

INDUSTRIEVERBAND
Körperpflege- und Waschmittel e.V.

Jahresbericht 2017.2018



50 | | KW^{''}
JAHRE
SCHÖNER.LEBEN.

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 420 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 unser tägliches Leben begleiten. Aus dieser Nähe entsteht ein intensives Informationsbedürfnis. Durch eine hohe Dialogbereitschaft gegenüber allen involvierten gesellschaftlichen Gruppen kommt der IKW diesem Bedürfnis entgegen und leistet damit einen Beitrag zur Stärkung der Vertrauenswürdigkeit und 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 er die Mitgliederinteressen durch ein umfangreiches Paket an PR- und Kommunikations-Aktivitäten sowie durch ein weitreichendes Netzwerk.



Sehr geehrte Damen und Herren,

als „Jahr der Revolte“ ging 1968 in die Geschichtsbücher ein. Die Chiffre „Achtundsechziger“ steht für eine Generation, die grundlegende Veränderungen in Politik, Gesellschaft und in menschlichen Lebensformen anstrebte. Auch wenn der „revolutionäre“ Gestus vieler damaliger Protagonisten heute befremdet, so spiegeln sich zumindest sehr viele von den „68ern“ reklamierte Positionen in heute selbstverständlichen Verhaltensweisen und anerkannten Werten wieder – seien es Gleichberechtigung der Geschlechter, Diversität und Selbstbestimmung, demokratische Teilhabe oder Umweltschutz.

Für unsere Industrie verbindet sich mit 1968 ebenfalls eine bedeutende Weichenstellung. Mit der Gründung des Industrieverbandes Körperpflege- und Waschmittel e.V. (IKW) am 6. Dezember in Frankfurt am Main bewiesen damals 106 Firmen Weitblick. Der Zusammenschluss sollte für die Mitgliedsunternehmen „die bestmöglichen Voraussetzungen für die Wahrnehmung ihrer Chancen auf dem großen europäischen Markt schaffen.“ Ein Anliegen, das aktueller kaum sein könnte. Die Europäische Wirtschaftsgemeinschaft der 60er Jahre mit ihren sechs Mitgliedsstaaten hat sich zur heute (noch) 28 Mitglieder zählenden Europäischen Union fortentwickelt – ein Staatenverbund, der ein Eckpfeiler wirtschaftlicher Stärke und politischer Stabilität in Deutschland und Europa geworden ist.

Im europäischen Wirtschaftsraum läuft die Konjunktur auf Hochtouren. In der EU stieg der Wert von Waren und Dienstleistungen 2017 um 2,4 Prozent und in Deutschland um 2,2 Prozent. Neben der guten Auftragslage in der exportorientierten Industrie wirkt die boomende Binnennachfrage als Wachstumstreiber.

Mit 18,2 Milliarden Euro oder plus 0,3 Prozent Umsatz zeigten sich die Produkte der Schönheitspflege und Haushaltspflege wieder als Motor des privaten Verbrauchs in Deutschland. Für das laufende Jahr sind die IKW-Mitglieder ebenfalls optimistisch. Bei einer Umfrage Ende 2017 haben 68 Prozent die künftige Marktentwicklung mit „gut“ oder „sehr gut“ bewertet, fast zwei Drittel beschäftigen sich derzeit mit „größeren Investitionen“. Erfüllt sich die Erwartung unserer Unternehmen, dann wird der Gesamtwert der verkauften Produkte dieses Jahr um zwei Prozent steigen.

Gutes Aussehen und Sauberkeit bleiben bei Verbrauchern hoch im Kurs. Das galt vor Jahrzehnten und das ist auch heute so – allerdings unter sehr unterschiedlichen Vorzeichen, was Lebensstil und gesellschaftliche Trends anbelangt. Prägend für den Zeitgeist wirkt die Jugend: Für Millennials und noch jüngere Verbrauchergenerationen liegt unter dem Pflaster nicht mehr der Strand, sondern ein leistungsfähiges Glasfaserkabel. Ihre Lieblingsbeschäftigung ist das Produzieren und Teilen von Filmen, Bildern und Textnachrichten mit dem Handy. Dass auch beim Posten von Selfies die Kontrolle über das eigene Aussehen wichtig ist, belegt die IKW-Jugendstudie „Selfies ungeschminkt“.

Vom Posten zum Putzen. War vor 50 Jahren der Leitspruch der Umstürzler: „Alles Private ist politisch“, so gilt in der total vernetzten Gegenwart der Rückzug ins Private als lebenswichtiges Kontrastprogramm zum bisweilen chaotischen Alltag. Durch den verstärkten Wunsch nach Verlässlichkeit und Struktur, nach Eigenem und Vertrautem, bekommt auch die Pflege des häuslichen Umfelds eine positive Neubewertung, wie die IKW-Studie „Die neue Macht des Putzens“ belegt: Saubermachen als „analoges“ Erlebnis, bei dem man den Erfolg des eigenen Tuns unmittelbar erlebt. Eine Sinn-Erfahrung auch für Digital-Junkies.

Die Beispiele veranschaulichen, wie sehr wir mit unseren Produkten am Puls der Zeit sind. Damit der IKW damit auch in der Öffentlichkeit Gehör findet, haben wir in den vergangenen Jahren unsere Kommunikation stark ausgebaut. Schwerpunkt ist dabei immer die Aufklärung über wissenschaftliche Sachverhalte. Gerade wenn es um die öffentliche Diskussion vermeintlicher Risiken durch bestimmte Inhaltsstoffe geht, ist die Kompetenz des IKW gefragt. Die bringen wir nicht nur bei Fachveranstaltungen und Stakeholder-Meetings wie dem DIALOG KOSMETIK oder dem FORUM WASCHEN ein, sondern vermehrt auch in Medienkontakten.

Bei Pressekonferenzen, Redaktionsbesuchen, Round Tables und Bloggerevents geht der IKW aktiv auf die Medien zu. Mit dem Twitter-Kanal unter [@IKW_org](#) verstärken wir unsere Online-Präsenz durch aktuelle und direkte Kommunikation mit unseren Bezugsgruppen. Darüber hinaus bieten wir verlässliche Recherchequellen wie die Webseite [www.ikw.org](#). Verbraucher finden außerdem Informationen und Tipps [auf www.haut.de](#), [www.forum-waschen.de](#) und [www.waschtipps.de](#) – Online-Angeboten, die wir gemeinsam mit anderen Institutionen aus Wissenschaft, Medizin und Verbraucherschutz entwickelt haben.

Als Stimme einer Branche mit über 420 Unternehmen, die in der gesamten Wertschöpfungskette einer halben Million Menschen Arbeit geben, ist der IKW aber auch zentraler Ansprechpartner für Politik und Behörden. Dabei geht es neben wirtschaftspolitischen Fragen vor

allem um die Themen Verbrauchersicherheit und Umweltschutz. Für die Fachleute des IKW zählen deshalb Gespräche mit Parlamentariern in Berlin und Brüssel, Podiumsdiskussionen, Anhörungen oder Verbrauchertoren zu den Kernaufgaben. Auch diese Arbeit trägt dazu bei, dass Verbraucher sich auf ein Maximum an Produktsicherheit und Umweltschutz verlassen können – innerhalb eines fairen und für alle Marktteilnehmer gleichermaßen verbindlichen gesetzlichen Rahmens.

Zurück in unser Gründungsjahr: 1968 feierte der Film „2001 – Odyssee im Weltraum“ mit dem Thema Künstliche Intelligenz und dem sprachgesteuerten Supercomputer HAL 9000 Premiere. Unsere heutigen stimmungsgesteuerten, intelligenten Assistenzsysteme heißen Siri, Alexa oder Cortana. Auf Zuruf verbinden diese und viele andere digitale Helfer uns mit einem Netz gewaltiger, lernender Datenbanken. Damit erschließen sich faszinierende neue Anwendungen und gleichzeitig auch neue Vermarktungsmöglichkeiten für Produkte und Dienstleistungen.

Bei einem runden Jubiläum darf man auch einmal in die Zukunft schauen. Was wird uns dann beschäftigen, erfüllen oder auch beunruhigen? Den Blick in die Glaskugel will ich gerne den Trendforschern vom zukunfts-Institut mit unserer Studie „Schöner.Leben.“ überlassen. Eines aber scheint mir sicher: Die Menschen werden auch in fernen Dekaden ihren Körper und ihr Zuhause pflegen. Die Vorzeichen für die nächsten 50 Jahre „Schöner. Leben.“ sind also günstig.

Herzlichst

Ihr

Georg Held

Vorsitzender des


Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e.V.



Inhalt

Zur Situation S. 04




 **Wirtschaftliche Entwicklung** S. 08

- ↳ Schönheitspflegemittelmarkt
- ↳ Haushaltspflegemittelmarkt
- ↳ Marktverhältnisse
- ↳ Ausblick 2018


 **Schönheitspflege** S. 24

- ↳ Kosmetika sind sehr gut verträglich
- ↳ Stoffe
- ↳ Kooperation & Dialog

 **Unser Jubiläum** S. 48

- ↳ 50 Jahre Schöner.Leben.
- ↳ Der IKW im Zeitgeschehen
- ↳ Grußworte zum 50. Jubiläum




 **Fachübergreifende Aktivitäten** S. 14


- ↳ Anhaltendes Verbraucher- und Medieninteresse
- ↳ Mitgliederversammlung
- ↳ Mittelstand
- ↳ Auslandsgeschäft
- ↳ Presse & Presseecho
- ↳ Empfang im Europäischen Parlament
- ↳ Verpackungen
- ↳ Weitere Aktivitäten

 **Haushaltspflege** S. 36


- ↳ Verbraucherstudie
- ↳ Nachhaltigkeitsinitiativen
- ↳ Informationsveranstaltungen und Weiterbildung
- ↳ Produktsicherheit
- ↳ Gesetzliche Regelungen
- ↳ Technische Themen

 **Europa** S. 54

- ↳ „Quo vadis, Europa?“
- ↳ Unsere Arbeit in Europa

 **Gremien** S. 58

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

 **Verzeichnisse** S. 62

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

 **Geschäftsstelle** S. 70

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

Impressum S. 71





Wirtschaftliche Entwicklung

Schönheit, Wohlbefinden und der Wunsch nach einem gepflegten Zuhause – das sind grundlegende Bedürfnisse der Verbraucher.

Die Mitgliedsunternehmen des Industrieverbandes Körperpflege- und Waschmittel haben diese Bedürfnisse ins Zentrum ihrer Aktivitäten gestellt und bedienen sie mit hochwertigen und verantwortungsvoll hergestellten Produkten. Körperpflege- und Haushaltspflegemittel erfüllen Träume und sorgen für Anerkennung und Selbstbewusstsein, wie die Marktforschung bestätigt.

Die hohe Akzeptanz bei den Verbrauchern macht die Produkte der Körperpflege- und der Haushaltspflegemittel-Industrie zu einer wichtigen Säule des privaten Konsums in Deutschland.

Im Jahr 2017 konnte der Umsatz insgesamt um 0,3 Prozent auf 18,2 Milliarden Euro gesteigert werden. Da-

bei legten Schönheitspflegeartikel um 0,5 Prozent zu, während die Haushaltspflegemittel mit -0,3 Prozent das hohe Vorjahresniveau stabilisieren konnten.¹ Die beiden Produktbereiche waren so erneut wichtige Stützen der Binnennachfrage. Jeder achte Euro wird heute im deutschen Lebensmittelhandel für Schönheits- und Haushaltspflege ausgegeben. Damit ist der deutsche Markt für diese Produkte der mit Abstand größte in Europa.

„Unsere Industrie bleibt mit ihrer Innovationskraft und ihrem Gespür für Verbraucherwünsche ein Motor des privaten Konsums. Der IKW prognostiziert für 2018 ein Plus von zwei Prozent.“

Thomas Keiser, Geschäftsführer IKW



¹ Die Marktzahlen 2017 basieren auf einer Hochrechnung des IKW auf Basis der Daten der IRI Information Resources GmbH für Januar bis September 2017.

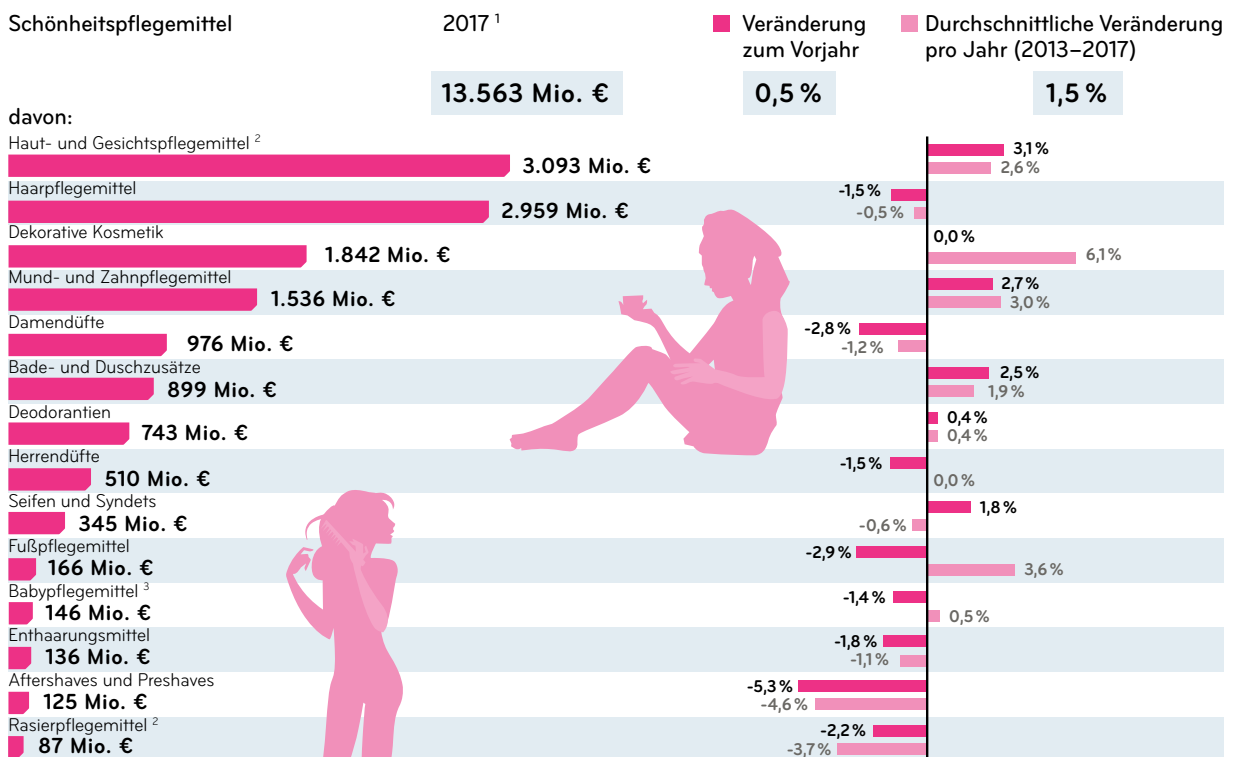
Schönheitspflegegemittelmart Deutschland 2017



Der Umsatz von Schönheitspflegegemitteln stieg im Jahr 2017 erneut, diesmal um 65 Millionen Euro auf insgesamt 13,6 Milliarden Euro und damit um 0,5 Prozent. Die positive Entwicklung basiert auf hochwertigen Neueinführungen zur Abdeckung neuer Konsumentenbedürfnisse. Das Wachstum wurde vorwiegend in den Handelskanälen Drogeriemärkte, Apotheken und Discounter erwirtschaftet.

Die wesentlichen Wachstumssegmente waren Haut- und Gesichtspflege, Mund- und Zahnpflege sowie Bade- und Duschzusätze.

SCHÖNHEITSPFLEGE MARKT WEITER AUF HOHEM NIVEAU



Marktzahlen Schönheitspflege: Stand 1.12.2017

1 Hochrechnung des IKW auf Basis IRI-Daten Jan.–Sept. 2017 und Mitgliederinformationen; 2 Damen und Herren; 3 ohne Shampoo / Bade- / Duschzusatz / Seifen;

© IKW



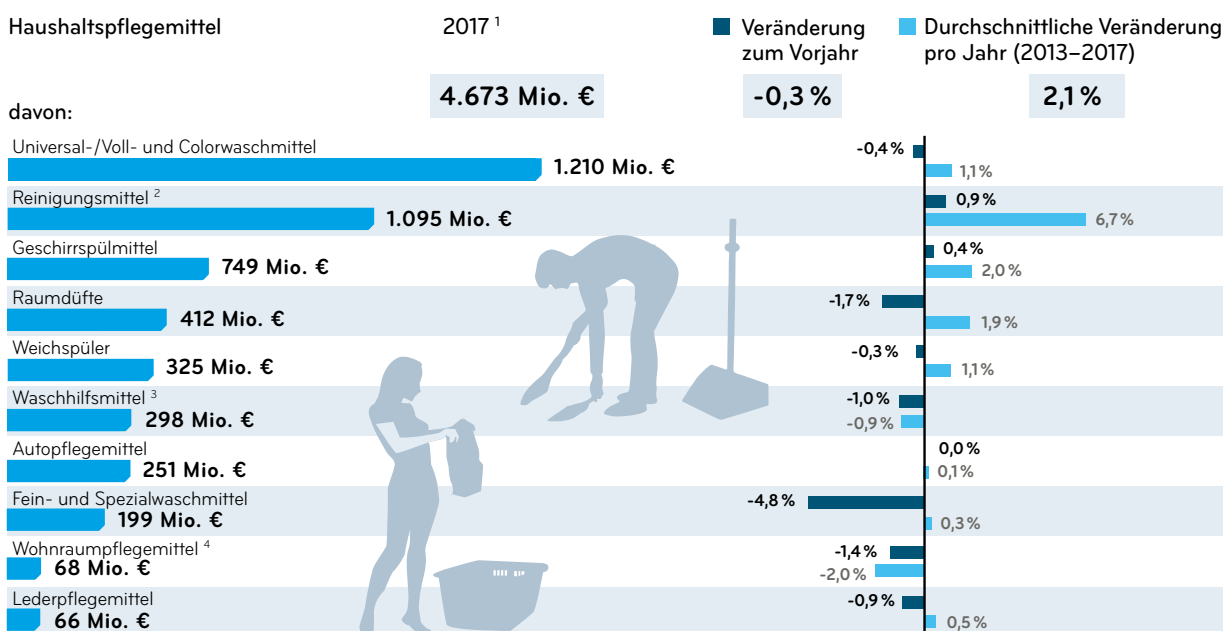
Haushaltspflegemittelmarkt Deutschland 2017

Der Gesamtumsatz der Wasch-, Putz- und Reinigungsprodukte für Privathaushalte ist in Deutschland im Vergleich zum Jahr 2016 um 0,3 Prozent oder 15 Millionen Euro nur leicht gesunken und bestätigt mit rund 4,7 Milliarden Euro den hohen Vorjahreswert. Hauptwarengruppen bleiben Universalwaschmittel und Reinigungsmittel.

Steigerungen wurden vor allem in den Handelskanälen Drogeriemärkte und Discounter erzielt.



HAUSHALTSPFLEGE MARKT BLEIBT STABIL



Marktzahlen Haushaltspflege: Stand 1.12.2017

1 Hochrechnung des IKW auf Basis IRI-Daten Jan.-Sept. 2017 und Mitgliederinformationen; 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



Marktverhältnisse



Trotz politischer Risiken wie beispielsweise dem anstehenden EU-Austritt Großbritanniens ist die Konsumfreude der Deutschen nach Einschätzung der GfK-Marktforscher „nach wie vor ungebrochen“.



„Schönheits- und Haushaltspflegeprodukte bleiben für den Verbraucher ein Garant für das gute Gefühl: Die Umsätze im stationären Handel halten sich auf dem hohen Niveau der Vorjahre.“

Christoph Knoke, Managing Director,
IRI Information Resources

So konnte der private Konsum – insbesondere auch in der Markenartikel-Industrie – wesentlich zur guten Wirtschaftsentwicklung beitragen.

Die IKW-Mitgliedsunternehmen sorgten mit hohen Investitionen in die Entwicklung von Innovationen und Wettbewerbsaktivitäten für ein erneut hohes Niveau der Schönheits- und Haushaltspflegemärkte.

Im Markt der Schönheitspflegemittel bleiben die Drogeriemärkte mit einem Marktanteil von über 47 Prozent der mit Abstand wichtigste und mit 2,5 Prozent steigende Absatzkanal. Aber auch die Apotheken und die Discounter wachsen mit 5,8 bzw. 4,8 Prozent deutlich. Hingegen verlieren der traditionelle Lebensmitteleinzelhandel, die Kauf- und Warenhäuser und die Parfümerien teils deutlich an Bedeutung.



Ausblick 2018

Im Jahr 2017 wuchsen die Märkte der Schönheits- und Haushaltspflegemittel in Deutschland trotz politischer Unsicherheiten und Terrorgefahr zusammen erneut um 0,3 Prozent.

Die innovativen und im täglichen Einsatz unverzichtbaren Produkte der vom IKW vertretenen Branchen sowie die positive Entwicklung des allgemeinen Konsumklimas in Deutschland waren hier die Treiber.

Im Jahr 2018 stehen Wirtschaft und Politik vor weiteren großen Herausforderungen. Sowohl Binnen- als auch Außenhandel müssen sich in einem immer turbulenten Umfeld behaupten. Internationale Abschottungstendenzen, Unsicherheiten durch die schleppende Regierungsbildung und die andauernde Terrorgefahr belasten auch die wirtschaftliche Entwicklung.

Große Hoffnungen macht aber nach wie vor die Inlandsnachfrage. Das absehbar weiter niedrige Zinsniveau und die hohe Konsumneigung der Verbraucher lassen auf eine insgesamt positive Entwicklung schließen.

Für den Wirtschaftsstandort Deutschland steht die Politik vor wichtigen Aufgaben: Durchsetzungskraft in Europa und der Welt, neue Perspektiven in der Flüchtlingsfrage, Weitblick und Augenmaß bei Energie- und Steuerpolitik

werden unter anderem ausschlaggebend sein für die Fortsetzung der bislang guten wirtschaftlichen Entwicklung in Deutschland. Dazu ist die Bildung einer stabilen Regierung wesentliche Voraussetzung.

Der IKW geht für 2018 von einem weiter intensivierten Wettbewerb seiner Mitgliedsfirmen aus, der sicherlich auch wieder zu Innovationen mit relevantem Mehrwert für die Verbraucher führen wird. Laut des im Dezember 2017 durchgeführten IKW-Branchen-Barometers planen 63 Prozent der befragten Mitgliedsunternehmen größere Investitionen und 68 Prozent rechnen mit einer guten bis sehr guten Marktentwicklung für 2018. Der IKW erwartet daher für 2018 ein wertmäßiges Marktwachstum von ca. zwei Prozent.

WELT

„2018 wird für Deutschland ein weiteres Boomjahr.“

Welt.de, 02.01.2018





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 das tägliche Leben der Konsumenten 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 resultieren eine hohe Verantwortung und eine große Nachfrage nach Informationen.

Der IKW wird diesem Informationsbedürfnis durch hohe Dialogbereitschaft und eine regelmäßige Berichterstattung 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

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

Am 9. Mai 2017 fand in Berlin die ordentliche Mitgliederversammlung des IKW statt.

Turnusgemäß standen 2017 Neuwahlen des Vorstandes an. In den BGB-Vorstand wurden Georg Held, Gabriele Hässig und Dr. Rüdiger Mittendorff gewählt.

Ein besonderes Highlight der Mitgliederversammlung waren die Vorträge von Professor Dr. Dr. Andreas Hensel, Präsident des Bundesinstituts für Risikobewertung, zum Thema „Risikokommunikation für Laien und Experten: Eine Frage der Wahrnehmung“ und von Jens Lönneker, Geschäftsführer des Kölner Marktforschungsunternehmens rheingold salon, zur IKW-Studie „Die neue Macht des Putzens“.



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 2017 waren „Absatzkanäle im Fokus“, „Zukunft des Mittelstands“ und „Fachkräftemangel“. Dazu referierten Petra Schäfer (Globus SB-Warenhaus Holding), Alexander Thiel (McKinsey & Company), Dr. Robert Kecskes (GfK), Christoph Knoke (IRI), Professor Gabriel Felbermayr (ifo), Dr. Klaus Bauknecht und Dirk Damegger (IKB) und Harald Düster (Sebapharma).

Schwerpunktthemen der Herbsttagung waren „Wettbewerbsfaktor Digitalisierung“, „Kartellrecht“ und „Internationalisierung am Beispiel USA und Großbritannien“. Dazu trugen vor Frau Dr. Annette Icks (IFM), Karl-Heinz Land (neuland), Bernd Preuschoff (Schwan-Stabilo Cosmetics), Andreas Mundt (Präsident Bundeskartellamt), Oliver Döhne (GTAI), Evan Aponte (Delta Carbona USA) und Gareth Edwards sowie Brandon Pilling (AC-DOCO/ ACDOPRO GB).



IKW-Mittelstandstagung 28. September 2017
Andreas Mundt, Präsident des Bundeskartellamts



„Der IKW unterstützt, berät und vertritt seine Mitglieder in sehr fundierter Weise. Dies ist bei der komplexen und umfangreichen Gesetzeslage gerade für viele Mittelständler unverzichtbar.“

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



IKW-Mittelstandstagung 22. März 2018, Sascha Lobo, Autor und Blogger



Christoph Werner, Geschäftsführer dm-drogerie markt GmbH & Co. KG



Auslandsgeschäft



German Pavilion, Beautyworld Middle East, Dubai, Mai 2017

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 gibt es ein breites Portfolio unterstützender Maßnahmen wie Pressekonferenzen, Incentive-Veranstaltungen für Messebesucher, Ton- und Bildwerbematerial, Kundenzuführung und Besuche amtlicher deutscher Vertreter an den Messeständen. Zusätzlich werden auf die jeweilige Messe zugeschnittene Online-Auftritte zur Vorabkontaktabahnung und Nachbereitung geboten. Hier können sich Aussteller, Presse und interessiertes Fachpublikum unter www.german-pavilion.de weiter austauschen.

Der IKW ist derzeit 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 hat der IKW erstmalig vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie geförderte Markterschließungsmaßnahmen für priorisierte Exportregionen initiiert.

So wurden 2017 Geschäftsanbahnungsreisen nach Brasilien und Japan durchgeführt. Dabei wurden in Rio de Janeiro, Sao Paulo und Tokio in Zusammenarbeit mit den Handelskammern vor Ort Mitgliedsunternehmen und potentielle 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 Geschäftsterminen mit interessierten Kooperationspartnern in Kontakt treten.

Für 2018 sind eine Geschäftsanbahnungsreise nach Jakarta/Indonesien sowie eine Informationsveranstaltung zu Australien geplant. Weitere Reisen nach Indien und Südkorea sind in Vorbereitung.

„Für uns war die Geschäftsanbahnungsreise nach Japan eine lohnenswerte Investition und wir begrüßen diese wirtschaftsorientierte Ausrichtung mit den wertvollen Praxistipps sehr.“

Iris Kesselring, Executive Export Manager,
RAUSCH (Deutschland) GmbH

„Vielen Dank für die perfekte Organisation der Geschäftsanbahnungsreise Japan. Ich habe auf der Reise einen potentiellen Partner gefunden.“

Daniel Hale, Senior Area Sales Manager,
Sebapharma GmbH & Co. KG

„Das war eine tolle Geschäftsanbahnungsreise nach Japan. Da waren wir uns alle einig. Wir hatten ein Rundum-Programm, das man einfach nicht hat, wenn man auf eigene Faust ein Land erschließt und haben einen vielversprechenden Partner gefunden. Ich bin super zufrieden!“

Petra Bonnekamp, Head of Sales,
Laverana GmbH & Co. KG



Geschäftsanbahnungsreise Brasilien, Storecheck, 28. Mai – 1. Juni 2017



Geschäftsanbahnungsreise Japan, 6. – 8. November 2017



Presse & Presseecho

„Die Verbraucher in Deutschland legten auch 2017 viel Wert auf Gesichtspflege, Reiniger & Co. Die Konsumausgaben für Produkte aus den Bereichen Schönheitspflege und Haushaltspflege blieben 2017 insgesamt stabil und wiesen mit 18,2 Milliarden Euro ein leichtes Plus von 0,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr aus. Durch ihr kontinuierlich hohes Umsatzniveau sind die Branchen Schönheits- und Haushaltspflege verlässliche Stützen der Konsumgütermärkte.“

Das waren die Kernaussagen der IKW-Wirtschafts-Presskonferenz, die am 1. Dezember 2017 in Frankfurt am Main stattfand.

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-Bera-



„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



IKW-Wirtschafts-Presskonferenz, 1. Dezember 2017, Frankfurt am Main

tungsunternehmens IRI Information Resources und der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) ergänzen diese Prognosen quantitativ und qualitativ.

Die Medienresonanz auf die Pressekonferenz war sehr positiv. Berichte in 182 Print- und Onlinemedien erzielten eine mediale Reichweite von knapp 13 Millionen Kontakten* und bestätigen 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 und Workshops zu Zukunftstrends. 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](https://twitter.com/IKW_org).

Im Jahr 2017 wurden IKW-Informationen und Stellungnahmen in mehr als **6.200** Veröffentlichungen von Print- und Onlinemedien sowie Radio- und TV-Sendungen aufgenommen und erzielten damit eine mediale Gesamtreichweite von **311 Millionen* Kontakten** und einen **Anzeigenäquivalenzwert von 9,5 Millionen Euro**.

*Reichweite Onlinemedien in Visits/Tag



Empfang im Europäischen Parlament

Auf Einladung von Gesine Meißner, Mitglied des Europäischen Parlaments, fand am 20. Februar 2018 der IKW-Empfang im Europäischen Parlament unter dem Titel „Schön & Sauber“ statt. Es nahmen Vertreter des Europäischen Parlaments, der EU-Kommission sowie von Landesvertretungen, des IKW-Vorstandes und der IKW-Geschäftsstelle teil. Vorgestellt wurden die Ergebnisse der vom IKW in den letzten beiden Jahren initiierten Studien „Jugend ungeschminkt“ und „Die neue Macht des Putzens“ von den Experten des Instituts rheingold salon. Die IKW-Jugendstudie, präsentiert von Ines Imdahl, hat die Entwicklung des Selbstwertgefühls von Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Alter von 14 bis 21 Jahren untersucht und kam zu überraschenden

Gesine Meißner, Mitglied des Europäischen Parlaments, Georg Held (IKW-Vorsitzender, L'Oréal Deutschland GmbH), Gabriele Hässig (stellvertretende IKW-Vorsitzende, Procter & Gamble Service GmbH), Thomas Keiser (IKW-Geschäftsführer)



„Parlamentarische Empfänge sind für uns als Politiker wichtig, um zu verstehen wie die Gesellschaft tickt und wie Verbraucher ihr Kaufverhalten verändern. Die Politik muss dann die passenden Rahmenbedingungen dazu schaffen.“

Gesine Meißner,
Mitglied des Europäischen Parlaments



Ergebnissen: Das Äußere ist für Jugendliche sehr wichtig und 60 Prozent der Jugendlichen glauben, dass man am Äußeren ablesen kann, um was für einen Menschen es sich handelt (siehe auch www.ikw-jugendstudie.org). Jens Lönneker erläuterte die Putztypen, die die Studie „Die neue Macht des Putzens“ hervorgebracht hat (Details siehe Seite 37). Die Ergebnisse beider Studien waren für die Teilnehmer überraschend und haben zu intensiven Diskussionen geführt.

Die abschließende angeregte Diskussion und viele positive Rückmeldungen zeigten den erfolgreichen Verlauf des Empfangs.

Verpackungen

Eine umfassende Evaluierung der europäischen Aerosolrichtlinie endete im Berichtszeitraum mit dem Ergebnis, dass es keinen Anlass für eine grundlegende Überarbeitung dieser Regelungen gibt. Damit wurde die Position des IKW bestätigt, dass sich diese Richtlinie sehr gut als Rechtsgrundlage für das Inverkehrbringen von Aerosolen bewährt hat und ein hohes Sicherheitsniveau der Aerosol-

produkte aus den Bereichen der Schönheits- und Haus-haltspflege gewährleistet. Zu Aerosoldosen aus Kunststoff ist nunmehr die von der Industrie schon seit längerem angestrebte Erarbeitung einer Anpassungsrichtlinie vorgesehen. Federführend werden diese Themen in Deutschland von der Industrie-Gemeinschaft Aerosole (IGA) betreut, mit der der IKW in einer Bürogemeinschaft zusammenarbeitet.



↑ Besuch der Chinesischen Delegation, China Association of Fragrance, Flavour and Cosmetic Industries (CAFFCI); 3. März 2017, Frankfurt am Main

Beautyworld Dubai, 14. -16. Mai 2017, Dubai; Günter Rauer, Generalkonsul UAE; Scheich Hascher Al Maktum; Thomas Keiser, IKW →



Geschäftsanhahnungsreise Brasilien, 28. Mai -1. Juni 2017, Sao Paulo; Uwe Heye, Generalkonsul Sao Paulo, ↓ Associacao Brasileira de Cosmetologia



Social Media Workshop mit Beauty-Bloggerin, 30. August 2017, Frankfurt am Main →



Delegation von Cosmetics Euopee besucht am 6. September 2017 den IKW, Frankfurt am Main ↓



↑ 15. Akteurs-Workshop FORUM WASCHEN, 7. und 8. September 2017, Berlin
 Bild oben: Podium: von links: Prof. Dr. Dirk Bockmühl, Hochschule Rhein-Waal; Dr. Wolfgang Straff, Umweltbundesamt; Prof. Dr. Christian Thorun, Institut für Verbraucherpolitik – ConPolicy GmbH; Elke Wiecezorek, DHB – Netzwerk Haushalt e. V.; Dr. Philipp Schäfer, Reckitt Benckiser Deutschland GmbH
 ← Bild links: Claudia Bach, Reckitt Benckiser Deutschland GmbH, Heidelberg; Elfi Schuchard, Berufsbildende Schule Ritterplan, Göttingen; Dr. Thorsten Kessler, IKW; Professor Ulrich Bauer, Hochschule für Technik und Wirtschaft, Berlin; Dr. Herbert Desel, BfR
 Bild rechts: Dr. Ulf Jaeckel, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit →





←
Geschäftsanhaltungsreise Japan,
6. – 8. November 2017; Dr. Lucas Witos-
lawski, AHK Japan; Thomas Keiser, IKW;
Birgit Ogami, BMWi; Marco Schuldt,
Deutsche Botschaft Tokio
←

Firmengemeinschaftsausstellung der
Bundesrepublik Deutschland auf der
COSMOPROF ASIA, 15. – 17. November
↓ 2017, Hongkong



Diskussionsveranstaltung Euro-
päische Nachhaltigkeitspolitik,
6. Dezember 2017, Brüssel;
Martina Werner, Mitglied des
Europäischen Parlaments;
Thomas Keiser, IKW →



A.I.S.E. Cleaning and Hygiene
Forum, 6. Dezember 2017,
Brüssel; Commissioner Elzbieta
Bienkowska, DG Growth,
European Commission →



←
IHK Jahresempfang, 6. Januar
2018, Frankfurt am Main; Thomas
Keiser, IKW; Volker Bouffier, Minis-
terpräsident des Landes Hessen

→
IKW / ALB-Workshop,
11. Januar 2018, Frankfurt am
Main; Prof. Dr. Dr. Dr. Hanns Hatt,
Ruhr-Universität Bochum



Stakeholder Dialog Kosmetik,
22. – 23. Januar 2018, Frankfurt
am Main; Prof. Dr. Gisela Degen,
Leibniz-Institut für Arbeits-
forschung an der Technischen
Universität Dortmund
←



↑ ISCC – HPCI 2018 Conference, 31. Januar 2018,
Mumbai, Indien; Renuka Thergaonkar, ISCC;
Birgit Huber, IKW



↑ Seminar Fallstricke der Statistik, 19. Februar 2018,
Frankfurt am Main; Prof. Dr. Björn Christensen,
Fachhochschule Kiel

Empfang im Europäischen Parlament,
20. Februar 2018, Brüssel ↓



↑ PCPC Annual Meeting, 27. Februar
2018, Florida, USA

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** und die Erstellung von **Freiverkäuflichkeitszertifikaten** für Exportmärkte.

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

All dies führt zu einer hohen Zufriedenheit der Mitgliedsunternehmen im IKW.



Schönheitspflege



IKW-Statistik belegt: Kosmetika sind sehr gut verträglich

Kosmetische Mittel werden vor der Vermarktung von einem eigens dafür ausgebildeten Experten (Sicherheitsbewerter) im Rahmen eines umfangreichen Sicherheitsberichts bewertet. Die Überprüfung der guten Verträglichkeit kosmetischer Mittel vor der Markteinführung ist fester Bestandteil dieser Bewertung. Hierzu werden unter anderem Anwendungs- und Verträglichkeitsstudien an Probanden durchgeführt. Trotzdem können in Einzelfällen Unverträglichkeiten wie beispielsweise allergische Reaktionen nie ganz ausgeschlossen werden. Bei über drei Milliarden verkaufter Kosmetikprodukte in Deutschland pro Jahr tritt pro einer Million verkaufter Produkte im Durchschnitt nur in 1,3 Fällen eine Unverträglichkeit auf. Bei diesen Unverträglichkeiten handelt es sich meist um leichte Haut- oder Schleimhautreizungen sowie allergische Reaktionen. Um eine optima-

le Verträglichkeit zu gewährleisten, sollten Verbraucher stets nur solche kosmetischen Mittel verwenden, die für ihren individuellen Haut- bzw. Haartyp geeignet sind. Zudem sollten immer die Anwendungshinweise auf der Verpackung beachtet und befolgt werden.

Im Falle einer allergischen Reaktion ist meist nur ein bestimmter Inhaltsstoff des Produkts für die individuelle Unverträglichkeit verantwortlich und nicht das gesamte Produkt. Durch einen Allergietest beim Hautarzt können betroffene Verbraucher den für sie problematischen Inhaltsstoff identifizieren lassen. Mit Hilfe der INCI-Kennzeichnung (INCI: International Nomenclature of Cosmetic Ingredients) können die im Produkt enthaltenen Inhaltsstoffe leicht überprüft werden, so dass individuelle Allergene gemieden werden können. Fachlich neutrale Informationen zu den Inhaltsstoffen kosmetischer Mittel bieten die INCI-Datenbank und -App unter www.haut.de.

Stoffe

Mineralöle

Mineralöle (auch Paraffine genannt) werden in kosmetischen Mitteln als sichere und wichtige Rohstoffe eingesetzt. Sie erfüllen vielfältige Aufgaben und werden in unterschiedlicher Konsistenz verwendet – beispielsweise als flüssige Öle oder feste Wachse. Mit ihren filmbildenden und wasserabweisenden Eigenschaften sorgen Mineralöle beim Lippenstift zum Beispiel für die Glanzbildung. Auch können sie kosmetischen Produkten eine gewisse Festigkeit verleihen und die Haut vor Feuchtigkeitsverlust schützen. Aufgrund ihrer hervorragenden Hautverträglichkeit, ihrer ausgeprägt pflegenden und schützenden Eigenschaften sowie ihrer hohen Reinigungsleistung eignen sich Mineralöle besonders gut für viele kosmetische Produkte.



„Die im IKW vertretenen Kosmetikunternehmen stellen für Verbraucher sichere und wirksame Produkte her – unabhängig davon, ob es Naturkosmetik oder herkömmliche Kosmetik ist.“

Birgit Huber, Bereichsleiterin
Schönheitspflege im IKW

Die Hersteller setzen in ihren Produkten nur hoch raffinierte und qualitativ hochwertige Mineralöle ein. Sie entsprechen den umfassenden gesetzlichen Regelungen, wie zum Beispiel der EG-Kosmetik-Verordnung, und die Qualitätsvorgaben orientieren sich an Vorgaben aus dem EU-Arzneibuch. Damit haben die verwendeten Mineralöle Pharmaqualität. Die schon immer geltenden hohen Anforderungen an die Qualität und Reinheit von Mineralölen sind ferner seit 2004 in den Empfehlungen von Cosmetics Europe (früher COLIPA) festgehalten. Hier finden sich insbesondere für Lippenpflegeprodukte spezielle Vorgaben, da diese Produkte direkt auf die Lippen aufgetragen werden und somit leicht über eine orale Aufnahme in den Körper gelangen können. Speziell zu Petrolatum muss eine Bestätigung des Lieferanten vorliegen, dass das Produkt ausdrücklich aus Stoffen hergestellt wird, die nicht krebserzeugend gemäß der

EG-Gefahrstoffverordnung sind und deren gesamter Raffinationsprozess bekannt ist.

Die in kosmetischen Produkten eingesetzten Mineralöle sind chemisch betrachtet sogenannte gesättigte Kohlenwasserstoffe, kurz MOSH (Mineral Oil Saturated Hydrocarbons), genannt. Gelegentlich wird behauptet, dass MOSH durch die Haut dringen könnten. Zahlreiche Untersuchungen belegen jedoch, dass eine Aufnahme durch die Haut nicht stattfindet.

Darüber hinaus wird das Vorkommen von aromatischen Kohlenwasserstoffverbindungen kurz MOAH (Mineral Oil Aromatic Hydrocarbons), in kosmetischen Produkten diskutiert. MOAH-Komponenten können auch nach der für den Einsatz in kosmetischen Mitteln vorgeschriebenen hochgradigen Reinigung der Mineralöle im Endprodukt enthalten sein. Sie sind für Verbraucher unbedenklich.

Auch das Bundesinstitut für Risikobewertung kommt in einer aktuellen Bewertung anlässlich des BfR-Verbraucherforums im Dezember 2017 zu dem Ergebnis, dass gesundheitliche Risiken durch Mineralöle bei Vorliegen entsprechender Qualitäten nach derzeitigem Kenntnisstand nicht zu erwarten sind.

Kunststoffe in kosmetischen Mitteln

Die Hersteller kosmetischer Produkte sind sich der Bedeutung eines umfassenden Gewässerschutzes bewusst und unterstützen europäische und weltweite Maßnahmen, um die Mengen an Plastik, die zur Verschmutzung der Meere beitragen, zu reduzieren. Nach breit anerkannten fachlichen Definitionen ist Plastik bzw. Mikroplastik grundsätzlich ein fester Kunststoff. Nach Kenntnis des IKW stellen feste Kunststoffpartikel aus kosmetischen Mitteln nur einen sehr geringen Anteil des Gesamteintrags von Kunststoffen in die Gewässer dar. Wissenschaftliche Untersuchungen belegen, dass ihr Anteil am Gesamteintrag in die Nordsee gegenüber anderen vorhandenen Kunststoffmaterialien zwischen 0,1 und 1,5 Prozent beträgt.

Laut einer aktuellen Umfrage unter den europäischen Kosmetikherstellern durch Cosmetics Europe haben die Hersteller die Menge an festen, nicht abbaubaren



Kunststoffpartikeln, die in abzuspüelenden kosmetischen Produkten aufgrund ihres Reinigungs- und Peelingeffekts noch eingesetzt werden, in der Zeit von 2012 bis 2015 um 82 Prozent reduziert. Hierdurch wurde der Gesamteintrag durch Kosmetik weiter reduziert. Dieser Erfolg basiert auf der vorsorglichen und freiwilligen Entscheidung zahlreicher Hersteller, ihre Rezepturen von Reinigungs- und Peeling-Produkten, die solche festen Kunststoffpartikel enthalten, entsprechend umzustellen. Aufbauend auf diese freiwilligen Initiativen einzelner Hersteller hatte Cosmetics Europe im Oktober 2015 seinen Mitgliedern empfohlen, bis 2020 feste, nicht abbaubare Kunststoffpartikel, die in abzuspüelenden kosmetischen Produkten aufgrund ihres Reinigungs- und Peelingeffekts eingesetzt werden, durch alternative Stoffe zu ersetzen. Der IKW geht davon aus, dass der Verzicht der Kosmetikindustrie auf solche festen Kunststoffpartikel bereits vor dem Jahr 2020 vollzogen sein wird. In Zahnpasten werden feste Kunststoffpartikel bereits heute nicht mehr eingesetzt.

Oftmals wird in Berichten nicht eindeutig zwischen Kunststoffen (Polymeren) in gelöster Form und festen Partikeln unterschieden. Feste Kunststoffpartikel unterscheiden sich von gelösten Polymeren durch ihre physikalisch-chemischen Eigenschaften. Eine Verallgemeinerung der Fakten, die beide Bereiche gleichermaßen betrifft, ist somit nicht gerechtfertigt. Vor diesem Hintergrund sind die von einigen Nichtregierungsorganisationen derzeit geäußerten Argumentationen, die belegen sollen, dass sich die Menge an verwendetem Mikroplastik in kosmetischen Produkten erhöht habe, für den IKW nicht nachvollziehbar. Die wissenschaftliche Kritik an Mikroplastik bezieht sich vorrangig auf feste Kunststoffpartikel. Viele der in den Untersuchungen genann-

ten Inhaltsstoffe liegen in kosmetischen Produkten als gelöste Polymere vor, die von festen Kunststoffpartikeln zu unterscheiden und daher separat zu betrachten sind.

Gelöste Polymere übernehmen beispielsweise in Haarstyling- und Make-up-Produkten wichtige Funktionen. So wäre ein effektiver Hitzeschutz beim Haarstyling oder eine gute Abdeckungswirkung bei Make-up ohne diese Polymerverbindungen nicht möglich. Diese Stoffe haben mit Mikroplastikpartikeln nichts zu tun, denn sie liegen beim Auswaschen oder Abschminken wieder gelöst vor und werden entfernt. Nach heutigem Wissensstand tragen sie nicht zur Belastung der Meere mit festen Kunststoffpartikeln bei.

Kosmetik-GMP

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. Der IKW hat im Juni 2016 seinen Kommentar zur „Kosmetik – Gute Herstellungspraxis (GMP) – Leitfaden zur guten Herstellungspraxis (ISO 22716:2007); Deutsche Fassung DIN EN ISO 22716:2008-12“ aus dem Jahr 2013 aktualisiert. Dieser Kommentar mit alternativen Begriffen, Ergänzungen und Kommentaren zu ausgewählten Passagen des Normen-Textes gibt Anwendern Hilfestellung bei der zielgerichteten Umsetzung der Normvorgaben.

Als Hilfsmittel zur Selbstbewertung der GMP-Konformität hat der IKW basierend auf dem kommentierten Nor-



men-Sonderdruck die seit Jahren existierende Checkliste zur Selbstbewertung aktualisiert. Diese Checkliste soll Herstellern kosmetischer Mittel die notwendigen Eigenkontrollen zur Vollständigkeit und Wirksamkeit ihrer firmenspezifischen GMP-Anforderungen erleichtern. Die Checkliste ist seit Februar 2018 auf der Homepage des IKW verfügbar.



Nagelmodellage

Mittel 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 ein vom IKW koordiniertes 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 Behördengremien zusammen, die die Sicherheit der eingesetzten Stoffe – wie beispielsweise von Acrylaten – belegen.

Im gewerblichen Bereich stellt es über die „Gruppenmerkbblätter für Nagelmodelliermittel“ Informationen zur Produktzusammensetzung und sicheren Anwendung für Nagelstudios bereit.

Nanomaterialien in Kosmetika

Nanomaterialien unterliegen im europäischen Kosmetikrecht einer gesonderten Kennzeichnungspflicht: im Rahmen der Inhaltsstoffliste werden Nanomaterialien mit dem Suffix „(nano)“ kenntlich gemacht. Außerdem gilt für diese Stoffe eine gesonderte Zulassungs- bzw. Notifizierungspflicht. Die wichtigsten in kosmetischen Mitteln eingesetzten Nanomaterialien sind die beiden als UV-Filter in Sonnenschutzmitteln verwendeten sogenannten Mikropigmente Titandioxid und Zinkoxid sowie der Farbstoff Carbon Black. Diese und weitere Stoffe wurden zwischenzeitlich vom Wissenschaftlichen Komitee Verbrauchersicherheit der Europäischen Kommission (SCCS) als sicher bewertet und in den Anhängen der EG-Kosmetik-Verordnung ausdrücklich zugelassen. Verbrauchergerecht aufbereitete Informationen zu diesen Stoffen sowie zur Kennzeichnung von Nanomaterialien stehen auf der Internetseite des DIALOG KOSMETIK zur Verfügung.

Am 15. Juni 2017 hat die EU-Kommission erstmals einen Katalog aller Nanomaterialien veröffentlicht, die in kosmetischen Mitteln in der EU in Verkehr gebracht wurden. Die Daten für den Katalog basieren auf Informationen, die im Zusammenhang mit der Notifizierung kosmetischer Mittel erhoben wurden. Die Kommission ist gemäß Artikel 16 Absatz 10 der EG-Kosmetik-Verordnung zur Erstellung und Veröffentlichung eines solchen Katalogs verpflichtet.

Apps zur „Bewertung“ von Kosmetik-Inhaltsstoffen

Einige Smartphone-Apps und Internet-Portale bieten eine scheinbare „Bewertung“ von Kosmetik-Inhaltsstoffen an, zum Beispiel anhand des Barcodes (Strichcodes) von Kosmetikprodukten. Es handelt es sich dabei meist um kommerzielle Angebote. Die Kriterien, nach denen Kosmetik-Inhaltsstoffe in solchen Angeboten bewertet werden, sind aus Sicht des IKW nicht nachvollziehbar. Verlässliche Aussagen über Wirkung, gesundheitliche Unbedenklichkeit oder Umweltverträglichkeit einzelner Inhaltsstoffe in kosmetischen Mitteln können nur auf Basis einer fundierten wissenschaftlichen Analyse unter



Betrachtung der Konzentration des Stoffes im jeweiligen Fertigprodukt und dessen Anwendungsbedingungen getroffen werden. Fundierte Aussagen über die Sicherheit kosmetischer Inhaltsstoffe können zudem nur dann getroffen werden, wenn sie auf einer breit akzeptierten, aktuellen wissenschaftlichen Meinung basieren, wie sie beispielsweise vom unabhängigen Wissenschaftlichen Komitee Verbrauchersicherheit der EU, dem Scientific Committee on Consumer Safety (SCCS), vertreten wird.

Eine willkürliche „Gut/Schlecht“-Bewertung einzelner Stoffe durch Smartphone-Apps unabhängig von einer konkreten kosmetischen Formulierung ist daher nicht möglich. So ist auch jede Art von Ampel- oder Smiley-Einstufung kosmetischer Inhaltsstoffe wissenschaftlich nicht haltbar und als Orientierung für Verbraucher nicht verlässlich. Siehe hierzu auch www.haut.de.

Gruppenmerkblätter für kosmetische Mittel

Kosmetische Mittel sind in Deutschland sowie in der gesamten EU von den Pflichten zur Kennzeichnung nach dem Chemikalienrecht und zur Übermittlung von Sicherheitsdatenblättern ausgenommen. Die deutsche Gefahrstoffverordnung sieht jedoch vor, dass ein Arbeitgeber, in dessen Betrieb professionell mit kosmetischen Mitteln umgegangen wird, eine Gefährdungsbeurteilung für seine Beschäftigten durchführen muss. Die vom IKW herausgegebenen Gruppenmerkblätter enthalten – ergänzend zu den mit den Produkten mitgelieferten Gebrauchsanweisungen – alle notwendigen weiteren Informationen für den sicheren Umgang mit kosmetischen Mitteln im gewerblichen Bereich (zum Beispiel bei der Lagerhaltung des Handels, im Friseursalon, Kosmetik- oder Nagelstudio). Mit ihrer Hilfe können bei Unfällen oder bei versehentlichem Fehlgebrauch eines Produktes die notwendigen Maßnahmen getroffen werden, um Schaden von Mitarbeitern bzw. Kunden abzuwenden.

Die Gruppenmerkblätter stehen sowohl in einer deutschen wie auch in einer englischen Sprachfassung auf der Internetseite <http://gmb.ikw.org> in verschiedenen Varianten zum kostenlosen Herunterladen zur Verfügung.

Werbeaussagen zu kosmetischen Mitteln

Im Sommer 2017 wurden die Leitlinien der Europäischen Kommission über die Verwendung von Werbeaussagen zu kosmetischen Mitteln zurückgezogen und durch ein so genanntes „Technical Document on Cosmetic Claims“ ersetzt. Dieses Papier ist rechtlich nicht verbindlich und enthält ausdrücklich keine Positionen der Europäischen Kommission. Es gibt jedoch einige Interpretationen des kosmetikrechtlichen Irreführungsverbots wieder, die in einer Arbeitsgruppe von Vertretern der Mitgliedstaaten erarbeitet wurden. Die Anhänge I und II des Papiers der EU-Kommission stimmen inhaltlich mit den bisherigen Leitlinien überein. Die Anhänge III und IV behandeln die seit längerem diskutierten Auslobungen „frei von ...“ und „hypoallergen“. Einzelne Auslegungen in diesem Papier zur Frage einer Irreführung durch „frei von ...“-Claims sind jedoch rechtlich umstritten. So enthält es insbesondere die fragwürdige These, dass auch reine „frei von ...“-Auslobungen, die keine ausdrückliche Abwertung der genannten Stoffe enthalten, unter dem Gesichtspunkt einer ungerechtfertigten Herabsetzung als irreführend eingestuft werden könnten. Aus Sicht des IKW werden diese Fälle jedoch grundsätzlich nicht vom Irreführungsverbot erfasst und können daher nicht mit einer solchen Begründung beanstandet werden. Im Einzelfall kann über die Frage der Zulässigkeit solcher Auslobungen weiterhin nur von den Gerichten entschieden werden.



Kooperation & Dialog

Fortbildung für Sicherheitsbewerter



DGK/IKW Seminar für Sicherheitsbewerter,
30. Januar 2017, Frankfurt am Main

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. Gemeinsam mit der Deutschen Gesellschaft für Wissenschaftliche und Angewandte Kosmetik (DGK) hat 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). Das zwanzigjährige Jubiläum nehmen DGK und IKW zum Anlass, am 11. April 2018 ein wissenschaftliches Symposium „20 Jahre Fortbildung für Sicherheitsbewerter – eine Erfolgsstory“ mit hochkarätigen Referenten zu veranstalten.



Ergänzend zu den Fortbildungskursen bieten DGK und IKW halbjährlich Praxisseminare für Sicherheitsbewerter an. Parallel zum ursprünglich deutschen Kursprogramm werden seit einigen Jahren auch englischsprachige Kurse und Seminare angeboten. Personen, die zusätzlich zur erfolgreichen Teilnahme an allen sieben Kursen des Fortbildungszyklus dreimal in den letzten drei Jahren an DGK/IKW-Seminaren für Sicherheitsbewerter teilgenommen haben, können – sofern sie eine Ausbildung entsprechend Artikel 10 Abs. 2 der EG-Kosmetikverordnung 1223/2009 nachweisen – auf Antrag das Zertifikat „DGK-Sicherheitsbewerter“ erhalten, das inzwischen bereits für ca. 80 Personen erteilt werden konnte. Weitere Informationen zum Fortbildungsangebot für Sicherheitsbewerter können Interessierte auf den Internetseiten www.sicherheitsbewerter.info bzw. www.safetyassessor.info finden.

11. Dialog Kosmetik 2018: „Parabene in der Kosmetik – mehr Pros oder mehr Cons?“

Das Thema Parabene ist ein Dauerbrenner in der Risikokommunikation mit schwankender Konjunktur in der medialen Darstellung. Parabene werden seit langer Zeit in Kosmetika, Medikamenten und Lebensmitteln als Mittel zur notwendigen Konservierung eingesetzt. Wegen des vielfältigen Einsatzes – auch in anderen Produktbereichen – befürchten manche Umweltmediziner, Verbraucherschützer und Umweltverbände ein Gesundheitsrisiko. Sie sind der Meinung, dass Parabene ungünstig in das Hormonsystem des Menschen eingreifen und so zu Gesundheitsschäden führen könnten. Die Hersteller von Kosmetika verweisen auf die durch zahlreiche Studien nachgewiesene Sicherheit der Parabene. Diese zur Konservierung eingesetzten Stoffe erfüllen wichtige und unabdingbare Funktionen in kosmetischen Produkten. Dermatologen empfehlen Parabene aufgrund ihrer guten Hautverträglichkeit und ihres geringen allergischen Potentials.

Das wissenschaftliche Beratergremium der EU-Kommission und das Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR) haben Parabene als sicher bewertet. Das BfR hat den Stand der Bewertung der Parabene in einer Stellungnahme im Januar 2011 zusammengefasst. Demnach



Dialog Kosmetik, 21. Januar 2018, Frankfurt am Main

sind Methyl- und Ethylparaben im erlaubten Konzentrationsbereich als sicher anzusehen. Dieser Meinung sind auch andere Akteure wie die Stiftung Warentest, die im Kontext der Diskussion zu Parabenen daher auch von einer unnötigen Verunsicherung der Verbraucher spricht. Trotzdem gibt es immer wieder Warnungen vor der Verwendung entsprechender Produkte. Im DIALOG KOSMETIK haben verschiedene Stakeholder über den aktuellen Wissensstand diskutiert und versuchen im Nachgang, eine gemeinsam getragene sachliche und fachlich fundierte Information für Verbraucher zu initiieren.

Journalisten-Kosmetiktraining 2017: Die Haut riecht mit

Wie riechen wir und wo hat das Parfum seinen Ursprung? Was passiert auf dem Duftmarkt und wie riecht Zusammenhalt? Das diesjährige Kosmetik-Training für Journalisten, das der Kompetenzpartner Schönheitspflege seit 2006 anbietet, ging mit renommierten Referenten „durch die Nase“.

Zu Beginn erläuterte Birgit Huber den Teilnehmern einige wesentliche Aspekte der Gesetzgebung: Parfums sind kosmetische Mittel, die genauso wie Shampoos und Bodylotions der EG-Kosmetik-Verordnung unterliegen und entsprechend sicher sein müssen. Duftstoffe werden im Rahmen der INCI-Kennzeichnung mit dem Begriff Parfum gekennzeichnet. Darüber hinaus müssen – je nach Vorhandensein – weitere 26 Duftstoffe zusätzlich namentlich aufgeführt werden. Die Kennzeichnung muss in der Zutatenliste (INCI) erfolgen, wenn der jeweilige Inhaltsstoff oberhalb bestimmter Konzentrationsgrenzen vorhanden ist. Zu finden sind dann Begriffe wie Geraniol oder Linalool.

Im Programm folgte ein Exkurs in die Geschichte des Parfummarktes von Dorota Marcinkiewicz. Jährlich werden über 2000 neue Parfums lanciert. Prof. Hanns Hatt von der Ruhr-Universität Bochum, Deutschlands führender Riechforscher, „brennt“ für Düfte und ihre Nutzung und dafür, dass schon Schulkinder Gerüche erforschen und jeder von uns täglich seine Nase trainiert. In seinem Vortrag lüftete er die Geheimnisse des Riechens. Anhand der Bedeutung des jedem Menschen innewohnenden Riechsinn erläuterte er, wie wir einen Duft wahrnehmen – hochindividuell und nicht genetisch festgelegt. Ob ein Duft als angenehm oder unangenehm empfunden wird, ist das Resultat der Gefühle und Bilder, die wir beim Erstkontakt mit abgespeichert haben. Diese Geruchsabdrücke im Gedächtnis lassen sich überschreiben und neue Zusammenhänge bewusst trainieren. Prof. Hatt

„Mit der Erforschung der Riechrezeptoren der menschlichen Organe stehen wir noch am Anfang. Riechstoffe könnten zukünftig im Gesundheitsbereich (Hautregeneration, Haarwachstum, Verdauung usw.) als auch bei der Therapie von Krankheiten eingesetzt werden.“

Prof. Dr. Dr. Dr. Hanns Hatt,
Ruhr-Universität Bochum



und sein Team konnten bereits vor dreizehn Jahren belegen, dass sich in jeder Zelle des menschlichen Körpers Riechrezeptoren befinden. So dockt zum Beispiel jeder menschliche Tumor über für ihn typische Rezeptoren an spezifische Geruchsstoffe an und Spermien finden mit Hilfe ihrer Riechrezeptoren den Weg zur Eizelle. Das Schlüssel-Schloss-Prinzip von Riechstoff und passendem Rezeptor ließe sich sowohl in der Krebstherapie – Zitrusduft hemmt das Wachstum von Leberkrebs! – als auch zur Verhütung einsetzen. Auch die Früherkennung von Krankheiten könnte es revolutionieren. Daneben lässt sich mit Riechstoffen nach seiner Aussage auch die Wundheilung beschleunigen und sogar Asthma lindern. Unsere Nase kann mit Hilfe von 30 Millionen Riechzellen,



unterteilt in 350 Rezeptortypen, rund eine Billion Gerüche unterscheiden. Da steigt selbst eine Hundennase aus, wie eine aktuelle Forschungsarbeit belegt.

Im abschließenden Praxispart offerierte der Parfumeur Geza Schön dem begeisterten Publikum eine exquisite Auswahl an Duftessenzen. Dabei sind natürliche Essenzen den naturidentischen nicht immer vorzuziehen. Weder haften sie per se länger auf der Haut oder riechen besser, noch sind sie durch die Qualitätsschwankungen sicherer und verträglicher für den oder die Träger/-in.

Round-Table 2017

Mit Epigenetik müde Gene wieder flottmachen: neuer Jungbrunnen für die Haut?

Klingt verlockend: Gene, die den Teint faltig und fleckig aussehen lassen, einfach abschalten! Gelingen soll das mit Hilfe eines angesagten neuen Forschungszweiges namens Epigenetik. Wie weit hier Wunsch und Wirklichkeit noch auseinanderliegen, vermittelte Prof. Dr. Frank Lyko im Laufe seines Vortrages.



„Die Epigenetik ermöglicht es, zukünftig den Altersprozess zu verlangsamen und so eine neue Generation von Anti-Aging-Cremes zu entwickeln.“

Prof. Dr. Frank Lyko, Deutsches Krebsforschungszentrum, Heidelberg

Das menschliche Genom (= Gesamtheit aller Gene) besteht aus 20.000 Genen. Jedes dieser Gene kann aktiv, stillgelegt oder aufgrund bestimmter Bedingungen (konditional) stillgelegt sein, je nachdem, welche Aufgabe die entsprechende Zelle gerade erfüllen muss. Der genetische Code, die DNA, ist in jeder Zelle der gleiche, nicht aber die Ausprägung der Gene. Welche Gene an- und abgeschaltet werden, wird epigenetisch (epi = oberhalb) gesteuert. Die Epigenetik als Spezialgebiet der Biologie erforscht also diejenigen Eigenschaften einer Zelle (Phänotyp), die auf Tochterzellen vererbt werden, obwohl



Journalisten-Kosmetiktraining, 11. Oktober 2017, Hamburg

sie nicht in der Erbinformation (Genotyp) festgeschrieben sind. Um ein Gen zu inaktivieren, wird es mit einer Methylgruppe markiert. Insgesamt 40 Millionen Methylierungsmarkierungen vermitteln die epigenetische Programmierung des menschlichen Genoms.

Dass äußere Faktoren wie Ernährung, Bewegung und erlittene Traumata eine (reversible) Spur im Erbgut hinterlassen, ist heute unstrittig. Dennoch sind wir weit davon entfernt, Gene nach Belieben an- und abschalten zu können. Um valide Aussagen über den Einfluss von Epigenetik treffen zu können, braucht es Versuchsmodelle wie die Haut. Mit ihrem klar strukturierten Aufbau lassen sich bestimmte Zelltypen isoliert voneinander betrachten und so epigenetische Einflüsse eindeutig nachweisen. Prof. Lyko und seinem Team gelang das mit Hilfe von Stanzproben von sonnenexponierter Außen- und lichtgeschützter Innenseite der Unterarme von jungen und alten Probanden. Die Wissenschaftler „impften“ Gen-Chips mit Teilen der Keratinozyten-DNA und ließen deren Methylierungsmuster per Computer analysieren. Ergebnisse: Die Abschaltung der Gene steigt mit dem Alter proportional an; unterschiedliche Gewebeschichten wie Epidermis und Dermis weisen unterschiedliche Methylierungsmuster auf.

Bei jeder Zellteilung muss das Methylierungsmuster der Erbinformation mit kopiert werden. Dabei passieren mit zunehmendem Alter immer mehr Fehler. Fallen die Wächtergene, die über die Zellteilung wachen, ganz aus, so entwickelt sich aus einer gesunden Zelle schnell eine Krebszelle. Wie wäre es also, dem erlahmenden Kontrollmechanismus wieder neue Energie zu verleihen – zum Beispiel, indem man die für die Methylierung verantwortlichen Enzyme einfach ausbremst? Auf der Suche nach Wirkstoffen, die die Erbinformation der Hautzelle



wieder nutzbar machen, zeigten sich Pflanzenstoffe aus grünem Tee, Curry und Sojabohnen bereits erfolgreich – zumindest unter Laborbedingungen. Diese Stoffe wirken zwar nicht selektiv, können aber die DNA der Zelle insgesamt wieder „auffrischen“: sie entfernen epigenetische Abweichungen, so genannte Epimutationen, die wie ein Schmutzfilm über den Genen liegen, und verhelfen der Zelle zu neuem Potential.

IKW trifft Blogger

Interessiert, kompetent und immer inspirierend – so erlebte der Kompetenzpartner Schönheitspflege im IKW die Blogger Community am 14. Oktober 2017 auf der Beauty-Press-Bloggerversammlung in Köln. Über 50 Blogger kamen zu dem beliebten Treffen, bei dem sich die Beauty-Experten über die neuesten Produkte und Trends im Bereich Schönheitspflege informieren und austauschen konnten. Der IKW war kompetenter Gesprächspartner zu Themen wie Sicherheit und Wirk-

samkeit von Inhaltsstoffen, Alternativen zum Tierversuch, Haltbarkeit kosmetischer Produkte sowie gesetzliche Rahmenbedingungen – Inhalte, mit denen sich die Blogger und ihre Follower in der Regel nicht jeden Tag beschäftigen.

Dass Kosmetikprodukte wirken und im Alltag einen wichtigen Beitrag zur Gesundheit leisten, zeigte der IKW anschaulich an der Leistung von Sonnenschutzmitteln. Um die Wirkung der Produkte zu verdeutlichen, konnten sich die Blogger mit einer speziellen UV-Kamera fotografieren lassen. Das ansonsten auf der Haut unsichtbare Sonnenschutzmittel wurde jetzt auf den Bildern erkennbar – für viele der Blogger ein Aha-Erlebnis, das hoffentlich dazu beiträgt, dass die Blogger dieses wichtige Thema auch ihren Fans ans Herz legen.

UV-Schutz für die Haut ist das ganze Jahr über wichtig, nicht nur im Sommer. Wer regelmäßig Sonnenschutzmittel verwendet, kann sehr viel gegen eine vorzeitige Hautalterung und zur Vorbeugung von Hautkrebs tun.

Bloggerevent, 14. Oktober 2017, Köln





www.haut.de

Das Internetportal www.haut.de bietet Verbrauchern und anderen 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.

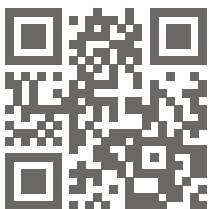
Neben Experteninterviews, E-Books und Broschüren bietet das Portal Möglichkeiten zur Bestimmung des Hauttyps, aber auch die Möglichkeit der Bestimmung des individuellen Lichtschutzfaktors für einen optimalen Sonnenschutz und eine herunterladbare Reisecheckliste für Verbraucher. Ein Glanzlicht des Portals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

Inhaltsstoff-Datenbank auf www.haut.de als App

Die beliebte Inhaltsstoffdatenbank auf www.haut.de wird kontinuierlich weiter ausgebaut und mit wissenswerten Informationen über die Inhaltsstoffe kosmetischer Mittel angereichert. Die Datenbank steht unter dem Link www.haut.de/inhaltsstoffe-inci für alle interessierten Verbraucher zur Verfügung. Mit der Eingabe des INCI-Suchbegriffes, wie er auf der Verpackung des Produktes deklariert ist (zum Beispiel AQUA), wird eine Übersetzung des INCI-Namens bzw. eine Beschreibung des Stoffes angezeigt. Außerdem wird über die Funktionen des Stoffes und sein Vorkommen in Kosmetika informiert. Zusätzlich werden vielfach Hintergrundinformationen und Hinweise zur sicheren Verwendung an-

geboten. Die Datenbank bietet Verbrauchern außerdem die Möglichkeit, die Welt der Inhaltsstoffe kosmetischer Mittel ausgehend von Produktkategorien oder Stoffgruppen zu erkunden.

Der [haut.de](http://www.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. Im Berichtszeitraum hat die Firma health & media GmbH, die die Internetplattform [haut.de](http://www.haut.de) und den INCI-Service technisch betreibt, angekündigt, eine weiterentwickelte Version der INCI-App anzubieten. Herzstück der erweiterten App mit dem Namen COSMILE, die im Frühjahr 2018 an den Start geht, ist eine Scanfunktion, mit der die Inhaltsstoffe eines konkreten kosmetischen Produktes angezeigt werden. Dazu können die bekannten Informationen vom [haut.de](http://www.haut.de)-INCI-Service abgerufen werden. Aktuelle Infos zu COSMILE sind unter www.cosmile-app.de im Internet verfügbar.



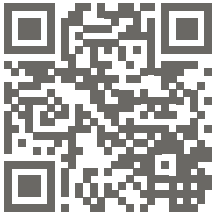
www.cosmile-app.de



Die App informiert über die Inhaltsstoffe



Tag des Sonnenschutzes



www.sonnenschutz-sonnenklar.info

Unter dem Motto „Sonnenschutz? – Sonnenklar!“ findet jährlich am 21. Juni zum Sommeranfang ein Aktions- und Informationstag zum Sonnenschutz statt. Es handelt sich dabei 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 (Drogerien, Parfümerien, Kosmetikstudios und Apotheken) in Deutschland. Das erklärte Ziel des Aktionstags lautet: das Bewusstsein der Verbraucher für einen wirksamen (richtigen) Sonnenschutz schärfen.

Die aktuelle Saison wird schwerpunktmäßig von der Deutschen Triathlon-Union mit unterstützt.

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, 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.





Haushaltspflege



Der IKW setzt sich dafür ein, ein hohes Niveau in Bezug auf Verbraucher- und Umweltschutz sicherzustellen. Gleichzeitig gilt es, Regelungen zu erzielen, die für die IKW-Mitgliedsfirmen praktikabel sind. Bei Gesetzesvorhaben dient der Bereich Haushaltspflege als Ansprechpartner für Ministerien und Behörden des Bundes und der Länder sowie für Abgeordnete im Bundestag und im Europäischen Parlament. Mit regelmäßigen Mitglieder-Informationen und Veranstaltungen wird über aktuelle gesetzliche Regelungen und freiwillige Initiativen berichtet, die Wasch-, Pflege- und Reinigungsmittel (WPR-Produkte) betreffen.

Verbraucherstudie: Die neue Macht des Putzens

Im Auftrag des IKW führte das Marktforschungsinstitut rheingold salon, Köln, die tiefenpsychologisch-repräsentative Studie „Die neue Macht des Putzens“ durch. Im Rahmen der qualitativen Befragungen wurden 36 Personen im Alter zwischen 25 und 55 Jahren in Gruppendiskussionen und Einzel-Tiefeninterviews in Köln, Stuttgart und Rostock befragt. Die quantitative Befragung wurde online mit ca. 1.000 Personen ab 18 Jahren durchgeführt, die zuhause selbst putzen oder die Hausarbeit koordinieren.

Wer putzt, entfernt Schmutz und Staub von Oberflächen und sorgt wieder für Ordnung in den eigenen vier Wänden. Doch neben dem anscheinend notwendigen Übel, das Zuhause wieder auf Vordermann zu bringen, spielen psychologische Motive ebenfalls eine große Rolle. „Die neue Macht des Putzens“, die IKW-Studie zur Psycho-

logie der Haushaltspflege, zeigt, welche Bedeutung das Wischen, Saugen und Aufräumen heute hat.

49 Prozent der Befragten stimmten der Aussage zu „Ich mache Ordnung und putze, also habe ich auch das Sagen in unserem Haushalt“. Wer putzt, gewinnt dementsprechend an Bedeutung und „Macht“. 55 Prozent der Befragten schilderten, dass ihnen ein sauberer und ge-

„Das Herstellen von Sauberkeit ist heute so wichtig wie lange nicht mehr. Putzen hilft den Menschen heute dabei, einen stressigen und komplexen Alltag physisch und psychisch wieder in den Griff zu nehmen. Insofern geht das Putzen oft mit einem Gefühl der Macht gegenüber Ohnmacht und Überforderung einher. Man kann also von einer neuen Macht des Putzens sprechen.“

Jens Lönneker, Studienleiter und
Geschäftsführer von rheingold salon



ordneter Wohnraum das Gefühl gibt, den Alltag besser in den Griff zu bekommen. Putzen hat deutlich an Bedeutung gewonnen und erfährt eine ganz neue Wertschätzung. 80 Prozent der Studienteilnehmer sagten, dass ihr Zuhause für sie in den vergangenen Jahren immer



Die neue Macht des Putzens



wichtiger geworden sei. Mit dem Rückzug in die eigenen vier Wände wird auch die Tätigkeit des Putzens aufgewertet: Durch Putzen und Aufräumen schaffen sich die Menschen eine eigene vertraute Umgebung, die sie außerhalb ihres Heims vermissen.

Interessant sind die heutigen Ergebnisse auch im Rückblick auf eine 1996 vom IKW durchgeführte Studie zum Thema Putzen. Deutlich zugelegt hat im Vergleich zu damals zum Beispiel die Zahl derer, die der Aussage zustimmen: „Ich lege Wert darauf, dass immer alles pieksauber ist“. Demgegenüber hat die Aussage „Hausarbeit ist ein notwendiges Übel. Man sollte sie schnell hinter sich bringen.“ nur geringfügig zugenommen.



„Es ist bemerkenswert, dass das Putzen inzwischen nicht mehr ausschließlich dem eigentlichen Zweck dient, also dem Saubermachen. Putzen gibt darüber hinaus vielen Menschen Sicherheit und hilft ihnen, den Alltag besser zu bewältigen.“

Dr. Bernd Glassl, Bereichsleiter
Haushaltspflege im IKW

Die Putztypen

Unabhängig von der individuellen Einstellung und Herangehensweise an das Thema Putzen zeigen sich in den Ergebnissen der Studie fünf verschiedene Putztypen, die sehr unterschiedlich mit der „Neuen Macht des Putzens“ umgehen.

Die *Perfektionisten* lieben es gerne vollkommen sauber und ordentlich. Jeder Schmutz muss sofort nach der Ent-

stehung entfernt werden.

Menschen dieses Typs versuchen durch besonders perfektionistisches Putzen, sich selbst und das Leben zu kontrollieren. 35 Prozent der Befragten sind Perfektionisten.

Die *Kaschierer* bevorzugen Ordnung an den Stellen, die für alle sichtbar sind. Offensichtliche Unordnung und Dreck müssen zwar beseitigt werden, der Putzaufwand sollte aber möglichst gering sein. Die Kaschierer demonstrieren durch ihr Putzverhalten, dass sie ihr Leben im Griff haben. 24 Prozent der Studienteilnehmer sind Kaschierer.

Nach Ansicht der *Herrscher* putzt niemand so gut wie sie selbst, auch wenn das Putzen an andere delegiert wird. Ihre Auffassung von Sauberkeit ist die einzige, die sie gelten lassen. 17 Prozent aller Befragten ähneln dem Putztyp der Herrscher.

Die *Lebenskünstler* widmen sich dem Thema Putzen mit großer Gelassenheit und legen für sich ganz individuell fest, was sauber ist. Dazu passt, dass dieser Putztyp häufig auch ganz eigene Ordnungssysteme entwickelt. 15 Prozent der Studienteilnehmer sind Lebenskünstler.

Menschen, die dem Putztyp *Kontrolletti* ähneln, könnten auch als heimliche Herrscher bezeichnet werden. Auch sie glauben, die einzigen zu sein, die wissen, wie richtig geputzt wird. Anders als der Herrscher präsentiert sich dieser Putztyp nach außen jedoch als Diener, der die ganze Putzarbeit übernimmt. Die Kontrolle über Putzen und Sauberkeit behält aber auch sie oder er allein. 10 Prozent der befragten Männer und Frauen gehören dem Typ *Kontrolletti* an.



Nachhaltigkeitsinitiativen



FORUM WASCHEN

Das FORUM WASCHEN ist eine Dialogplattform mit Akteuren in Deutschland, die sich für Nachhaltigkeit in den Bereichen Waschen, Abwaschen und Reinigen im Haushalt engagieren. Zu Beginn des Jahres 2018 wirken Fachleute von 39 Institutionen (siehe Kasten) mit. Das FORUM WASCHEN ging aus einer Nachhaltigkeitsinitiative hervor, die der IKW im Jahr 2001 initiiert hatte. Der IKW übernimmt im FORUM WASCHEN die Aufgabe des Koordinationsbüros.

Aktionstag Nachhaltiges (Ab-)Waschen

Zum 14. Aktionstag rund um den 10. Mai 2017 präsentierten Multiplikatoren an über 120 Orten in Deutschland Materialien vom FORUM WASCHEN. Für die Aktionen an den Ständen standen wieder abgestimmte Informationsbroschüren, Faltblätter, ein Gewinnspiel sowie Wasch- und

„Am FORUM WASCHEN schätze ich die hohe Fachexpertise der einzelnen Akteure und die interdisziplinäre Zusammenarbeit. Das aktuelle Wissen zur nachhaltigen Wäschepflege gebe ich auch gerne an die Studierenden der Bekleidungstechnik der HTW Berlin weiter.“

Professorin Monika Fuchs, Hochschule für Technik und Wirtschaft, Berlin



Reinigungsmittel zur Verfügung. Ziel der Aktionen war es, Verbraucher anzusprechen und über Wasch-, Pflege- und Reinigungsmittel sowie den Energie- und Wassereinsatz beim Waschen und Reinigen zu informieren und sie zum nachhaltigen Umgang mit diesen Ressourcen zu motivieren. Die besten Aktionen wurden von einer Jury prämiert (siehe www.forum-waschen.de, „Aktionstag“)

Akteure im FORUM WASCHEN

Aktion Humane Welt e.V.; Arbeitsgemeinschaft Evangelischer Haushaltsführungskräfte (AEH) des Deutschen Evangelischen Frauenbundes e.V. (DEF); Berufsbildende Schule Ritterplan, Göttingen; Berufsverband Hauswirtschaft e.V.; Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit (BVL); Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR); Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV); Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB); Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi); Bundesverband hauswirtschaftlicher Berufe MdH e.V.; Deutsche Energie-Agentur GmbH (dena); Deutscher Allergie- und Asthmabund e.V. (DAAB); Deutscher LandFrauenverband e.V. (dlv); DHB – Netzwerk Haushalt e.V.; Die Verbraucher Initiative e.V.; GermanFashion Modeverband Deutschland e.V.; Gesellschaft Deutscher Chemiker e.V., Fachgruppe Chemie des Waschens; Gesundheitsamt Bremen; Hauptausschuss Detergenzien (HAD); HEA – Fachgemeinschaft für effiziente Energieanwendung e.V.; Hochschule Fulda, Fachbereich Oecotrophologie; Hochschule Rhein-Waal, Fakultät Life Sciences; Hochschule Technik und Wirtschaft Berlin

(HTW), Studiengang Bekleidungstechnik; Industrieergewerkschaft Bergbau, Chemie, Energie (IG BCE); Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e.V. (IKW); Informationsverbund Dermatologischer Kliniken (IVDK); Institut für Markt-Umwelt-Gesellschaft e.V. (imug); Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) GmbH, gemeinnützig; Nationale Top-Runner-Initiative des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie; Öko-Institut e.V.; SEPAWA/LUV (Vereinigung der Seifen-, Parfüm- und Waschmittelfachleute e.V.); Stiftung Warentest; Umweltbundesamt (UBA); Universität Bonn – Sektion Haushaltstechnik; VerbraucherService Bayern im KDFB e.V. (VSB); Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (vzbv); Verbraucherzentrale Sachsen-Anhalt e.V.; World Wide Fund For Nature Deutschland (WWF); Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie e.V. (ZVEI)





Dr. Heinrich Bottermann, Generalsekretär
der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU)



Prof. Dr. Günther Bachmann, Generalsekretär
des Rates für Nachhaltige Entwicklung

Für den Aktionstag Nachhaltiges (Ab-)Waschen 2017 konnte als Schirmherr Dr. Heinrich Bottermann, Generalsekretär der Deutschen Bundesstiftung Umwelt, gewonnen werden. In seiner Grußbotschaft an das FORUM WASCHEN unterstreicht er, dass mit dem Engagement der Multiplikatoren im FORUM WASCHEN, insbesondere bei der jungen Generation, ein wichtiger Beitrag zur Stärkung der Handlungskompetenz im Alltag geleistet werde.

Schirmherr des Aktionstages Nachhaltiges (Ab-)Waschen am 10. Mai 2018 ist Prof. Dr. Günther Bachmann, Generalsekretär des Rates für Nachhaltige Entwicklung. Er schreibt im Grußwort unter anderem: „... Gerade in den letzten Jahren brachten große wie kleine Unternehmen hervorragende Innovationen an die Märkte. Das macht Mut. Hier gilt es weiterzumachen. Dialogplattformen wie das FORUM WASCHEN sind für den kritischen Austausch und das gegenseitige Lernen unverzichtbar. Sie müssen Nachhaltigkeit zum neuen Normalen machen.“

Seit Anfang 2018 wird ein aktualisiertes Logo für das FORUM WASCHEN anstelle des alten Logos verwendet. Auch das neue Logo ist als Wort- und Bildmarke geschützt.



Die im Jahr 2016 initiierte Plattform www.waschtipps.de für Jugendliche und junge Erwachsene wurde um zielgruppenspezifische Beiträge im Blog-Bereich ergänzt: „Stoffschuhe waschen“, „Fahrrad reinigen“, „Funktionsbekleidung waschen“, „Tastaturen säubern“, „Schallplatten reinigen“, „Basecaps waschen“, „Smartphone und Tablet“, „Was gehört in welchen Teil vom Waschmittelfach in der Waschmaschine?“.

waschtipps.de

Von Studentinnen der Hochschule Fulda wurden im Rahmen einer Studienarbeit vier kurze „Spülfilme“ erstellt, die das Geschirrspülen augenzwinkernd thematisieren, um auf den Internetauftritt waschtipps.de aufmerksam zu machen. Diese Kurzfilme sind auf www.waschtipps.de unter Videos veröffentlicht.



Initiative „Nachhaltiges Waschen und Reinigen“

Die freiwillige Initiative „Nachhaltiges Waschen und Reinigen“ („A.I.S.E.-Charter“) des Internationalen Wasch-, Pflege- und Reinigungsmittelverbands A.I.S.E. ging im Jahr 2005 erstmals an die Öffentlichkeit. Ursprünglich bezog sich die Initiative ausschließlich auf eine Verbesserung der Produktion und Verpackung von Wasch-, Pflege- und Reinigungsmitteln im Sinne der Nachhaltigkeit. Verbraucher können auf den Produkten durch das unternehmensbezogene Siegel der Initiative erkennen, dass eine Firma Mitglied ist:

Unternehmenssiegel



Produktsiegel mit Schleife



Inzwischen haben europaweit über 240 Unternehmen die zur Teilnahme an der Initiative erforderliche Verifizierung erfolgreich durchlaufen. Diese Unternehmen sind berechtigt, ihre Produkte mit dem Unternehmenssiegel

der Initiative zu kennzeichnen. So stammen inzwischen über 90 Prozent der in Europa erzeugten und vermarkteten Produkte von verifizierten Herstellern, die an der Nachhaltigkeitsinitiative teilnehmen.

Seit dem Jahr 2010 ist die überarbeitete und erweiterte Fassung im Markt sichtbar. Zusätzlich zum unternehmensbezogenen Siegel wurde ein produktbezogenes Siegel für folgende Arten von Wasch- und Reinigungsmitteln eingeführt:

1. feste Waschmittel
2. flüssige Waschmittel
3. Weichspüler
4. Maschinengeschirrspülmittel
5. Allzweckreiniger (flüssige Anwendung)
6. Glas-, Scheiben-, Bad-, Küchen- sowie Allzweckreiniger für harte Oberflächen (Sprüh-Anwendung)
7. Handgeschirrspülmittel
8. Toilettenreiniger

Zur Vergabe des Produktsiegels werden für die unterschiedlichen Produktarten sogenannte „Erweiterte Nachhaltigkeitsprofile“ erstellt. Diese beinhalten für die jeweiligen Rezepturen u. a. eine Umweltsicherheitsprüfung (siehe Seite 42). Nur wenn die Kriterien der jeweiligen Produktart erfüllt werden, darf ein entsprechendes Produkt das produktbezogene Siegel der Initiative tragen.

„Spülfilm“ von Studentinnen der Hochschule Fulda, veröffentlicht unter www.waschtipps.de → Menü → Videos





Umweltsicherheitsprüfung

² Environmental Safety Check (ESC)

Bei der Umweltsicherheitsprüfung² handelt es sich um einen risikobasierten Ansatz. Dabei werden die Eigenschaften von in WPR-Produkten eingesetzten Inhaltsstoffen mit sehr konservativen Annahmen in Bezug auf den Eintrag in die Umwelt bewertet. Hierbei wird ein sogenannter hochgerechneter Umweltsicherheitsquotient³ ermittelt. Nur wenn dieser Quotient kleiner als 1 bewertet wird, gilt der Inhaltsstoff als sicher für die Umwelt in der Anwendung und kann in der Formulierung eingesetzt werden. Dabei werden folgende sehr konservative Annahmen gemacht:

³ Projected Environmental Safety Ratio (PESR)

1. Es wird bei der Berechnung des Umweltsicherheitsquotienten für jeden Inhaltsstoff angenommen, dass das WPR-Produkt mit dem zu prüfenden Inhaltsstoff eine 100-prozentige Marktabdeckung besitzt.
2. Für die jeweiligen Inhaltsstoffe werden bei der Berechnung des Umweltsicherheitsquotienten auch solche Einträge in die Umwelt berücksichtigt, die nicht von Wasch- und Reinigungsmitteln stammen.

Daher ist diese Vorgehensweise strenger als die gesetzlich vorgeschriebenen Sicherheitsbewertungen von Stoffen unter der Chemikaliengesetzgebung der Europäischen Union gemäß der REACH-Verordnung (EG) Nr. 1907/2006.

Die Erfolgsbilanz der Initiative „Nachhaltiges Waschen und Reinigen“ von 2006 bis 2017 lautet:

- Steigerung von zu Beginn 19 auf 245 teilnehmende Unternehmen im Jahr 2018
- 192 % mehr verkaufte Verpackungen mit Sicherheitshinweisen auf den Packungen
- 30 % weniger CO₂ Emissionen
- 35 % weniger Energieverbrauch
- 5 Milliarden Packungen trugen das Charter-Produktsiegel

Die Industrieinitiative „Nachhaltiges Waschen und Reinigen“ wird unter der Rubrik „Wasch- & Reinigungsmittel“ als „Gute Wahl“ im Projekt „Siegelklarheit“ der Bundesregierung aufgeführt, ebenso wie auch das amt-

liche Europäische Umweltzeichen („Euroblume“) – siehe www.siegelklarheit.de. Das Projekt Siegelklarheit ist Teil des Gesamtprojekts „Qualitätscheck Nachhaltigkeitsstandards“ für verschiedene Konsumgüter und wurde vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) in Auftrag gegeben.

Weitere Informationen zur Aktualisierung der Initiative „Nachhaltiges Waschen und Reinigen“ und zu den Entwicklungen der Schlüsselindikatoren können über die folgende Internetseite abgerufen werden:

www.sustainable-cleaning.com.

DetNet

Das Einstufungsnetzwerk DetNet ist eine Initiative des Internationalen Wasch-, Pflege- und Reinigungsmittelverbandes A.I.S.E. in Brüssel. Es dient der sachgerechten Einstufung von Wasch- und Reinigungsmitteln, die aufgrund der sehr konservativen Konzentrationsgrenzen des Global Harmonisierten Systems (GHS) zur Einstufung und Kennzeichnung auf Grundlage der Rechenmethode mit dem Piktogramm „Ätzend“ gekennzeichnet werden müssten. Die DetNet-Datenbank enthält ca. 200 Rezepturen von Waschmitteln, Handgeschirrspülmitteln, Allzweckreinigern und Chlorbleichlaugen sowie Berichte über die Prüfung dieser Rezepturen in Bezug auf die Haut- und die Augenreizung. Wenn es in der DetNet-Datenbank Rezepturen gibt, deren Zusammensetzungen der einzustufenden Rezeptur hinreichend ähnlich sind, dann kann eine sachgerechte Einstufung ermittelt werden. Hierfür werden im GHS vorgesehene Einstufungsmethoden (Übertragungsgrundsätze, gegebenenfalls in Verbindung mit Expertenurteil) angewandt. Beide Methoden sind im GHS im Vergleich zur Rechenmethode höherwertig und daher bevorzugt anzuwenden.

Der IKW hat seit dem Jahr 2014 in Deutschland bisher fünf Praxisseminare für DetNet-Nutzer veranstaltet. In diesen Praxisseminaren werden fiktive, aber realistische Rezepturen von Wasch- und Reinigungsmitteln mit Hilfe von DetNet eingestuft und Einstufungsberichte erstellt. Seit dem Jahr 2017 haben Behörden, die für die Überwachung der Einstufung von Wasch- und Reinigungsmitteln zuständig sind, auf Wunsch Zugang zur DetNet-Datenbank.

Informationsveranstaltungen und Weiterbildung



Im Jahr 2017 organisierte der Bereich Haushaltspflege die folgenden Veranstaltungen:

- Basisseminar zu den Grundlagen der Regelungen im Bereich der WPR-Produkte
- Praxisseminar zum Einstufungsnetzwerk DetNet (www.det-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 zu In-vitro-Prüfmethoden, Rezepturmeldung, Detergenzienverordnung, Mikroplastik, Explosivstoff-Ausgangsstoffe sowie zu aktuelle Themen bei Aerosolen, Verpackung, GHS, REACH, Bioziden.

In der ersten Hälfte des IKW-Jubiläumsjahres 2018 fanden bereits das IKW-Seminar „Fallstricke der Statistik“ unter der Leitung von Prof. Dr. Björn Christensen von der Fachhochschule Kiel und ein Basisseminar zu Grundlagen der Regelungen im WPR-Bereich statt.

Als Angebot an Journalisten erstellt der Bereich Haushaltspflege Presstexte und informiert durch jährliche Redaktionsbesuche und einen regelmäßig erscheinenden Newsletter über die richtige Anwendung von WPR-Produkten und über deren Inhaltsstoffe. Im Jahr 2017 betrug die Reichweite der Artikel in Printmedien sowie der Rundfunk- und Fernsehbeiträge, die auf den IKW-Bereich Haushaltspflege Bezug nahmen, 171 Millionen Kontakte.

Produktsicherheit

Umfrage zu Produktunverträglichkeiten auf Wasch-, Reinigungs- und Pflegemittel

Seit dem Jahr 2007 werden die IKW-Mitgliedsfirmen, die Wasch-, Pflege- und Reinigungsmittel in Deutsch-

land für Privatverbraucher vermarkten, jährlich nach den ihnen gemeldeten Unverträglichkeiten auf diese Produktarten gefragt.

Für die Berichtsjahre von 2006 bis 2016 wurden insgesamt 17,8 Milliarden Packungen gemeldet und folgende Fallzahlen registriert:

Allergien	Fälle von 2006 bis 2016	Fälle pro 1 Milliarde verkaufte Packungen
Anfragen von Ärzten	47	ca. 3
ärztlich bestätigt	29	ca. 2

Umfrageergebnisse zu Allergien von 2006 bis 2016

Haut- und Schleimhautreizungen	Fälle von 2006 bis 2016	Fälle pro 1 Milliarde verkaufte Packungen
von Kunden plausibel beschrieben	4.946	ca. 278
ärztlich bestätigt	127	ca. 7

Umfrageergebnisse zu Haut- und Schleimhautreizungen von 2006 bis 2016

Allergische Reaktionen auf WPR-Produkte werden nur in extrem wenigen Fällen beobachtet. Der IKW informiert

regelmäßig relevante Bundesministerien und Bundesoberbehörden über die Ergebnisse dieser IKW-Umfrage.

Gesetzliche Regelungen

Detergenzienverordnung

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

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

Im Auftrag der Europäischen Kommission wurde im Jahr 2017 eine öffentliche Konsultation durchgeführt, um Erkenntnisse zu gewinnen, ob die Detergenzienverordnung ihre Ziele erfüllt und ob es Änderungsbedarf gibt. Neben anderen Interessengruppen wurde auch der IKW parallel dazu direkt befragt. Für den IKW stehen die Detergenzienverordnung und ihre Ziele nicht zur Disposition. In bestimmten Bereichen können aber im Sinne des Projekts „Bessere Rechtssetzung“ der Europäischen Kommission Verbesserungen erzielt werden. Zugunsten umfassender Informationen im Internet sollen Angaben auf Verpackungen entfallen, die für die große Mehrheit der Verbraucher unverständlich und daher nicht hilfreich sind, z. B. Begriffe wie „anionische Tenside“ oder „Polycarboxylate“. Für die Verpackungen sollten nur solche Angaben vorgeschrieben werden, die für die richtige Dosierung sowie die sichere Verwendung und Aufbewahrung der Produkte wichtig sind. Darüber hinaus sollten derzeit bestehende Doppelregelungen zu anderen Rechtsakten entfallen, z. B. in Bezug auf die Biozidprodukte-Verordnung oder die Verordnung zur Einstufung, Kennzeichnung und Verpackung (EG) Nr. 1272/2008.



Meldung der Rezepturen von als gefährlich eingestuftem Gemischen

Rezepturen von Gemischen, die wegen ihrer gesundheitsbezogenen oder physikalischen Eigenschaften als gefährlich eingestuft und für Privatverbraucher bestimmt sind, müssen nach derzeitigem Stand bis spätestens zum 1. Januar 2020 an die nationalen Behörden der Mitgliedstaaten der Europäischen Union (EU) gemeldet werden, in denen diese Gemische im Verkehr sind. Der im März 2017 veröffentlichte neue Anhang VIII der Verordnung (EG) Nr. 1272/2008 zur Einstufung, Kennzeichnung und Verpackung beschreibt die Datenanforderungen. Obwohl die Kosten-Nutzen-Abschätzung für die neue Regelung auf dem Stand eines Entwurfes aus dem Jahr 2015 durchgeführt worden war und der verabschiedete Gesetzestext an wesentlichen Stellen von diesem Entwurf abweicht, bezog sich die Europäische Kommission in der Verordnung auf diese veralteten Ergebnisse. Eine knappe Mehrheit der Mitgliedstaaten, unter anderem Deutschland, ließ diesen Entwurf dennoch passieren. Da der tatsächliche Aufwand für die Meldungen unter anderem für Hersteller von Wasch- und Reinigungsmitteln, aber auch für Giftnormenzentren deutlich höher ist als im Jahr 2015 angenommen, dringt der IKW auf eine Änderung der Verordnung.

In der Arbeitsgruppe der Europäischen Chemikalienagentur (ECHA) zur Produktkategorisierung vertritt der IKW sowohl den Internationalen Wasch-, Pflege- und Reinigungsmittelverband (A.I.S.E., Brüssel) als auch, über den Verband der Chemischen Industrie e.V. (VCI), den Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. (BDI).

In weiteren ECHA-Arbeitsgruppen werden das elektronische Meldeformat definiert und Leitlinien zur Meldung erstellt. Da beides noch nicht abgeschlossen ist, eine technische Implementierung in den Firmen aber erst erfolgen kann, wenn das Format fertiggestellt ist, weist der IKW an den verantwortlichen Stellen darauf hin, dass die zur Vorbereitung und Umsetzung zur Verfügung stehende Zeit ausgesprochen knapp ist und eine Verschiebung der Frist angemessen wäre.



REACH-Verordnung (EU) Nr. 1907/2006

Registrierungspflichtige Stoffe des Mengenbandes von 1 bis unter 100 Jahrestonnen, die weiterhin zur Verfügung stehen sollen, müssen gemäß der REACH-Verordnung (EG) Nr. 1907/2006 zur Registrierung, Bewertung, Zulassung und Beschränkung von Stoffen vom jeweiligen Stoff-Hersteller bzw. Importeur bis zum Ende der Registrierungsfrist am 1. Juni 2018 registriert werden. Voraussetzung ist, dass die Stoffe bereits gemäß Artikel 28 der REACH-Verordnung (EG) Nr. 1907/2006 vorregistriert wurden.

Vorregistrierte Stoffe, die von einem Stoff-Hersteller oder -importeur zwar nicht registriert, aber vor Ende der Registrierungsfrist am 1. Juni 2018 dem nachgeschalteten Anwender bereitgestellt wurden, dürfen von nachgeschalteten Anwendern (z. B. Formulierer von kosmetischen Mitteln oder Wasch-, Pflege- und Reinigungsmitteln) und Händlern auch nach Ende der Registrierungsfrist am 1. Juni 2018 weiterhin ohne Mengenbeschränkung als solche oder in Gemischen bzw. Erzeugnissen in Verkehr gebracht werden.

Falls der nachgeschaltete Anwender einen registrierungspflichtigen Stoff, der nicht vorregistriert wurde, als solchen oder in einem Gemisch ab einer Tonne pro Jahr nach dem 1. Juni 2018 importieren möchte, nimmt er die Rolle eines Importeurs an und muss vor dem ersten Import selbst registrieren. In diesem Fall besteht vor der Registrierung gemäß Artikel 26 eine Pflicht zur Erkundigung bei der Europäischen Chemikalienagentur (ECHA), ob der Stoff bereits registriert wurde. Bei einer Herstellung oder einem Import eines Stoffes unterhalb einer Tonne ist keine Registrierung notwendig.

Der IKW-Bereich Haushaltspflege informiert regelmäßig über Aktualisierungen und beteiligt sich sowohl national als auch international an Diskussionen zum Thema REACH. Den IKW-Mitgliedsfirmen stehen die umfangreiche „IKW/IHO-Anleitung zu REACH“ sowie die „Informationen zum Sicherheitsdatenblatt nach der REACH-Verordnung“ im IKW-Extranet zur Verfügung. Für Einsteiger in das Thema wird im Internet eine Zusammenfassung der Leitfäden angeboten: <http://bit.ly/ikw-reach>.





Biozidprodukte

Die Biozidprodukte-Verordnung (EU) Nr. 528/2012 erfasst nicht nur WPR-Produkte, die etwa antibakteriell oder desinfizierend wirken und auch so ausgelobt werden, sondern auch Konservierungsstoffe (sogenannte „Topfkonservierungsmittel“) und damit behandelte Stoffe, Gemische und Erzeugnisse, sogenannte „behandelte Waren“. Konservierte WPR-Produkte stellen demgemäß ebenfalls behandelte Waren dar. Kosmetische Mittel sowie die hierfür eingesetzten Konservierungsmittel sind hingegen ausdrücklich von der Biozidprodukte-Verordnung ausgenommen.

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).

Die folgende Tabelle zeigt den Stand des Wirkstoff-Überprüfungsprogramms für IKW-relevante Produktarten im Februar 2018.

Wirkstoffe, die nicht genehmigt werden, dürfen in Deutschland in den entsprechenden Biozidprodukten maximal noch ein Jahr nach Inkrafttreten des Durchführungsbeschlusses auf dem Markt bereitgestellt werden.

Den IKW-Mitgliedsfirmen stehen die „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 zur Verfügung.

Produktart		Zahl der Wirkstoffe	
Nr.	Bezeichnung <i>Beispiele</i>	bereits genehmigt	im Überprüfungsverfahren
1	Menschliche Hygiene	11	16
2	Desinfektionsmittel und Algenbekämpfungsmittel ohne direkte Anwendung bei Mensch und Tier	24	72
4	Lebensmittel- und Futtermittelbereich z. B. <i>Desinfektionsmittel für Lebensmittelkontaktflächen</i>	20	48
6	Schutzmittel für Produkte während der Lagerung z. B. <i>Konservierungsmittel für WPR-Produkte</i>	11	41
19	Repellentien und Lockmittel z. B. <i>Mückenabwehrmittel für die Haut</i>	9	8

Technische Themen



Im November 2017 wurde eine Arbeitsgruppe zu Nachhaltigkeitskriterien für WPR-Produkte gegründet. Erstellt werden soll eine allgemein verständliche Zusammenstellung und Beschreibung zentraler Nachhaltigkeitskriterien von Wasch-, Pflege- und Reinigungsmitteln für die private Verwendung, die dann von externen Akteuren (z. B. Handelsunternehmen, Prüfinstituten) genutzt werden kann.

Die Empfehlungen zur Qualitätsbewertung (EQ) von Kraft-Fettlösern wurden im Dezember 2017 beim SOFW-Journal zur Veröffentlichung eingereicht. Darüber hinaus waren im Berichtszeitraum die Arbeitsgruppen EQ Fahrzeug-Lackpflegemittel und EQ Glasreiniger aktiv.

Die aktuellen Empfehlungen zur Qualitätsbewertung sowie zur Sicherheitsbewertung von WPR-Produkten

können auf der IKW-Webseite www.haushaltspflege.org unter Themen / Informationen für Hersteller abgerufen werden.

„Die fruchtbare Zusammenarbeit von Reinigungsmittelherstellern und Prüfinstituten hat zur Entwicklung einer verbraucherrelevanten und reproduzierbaren Prüfmethode zur Qualitätsbewertung von Kraft-Fettreinigern geführt.“

Anke Ophüls, wfk-Institut für Angewandte Forschung GmbH, Krefeld



50 IKW

JAHRE

SCHÖNER. LEBEN.

1968 – 2018: 50 Jahre IKW

Die Gründung des IKW war das Ergebnis des Zusammenschlusses der Vorgängerverbände Verband Deutscher Seifenfabrikanten und Verband der Körperpflegemittelindustrie.

Am **6. Dezember 1968** fand in Frankfurt die Gründungsversammlung des IKW statt. An diesem Tag erwarben 106 Firmen die Mitgliedschaft, und die Arbeit begann unmittelbar und ohne erkennbare Schwierigkeiten.

Im Jahr **1975** entstand mit dem Industrieverband Friseurbedarf eine gemeinsame Geschäftsstelle und der IKW verstärkte seine Aktivitäten im Bereich der professionellen Haarpflege.



1985 übernahm der IKW die Produktgruppe Hygieneerzeugnisse und **1994** erfolgte die Fusion mit dem Industrieverband Putz- und Pflegemittel.

Im Jahr **1996** bildete der IKW eine gemeinsame Geschäftsstelle mit der Industrie-Gemeinschaft Aerosole und übernahm **2009** die verbandspolitische Betreuung für die Produkte des Friseurbedarfs nach der Auflösung des Industrieverbandes Friseurbedarf.

2011 erfolgte die letzte größere Überarbeitung des Außenauftritts und die Umbenennung der Abteilungen von „Körperpflegemittel“ in „Schönheitspflege“ und „Wasch-, Pflege- und Reinigungsmittel“ in „Haushaltspflege“.





In der **2015** durchgeführten Mitgliederbefragung zeigten sich die Unternehmen sehr zufrieden mit der Verbandsarbeit und benoteten den Verband mit durchschnittlich 1,6 als „sehr gut“.

Im Jahr **2017** zeigten sich die Erfolge der professionellen Arbeit darüber hinaus auch in einigen internationalen Auszeichnungen – u. a. als „Association Award Finalist“ in mehreren Kategorien und in der Auswahl zur „Association Success Story“.

Seit **2016** investiert der IKW kontinuierlich in die Digitalisierung von Kommunikationsprozessen und in die IT-Infrastruktur. Mit dem Twitter-Kanal [@IKW_org](https://twitter.com/IKW_org) verstärkt der Verband seit **2018** seine Online-Präsenz durch aktuelle und direkte Kommunikation mit den Bezugsgruppen.

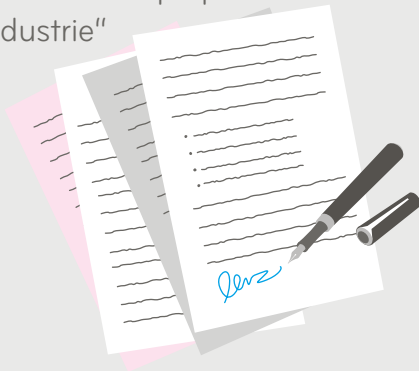
Aus den ursprünglich 106 Mitgliedsunternehmen sind aktuell mehr als **420 Mitglieder im IKW** geworden – und die Entwicklungstendenz ist weiterhin positiv.

Schon in der Gründungserklärung **1968** stand zu lesen: „Der Verband betrachtet es als eine seiner Hauptaufgaben, seinen Mitgliedsfirmen die bestmögliche Voraussetzung für die Wahrnehmung ihrer Chancen auf dem großen europäischen Markt zu schaffen.“

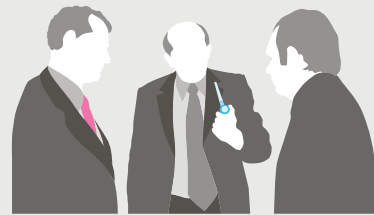


Der IKW im Zeitgeschehen

Gründung des IKW mit
106 Mitgliedsfirmen als Zu-
sammenschluss „Verband
Deutscher Seifenfabrikanten“
und „Verband der Körperpfle-
gemittelindustrie“



Der IKW wird Mitglied im
**Verband der Chemischen
Industrie e. V. (VCI)**



Gemeinsame Geschäftsstelle
mit dem **Industrieverband
Friseurbedarf (IVF)**

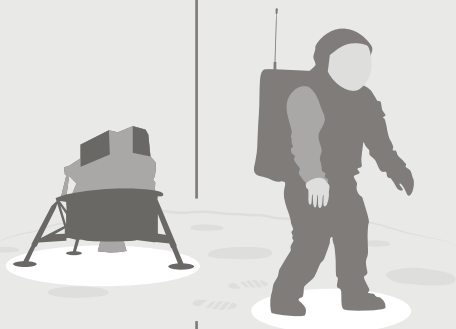
Etablierung des Bereichs
Hygieneerzeugnisse



1968 1969

1975

1985



1969

Ein Mensch betritt erstmals
die Oberfläche des Mondes



1974

Deutschland wird im eigenen
Land Fußballweltmeister



1989

Fall der Berliner Mauer und
Beginn der Wiedervereinigung
des geteilten Deutschlands



Fusion mit dem
**Industrieverband Putz- und
Pfleagemittel (IPP)**

Gemeinsame Geschäftsstelle
mit der **Industrie-Gemeinschaft
Aerosole (IGA)**



Fusion mit dem
**Industrieverband
Friseurbedarf (IVF)**

**Neuer Außenauftritt
und Umbenennung
der Fachbereiche in
Schönheitspflege und
Haushaltspflege**



Der **IKW** feiert
sein 50-jähriges
Bestehen

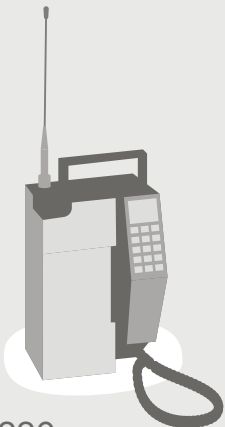
1994

1996

2009

2011

2018



1990

Die ersten Handys
kommen auf den Markt

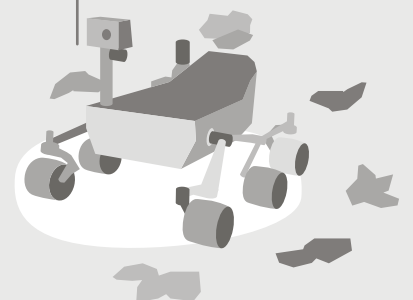
2002

Einführung des Euros
in Deutschland und
weiteren 13 EU-Staaten



2012

Der Marsrover Curiosity
landet auf dem Mars



Grußworte zum 50. Jubiläum

„In der Schönheitspflege- und Waschmittelindustrie gibt es überwiegend mittelständische Unternehmen. Die Branche ist mit einem Umsatz von über 18 Mrd. Euro und 50.000 Arbeitsplätzen eine wichtige Stütze der deutschen Wirtschaft. Der IKW vertritt die Belange der Schönheitspflege- und Waschmittelindustrie seit nunmehr 50 Jahren in vorbildlicher Weise.“

Der IKW war und ist stets ein fachkundiger Ansprechpartner auch für das BMWi. Das gilt zum Beispiel bei der Durchführung von Auslandsmessen oder Geschäftsanbahnungsreisen. Dafür bedanke ich mich und gratuliere zum Jubiläum ihres Verbandes. Die Unternehmen ihrer Branche brauchen auch in Zukunft ein solches Engagement, um die im rasanten Tempo verlaufenden Änderungen in der Industrie erfolgreich zu meistern. Dafür wünsche ich für die weitere Zukunft viel Erfolg und gutes Gelingen.“

Brigitte Zypries, Bundesministerin für Wirtschaft und Energie, Berlin



„50 Jahre IKW, das sind 50 Jahre Engagement für die Industrie aber auch für den Verbraucher. Das BfR sieht im IKW einen kompetenten Partner, der mit seiner Arbeit in hohem Maße zur Versachlichung der Branchendiskussion und der Verbesserung des Verbraucherschutzes beiträgt. Herzlichen Glückwunsch!“

Prof. Dr. Dr. Andreas Hensel,
Präsident des Bundesinstituts für Risikobewertung, Berlin



„Ich schätze den IKW für sein strategisches Engagement für mehr Nachhaltigkeit in der Branche. Dazu mein herzlicher Glückwunsch und die Ermutigung, den Weg hin zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex ambitioniert und erfolgreich zu gehen.“

Prof. Dr. Günther Bachmann,
Generalsekretär des Rates für Nachhaltige Entwicklung, Berlin





„Ich gratuliere dem Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e.V. zu seinem 50jährigen Jubiläum. Ich habe gerne auf Ihrer Mittelstandstagung im Herbst 2017 über die Bedeutung des Wettbewerbsrechts für den Mittelstand gesprochen. Ich freue mich darüber, wenn Verbände durch derartige Veranstaltungen dazu beitragen, das kartellrechtliche Bewusstsein zu stärken.“

Andreas Mundt, Präsident des Bundeskartellamts, Bonn

„Der IKW leistet seit vielen Jahren einen wichtigen Beitrag zum Dialog der verschiedenen Interessengruppen. Herzlichen Glückwunsch zum 50sten.“

Klaus Müller, Vorstand des Verbraucherzentrale Bundesverbandes e.V. (vzbv), Berlin



„Der IKW bietet seinen Mitgliedern wichtige Informationen zu Wirtschaftsthemen. Ich erinnere mich gerne an meinen Besuch bei der Mittelstandstagung. Herzlichen Glückwunsch zum Jubiläum.“

Professor Dr. Gabriel J. Felbermayr, Direktor, ifo Institut – Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München e.V.



„Der IKW setzt sich in vorbildlicher Weise für die Belange seiner Branche ein. Mit dem notwendigen Weitblick beschäftigt sich der Verband mit den sich verändernden Rahmenbedingungen. Herzlichen Glückwunsch zum Jubiläum. Gerne komme ich wieder einmal zur Mittelstandstagung.“

Petra Schäfer, Geschäftsführerin der Globus SB-Warenhaus Holding GmbH & Co. KG, St. Wendel





Die Zukunftsperspektive Europas ist vor diesem Hintergrund eng mit den wirtschaftlichen und politischen weltweiten Entwicklungen verknüpft: Separierungstendenzen in den USA und in Großbritannien, Machtpolitik in Russland und der Türkei, Nationalisierungsentwicklungen in Polen und Ungarn, Flüchtlingsproblematik und Terrorgefahr. Die gerade zurückliegenden Wahlen in Frankreich und Deutschland haben dabei glücklicherweise ein Stück Stabilisierung gebracht.

Zwar ist die Vorhersage der bulgarischen Seherin Baba Wanga von 1996 „2016 wird Europa aufhören zu existieren“ nicht eingetreten, dennoch sind die Herausforderungen enorm.

Entscheidend für eine positive Entwicklung werden die schnelle Lösung der großen politischen Krisen und die Besinnung auf die Notwendigkeit der internationalen Zusammenarbeit sein. Dabei müssen die wichtigen Fragen zu wirtschaftlichen Rahmenbedingungen fokussiert und gelöst werden und die extreme Vernetzung der Weltwirtschaft muss Berücksichtigung finden.

Prof. Dr. Dr. h. c. Clemens Fuest, Präsident, ifo Institut – Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München e. V., spricht von einem regelrechten „Horrorszenario für Deutschland“. „Alles in allem sind 1,6 Millionen Arbeitsplätze in Gefahr, wenn die Wirtschaftsbeziehungen zu Amerika auf null heruntergefahren werden.“

Eine Stütze – zumindest in Deutschland – ist nach wie vor die Konsumnachfrage – und hier allen voran die stabile Entwicklung der Schönheits- und Haushaltspflegemärkte, die zu Wachstum, Arbeitsplätzen und Wohlstand in Europa beitragen.

Mit einem Marktvolumen von über 135 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.

Neuesten 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.

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.

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.

DIE SCHÖNHEITS-UND HAUSHALTPFLEGE LEISTET EINEN WICHTIGEN SOZIO-ÖKONOMISCHEN BEITRAG



Unsere Arbeit in Europa

Der IKW arbeitet intensiv mit den europäischen Schwesterverbänden 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 Berichtszeitraum 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 2015 um 82 Prozent reduziert. Dies zeigt eine Umfrage, die Cosmetics Europe im Januar 2017 veröffentlicht hat. Ein Beispiel, das zeigt, dass freiwillige Vereinbarungen effektiv sind und es nicht immer einer gesetzlichen Regelung bedarf.

Für den Bereich Haushaltspflege bleibt die Initiative der Europäischen Kommission „Bessere Rechtssetzung“ (Better Regulation) ein wichtiges Thema. Im Rahmen dieses Projekts soll u. a. überprüft werden, ob mittels der Chemikaliengesetzgebung die geplanten Ziele effizient erreicht werden. In dieser Hinsicht hat das britische Beratungsunternehmen RPA bereits die Detergenzienverordnung im Auftrag der Europäischen Kommission analysiert und u. a. den IKW-Bereich Haushaltspflege im Sommer 2017 direkt befragt. Darüber hinaus hat sich der IKW an der Internetkonsultation zur Detergenzienverordnung beteiligt. Das Ergebnis der Analyse soll im Frühjahr 2018 veröffentlicht werden.

In Bezug auf die Kennzeichnung von Stoffen und Gemischen nach dem Global Harmonisierten System (GHS) gibt es aus Sicht des IKW Verbesserungsbedarf, da einige Kennzeichnungselemente für Privatverbraucher nicht hilfreich sind. Ein Beispiel ist die Kennzeichnung von stark konzentrierten Produkten als „umweltgefährlich“ aufgrund des Tensidgehaltes, während mit Wasser verdünnte Produkte nicht so zu kennzeichnen sind, obwohl die Tensidmenge pro Anwendung die gleiche ist, da für das gleiche Reinigungsergebnis von einem verdünnten Produkt eine größere Menge verwendet werden muss. Tatsächlich sind die Umweltauswirkungen durch Verpackungs- und Transportaufwand bei konzentrierten Produkten geringer als bei den verdünnten.

Die Arbeit des IKW trägt durch hohe Kompetenz, Transparenz und Dialogbereitschaft dazu bei, dass die Schönheits- und Haushaltspflege laut der angesehenen oekom research AG zum wiederholten Mal als eine der verantwortungsvollsten Industrien weltweit gesehen wird.





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
- Dieter Baur
Dalli-Werke GmbH & Co. KG
- 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
- Iain Holding
Beiersdorf AG
- Jan Meurer
Johnson & Johnson GmbH

- Dany Schmidt
Colgate-Palmolive Services CEW GmbH
- Johannes Schmitz-Winnenthal
Unilever Deutschland GmbH
- Reinhard Schneider
Werner & Mertz GmbH
- Ramon Stroink
Weleda AG
- Thomas Tönesmann
Henkel AG & Co. KGaA

Ältestenrat

PRÄSIDENT

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

Rechnungsprüfer

- Matthias Storb, Beromin GmbH
- N.N.

Mittelstandsausschuss

VORSITZENDER

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

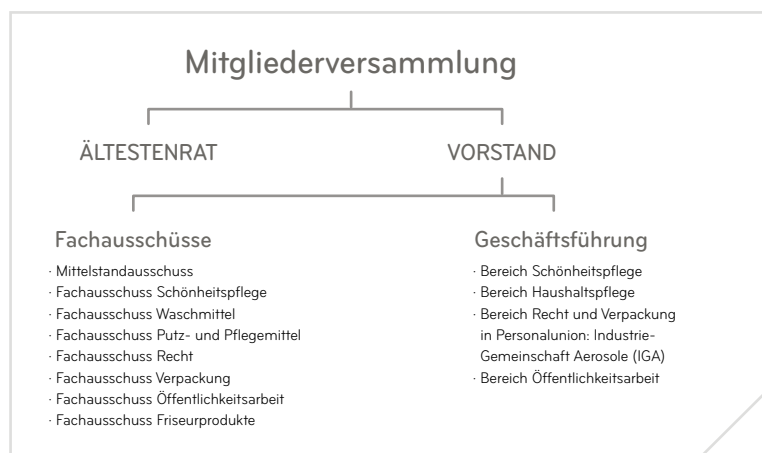
STELLVERTRETENDER

VORSITZENDER

- Dr. Rüdiger Mittendorff
Sebapharma GmbH & Co. KG
- 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
- Christoph Hasselmann
Lornamead GmbH
- Stefan Kremin
Brauns-Heitmann GmbH & Co. KG
- Michael Lindner
Börlind Gesellschaft für kosmetische Erzeugnisse mbH
- Horst Robertz
Dr. Babor GmbH & Co. KG
- Reinhard Schneider
Werner & Mertz GmbH
- Matthias Storb
Beromin GmbH
- Ramon Stroink
Weleda AG
- Vincent Wupperman

IKW-VERTRETER

- Thomas Keiser



Fachausschuss Schönheitspflege

VORSITZENDER

- Dr. Thomas Förster
Henkel AG & Co. KGaA

STELLVERTRETENDER VORSITZENDER

- Dr. Dirk Alert
Beiersdorf AG
- Margit Costabel-Farkas
Johnson & Johnson GmbH
- Dr. Bernd Czech
Emil Kiessling GmbH
- Dr. Bernhard Irrgang
Weleda AG
- Dr. Adolf Klenk
Dr. Kurt Wolff GmbH & Co. KG
- Dr. Alfred Markowetz
Procter & Gamble Service GmbH
- Dr. Ludger Neumann
L'Oréal Deutschland GmbH
- Dr. Dominic Pratt
Kao Germany GmbH
- Gabriele Seidl
Unilever Deutschland GmbH
- Dr. Stephan Teichmann
WIN Cosmetic GmbH & Co. KG
- Dr. Albrecht Tribukait
Coty Inc.
- Andrea Weber
Dr. Babor GmbH & Co. KG

IKW VERTRETERIN

- Birgit Huber

Fachausschuss Friseurprodukte

VORSITZENDER

- Tobias Staehle
Kao Germany GmbH
- Ralf Billharz
HFC Prestige Service Germany GmbH
Geschäftsbereich Wella
- Stephan Conzen
Hans Conzen Kosmetik GmbH
- Katharina Jahrling
Henkel AG & Co. KGaA
- Jürgen Singer
Singer Kosmetik GmbH
- Marina Steinbach
United Salon Technologies GmbH
- Dr. Peter Wenzel
Olymp GmbH & Co. KG
- Noah Wild
Wild Beauty AG

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
- Angela Kreipl
Kneipp GmbH
- Angela Lauf
HFC Prestige International
Germany GmbH
- Marthe Leppin
Johnson & Johnson GmbH
- Tania Miglietti
Estée Lauder Companies GmbH
- Eva Podlich
L'Oréal Deutschland GmbH
- Melanie Schnitzler
Kao Germany GmbH
- Ines Tannert
Beiersdorf AG

IKW VERTRETERIN

- Birgit Huber

Fachausschuss Öffentlichkeitsarbeit Haushaltspflege

VORSITZENDE

- Marion Schwenker
Henkel AG & Co. KGaA

STELLVERTRETENDE VORSITZENDE

- Dr. Katharina Marquardt
Procter & Gamble Germany GmbH &
Co. Operations OHG
- Claudia Bach
Reckitt Benckiser Deutschland GmbH
- Konstantin Bark
Unilever Deutschland Holding GmbH
- Birgitta Schenz
Werner & Mertz GmbH

IKW-VERTRETER

- Dr. Bernd Glassl

Fachausschuss Putz- und Pflegemittel

VORSITZENDER

- Dr. Philipp Schäfer
Reckitt Benckiser Deutschland GmbH

STELLVERTRETENDER

VORSITZENDER

- Horst Kraß
Werner & Mertz GmbH
- Dr. Ulrich Drechsler
Salzenbrodt GmbH & Co. KG
- Dr. Uwe Gibbels
Brauns-Heitmann GmbH & Co. KG
- Hans-Joachim Klein
Procter & Gamble Service GmbH
- Dr. Alfred Kürzinger
delta pronatura Dr. Krauss &
Dr. Beckmann GmbH
- Dr. Katja Melchior
SC Johnson GmbH
- Dr. Axel Nawrath
Dalli-Werke GmbH & Co. KG
- Dr. Horst-Dieter Speckmann
Henkel AG & Co. KGaA

IKW-VERTRETER

- Dr. Bernd Glassl

Fachausschuss Waschmittel

VORSITZENDER

- Dr. Gerd Hüttmann
Reckitt Benckiser Produktions GmbH

STELLVERTRETENDER

VORSITZENDER

- Dr. Thomas Herbrich
fit GmbH
- Hans-Joachim Klein
Procter & Gamble Service GmbH
- Karl-Heinz Quade
Werner & Mertz GmbH
- Gabriele Seidl
Unilever Deutschland GmbH
- Dr. Horst-Dieter Speckmann
Henkel AG & Co. KGaA
- Dr. Bernd Wolff-Schladitz
Dalli-Werke GmbH & Co. KG

IKW-VERTRETER

- Dr. Bernd Glassl

Fachausschuss Recht

VORSITZENDER

- Bernhard Heinrichs
Procter & Gamble Germany GmbH &
Co. Operations OHG

STELLVERTRETENDE VORSITZENDE

- Carola Beckmann
Beiersdorf AG
- Sophia Bohnau
Johnson & Johnson GmbH
- Frank Henkel
Kao Germany GmbH
- Dr. Regina Jäger
Henkel AG & Co. KGaA
- Kornelia Matthes
Unilever Deutschland Holding GmbH

IKW-VERTRETER

- Matthias Ibel

Fachausschuss Verpackung

VORSITZENDER

- Arno Melchior
Reckitt Benckiser (Brands) Ltd
- Hans-Joachim Klein
Procter & Gamble Service GmbH
- Hans Krämer
GlaxoSmithKline Consumer
Healthcare GmbH & Co. KG
- Norbert Menzel
Beiersdorf AG
- Immo Sander
Werner & Mertz GmbH

IKW-VERTRETER

- Matthias Ibel



Verzeichnisse



Mitglieder

A

A. DE CRIGNIS
EDLE KOSMETIK GMBH & CO. KG
www.de-crignis.de

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

ABC – NAILSTORE GMBH
www.abc-nailstore.de

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

ACCENTRA GMBH & CO. KG
www.accentra.de

ADA COSMETIC GMBH
www.ada-cosmetics.com

AEROX AG
www.aeromag.com

AESOP GERMANY GMBH
www.aesop.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.de

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

ALMAWIN
REINIGUNGSKONZENTRATE GMBH
www.almawin.de

ALMIRALL HERMAL GMBH
www.almirall.de

AMWAY GMBH
www.amway.de

APOTHEKER WALTER BOUHON GMBH
www.freiwoel.de

ARCAYA GMBH
www.grouparcaya.de

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

ARTDECO COSMETIC GMBH
www.artdeco.de

ASAM BETRIEBS-GMBH
www.asam-cosmetics.com

ASSINDIA CHEMIE GMBH
www.assindia.de

AUDORASAN COSMETICS GMBH
www.audorasan.de

AUGUST WENCKE OHG
www.august-wencke.de

AUWA-CHEMIE GMBH
www.auwa.de

AVON COSMETICS GMBH
www.avon.de

**AVT ABFÜLL- UND VERPACKUNGS-
TECHNIK GMBH**
www.avt-deutschland.de

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

AZETT GMBH & CO. KG
www.azett.de

B

B'ATUDE GMBH C/O EZLA
www.batude.com

BAKU CHEMIE GMBH
www.baku-chemie.de

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

BCM KOSMETIK GMBH
www.bcm-kosmetik.de

BEAUTY & CARE AG
www.beauty-care-ag.com

BEAUTYCOM GMBH
www.beautycom.biz

BEAUTYGE GERMANY GMBH
www.revlon-pro.de

BEAUTY SERVICE INTERNATIONAL GMBH
www.bs-int.de

BEAUTYHILLS COSMETICS GMBH
www.beautyhills.de

BEAUTYSPA SERVICEGESELLSCHAFT MBH
www.beautyspa.de

BEGAPINOL DR. SCHMIDT GMBH
www.begapinol.de

BEIERSDORF AG
www.beiersdorf.de

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

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

BERNECKER-COSMETICS GMBH
www.bernecker-cosmetics.de

BEROMIN GMBH
www.beromin.com

BFB PHARMA HANDEL GMBH
www.bfb-pharma.com

BIO ENERGO W. LOHMANN GMBH
www.bioenergo.de

BIO-DIÄT-BERLIN GMBH
www.bio-diaet-berlin.de

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

BIOMARIS GMBH & CO. KG
www.biomaris.com

BIONORICA SE
www.bionorica.de

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

BO COSMETIC GMBH
www.bo-cosmetic.de

BODE CHEMIE GMBH
www.bode-chemie.de

BODY COSMETICS INTERNATIONAL GMBH
www.body-international.de

BOMBASTUS-WERKE AG
www.bombastus-werke.net

**BÖRLIND GESELLSCHAFT FÜR
KOSMETISCHE ERZEUGNISSE MBH**
www.boerlind.com

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

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

BUCK-CHEMIE GMBH
www.buck-chemie.de

BUDICH INTERNATIONAL GMBH
www.budich.de

C

**CARE_FULL COLOURS KOSMETIK
PRODUKTIONS GMBH**
www.carefullcolours.de

CARENOW GMBH
www.carenow.de

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

CAUDALIE DEUTSCHLAND GMBH
www.caudalie.com

**CENTRALIN-GESELLSCHAFT KIRCHER
CHEMIE GMBH & CO. KG**
www.centralin.de

CHANEL GMBH
www.chanel.de

**CHARLOTTE MEENTZEN KRÄUTERVITAL
KOSMETIK GMBH**
www.meentzen.de

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

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

CHIARA AMBRA GMBH
www.chiara-ambra.de

CLARO PRODUCTS GMBH

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

**CMI COSMEDI GESELLSCHAFT FÜR
KOSMETISCHE PRODUKTE MBH**
www.cmi-cosmedi.de

COLEP ZÜLPICH GMBH
www.colep.com

COMFREY GMBH
www.ihrlich.de

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

COSIMED GMBH
www.cosimed.de

COSME-CARE GMBH
www.cosme-care.de

COSMETIC SERVICE GMBH
www.cosmetic-service.com

COSMOTRADE GMBH
www.cosmotrade.de

COSNOVA GMBH
www.cosnova.com

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

**COTY CONSUMER BEAUTY
A DIVISION OF COTY GERMANY GMBH**
www.coty.com

**COTY LUXURY A DIVISION OF COTY
GERMANY GMBH**
www.coty.com

COTY PROFESSIONAL BEAUTY
www.wella.de

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

DEB-STOKO EUROPE GMBH
www.debstoko.com

DELIA COSMETICS SP. Z O.O.
www.delia.pl

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

DIE SEIFENFABRIK INHABER THOMAS
DÖPKE E. K.

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

DOBNER KOSMETIK GMBH
www.dobner-kosmetik.de

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

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

DR. BECHER GMBH
www.drbecher.de

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

DR. GRANDEL GMBH
www.grandel.de

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

DR. KURT WOLFF GMBH & CO. KG
www.alcina.de

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

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

DR. RIMPLER GMBH
www.rimpler.de

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

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

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

DR. SCHUTZ GMBH
www.dr-schutz.com

DR. SPILLER GMBH
www.dr-spiller.com

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

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

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

ECOLAB DEUTSCHLAND GMBH
www.ecolab.eu

ECOVER DEUTSCHLAND GMBH
www.ecover.de

EDUARD GERLACH GMBH CHEMISCHE
FABRIK
www.gehwol.de

ELIZABETH ARDEN GMBH
www.elizabetharden.de

ELKADERM GMBH
www.elkaderm.de

EMEA HANDELSGESELLSCHAFT MBH

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

EMIL KIESSLING GMBH
www.emil-kiessling.de

EPI-COS GMBH
www.epi-cos.de

ERDAL-REX GMBH
www.erdalrex.de

ESTÉE LAUDER COMPANIES GMBH
www.esteelauder.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

EURO-FRIWA GMBH
www.eurofriwa.de

EURODOR GESELLSCHAFT FÜR
KOSMETIKPRODUKTE MBH
www.eurodor.com

EVORA COSMETIC & WELLNESS GMBH
www.evora.de

F

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

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

FIT GMBH
www.fit.de

FLORMAR COSMETICS GMBH
www.flormar.com

FRANZ LÜTTICKE GMBH KOSM.
SPEZIALPRÄPARATEFABRIK
www.luetticke.de

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

FRIEDRICH FROHNE GMBH
www.friedrich-frohne.de

FRIKE GROUP
www.frike-group.com

FUCHS & BÖHME GMBH EIN
UNTERNEHMEN DER BUCK HOLDING AG
www.fub-ex.de

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

G

GALLON-KOSMETIK GMBH & CO. KG

GEBRÜDER EWALD GMBH
www.ewaldsolutions.de

GECHEM GMBH & CO. KG
www.gechem.de

GEKA GMBH
www.geka-world.com

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

GLOBAL COSMED S.A.
www.globalcosmed.eu

GUHL IKEBANA GMBH
www.guhl.de

GW COSMETICS GMBH
www.gwcosmetics.at

H

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

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

HAIR HAUS GMBH
www.hair-haus.de

HAKA KUNZ GMBH
www.haka.de

HANS CONZEN KOSMETIK GMBH
www.glynt.com

HANS KARRER GMBH
www.hans-karrer.de

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

HEBACARE GMBH
www.hebacare.de

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

HEITLAND & PETRE INTERNATIONAL
GMBH
www.heitland.com

HELLMUT RUCK GMBH
www.hellmut-ruck.de

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

HFC PRESTIGE MANUFACTURING
COLOGNE GERMANY GMBH

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

HIRTNER SEIFEN GMBH
www.hirtner.com

HORMOCENTA KOSMETIK GMBH
www.hormocenta-cosmetik.de

I

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

IBEDA-CHEMIE KLAUS P. CHRIST GMBH
www.ibeda-chemie.com

IC INDIVIDUAL COSMETICS GMBH
www.individual-cosmetics.com

ICHTHYOL-GESELLSCHAFT CORDES,
HERMANNI & CO. (GMBH & CO.) KG
www.ichthyol.de

IGS AEROSOLS GMBH
www.igs aerosols.com

IL COSMETICS GROUP S.A.
www.ilcosmetics.com

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

INFECTOPHARM ARZNEIMITTEL UND
CONSILIUM GMBH
www.infectopharm.com

INNOVATE GMBH
www.innovate-de.info

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

INTERCO COSMETICS GMBH
www.interco.de

INTERLAC GMBH
www.interlac.de

INTERVALL TEXTILPFLEGEMITTEL GMBH
www.intervall.de

IWAN BUDNIKOWSKY GMBH & CO. KG
www.budni.de

J

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

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

JANSSEN COSMETICS GMBH
www.janssen-cosmetics.com

JASSEN GMBH
www.ojesh.de/de

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

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

JEMAKO PRODUKTIONSGESELLSCHAFT
MBH
www.jemako.com

JOCOS GMBH
www.jocosregensburg.de

JOHNSON & JOHNSON GMBH
www.jnjgermany.de

JOJO-HAIRCOSMETICS GMBH
www.jojo-haircosmetics.de

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

JUST INTERNATIONAL AG
www.just.ch

JÜSTRICH COSMETICS AG
www.juestrich-cosmetics.ch

K

KANEBO COSMETICS DEUTSCHLAND
GMBH
www.kanebo.de

KAO GERMANY GMBH
www.kps-hair.com

KAYMOGYN GMBH
www.deumavan.com

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

KHK GMBH
www.khkgmbh.com

KHV KOSMETIK GMBH
www.khv-kosmetik.com

KIRCHBERGER KOSMETIK GMBH
www.horst-kirchberger.de

KLAPP COSMETICS GMBH
www.klapp-cosmetics.com

KLOSTERFRAU BERLIN GMBH
www.klosterfrau.de

KNEIPP GMBH
www.kneipp.de

KOKO GMBH & CO. KG
www.dermaviduals.de

KOSMAN AG
www.kosman-ag.de

KOSMETIK KONZEPT GMBH
www.kosmetik-konzept.de

KRÄUTERHAUS SANCT BERNHARD KG
www.kraeuterhaus.de

KRYOLAN GMBH
www.kryolan.com

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

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

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

L

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

L'ORÉAL DEUTSCHLAND GMBH
www.loreal.de

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.labioshetique.de

LADY ESTHER KOSMETIK GMBH
www.ladyesther.com

LANGGUTH CHEMIE GMBH
www.langguth-chemie.de

LAVERANA GMBH & CO. KG
www.lavera.de

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

LETI PHARMA GMBH
www.leti.de

LI-IL GMBH
www.li-il.com

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

LINDE ECKSTEIN GMBH & CO. KG
www.eckstein-kosmetik.de

LIPOMAIDSAN COSMETIC PRODUCTION
GMBH
www.lipomaidsan.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 COUTURE
MAKE UP GMBH
www.long-time-liner.com

LORNAMEAD GMBH
www.lornamead.de

LOUIS WIDMER GMBH
www.louis-widmer.com

LR HEALTH & BEAUTY SYSTEMS GMBH
www.lrworld.com

LUXESS GMBH
www.luxess-group.com

LVHM PARFUMS & KOSMETIK
GMBH DIVISION DIOR

LYSOFORM DR. HANS ROSEMANN GMBH
www.lysoform.de

M

M-INDUSTRIE DEUTSCHLAND GMBH
www.mindustry.com/de/unsere-gruppe.html

M. KAPPUS GMBH & CO.
www.kappus-seife.de

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

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

MAG COSMETICS GMBH
www.mag-cosmetics.de

MANN & SCHRÖDER GMBH
www.mann-schroeder.de

MAPA GMBH
www.mapa.de

MARIA GALLAND INTERNATIONAL GMBH
www.maria-galland.com

MARY KAY COSMETICS GMBH
www.marykay.de

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

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

MEDILINE GMBH

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

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

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

MIBELLE AG - MIBELLE GROUP
www.mibelle.com

MIDI PETER ZIELKE
www.savon-du-midi.de

MIFA AG - MIBELLE GROUP
www.mibellegroup.com

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

MLV MARKENZEICHEN- UND
LIZENZVERWALTUNGS GMBH

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

MYVITALSKIN GMBH & CO. KG
www.biotulin.de

N

NELE KOSMETIK GMBH
www.nele-kosmetik.com

NEO COS SERVICE GMBH
www.neocos.com

NEUBOURG SKIN CARE GMBH & CO. KG
www.neubourg.de

NEWSHA GMBH
www.newsha.de

NICOLS INTERNATIONAL SA
www.nicols.eu

NÖLKEN HYGIENE PRODUCTS GMBH
www.noelken.eu

NOPA NORDIC GMBH
www.nopanordic.com

NUTRACOSMETIC GMBH

NUWENA GMBH
www.nuwena.de

O

OLYMP GMBH & CO. KG
www.olymp.de

OMEGA PHARMA DEUTSCHLAND GMBH
www.omega-pharma.de

ONE DROP ONLY CHEM.-PHARM.
VERTRIEBS-GMBH
www.onedroponly.de

OROCHEMIE GMBH + CO. KG
www.orochemie.de

ORPIL CHEMIE GMBH
www.orpil.de

OSCAR WEIL GMBH
www.oscarweil.de

OTTO COSMETIC GMBH
www.otto-cosmetic.de

OTTO OEHME GMBH
www.oehme-lorito.de

P

P2 KOSMETIK GMBH
www.p2cosmetics.com

PACOS GMBH
www.pacos-gmbh.de

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

PARICO COSMETICS GMBH
www.parico-cosmetics.de

PAUL HARTMANN AG
www.hartmanngruppe.info

PAUL VOORMANN GMBH
www.paul-voormann.de

PCC SE
www.pcc.eu

PETER GREVEN PHYSIODERM GMBH
www.pgp-hautschutz.de

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

PFEIFFER CONSULTING GMBH
www.pfeiffer-consulting.com

PHARMOXID ARZNEI-GMBH & CO. KG
www.ozonosan.de

PIERRE FABRE DERMOKOSMETIK GMBH
www.avene.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

POLYSTONE FORSCHUNGS GMBH

POLYSTONE CHEMICAL GMBH
www.polystone-chemical.de

POUR LEGART GMBH SOLUTIONS FOR
COSMETICS
www.pourlegart.de

PPM COSMETIC GMBH

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

PROTUCURE GMBH & CO. KG
www.protocure.de

R

RAPHAEL ROSALEE COSMETICS GMBH

RATS-APOTHEKE LOTHAR WISSEL E. K.
www.apotheker-wissel.com

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

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

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

ROSEL HEIM PRODUKTIONS GMBH
www.rosel-heim.de

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



RUDOLF DANKWARDT GMBH
www.ruda.de

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

RUFIN COSMETIC GMBH
www.rufin.de

S

S.C. JOHNSON BAMA GMBH

SALZENBRODT GMBH & CO. KG
www.collonil.com

SANDERSTROTHMANN GMBH
www.sanderstrothmann.de

SC JOHNSON GMBH
www.scjohnson.de

SCHLADITZ MILWA GMBH
www.milwa-piador.de

SCHLOSS NEUHAUS GÜLDENMOOR GMBH
www.gueldenmoor.de

SCHMEES GMBH
www.schmees-kosmetik.de

SCHÜLKE & MAYR GMBH
www.schuelke.com

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

SEBAPHARMA GMBH & CO. KG
www.sebamed.de

SEGER WASCH- UND REINIGUNGS-
MITTEL GMBH

SENZORA B.V.
www.senzora.com

SHISEIDO GROUP GERMANY GMBH
www.shiseido.de

SIMILASAN AG
www.similasan.com

SINGER KOSMETIK GMBH
www.singer-kosmetik.de

SIXTUS WERKE SCHLIERSEE GMBH
www.sixtus.de

SKIN CARE MANUFAKTUR GMBH

SODASAN WASH- UND
REINIGUNGSMITTEL GMBH
www.sodasan.com

SONAX GMBH
www.sonax.de

SONETT GMBH
www.soneff.eu

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

SPECIAL COSMETICS EURL

SPEICK NATURKOSMETIK WALTER RAU
GMBH & CO. KG SPEICKWERK
www.speick.de

SPINNRAD GMBH
www.spinrad.de

STADA ARZNEIMITTEL AG
www.stada.de

STEINFELS SWISS GMBH
www.steinfels-swiss.ch

STERN-WASCHMITTEL GMBH
www.sternwaschmittel.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

TEMMENTEC AG
www.temmentec.ch

TETENAL EUROPE GMBH
www.tetenal.com

THE POWDER COMPANY AG
www.thepowdercompany.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

UNIGEMA COSMETICS &
PHARMACEUTICALS GMBH
www.unigema.de

UNILEVER DEUTSCHLAND GMBH
www.unilever.de

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

UNITED SALON TECHNOLOGIES GMBH
www.tondeo.de

URSULA RATH GMBH
www.rath.de

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

VINKA GMBH

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

VITALKIND GMBH
www.vitalkind.de

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

W

WACHSFABRIK SEGEBERG GMBH
www.wachsfabrik.de

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

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

WALA HEILMITTEL GMBH
www.wala.de

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

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

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

WAREG VERPACKUNGS-GMBH
www.wareg-gmbh.de

WECKERLE GMBH
www.weckerle.com

WELEDA AG
www.weleda.de

WEPOS CHEMIE GMBH
www.wepos-chemie.de

WERNER & MERTZ GMBH
www.werner-mertz.de

WERNER SCHNEIDER GMBH
www.kosmetik-toelz.de

WET WIPES INTERNATIONAL S.R.O.
www.wet-wipes-international.com

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

WHITESMILE GMBH
www.whitesmile.de

WIDDER GMBH & CO. KG
www.widder.eu

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

AIR PRODUCTS SCHLÜCHTERN GMBH
www.airproducts.com/rovi

ALLNEX BELGIUM SA/NV
www.allnex.com

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.brunobock.de

BTC EUROPE GMBH
www.btc-europe.com

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

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

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

**DSM NUTRITIONAL PRODUCTS
EUROPE LTD.**
www.dsmnutritionalproducts.com

GATTEFOSSÉ (DEUTSCHLAND) GMBH
www.gattefosse.com

GENENCOR INTERNATIONAL B. V.
www.genencor.com

GLORY ACITVES GMBH
www.gloryactives.de

HUNTSMAN P&A GERMANY GMBH
www.huntsman.com

IMCD DEUTSCHLAND GMBH & CO. KG
www.imcdgroup.com

IMPAG IMPORT GMBH
www.impag.de

LANXESS DEUTSCHLAND GMBH
www.lanxess.com

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

LONZA COLOGNE GMBH
www.lonza.com

MANI GMBH
www.mani-gmbh.com

NHU EUROPE GMBH
www.nhu-eu.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

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

SASOL GERMANY GMBH
www.sasolgermany.de

SCHILL + SEILACHER GMBH
www.schillseilacher.de

SEIDEL GMBH & CO.
www.seidel.de

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

SYMRISE AG
www.symrise.com

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



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



GDCh
Gesellschaft Deutscher Chemiker e.V.



BLL
Bund für Lebensmittelrecht und
Lebensmittelkunde e.V.



GINETEX GERMANY
The National Association for Textile Care Labelling



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



IVDK
Informationsverbund Dermatologischer Kliniken



DUFTSTARS
Fragrance Foundation 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



VEREINIGUNG DER HESSISCHEN
UNTERNEHMERVERBÄNDE

VHU

Vereinigung der hessischen
Unternehmerverbände e.V.

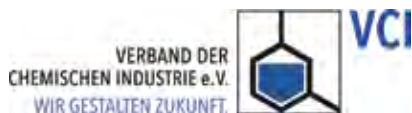


SMC

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

DKMS  **LIFE**

DKMS LIFE

Kosmetikseminare für krebserkrankte Frauen

International



A. I. S. E.

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



Cosmetics Europe –
The Personal Care Association

Geschäftsstelle



Geschäftsführung und Verwaltung

Kerstin Weiß

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

Gisela Malicke

Buchhaltung
T +49. 69. 25 56-13 27
gmalicke@ikw.org

Thomas Keiser

Geschäftsführer
T +49. 69. 25 56-13 21
tkeiser@ikw.org

Simone Geyer

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

Karen Kumposcht

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

Bereich Schönheitspflege

Dipl.-Ing. Birgit Huber

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

Dr. Klaus Rettinger

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

Heike Fisch

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



Bereich Haushaltspflege

Dr.-Ing. Thorsten Kessler

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

Dr.-Ing. Bernd Glassl

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

Susanne Seidel

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

Annke Brauer

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

Bereich Recht und Verpackung

RA Matthias Ibel

Leitung
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
www.twitter.com/ikw_org

BILDNACHWEIS

von oben nach unten / links nach rechts

Titelseite: iStock / PeopleImages; iStock / PIKSEL; iStock / simarik; iStock / RyanJLane; **Rückseite:** iStock / PeopleImages; iStock / petrunjela; IKW / Kape Schmidt; iStock / Ivanko_Brnjakovic; **Seite 4:** Adrian Bedoy; **Seite 6:** iStock / Todor Tsvetkov; **Seite 7:** iStock / andresr; iStock / Sam Edwards; iStock / jakkapan21; iStock / Todor Tsvetkov; IKW / Dennis Möbus; iStock / sankai; **Seite 8:** iStock / andresr; **Seite 9:** Gerhard Hirsch; **Seite 10:** iStock / PeopleImages; **Seite 11:** iStock / PeopleImages; **Seite 12:** iStock / nd3000; R Rosendahl; **Seite 14:** iStock / Todor Tsvetkov; **Seite 15:** Christian Lindner; **Seite 16:** Katharina Lux; **Seite 17:** Bernd Georg; Heiner Beckmann; Bernd Georg; Bernd Georg; **Seite 18:** Berner Design; **Seite 19:** IKW; IKW; **Seite 20:** Bernd Georg; Procter & Gamble; **Seite 21:** Hagen Wolf; BR&U / Jan Van de Vel; **Seite 22:** IKW; IKW; IKW; IKW; Sera Zöhre Kurc; IKW; Sera Zöhre Kurc; Sera Zöhre Kurc; **Seite 23:** IKW; Berner Design; IKW; IKW; Ernst Stratmann; Bernd Georg; Hans-Jürgen Herrmann; IKW; IKW; IKW; BR&U Jan Van de Vel; **Seite 24:** iStock / Sam Edwards; **Seite 26:** Bernd Georg; **Seite 27:** iStock / PeopleImages; **Seite 28:** iStock / YekoPhotoStudio; **Seite 29:** iStock / PeopleImages; **Seite 30:** IKW; **Seite 31:** Hans-Jürgen Herrmann; Hanns Hatt; **Seite 32:** Katharina Lux; Katharina Lux; **Seite 33:** IKW; **Seite 34:** iStock / 97; **Seite 35:** Fotolia / Kzenon; **Seite 36:** IKW / Dennis Möbus; **Seite 37:** Jens Lönneker; **Seite 38:** Gerhard Hirsch; **Seite 39:** HTW Berlin / Camilla Rackelmann; **Seite 40:** Peter Himsel; Noel Tovia Matoff; **Seite 41:** IKW / FORUM WASCHEN; **Seite 44:** IKW / Dennis Möbus; **Seite 45:** iStock / RyanJLane; **Seite 47:** IKW / Kape Schmidt; Gebhard Bücken; **Seite 48:** IKW / Dennis Möbus; iStock / simarik; **Seite 49:** iStock / monkeybusinessimages; iStock / PeopleImages; **Seite 52:** Susie Knoll; Andreas Hensel; Noel Tovia Matoff; **Seite 53:** Marcus Gloger; vzbv / Gert Baumbach; Gabriel Felbermayr; Petra Schäfer; **Seite 54:** iStock / sankai; **Seite 57:** iStock / kupicoo; **Seite 58:** iStock / shironosov; **Seite 62:** Fotolia / IrisArt; **Seite 70:** IKW / Gerhard Hirsch; IKW / Gerhard Hirsch; IKW / Gerhard Hirsch; IKW / Gerhard Hirsch

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

28. Februar 2018



Wir sagen Danke für die gute Zusammenarbeit in den letzten 50 Jahren.



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

