ausgelobt werden, sondern auch Konservierungsstoffe und damit behandelte Stoffe, Gemische und Erzeugnisse, sogenannte „behandelte Waren“. Konservierte WPR-Produkte stellen demgemäß ebenfalls behandelte Waren dar. Aufgrund des aufwendigen Genehmigungs- und Zulassungsverfahrens stehen immer weniger Konservierungsmittel für WPR-Produkte zur Verfügung. Zusammen mit dem Verband der Chemischen Industrie e.V. (VCI) und weiteren Fachverbänden weist der IKW Behörden und Ministerien auf diese Problematik hin und bietet an, Lösungen zu erarbeiten.

Jedes Biozidprodukt durchläuft einen aufwendigen, zweistufigen Regelungsprozess:

1. Genehmigung des für das Biozidprodukt bestimmten bioziden Wirkstoffes
2. Zulassung eines Biozidprodukts oder einer Biozidprodukt-Familie

Für die Vermarktung von Biozidprodukten mit bioziden Wirkstoffen, die sich noch im Prüfverfahren befinden, bestehen Übergangsregelungen. In Deutschland müssen solche Biozidprodukte noch nicht zugelassen werden. Es reicht dann eine Anmeldung des Biozidprodukts bei der Bundesanstalt für Arbeitssicherheit und Arbeitsschutz (BAuA).

Der IKW bietet den Mitgliedsfirmen die umfangreiche „IHO/IKW-Anleitung zur Zulassung von Biozidprodukten der Hauptgruppe 1 („Desinfektionsmittel“)“ sowie das Dokument „Wichtige Informationen für Inverkehrbringer von Biozidprodukten aus dem Bereich der Wasch-, Pflege- oder Reinigungsmittel“ im IKW-Extranet an.





Die Welt & Europa



Die Weltwirtschaft im Umbruch

Schon im Januar 2020 zeigten sich die Teilnehmer des Weltwirtschaftsforums in Davos stark verunsichert. Nach großem Optimismus im Vorjahr herrschte nun die Haltung vor, dass sich die Wirtschaftslage im Jahr 2020 bestenfalls holprig und schlimmstenfalls turbulent bis chaotisch darstellen wird – zumal mit dem Brexit, der Haushaltssperre in den USA, den Handelskonflikten der US-Amerikaner mit China und Europa überall große Risiken lauerten. Der Weltrisikobericht sah den Klimawandel als die wichtigste Herausforderung weltweit. Erstmals standen ausschließlich ökologische Themen auf den fünf Spitzenplätzen der wahrscheinlichsten Risiken. Mit dem Ausbruch des neuartigen Corona-Virus Anfang des Jahres hat sich der gesamte Fokus innerhalb kürzester Zeit völlig verschoben.

Die Forderung der „Fridays for Future“-Bewegung nach Konsumverzicht wird nun unerwartet schnell und zwangsweise durch die Virusschutz-Maßnahmen

„Für eine nachhaltige Gesellschaftsentwicklung brauchen wir auch nach der Corona-Krise gleichsam ökonomisch, ökologisch und sozial tragfähige Lösungen.“

Thomas Keiser, IKW-Geschäftsführer



zumindest in Teilen Wirklichkeit – mit derzeit offenem Ausgang für Wirtschaft und Gesellschaft. Die Auswirkungen des Corona-Virus auf die Weltwirtschaft werden deutlich sein und die Art unseres Zusammenlebens in Deutschland, Europa und der Welt maßgeblich verändern.

Dabei werden sich die relativ konjunkturunabhängigen Güter des täglichen Bedarfs – und hier im Besonderen die Schönheits- und Haushaltspflege – als Stützen der Wirtschaft zeigen.

INTERNATIONALE WACHSTUMSCHANCEN

Export-Unterstützung des IKW für seine Mitgliedsfirmen



Exportförderung weltweit

Der IKW wird seine Mitglieder weiterhin unterstützen, Wachstum auch im Ausland zu erzielen. Wenngleich die Möglichkeiten hierzu derzeit stark eingeschränkt sind.

So werden bei den IKW-Mittelstandstagen regelmäßig Exportmärkte analysiert und Beispiele zur Marktbeurteilung vorgestellt. Zudem organisiert der IKW durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMW) geförderte Auslandsmessen. Die German Pavilions ermöglichen es den Unternehmen, sich und ihre

Produkte auf individuellen Firmenständen unter dem anerkannten Qualitätsversprechen „Made in Germany“ zu präsentieren.

Zusätzlich zu den Messe-Aktivitäten hat der IKW vom BMW geförderte Markterschließungsmaßnahmen für priorisierte Exportregionen initiiert. So wurden bisher sehr erfolgreich und meistens durch die Handelskammern vor Ort begleitet Geschäftsanhaltungsreisen nach Brasilien, Japan, Indonesien, Indien, Chile, Australien und Taiwan durchgeführt. Weitere Reisen nach Vietnam und Israel sind in Vorbereitung.



Vom IKW ausgestellte Freiverkäuflichkeitszertifikate können die Exportaktivitäten unterstützen.

Darüber hinaus stehen den IKW-Mitgliedern seit 2018 Euromonitor-Daten zur weltweiten Marktattraktivität zur Verfügung. Mit einem Marktvolumen von über 133 Milliarden Euro ist Europa weltweit der größte Markt für Schönheits- und Haushaltspflege-Produkte und setzt damit in etwa so viel um wie die USA, Russland und Indien zusammen.

Den letzten sozio-ökonomischen Studien zufolge erarbeitet die Schönheitspflege- und Haushaltspflege-Industrie in Europa eine Bruttowertschöpfung – also einen Beitrag zum Wohlstand – von **54 Milliarden** Euro im Jahr.

Die vom IKW repräsentierte Industrie steht für solides Wachstum in den meisten Ländern, mehr als **5.000** Produktionsstätten und ca. **2,4 Millionen** angeschlossene Arbeitsplätze. Sie trägt damit enorm zu einem besseren Leben der Europäer bei.



Innerhalb Europas ist Deutschland mit Abstand der größte Markt, gefolgt von Großbritannien, Frankreich, Italien und Spanien.

Die Akzeptanz der Verbraucher spiegelt ihr Vertrauen in die Produkte deutlich wider und zeigt sich in hohen und wachsenden Pro-Kopf-Ausgaben.

Dieses Vertrauen zu rechtfertigen und auch zukünftig auf europäischer Ebene sicherzustellen ist Auftrag des IKW.

SOZIOÖKONOMISCHE BEDEUTUNG DER BRANCHE





 18,2 Mrd Euro
 108,2 Mrd Euro

Umsatz

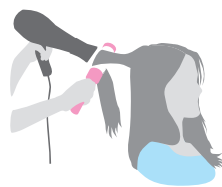
Mit einem Marktvolumen von über 108 Milliarden Euro ist Europa weltweit der größte Markt für Schönheits- und Haushaltspflege-Produkte und setzt damit in etwa so viel um wie die USA und Brasilien zusammen.



 9,5 Mrd Euro
 53,6 Mrd Euro

Wohlstandsbeitrag

Sozio-ökonomischen Studien zufolge erarbeitet die Schönheitspflege- und Haushaltspflege-Industrie in Europa eine Bruttowertschöpfung – also einen Beitrag zum Wohlstand – von 54 Milliarden Euro im Jahr.



 500.000
 2.360.000

Arbeitsplätze

Sie steht für solides Wachstum in den meisten Ländern, mehr als 5.000 Produktionsstätten und ca. 2,4 Millionen angeschlossene Arbeitsplätze und trägt damit enorm zu einem besseren Leben der Europäer bei.



 80.000.000
 500.000.000

Konsumenten

Die Akzeptanz der Verbraucher spiegelt ihr Vertrauen in die Produkte deutlich wider und zeigt sich in hohen und wachsenden Pro-Kopf-Ausgaben. Dieses Vertrauen zu rechtfertigen und auch zukünftig sicherzustellen ist Auftrag des IKW.

Unsere Arbeit in Europa



“IKW is not merely a highly active member of Cosmetics Europe – it is a key strategic partner, and an organisation we rely on for support and advice across a range of issues. It remains the gold standard for an effective and efficient national association.”

John Chave, Director General, Cosmetics Europe – The Personal Care Association

Der IKW arbeitet zur Unterstützung der Funktionsfähigkeit der EU intensiv mit den europäischen Verbänden A.I.S.E. und Cosmetics Europe zusammen, um für die Mitgliedsfirmen, deren Kunden und für die Verbraucher die Umsetzung von notwendigen Regularien und die damit verbundenen hohen Kosten zu kanalisieren.

So stand im Zusammenhang der Debatte über Mikroplastik im Berichtszeitraum erneut die europaweite Empfehlung von Cosmetics Europe im Fokus, bis 2020 feste Kunststoffpartikel in Produkten, die wieder abgewaschen

werden (wie etwa Peelings), durch alternative Stoffe zu ersetzen. Die Menge an festen, nicht abbaubaren Kunststoffpartikeln, die in abzuspülenden kosmetischen Produkten aufgrund ihres Reinigungs- und Peelingeffekts eingesetzt werden, hat sich zwischen den Jahren 2012 und 2017 um 97 Prozent reduziert. Dies zeigt eine Umfrage, die Cosmetics Europe im Berichtszeitraum veröffentlicht hat. Das Beispiel zeigt, dass freiwillige Vereinbarungen effektiv sind und es nicht immer einer gesetzlichen Regelung bedarf. Trotzdem hat die ECHA im Januar 2019 weitere Regelungen zu Mikroplastik in einem so genannten „Beschränkungsossier“ zur Diskussion gestellt. Auch hier haben sich der IKW und die europäischen Schwesterverbände engagiert.

Kurz nachdem sich die Europäische Kommission unter der Leitung von Ursula von der Leyen im Herbst 2019 konstituiert hatte, kündigte sie den europäischen „Green Deal“ an, der zur Verbesserung des Wohlergehens der Bevölkerung beitragen sollte. Weitere Ziele seien unter anderem bis zum Jahr 2050 ein klimaneutrales Europa zu schaffen sowie die Umweltverschmutzung einzudämmen. Teilweise wurde über das letztgenannte Ziel mit dem unwissenschaftlichen Begriff giftfreie Umwelt („non-toxic environment“) berichtet, der bereits im August 2017 in einem offiziellen Bericht zum damaligen Umweltaktionsplan verwendet worden war. Da die Ausrottung z. B. giftiger Pflanzen und Tiere Europas aber nicht erkennbar vorgesehen ist, heißt es stattdessen im „Green Deal“ jetzt, der „Schutz der Bevölkerung vor gefährlichen Chemikalien“ solle „mit einer neuen Nachhaltigkeitsstrategie für Chemikalien für eine schadstofffreie Umwelt“ erfolgen. Unklar ist allerdings noch, wie der Begriff „Schadstoff“ definiert wird und ob „gefährlich“ im Sinne des Chemikalienrechts der EU verstanden werden soll. Dann müsste auch z. B. Wasserstoff einbezogen werden, der als ein wichtiger Energieträger der Zukunft angesehen wird, aber auch Sauerstoff sowie das Vitamin D3, ohne die das Wohlergehen der Bevölkerung nach derzeitigem Stand der Wissenschaft nicht verbessert werden kann.



“The strong collaboration with the National Associations is key to our work, and we count on the well-established connections of IKW in Germany to facilitate the outREACH in an impactful way for the benefit of the entire sector.”

Susanne Zänker, Director General, Association Internationale de la Savonnerie, de la Détergence et des Produits d'Entretien (A.I.S.E.)

Besuche im Europäischen Parlament



EU-Parlament, 5. November 2019, Brüssel; Thomas Keiser, IKW; Nicola Beer, Vizepräsidentin EU-Parlament; Georg Held, IKW-Vorsitzender

Auf Initiative des IKW fanden 2019 verschiedene Gespräche im Europäischen Parlament in Brüssel und Straßburg mit Vertretern des Europäischen Parlaments, der Landesvertretungen, des IKW-Vorstandes und der IKW-Geschäftsstelle statt.

So erfolgten beispielsweise Treffen mit Vizepräsidentin Nicola Beer und Vizepräsident Rainer Wieland, bei denen aussichtsreiche Anschlussaktivitäten vorbesprochen wurden.

Außerdem wurden wichtige sozio-ökonomische Beiträge der Schönheits- und Haushaltspflege sowie die Ergebnisse der vom IKW in den letzten beiden Jahren initiierten

„Forschung und Innovation gestaltet Zukunft. Das hat die Schönheits- und Haushaltspflegeindustrie erfolgreich gezeigt“

Nicola Beer, Vizepräsidentin
des Europäischen Parlaments

ten Studien „Jugend ungeschminkt“ und die „Die neue Macht des Putzens“ vorgestellt. Die dargestellten Fakten waren für die Teilnehmer teils überraschend und haben zu konstruktiven Diskussionen geführt.



Gremien



Vorstand

VORSITZENDER

- Georg Held
L'Oréal Deutschland GmbH

STELLVERTRETENDE VORSITZENDE

- Gabriele Hässig
Procter & Gamble Service GmbH

SCHATZMEISTER

- Dr. Rüdiger Mittendorff
Sebapharma GmbH & Co. KG
- Burkhard Anders
Johnson & Johnson GmbH
- Heinrich Beckmann
delta pronatura Dr. Krauss & Dr. Beckmann KG
- Victor Geus
GlaxoSmithKline Consumer Healthcare GmbH & Co. KG
- Christoph Harras-Wolff
Dr. Kurt Wolff GmbH & Co. KG
- Christoph Hasselmann
Lornamead GmbH
- Iain Holding
Beiersdorf AG
- Yvonne Rostock
Coty Beauty Germany GmbH

- Dany Schmidt
Colgate-Palmolive Services CEW GmbH
- Reinhard Schneider
Werner & Mertz GmbH
- Caroline Schwieger
Unilever Deutschland GmbH
- Thomas Tönnemann
Henkel AG & Co. KGaA
- Roger Welter
Dalli-Werke GmbH & Co. KG

Ältestenrat

PRÄSIDENT

- Herbert Sendlinger
- Dr. Hans Biffel
- Klaus Lange
- Hans Peter Schwarzkopf
- Matthias Storb
- Vincent Wupperman

Rechnungsprüfer

- Torsten Emigholz
POLIBOY Brandt & Walther GmbH
- Christoph Hasselmann
Lornamead GmbH (bis 04.12.2019)
- Gregor Grüb
Oscar Weil GmbH

Mittelstandsausschuss

VORSITZENDER

- Heinrich Beckmann
delta pronatura Dr. Krauss & Dr. Beckmann KG

STELLVERTRETENDER VORSITZENDER

- Dr. Rüdiger Mittendorff
Sebapharma GmbH & Co. KG
- René Bowitz
Erdal-Rex GmbH
- Thomas Breidbach
Sebapharma GmbH & Co. KG
- Hermann Crux
BCG Baden-Baden Cosmetics Group GmbH
- Dr. Bernd Czech
Emil Kiessling GmbH
- Eduard R. Dörrenberg
Dr. Kurt Wolff GmbH & Co. KG
- Torsten Emigholz
POLIBOY Brandt & Walther GmbH
- Gregor Grüb
Oscar Weil GmbH
- Christoph Hasselmann
Lornamead GmbH
- Stefan Kremin
Brauns-Heitmann GmbH & Co. KG
- Nicolas Lindner
Börlind Gesellschaft für kosmetische Erzeugnisse mbH
- Horst Robertz
Dr. Babor GmbH & Co. KG
- Reinhard Schneider
Werner & Mertz GmbH
- Vincent Wupperman

IKW-VERTRETER

- Thomas Keiser



Fachausschuss Schönheitspflege

VORSITZENDER

- Dr. Thomas Förster
Henkel AG & Co. KGaA

STELLV. VORSITZENDER

- Dr. Bernd Czech
Emil Kiessling GmbH
- Dr. Gerd Benner
Beiersdorf AG
- Margit Costabel-Farkas
Johnson & Johnson GmbH
- Dr. Bernhard Irrgang
Weleda AG
- Dr. Erik Schulze zur Wiesche
Dr. Kurt Wolff GmbH & Co. KG
- Dr. Alfred Markowetz
Procter & Gamble Service GmbH
- Dr. Ludger Neumann
L'Oréal Deutschland GmbH
- Martin Uellner
Kao Germany GmbH
- Gabriele Seidl
Unilever Deutschland GmbH
- Dr. Stephan Teichmann
WIN Cosmetic GmbH & Co. KG
- Dr. Thomas Koch
Coty - HFC Prestige Service
Germany GmbH
- Dr. Andrea Weber
Dr. Babor GmbH & Co. KG

IKW-VERTRETERIN

- Birgit Huber

Fachausschuss Friseurprodukte

VORSITZENDER

- Noah Wild
Wild Beauty AG
- Stephan Conzen
Hans Conzen Kosmetik GmbH
- Stuart Hamid
Henkel AG & Co. KGaA
- Paul Heeringa
Coty Beauty Germany GmbH
- Suzan Schlag
L'Oréal Deutschland GmbH
- Jürgen Singer
Singer Kosmetik GmbH
- Tobias Stähle
Kao Germany GmbH

IKW-VERTRETERIN

- Birgit Huber

Fachausschuss Öffentlichkeitsarbeit Schönheitspflege

VORSITZENDE

- Dr. Katharina Marquardt
Procter & Gamble Germany
GmbH & Co. Operations OHG

STELLVERTRETENDE VORSITZENDE

- Janine Arnold
Henkel AG & Co. KGaA
- Claudia Bach
Reckitt Benckiser Deutschland GmbH
- Dr. Michaela Arens-Corell
Sebapharma GmbH & Co. KG
- Annette Franz
AVON Cosmetics GmbH
- Martina Gernet
GlaxoSmithKline
Consumer Healthcare GmbH & Co. KG
- Imke Grassau-Zetzsche
Unilever Deutschland Holding GmbH

- Jochen Gutzy
L'ORÉAL Deutschland GmbH
- Sarah Klappert
Beiersdorf AG
- Angela Lauf
Coty Beauty Germany GmbH
- Marthe Leppin
Johnson & Johnson GmbH
- Tania Miglietti
Estée Lauder Companies GmbH
- Melanie Schnitzler
Kao Germany GmbH

IKW-VERTRETERIN

- Birgit Huber

Fachausschuss Öffentlichkeitsarbeit Haushaltspflege

VORSITZENDE

- Dr. Katharina Marquardt
Procter & Gamble Germany
GmbH & Co. Operations OHG

STELLVERTRETENDE VORSITZENDE

- Claudia Bach
Reckitt Benckiser Deutschland GmbH
- Konstantin Bark
Unilever Deutschland Holding GmbH
- Birgitta Schenz
Werner & Mertz GmbH
- Marion Schwenker
Henkel AG & Co. KGaA

IKW-VERTRETER

- Dr. Bernd Glassl

Fachausschuss Putz- und Pflegemittel

VORSITZENDER

- Horst Kraß
Werner & Mertz GmbH

STELLVERTRETENDE VORSITZENDE

- Dr. Katja Melchior
SC Johnson GmbH
- Dr. Ulrich Drechsler
Salzenbrodt GmbH & Co. KG
- Dr. Uwe Gibbels
Brauns-Heitmann GmbH & Co. KG
- Dr. Alfred Kürzinger
delta pronatura Dr. Krauss &
Dr. Beckmann GmbH
- Dr. Ulrich Linden
Thurn Germany GmbH
- Dr. Alfred Markowetz
Procter & Gamble Service GmbH
- Dr. Philipp Schäfer
Reckitt Benckiser Deutschland GmbH
- Uta Schubbert
CP GABA GmbH
- Dr. Horst-Dieter Speckmann
Henkel AG & Co. KGaA

IKW-VERTRETER

- Dr. Bernd Glassl

Fachausschuss Waschmittel

VORSITZENDER

- Dr. Thomas Herbrich
fit GmbH

STELLVERTRETENDER VORSITZENDER

- Dr. Bernd Wolff-Schladitz
Dalli-Werke GmbH & Co. KG
- Dr. Gerd Hüttmann
Reckitt Benckiser Global R&D GmbH
- Dr. Ulrich Linden
Thurn Germany GmbH
- Dr. Alfred Markowetz
Procter & Gamble Service GmbH
- Uta Schubbert
CP GABA GmbH
- Gabriele Seidl
Unilever Deutschland GmbH
- Dr. Horst-Dieter Speckmann
Henkel AG & Co. KGaA

IKW-VERTRETER

- Dr. Bernd Glassl

Fachausschuss Recht

VORSITZENDE

- Carola Beckmann
Beiersdorf AG

STELLVERTRETENDE VORSITZENDE

- Kornelia Matthes
Unilever Deutschland Holding GmbH
- Sophia Bohnau
Johnson & Johnson GmbH
- Bernhard Heinrichs
Procter & Gamble Germany GmbH &
Co. Operations OHG
- Frank Henkel
Kao Germany GmbH
- Dr. Regina Jäger
Henkel AG & Co. KGaA

- Beate Janke
Reckitt Benckiser Deutschland GmbH
- Dr. Markus Pütz
L'Oréal Deutschland GmbH

IKW-VERTRETER

- Matthias Ibel

Fachausschuss Verpackung

VORSITZENDER

- Arno Melchior
Reckitt Benckiser (Brands) Ltd
- Hans Krämer
GlaxoSmithKline Consumer
Healthcare GmbH & Co. KG
- Martin Kraus
Dalli-Werke GmbH & Co. KG
- Dr. Thorsten Leopold
Henkel AG & Co. KGaA
- Manfred Lott
Kao Germany GmbH
- Michael Maaß
delta pronatura Dr. Krauss &
Dr. Beckmann KG
- Norbert Menzel
Beiersdorf AG
- Immo Sander
Werner & Mertz GmbH

IKW-VERTRETER

- Matthias Ibel





Verzeichnisse



Mitglieder

#

2K MARKETING & PRODUCTION GMBH
www.2kgmbh.com

A

ABTSWINDER NATURHEILMITTEL
GMBH & CO. KG
www.abtswinder.de

ADA COSMETICS INTERNATIONAL GMBH
www.ada-cosmetics.com

AEROX AG
www.aeromag.com

AKZENT DIRECT GMBH NAILS, BEAUTY
& MORE
www.akzent-direct-gmbh.com

ALBAAD DEUTSCHLAND GMBH
www.albaad.com

ALESSANDRO INTERNATIONAL GMBH
www.alessandro-international.de

ALEX COSMETIC GMBH
www.alex-cosmetic.com

ALMAWIN
REINIGUNGSKONZENTRATE GMBH
www.almawin.de

ALMIRALL HERMAL GMBH
www.almirall.de

ALVA NATURKOSMETIK GMBH & CO. KG
www.alva.de

AMS ADVANCED MEDICAL
SERVICES GMBH
www.ams-europe.com

AMWAY GMBH
www.amway.de

ARCAYA GMBH
www.grouparcaya.de

JEAN D'ARCEL COSMÉTIQUE
GMBH & CO. KG
www.jda.de

ELIZABETH ARDEN GMBH
www.elizabetharden.de

ARTDECO COSMETIC GMBH
www.artdeco.de

ASAM BETRIEBS-GMBH
www.asam-cosmetics.com

ASCOPHARM GMBH
www.ascopharm.de

ASSINDIA CHEMIE GMBH
www.assindia.de

AUDORASAN COSMETICS GMBH
www.audorasan.de

AUWA-CHEMIE GMBH
www.auwa.de

AVON COSMETICS GMBH
www.avon.de

AVT ABFÜLL- UND
VERPACKUNGSTECHNIK GMBH
www.avt-deutschland.de

AYTIE GMBH & CO. KG RAU COSMETICS
www.rau-cosmetics.de

AZETT GMBH & CO. KG
www.azett.de

B

BABIEL COSMETICS GMBH
www.shazay.com

DR. BABOR GMBH & CO. KG
www.babor.de

BAKU CHEMIE GMBH
www.baku-chemie.de

BAMA GMBH

BASTIAN-WERK GMBH
www.bastian-werk.de

BAYER VITAL GMBH
www.bayervital.de

BB MED. PRODUCT GMBH
www.bb-kalkar.de

BCG BADEN-BADEN COSMETICS
GROUP GMBH
www.bcg-cosmetics.de

BEAUTY LUMIS GMBH
www.beautylumis.com

BEAUTYCOM GMBH
www.beautycom.biz

BEAUTYHILLS COSMETICS GMBH
www.beautyhills.de

BEAUTYSPA SERVICEGESELLSCHAFT MBH
www.beautyspa.de

DR. BECHER GMBH
www.drbecher.de

WALTER BECKER GMBH & CO. KG
www.becker-chemie.de

BEGAPINOL DR. SCHMIDT GMBH
www.begapinol.de

BEIERSDORF AG
www.beiersdorf.de

DR. BELTER COSMETIC
BELCOS COSMETIC GMBH
www.belter-cosmetic.com

BENEVI MED GMBH & CO. KG
www.benevi.com

BERGLAND-PHARMA GMBH & CO. KG
www.bergland.de

BERNECKER-COSMETICS GMBH
www.bernecker-cosmetics.de

EMIL BIHLER CHEM. FABRIK
GMBH & CO. KG
www.emil-bihler.de

BIO ENERGO W. LOHMANN GMBH
www.bioenergo.de

BIO-GEN MILCHSERUM MARKETING GMBH
www.biogen-online.com

BIOMARIS GMBH & CO. KG
www.biomaris.com

BIONORICA SE
www.bionorica.de

BIRKHOZ INTERNATIONAL GMBH
www.birkholz-perfumes.com/de

BO COSMETIC GMBH
www.bo-cosmetic.de

BODE CHEMIE GMBH
www.bode-chemie.de

BÖRLIND GESELLSCHAFT FÜR
KOSMETISCHE ERZEUGNISSE MBH
www.boerlind.com

BOMBASTUS-WERKE AG
www.bombastus-werke.net

APOTHEKER WALTER BOUHON GMBH
www.freioel.de

HILDEGARD BRAUKMANN KOSMETIK
GMBH & CO. KG
www.hildegard-braukmann.de

BRAUNS-HEITMANN GMBH & CO. KG
www.brauns-heitmann.de

BST CARE GMBH

BUCK-CHEMIE GMBH
www.buck-chemie.de

BUCK POWDER GMBH
www.buck-powder.com

BUDICH INTERNATIONAL GMBH
www.budich.de

BUDNI HANDELS- UND SERVICE
GMBH & CO. KG
www.budni.de

BÜBCHEN-WERK EWALD HERMES
PHARMAZEUTISCHE FABRIK GMBH
www.buebchen.de

C

CARENOW GMBH
www.carenow.de

CAUDALIE DEUTSCHLAND GMBH
www.caudalie.com

CHANEL GMBH
www.chanel.de

CHIARA AMBRA GMBH
www.chiara-ambra.de

C.L. ENTERPRISE GMBH
www.sunshinecosmetic.de

CLARO PRODUCTS GMBH
www.claro.at/de/

CMC COSMETIC PRODUKTIONS-GMBH
www.cmc-cos.de

COLEP BAD SCHMIEDEBERG GMBH
www.colep.com

COMFREY GMBH
www.ihrlich.de

COMPES COSMETIC GMBH & CO. KG
DIE KOSMETIKMACHER
www.kosmetikmacher.de

HANS CONZEN KOSMETIK GMBH
www.glynt.com

COSIMED GMBH
www.cosimed.de

COSME-CARE GMBH
www.cosme-care.de

COSMETIC SERVICE GMBH
www.cosmetic-service.com

COSMONDIAL GMBH & CO. KG
www.cosmondial.de

COSMOTRADE GMBH
www.cosmotrade.de

COSNOVA GMBH
www.cosnova.com

COSPHARCON ENTWICKLUNGS-
GESELLSCHAFT FÜR KOSM. U.
PHARMAZ. FORMULIERUNGEN MBH

COTY BEAUTY GERMANY GMBH
www.coty.com

COUNTERPOINT GMBH

CP GABA GMBH
www.colgate.de

CREVIL COSMETICS & PHARMACEUTICALS
GERMANY GMBH
www.crevil.de

CROLDINO SCHNEIDER E. K.
www.croldino.de

CURA-BEAUTY GMBH
www.curacosmetic.com

D

DALLI-WERKE GMBH & CO. KG
www.dalli-group.com

DALTON COSMETICS GERMANY GMBH
www.dalton-cosmetic.com

RUDOLF DANKWARDT GMBH
www.ruda.de

DELTA PRONATURA DR. KRAUSS
& DR. BECKMANN KG
www.delta-pronatura.de

DENTAL-KOSMETIK GMBH & CO. KG
www.dental-kosmetik.de

DERMAPHARM AG
www.dermapharm.de

DERMCOS GMBH

DESOMED DR. TRIPPEN GMBH
www.dr-trippen.de

DHC DIRK HÖFER CHEMIE GMBH
www.dhc-kl.de

**DIAMOND PARFUMS
INTERNATIONAL GMBH**

**LVMH PARFUMS & KOSMETIK
DEUTSCHLAND GMBH DIVISION DIOR**

**DMV DIEDRICHS MARKENVERTRIEB
GMBH & CO. KG**
www.dmv-py.de

DOBNER KOSMETIK GMBH
www.dobner-kosmetik.de

**DRECO WERKE WASCH- UND
KÖRPERPFLEGEMITTEL GMBH**
www.dreco-werke.de

DREITURM GMBH
www.dreiturm.de

DUESBERG MEDICAL GMBH
www.duesberg-medical.de

**DURABLE HUNKE & JOCHHEIM
GMBH & CO. KG**
www.durable.de

E

LINDE ECKSTEIN GMBH & CO. KG
www.doctoreckstein.de

ECO COSMETICS GMBH & CO. KG
www.eco-cosmetics.com

ECOLAB DEUTSCHLAND GMBH
www.ecolab.eu

ECOVER DEUTSCHLAND GMBH
www.ecover.de

EDDING INTERNATIONAL GMBH
www.edding.com

**FERDINAND EIMERMACHER
GMBH & CO. KG**
www.eimermacher.de

ELKADERM GMBH
www.elkaderm.de

EMEA HANDELSGESELLSCHAFT MBH

EPI-COS GMBH
www.epi-cos.de

ERDAL-REX GMBH
www.erdalrex.de

ESKA PHARMA GMBH
www.eskapharma.de

**ETOL GESUNDHEITSPFLEGE- UND
PHARMAPRODUKTE GMBH**
www.etol.de

ETRE BELLE COSMETICS-VERTRIEB GMBH
www.etre-belle.de

**EULENSPIEGEL PROFI-SCHMINKFARBEN
GMBH**
www.eulenspiegel.de

**EURODOR GESELLSCHAFT FÜR
KOSMETIKPRODUKTE MBH**
www.eurodor.com

EURO-FRIWA GMBH
www.eurofriwa.de

GEBRÜDER EWALD GMBH
www.ewaldsolutions.de

J. G. EYTZINGER GMBH
www.gold-cosmetica.com

F

A. W. FABER-CASTELL COSMETICS GMBH
www.fc-cosmetics.de

PIERRE FABRE DERMOKOSMETIK GMBH
www.avene.de

FING'RS (DEUTSCHLAND) GMBH
www.fingrs.de

FIT GMBH
www.fit.de

FLORMAR COSMETICS GMBH
www.flormar.com

**FREY-COSMETIC R. FREY
INH. JÜRGEN FREY**
www.frey-cosmetic.de

FRIKE GROUP
www.frike-group.com

FRIEDRICH FROHNE GMBH
www.friedrich-frohne.de

**FUTURE HEALTH CARE SALES
& MARKETING GMBH**
www.futurehealthcare.de

G

GALLON-KOSMETIK GMBH & CO. KG

GECHEM GMBH & CO. KG
www.gechem.de

GEKA GMBH
www.geka-world.com

EDUARD GERLACH GMBH
www.gehwol.de

**GERMES HERSTELLUNG UND VERTRIEB
CHEMO-TECHNISCHER PRODUKTE GMBH**
www.germes.de

GINNO GMBH
www.ginno.de

**GLAXOSMITHKLINE CONSUMER
HEALTHCARE GMBH & CO. KG**
www.gsk-consumer.de

GLOBAL COSMED GMBH
www.globalcosmed.de

**M.E.G. GOTTLIEB DIADERMA-HAUS
GMBH + CO. KG**
www.diaderma.de

DR. GRANDEL GMBH
www.grandel.de

GUHL IKEBANA GMBH
www.guhl.de

H & M GUTBERLET GMBH
www.gutberlet-ccc.com

GW COSMETICS GMBH
www.gwc cosmetics.at

H

HAGER & WERKEN GMBH & CO. KG
www.hagerwerken.de

HEINRICH HAGNER GMBH & CO.
www.chh-cosmetic.de

HAIR HAUS GMBH
www.hair-haus.de

HAKA KUNZ GMBH
www.haka.de

DR. J. HÄNSLER GMBH
www.ozonosan.de

HA-RA GMBH
www.ha-ra.com

PAUL HARTMANN AG
www.hartmanngruppe.info

**JÜRGEN HASEL –
KOSMETISCHE ENTWICKLUNGEN E. K.**
www.hasel.eu

HAUS SCHAEBEN GMBH & CO. KG
www.schaebens.de

HEBACARE GMBH
www.hebacare.de

**HEITLAND & PETRE
INTERNATIONAL GMBH**
www.heitland.com

HENKEL AG & CO. KGAA
www.henkel.de

HERBACIN COSMETIC GMBH
www.herbacin.com

HERMES ARZNEIMITTEL GMBH
www.hermes-arzneimittel.com

HESSE & VOORMANN GMBH
www.hesse-voormann.de

HIRTLE SEIFEN GMBH
www.hirtler.com

DR. HOBEIN (NACHF.) GMBH
www.eubos.de

**CARL HOERNECKE CHEMISCHE FABRIK
GMBH & CO. KG**
www.hoernecke.de

ARNOLD HOLSTE WWE. GMBH & CO. KG
www.holste.de

HORMOCENTA KOSMETIK GMBH
www.hormocenta-kosmetik.de

I

IMPERIAL KOSMETIK & PARFUMS GMBH
www.ayer-cosmetics.de

**INFECTOPHARM ARZNEIMITTEL
UND CONSILIUM GMBH**
www.infectopharm.com

INNOVATE GMBH
www.innovate-de.info

INTERCO COSMETICS GMBH
www.interco.de

INTER-DERMA-COSMETIC GMBH
www.idc-cosmetic.com

INTERLAC GMBH
www.interlac.de

INTERVALL TEXTILPFLEGEMITTEL GMBH
www.intervall.de

IONTO HEALTH & BEAUTY GMBH
www.ionto.de

I.P.A. COSMETICS GMBH
www.i-p-a.de

ISDIN GMBH
www.isdin.de

J

JAFRA COSMETICS GMBH & CO. KG
www.jafra.de

JANSSEN COSMETICS GMBH
www.janssen-cosmetics.com

JASSEN GMBH
www.ojesh.de/de

JEAN PRODUCTS WERM GMBH

JEMAKO PRODUKTIONSGESELLSCHAFT MBH
www.jemako.com

JOCOS GMBH
www.jocosregensburg.de

**RUBIE'S DEUTSCHLAND GMBH
JOFRIKA COSMETICS**
www.jofrika.de

JOHNSON & JOHNSON GMBH
www.jnjgermany.de

JOJO-HAIRCOSMETICS GMBH
www.jojo-haircosmetics.de

JÜSTRICH COSMETICS AG
www.juestrich-cosmetics.ch

JUKA COSMETIC AG
www.juka-cosmetic.de

JUST INTERNATIONAL AG
www.just.ch

K

ALFRED KÄRCHER SE & CO. KG
www.kaercher.com

**KANEBO COSMETICS
DEUTSCHLAND GMBH**
www.kanebo.de

KAO GERMANY GMBH
www.kpss-hair.com

HANS KARRER GMBH
www.hans-karrer.de

**WALTER KAUFMANN NACHF. GMBH
KOSMETISCHE ERZEUGNISSE**
www.kaufmanns-creme.de

MARY KAY COSMETICS GMBH
www.marykay.de

KAYMOGYN GMBH
www.deumavan.com

KHADI NATURPRODUKTE GMBH & CO. KG
www.khadi.de

KHK GMBH
www.khkgmbh.com

EMIL KIESSLING GMBH
www.emil-kieSSLing.de

KIRCHBERGER KOSMETIK GMBH
www.horst-kirchberger.de

KLAPP COSMETICS GMBH
www.klapp-cosmetics.com

MCM KLOSTERFRAU VERTRIEBS GMBH
www.klosterfrau.de

KNEIPP GMBH
www.kneipp.de

**KOKO KOSMETIKVERTRIEB
GMBH & CO. KG**
www.dermaidviduals.de

KOSÉ CORPORATION, EUROPEAN BRANCH
www.kose-cellradiance.com/de/

KOSMAN GMBH
www.kosman-ag.de

KOSMETIK KONZEPT GMBH
www.kosmetik-konzept.de

KRÄUTERHAUS SANCT BERNHARD KG
www.kraeuterhaus.de

**CHEMISCHE FABRIK KREUSSLER
& CO. GMBH**
www.kreussler.com

KRYOLAN GMBH
www.kryolan.com

KTN DR. NEUBERGER GMBH
www.ktn-dr-neuberger.de

**RICHARD KÜHN GMBH
CHEMISCHE FABRIK**
www.richard-kuehn.de

**KUNDENPFLEGE WELLNESS & CARE
GMBH & CO. KG**
www.kunden-pflege.de

**KURZ GMBH BLEISTIFTFABRIK
& COSMETICS**
www.kurz-cosmetics.de

L

LA MER COSMETICS AG
www.la-mer.com

LA PRAIRIE GROUP AG
www.laprairiegroup.ch

LA RIVE S.A.
LABORATOIRE BIOSHETIQUE KOSMETIK
GMBH & CO. KG
www.labiosthetique.de

LABORATORIUM DR. DEPPE GMBH
www.drdeppe.de

LADY ESTHER KOSMETIK GMBH
www.ladyesther.com

LANGGUTH CHEMIE GMBH
www.langguth-chemie.de

ESTÉE LAUDER COMPANIES GMBH
www.estelauder.de

LAVERANA GMBH & CO. KG
www.lavera.de

POUR LEGART GMBH SOLUTIONS
FOR COSMETICS
www.pourlegart.de

RUDOLF LENHART GMBH & CO. KG
www.lenhart-kosmetik.de

LEOVET DR. JACOBY GMBH & CO. KG
www.leovet.de

LETI PHARMA GMBH
www.leti.de

DR. RUDOLF LIEBE NACHF.
GMBH & CO. KG
www.drliebe.de

LI-IL GMBH
www.li-il.com

LINDA WASCHMITTEL GMBH & CO. KG
www.linda-werke.de

LIPOMAIDSAN COSMETIC
PRODUCTION GMBH
www.lipomaidsan.de

L&K BRANDTRADING GMBH
www.brandtrading.de

LOBA GMBH & CO. KG
www.loba.de

LOGOCOS NATURKOSMETIK AG
www.logocos.de

LOHN-PACK K. A. WOLF GMBH & CO. KG
www.lohn-pack.com

LONG-TIME-LINER CONTURE
MAKE UP GMBH
www.long-time-liner.com

L'ORÉAL DEUTSCHLAND GMBH
www.loreal.de

LORNAMEAD GMBH
www.lornamead.de

LR HEALTH & BEAUTY SYSTEMS GMBH
www.lrworld.com

FRANZ LÜTTICKE GMBH KOSM.
SPEZIALPRÄPARATEFABRIK
www.luetticke.de

LUXESS GMBH
www.luxess-group.com

LYSOFORM DR. HANS ROSEMANN GMBH
www.lysoform.de

M

JOSEF MACK GMBH & CO. KG
www.mack-natur.de

MACON MEERESCOSMETIC
PRODUKTIONS- UND VERTRIEBS GMBH
www.maconmeerescosmetic.de

MAESA COSMETICS GMBH
www.p2cosmetics.com

MÄURER & WIRTZ GMBH & CO. KG
www.m-w.de

MAG COSMETICS GMBH
www.mag-cosmetics.de

MANN & SCHRÖDER GMBH
www.mann-schroeder.de

MARIA GALLAND INTERNATIONAL GMBH
www.maria-galland.com

MAVALA (DEUTSCHLAND) GMBH
www.mavala.de

MAXIM MARKENPRODUKTE
GMBH & CO. KG
www.maxim-markenprodukte.de

MBR MEDICAL BEAUTY RESEARCH GMBH
www.mbr-cosmetics.com

MCBRIDE CE

MEDDROP GMBH
www.meddrop.de

MEDICE ARZNEIMITTEL PÜTTER
GMBH & CO. KG
www.medic.de

MEDSKIN SOLUTIONS DR. SUWELACK AG
www.medskin-suwelack.com

CHARLOTTE MEENTZEN KRÄUTERITAL
KOSMETIK GMBH
www.meentzen.de

MEERWASSER KOSMETIK
FRANZISKA TEEBKEN GMBH
www.meerwasser.de

MELITTA EUROPA GMBH & CO. KG
www.melitta.de

MELLERUD CHEMIE GMBH
www.mellerud.de

MENZERNA POLISHING COMPOUNDS
GMBH & CO. KG
www.menzerna.com

MERCK KGAA
www.merckgroup.com

MERZ CONSUMER CARE GMBH
www.merz.de

MESSING & KEPPLER
ABFÜLLBETRIEB GMBH
www.messing-keppler.de

METHODE BRIGITTE KETTNER GMBH
www.mbk-cosmetics.com

MEYER CHEMIE GMBH & CO. KG
www.meyer-chemie.de

MIBELLE AG – MIBELLE GROUP
www.mibellegroup.com

MIFA AG – MIBELLE GROUP
www.mibellegroup.com

MIPRI GMBH
www.mipri.com

MKN MASCHINENFABRIK KURT NEUBAUER
GMBH & CO. KG
www.mkn.com

MKS - MARKEN KOSMETIK SERVICE
GMBH & CO. KG
www.mks-cos.de

MLV MARKENZEICHEN- UND
LIZENZVERWALTUNGS GMBH

MOLLOX-CHEMIE GMBH
www.mollox.com

MUSSLER COSMETIC PRODUCTION
GMBH & CO. KG
www.mussler.de

MYVITALSKIN GMBH & CO. KG
www.biotulin.de

N

NELE KÖSMETIK GMBH
www.nele-kosmetik.com

NEO COS SERVICE GMBH
www.neocos.com

NEWCOS GMBH
www.viviangray.de

NEWSHA GMBH
www.newsha.de

NICOLS INTERNATIONAL SA
www.nicols.biz

NÖLKEN HYGIENE PRODUCTS GMBH
www.noelken.eu

NOPA NORDIC GMBH
www.nopanordic.com

NSC PHARMA GMBH & CO. KG
www.neubourg.com

NUTRACOSMETIC GMBH

NUWENA GMBH
www.nuwena.de

O

OTTO OEHME GMBH
www.oehme-lorito.de

OMEGA PHARMA DEUTSCHLAND GMBH
www.omega-pharma.de

ONE DROP ONLY CHEMISCH-
PHARMAZEUTISCHE VERTRIEBS GMBH
www.onedroponly.de

M. OPITZ & CO. AG
www.m-opitz.ch

OROCHÉMIE GMBH + CO. KG
www.orochemie.de

ORPIL CHEMIE GMBH
www.orpil.de

OTTO COSMETIC GMBH
www.otto-cosmetic.de

OXYGEN DEVELOPMENT GMBH
www.oxygendevlopment.com

P

PACOS GMBH
www.pacos-gmbh.de

PANTOS PRODUKTIONS- UND
VERTRIEBSGESELLSCHAFT MBH & CO. KG
www.blm-pantos.de

PARICO COSMETICS GMBH
www.parico-cosmetics.de

PCC SE
www.pcc.eu

PERSAN S.A.
www.persan.es

PETRA HAUSHALTS- UND
INDUSTRIEREINIGUNGSMITTEL GMBH
www.petra-chemie.de

PFEIFFER CONSULTING GMBH
www.pfeiffer-consulting.com

PFEIFFER LABORATORIES GMBH
www.pfeiffer-gmbh.de

PETER GREVEN PHYSIODERM GMBH
www.pgp-hautschutz.de

PINO PHARMAZEUTISCHE
PRÄPARATE GMBH
www.pinoshop.de

PLANOL GMBH
www.planol.de

PLOCHINA CHEMIE WEISS GMBH
www.plochina-chemie.de

POLIBOY BRANDT & WALTHER GMBH
www.poliboy.de

POLYSOM FORSCHUNGS GMBH

POLYSTONE CHEMICAL GMBH
www.polystone-chemical.de

THE POWDER COMPANY AG
www.thepowdercompany.com

PPM COSMETIC GMBH
www.ppmcosmetic.de

PRIMAVERA LIFE GMBH
www.primaveralife.com

PROCTER & GAMBLE SERVICE GMBH
www.de.pg.com

PROKOS GMBH
www.prokosgmbh.com

PROMIX COSMETICS
DIETER SCHULZE E. K.
www.promix.de

PROTOCURE GMBH & CO. KG
www.protocure.de

R

URSULA RATH GMBH
www.rath.de

RAUE GMBH
www.raue-kosmetik.de

RAUSCH (DEUTSCHLAND) GMBH
www.rausch.ch

REAMIN GMBH
www.reamin.de

RECKITT BENCKISER HOLDING
GMBH & CO. KG
www.rb.com/de

REINEX GMBH & CO. KG
www.reinexchemie.de

RETTERSPITZ GMBH
www.retterspitz.de

REVIDERM AG
www.reviderm.de

REWE GROUP BUYING GMBH
www.rewe-group.com

DR. RIMPLER GMBH
www.rimpler.de

ROBOTCHEMIE E. WEISCHENBERG NACHF.
GMBH & CO. KG
www.rcw.de

ROHM UND WERNER SEIFEN- UND
CHEMISCH-TECHNISCHE FABRIK GMBH
www.rohm-werner.com

ROSEL HEIM PRODUKTIONS GMBH
www.rosel-heim.de

JEAN PIERRE ROSSELET COSMETICS AG
www.jp-rosselet.de

HELLMUT RUCK GMBH
www.hellmut-ruck.de

RUFIN COSMETIC GMBH
www.rufin.de

S

SALZENBRODT GMBH & CO. KG
www.collonil.com

SANDERSTROTHMANN GMBH
www.sanderstrothmann.de

SC JOHNSON GMBH
www.scjohnson.de

SC JOHNSON PROFESSIONAL GMBH
www.scjp.com

DR. B. SCHEFFLER NACHF. GMBH & CO. KG
www.dr-scheffler.com

SCHMEES GMBH
www.schmees-kosmetik.de

L. A. SCHMITT GMBH
www.schmitt-cosmetics.com

WERNER SCHNEIDER GMBH
www.kosmetik-toelz.de

DR. SCHNELL GMBH & CO. KGAA
www.dr-schnell.de



WALTHER SCHOENENBERGER
PFLANZENSAPFTWERK GMBH & CO. KG
www.schoenenberger.com

DR. MED. CHRISTINE SCHRAMMEK
KOSMETIK GMBH & CO. KG
www.schrammek.de

DR. SCHRÖDER COSMETICA
GMBH & CO. KG
www.dr-schroeder-cosmetica.de

SCHÜLKE & MAYR GMBH
www.schuelke.com

DR. SCHUTZ GMBH
www.dr-schutz.com

SCHWAN-STABILO COSMETICS
GMBH & CO. KG
www.schwancosmetics.com

SEBAPHARMA GMBH & CO. KG
www.sebamed.de

SEEGER WASCH- UND REINIGUNGSMITTEL
GMBH

DIE SEIFENFABRIK INHABER THOMAS
DÖPKE E. K.

SENZORA B.V.
www.senzora.com

SHISEIDO GERMANY GMBH
www.shiseido.de

SIMILASAN AG
www.similasan.com

SINGER KOSMETIK GMBH
www.singer-kosmetik.de

SIXTUS GMBH
www.sixtus.de

SKIN CARE MANUFAKTUR GMBH

SODASAN WASCH- UND
REINIGUNGSMITTEL GMBH
www.sodasan.com

SONAX GMBH
www.sonax.de

SONETT GMBH
www.sonett.eu

SONNENSCHNITT-PHARM GMBH

SOPRONEM GREVEN GMBH

SOTIN CHEMISCHE UND TECHNISCHE
PRODUKTE GMBH & CO. KG
www.sotin.de

SPECIAL COSMETICS EURL

SPEICK NATURKOSMETIK GMBH & CO. KG
www.speick.de

DR. SPILLER GMBH
www.dr-spiller.com

SPINNRAD GMBH
www.spinrad.de

STADA ARZNEIMITTEL AG
www.stada.deSTEINFELS SWISS GMBH
www.steinfels-swiss.ch

STERN-WASCHMITTEL GMBH
www.sternwaschmittel.de

CHEMISCHE FABRIK DR. STÖCKER
GMBH & CO. KG
www.dr-stoecker.de

STRAUB GMBH
www.straub-cosmetics.de

STYX NATURCOSMETICS GMBH
www.styx.de

SWIF GMBH SOUTH WEST
INTERNATIONAL FRAGRANCE
www.swif.eu

SYSTEMKOSMETIK GMBH
www.systemkosmetik.de

SZAIDEL COSMETIC GMBH
www.szaidel-cosmetic.de

T

TANNYMAXX GMBH
www.tannymaxx.com

TAOASIS GMBH
www.taoasis.com

TEMMENTEC AG
www.femmentec.ch

DR. THEISS NATURWAREN GMBH
www.naturwaren-theiss.de

THURN GERMANY GMBH
www.thurn-group.com

TINTI GMBH & CO. KG
www.tinti.eu

TITANIA FABRIK GMBH
www.titania-fabrik.de

TOYO & DEUTSCHE AEROSOL GMBH
www.td-aerosol.com

TROLL COSMETICS GMBH
www.troll-cosmetics.com

TUNAP GMBH & CO. KG
WERK 2 LICHTENAU
www.tunap-consumerproducts.com

U

ULRIC DE VARENS GMBH
www.ulric-de-varens.de

ULTRASUN AG
www.ultrasun.com

UNILEVER DEUTSCHLAND GMBH
www.unilever.de

UNITED BRANDS MARKETING GMBH
www.u-b-m.com

V

VALUEPHARM COSMETICS GMBH
www.valuepharm-cosmetics.de

VAN DAM BODEGRAVEN B. V.

VEMA INDUSTRIE-VERPACKUNG
GMBH & CO. KG
www.vema-industrieverpackung.de

VENDOLEO GMBH
www.vendoleo.com

VEPACK GMBH
www.vepack.de

VERMONDE GMBH
www.vermonde.com

VILEDA GMBH
www.vileda.com

VINKA GMBH

VINOBLE COSMETICS GMBH
www.vinoble-cosmetics.at

VITA-COS-MED KLETT-LOCH GMBH
www.thymuskin.de

VITALKIND GMBH
www.vitalkind.de

PAUL VOORMANN GMBH
www.paul-voormann.de

VORWERK ELEKTROWERKE
GMBH & CO. KG
www.vorwerk.de

W

WACHSFABRIK SEGEBERG GMBH
www.wachsfabrik.de

DR. O. K. WACK CHEMIE GMBH
www.wackchem.com

WADI GMBH - ETHERISCHE ÖLE
VON PROF. WABNER
www.etherischeoele.de

WAGENER & CO. GMBH
www.wagener-co.de

WALA HEILMITTEL GMBH
www.wala.de

WAREG VERPACKUNGS-GMBH
www.wareg-gmbh.de

WHEALTH LOHMANN CENTRALIN GMBH
www.health.de

WECKERLE GMBH
www.weckerle.com

OSCAR WEIL GMBH
www.oscarweil.de

DR. WEIPERT & CO. NACHF. GMBH
www.weipert-chemie.de

WELEDA AG
www.weleda.de

AUGUST WENCKE OHG
www.august-wencke.de

WEPOS CHEMIE GMBH
www.wepos-chemie.de

WERNER & MERTZ GMBH
www.werner-mertz.de

WEYERGAN'S HIGH-CARE AG
www.high-care.de

WHITESMILE GMBH
www.whitesmile.de

WIDDER GMBH & CO. KG
www.widder.eu

LOUIS WIDMER GMBH
www.louis-widmer.com

WIKOS COSMETICS LOTHAR WISSEL E. K.
www.wikos-cosmetics.com

WILD BEAUTY GMBH
www.paul-mitchell.de

WILDE COSMETICS GMBH
www.wilde-group.com

WILKINSON SWORD GMBH
www.edgewell.com

WINATUR HAARKOSMETIK
GMBH & CO. KG
www.winatur.de

WINDSTAR MEDICAL GMBH
www.windstar-medical.com

WINTERHALTER GASTRONOM GMBH
www.winterhalter.de

WM BEAUTYSYSTEMS AG & CO. KG
www.wellmaxx.com

Y

YVES ROCHER GMBH
www.yves-rocher.de

Z

ZELLAEROSOL GMBH
www.zellaerosol.de

ZSB VERPACKUNG GMBH
www.zsb.info

ZSCHIMMER & SCHWARZ GMBH & CO. KG
www.zschimmer-schwarz.com

Korrespondierende Mitglieder

BASF SE
www.basf.com

BERG + SCHMIDT GMBH & CO. KG
www.berg-schmidt.de

BIESTERFELD SPEZIALCHEMIE GMBH
www.biesterfeld.com

**BRUNO BOCK THIOCHEMICALS
CHEMISCHE FABRIK GMBH & CO. KG**
www.thiochem.com

BTC EUROPE GMBH
www.btc-europe.com

**CLARIANT PRODUKTE (DEUTSCHLAND)
GMBH**
www.clariant.com

**DHW DEUTSCHE HYDRIERWERKE GMBH
RODLEREN**
www.dhw-ecogreenoleo.de

DROM FRAGRANCES GMBH & CO. KG
www.drom.com

DSM NUTRITIONAL PRODUCTS EUROPE LTD.
www.dsmnutritionalproducts.com

DÜLLBERG KONZENTRA GMBH & CO. KG
www.duellberg-konzentra.de

EVONIK DR. STRAETMANS GMBH
www.dr-straetmans.de

GATTEFOSSÉ (DEUTSCHLAND) GMBH
www.gattefosse.com

GLORYACTIVES GMBH
www.gloryactives.de

S. GOLDMANN GMBH & CO. KG
www.gold-mann.de

IMCD DEUTSCHLAND GMBH
www.imcdgroup.com

IMPAG IMPORT GMBH
www.impag.de

LANXESS DEUTSCHLAND GMBH
www.lanxess.com

LEHMANN & VOSS & CO. KG
www.lehvoss.de

MANI GMBH
www.mani-gmbh.com

NORDMANN, RASSMANN GMBH
www.nrc.de

NOVOZYMES DEUTSCHLAND GMBH
www.novozymes.com

OMYA INTERNATIONAL AG
www.omya.com

PROTEC INGREDIA GMBH
www.protec-ingredia.de

RAHN AG
www.rahn-group.com

RCP RANSTADT GMBH
www.rcp-ranstadt.com

SASOL GERMANY GMBH
www.sasolgermany.de

SCHILL + SEILACHER GMBH
www.schillseilacher.de

SEIDEL GMBH & CO.
www.seidel.de

SEPPIC GMBH
www.seppic.com

SUMMIT PHARMACEUTICALS EUROPE LTD.
www.summitpharmaeurope.com/cosmetics

SYMRISE AG
www.symrise.com

VENATOR GERMANY GMBH
www.venatorcorp.com

JOH. VÖGELE KG
www.voegele-ingredients.de

VÖLPKER SPEZIALPRODUKTE GMBH
www.voelpker.com

**WEYLICHEM PERFORMANCE
PRODUCTS GMBH**
www.weylchem.com/weylchem-wiesbaden-
gmbh.html

YOU SOLUTIONS GERMANY GMBH
www.lonza.com



Mitgliedschaften / Kooperationen

National



AUMA
Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V.



FRT
Forschungsgemeinschaft Reinigungs- und Hygienetechnologie e.V.



BAG
Bundesarbeitsgemeinschaft mehr Sicherheit für Kinder e.V.



GDCh
Gesellschaft Deutscher Chemiker e.V.



DGK
Deutsche Gesellschaft für wissenschaftliche und angewandte Kosmetik e.V.



GINETEX GERMANY
The National Association for Textile Care Labeling



DKMS LIFE
Kosmetikseminare für krebserkrankte Frauen



IVDK
Informationsverbund Dermatologischer Kliniken



DUFTSTARS
Fragrance Foundation Deutschland e.V.



**LEBENSMITTELVERBAND
Deutschland**
LEBENSMITTELVERBAND DEUTSCHLAND E. V.



EBD
Europäische Bewegung Deutschland e.V.



SEPAWA
Vereinigung der Seifen-, Parfüm- und Waschmittelfachleute e.V.

**SET**

Stiftung zur Förderung der Erforschung von Ersatz- und Ergänzungsmethoden zur Einschränkung von Tierversuchen

**WIRTSCHAFTSCLUB RHEIN-MAIN****SMC**

Science Media Center Germany gGmbH

Wettbewerbszentrale**ZENTRALE ZUR BEKÄMPFUNG UNLAUTEREN WETTBEWERBS FRANKFURT AM MAIN E. V.****VCI**

Verband der Chemischen Industrie e.V.

**ZENTRALVERBAND DES DEUTSCHEN FRISEURHANDWERKS**

VEREINIGUNG DER HESSISCHEN
UNTERNEHMERVERBÄNDE

VHU

Vereinigung der hessischen Unternehmerverbände e.V.

International**A. I. S. E.**

Association Internationale de la Savonnerie, de la Détérgence et des Produits d'Entretien

**COSMETICS EUROPE
– THE PERSONAL CARE ASSOCIATION**

Geschäftsstelle



Geschäftsführung und Verwaltung

Thomas Keiser

Geschäftsführer
T +49.69.2556-1321
tkeiser@ikw.org

Susanne Brecht

Buchhaltung
T +49.69.2556-1327
sbrecht@ikw.org

Kerstin Weiß

Assistentin
T +49. 69. 25 56-13 33
kweiss@ikw.org

Karen Kumposcht

PR/PA-Managerin
T +49. 69. 25 56-13 31
kkumposcht@ikw.org

Simone Geyer

Verwaltung und Logistik
T +49. 69. 25 56-13 35
sgeyer@ikw.org

Bereich Schönheitspflege

Heike Fisch

Assistentin
T +49. 69. 25 56-13 26
hfisch@ikw.org

Dipl.-Ing. Birgit Huber

Stellv. Geschäftsführerin
und Bereichsleiterin
T +49. 69. 25 56-13 25
bhuber@ikw.org

Dr. Marita Grothus

Wiss. Koordinatorin
T +49. 69. 25 56-13 65
mgrothus@ikw.org

Dr. Jens Burfeindt

Wiss. Koordinator
T +49. 69. 25 56-13 28
jburfeindt@ikw.org

Anja Schramm

Assistentin
T +49. 69. 25 56-13 30
aschramm@ikw.org

Dr. Klaus Rettinger

Wiss. Koordinator
T +49. 69. 25 56-13 32
krettinger@ikw.org



Bereich Haushaltspflege

Dr.-Ing. Bernd Glassl

Bereichsleiter
T +49. 69. 25 56-13 61
bglassl@ikw.org

Dr.-Ing. Thorsten Kessler

Wiss. Koordinator
T +49. 69. 25 56-13 22
tkessler@ikw.org

Anne Brauer

Assistentin
T +49. 69. 25 56-13 34
abrauer@ikw.org

Susanne Seidel

Assistentin
T +49. 69. 25 56-13 24
sseidel@ikw.org

Bereich Recht und Verpackung

RA Matthias Ibel

Bereichsleiter
T +49. 69. 25 56-13 29
mibel@ikw.org

Karin Czuba

Assistentin
T +49. 69. 25 56-13 23
kczuba@ikw.org



Impressum

HERAUSGEBER

Industrieverband
Körperpflege- und Waschmittel e.V.
Mainzer Landstraße 55
60329 Frankfurt am Main
T +49. 69. 25 56 - 13 31
F +49. 69. 23 76 31
info@ikw.org
www.ikw.org

BILDNACHWEIS

von oben nach unten / links nach rechts

Titelseite: iStock / simarik **Rückseite:** iStock / Mikolette; iStock / CentralITAlliance; iStock / Olesia Bekh **Seite 4:** Adrian Bedoy **Seite 6:** iStock / YakobchukOlana **Seite 7:** iStock / George Rudy; AdobeStock / Pandora Studio; iStock / sankai; iStock / Liderina; iStock / gilaxia; iStock / baona **Seite 8:** iStock / George Rudy **Seite 9:** IKW / Dennis Möbus **Seite 14:** iStock / Liderina **Seite 15:** Christian Lindner **Seite 16:** IKW / get-shot.de **Seite 17:** Heiner Beckmann / Luca Grazioli; IKW / Dennis Möbus; IKW / Dennis Möbus; IKW / Dennis Möbus **Seite 18:** IKW **Seite 20:** IKW / Dennis Möbus; Procter & Gamble / Ina Debald **Seite 21:** iStock / KatarzynaBialasiewicz **Seite 22:** iStock / rclassenlayouts **Seite 23:** IKW **Seite 24:** IKW / Katharina Lux; IKW; IKW; IKW / get-shot.de; IKW; BR&U / Bernal Revert; IKW; IKW; IKW; Alexander Heimann; IKW / Dennis Möbus **Seite 25:** IKW / Dennis Möbus; IKW; IKW / Kirsten Bucher; IKW; Hans-Jürgen Herrmann; Ulrich Perrey; IKW / Elke A. Jung-Wolff; Ulrich Perrey; HPCI Mumbai; Bernd Georg; Sophia Handwerk **Seite 27:** Adobe Stock / Viktoriia **Seite 28:** IKW / Dennis Möbus **Seite 29:** shutterstock / dekazigzag **Seite 30:** Adobe Stock / Halfpoint **Seite 31:** iStock / PeopleImages **Seite 32:** Adobe Stock / Africa Studio **Seite 33:** iStock / PeopleImages **Seite 34:** Adobe Stock / goodluz; Borchard-Becker **Seite 35:** IKW / Katharina Lux; IKW / Katharina Lux **Seite 36:** Johannes Geier / Neff Fotografie **Seite 38:** iStock / gilaxia **Seite 39:** Peter Himsel **Seite 40:** Stefan Trappe **Seite 42:** Sennlaub; Christian Hahn; Bildschirmabzug Film „Waschtipp“ **Seite 44:** iStock / kupicoo **Seite 45:** IKW / Dennis Möbus **Seite 46:** iStock / courtneyk; iStock / SeventyFour **Seite 48:** iStock / sankai **Seite 49:** IKW / Dennis Möbus **Seite 52:** John Chave; A.I.S.E. **Seite 53:** IKW **Seite 54:** iStock / baona **Seite 58:** iStock / amphotora Ivan Bajic **Seite 66:** IKW / Dennis Möbus; IKW / Dennis Möbus; IKW / Dennis Möbus; IKW / Dennis Möbus;

LEKTORAT

Kerstin Ochs

GESTALTUNG UND SATZ

DBF Designbüro Frankfurt, www.Designbuero-Frankfurt.de

DRUCK

Druckerei Rindt GmbH & Co. KG, Fulda

PAPIER

Circle Offset Premium White,
Recycling aus 100% Altpapier FSC zertifiziert



REDAKTIONSSCHLUSS

31. März 2020



KONTAKT

Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e.V.
Mainzer Landstraße 55 / 60329 Frankfurt am Main
T +49. 69. 25 56 - 13 23 / F +49. 69. 23 76 31
info@ikw.org / www.ikw.org / www.twitter.com/ikw_org