

Jahresbericht 2022.2023

IKW[®]
SCHÖNER.LEBEN.



INDUSTRIEVERBAND
Körperpflege- und Waschmittel e.V.



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 440 kleinen, mittelständischen und großen Unternehmen aus den Bereichen Schönheits- und Haushaltspflege in Deutschland. Die Branche erzielte im abgelaufenen Jahr einen Umsatz von über 18 Milliarden Euro und stellt ca. 500.000 Arbeitsplätze in der Wertschöpfungskette. Die Mitgliedsunternehmen decken etwa 95 Prozent des Marktes ab.

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

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



Liebe Leserinnen,
liebe Leser,

Endlich! Kino, Konzerte, Familienfeiern – all das ist seit diesem Frühjahr wieder ohne Einschränkungen möglich. Die Menschen haben Lust auf Begegnungen. Dazu gehört auch, persönlichen Stil und Ausstrahlung in der realen Welt wieder zur Geltung zu bringen. An den Ladenkassen hat sich dieser Trend im Jahr 2022 schon deutlich bemerkbar gemacht. Für Düfte, Lippenstift, Mascara & Co haben die Verbraucherinnen und Verbraucher wesentlich mehr ausgegeben als in den Vorjahren.

Die Krise ist vorbei. Und wir sind mitten in der Krise.

Kein Impfstoff und keine Maske schützen uns und die Staatengemeinschaft vor den Folgen des Überfalls Russlands auf das Nachbarland Ukraine. Seit dem 24. Februar 2022 haben sich damit auch die Hoffnungen auf eine Wirtschaftsbelebung nach den pandemiebedingten Einschränkungen zerschlagen. Stattdessen: Energiekrise, gestörte Lieferketten, Inflation. Und die Konsumlaune ist im Keller. Viele, die unbelastet von Ansteckungsorgen wieder einkaufen könnten, drehen jeden Euro zweimal um. An Schönheit und Sauberkeit wollen die Menschen allerdings auch in der Krise nicht sparen. Unsere Produkte

sind – das beweist ein Umsatzplus von 7,9 Prozent für das vergangene Jahr – für das Leben unverzichtbar.

Die IKW-Mitglieder haben trotz starker Belastungen ihre Rolle als zuverlässige Partner erfüllt. Handelskunden und Privathaushalte können sich auf uns verlassen: Wir liefern! Auch in der Gesamtbetrachtung hat sich die deutsche Wirtschaft in der Energiekrise als robust erwiesen. Die von einigen Fachleuten erwartete tiefe Rezession ist ausgeblieben. Zwischenzeitlich hat sich die Lage auf den Energiemärkten entspannt und verschafft den Unternehmen wieder mehr Handlungsspielraum. Wirtschaftsinstitute und der Internationale Währungsfonds gehen deshalb auch für das Jahr 2023 nicht mehr von einer schrumpfenden Wirtschaft aus, sondern erwarten sogar ein minimales Wachstum.

Dem stehen allerdings große Unwägbarkeiten gegenüber. Der Krieg in der Ukraine kann noch weitere reichende Folgen haben und damit die wirtschaftliche Erholung zunichte machen. Die IKW-Mitglieder sind entsprechend zurückhaltend mit ihren Erwartungen und sehen weiterhin hohe Kosten und schwierige Rohstoffbeschaffung als größte Herausforderungen für das laufende Jahr. Die für die internationalen Wertschöpfungsketten besonders wichtige Konjunkturbelebung in China wird noch von den Nachwirkungen der dortigen Null-Covid-Politik und

Problemen auf dem Immobilienmarkt gebremst. Und schließlich müssen wir weiter mit möglichen neuen Infektionswellen als Störfaktor rechnen. Auch für unsere Branche sind also Voraussagen zur wirtschaftlichen Entwicklung in diesem Jahr besonders schwer zu treffen. Wir bleiben aber optimistisch: Die im Dezember prognostizierten 2,5 Prozent Umsatzwachstum stehen.

In der Dauerkrise der vergangenen drei Jahre haben die IKW-Unternehmen enorme Widerstandsfähigkeit bewiesen. Und das Krisenmanagement wird voraussichtlich weiter unsere ganze Aufmerksamkeit fordern. Das ändert aber nichts daran, dass die Unternehmen auch die langfristigen Zukunftsaufgaben konsequent im Blick behalten: Klimaschutz und Nachhaltigkeit haben für IKW-Mitglieder hohe strategische Priorität.

Die unternehmensübergreifenden Initiativen und Erfolge sind vielfältig. Details dazu finden Sie auf den Seiten 24, 25 in diesem Bericht. Einige wenige seien hier beispielhaft genannt: So konnten die Mitglieder der europäischen Initiative Nachhaltiges Waschen und Reinigen den Kohlendioxidausstoß in der Produktion seit dem Jahr 2006 auf die Hälfte reduzieren. Der Bereich Haushaltspflege im IKW informiert seit demselben Jahr über diese und andere erzielte Verbesserungen in regelmäßig veröffentlichten Nachhaltigkeitsberichten. Zum Nachhaltigkeitsengagement in der Sparte Schönheitspflege zählt die industrieweite Selbstverpflichtung, auf die Verwendung fester Kunststoffartikel in Produkten zu verzichten und damit einen Beitrag zum Gewässerschutz zu leisten. Beim EcoBeautyConsortium, an dem in Europa über 30 Hersteller und Verbände beteiligt sind, geht es beispielsweise um die Einführung eines einheitlichen Bewertungssystems zur Berechnung des jeweils produktspezifischen Umweltfußabdrucks kosmetischer Mittel. Und die europäische Nachhaltigkeitsinitiative *Commit for Our Planet* von Cosmetics Europe bündelt die Nachhaltigkeitsaktivitäten der Kosmetikunternehmen, um sich gemeinsam für Umwelt und Klima stark zu machen. Für maximale Transparenz

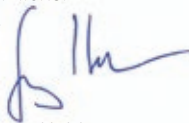
sorgt zudem die europäische Inhaltsstoffdatenbank COSMILE Europe: Wer wissen will, was drin ist in seinem Kosmetikprodukt, kann sich online schnell und bequem über kosmetische Inhaltsstoffe informieren.

Ökologische Kaufentscheidungen zu treffen, fällt immer leichter. Im Handel gibt es heute viele Produkte, die sich mit geringem Wasser- und Energieverbrauch anwenden lassen oder andere besondere Umwelteigenschaften aufweisen. Dahinter steht die kontinuierliche Forschungs- und Entwicklungsarbeit der Hersteller. Unsere Produkte kommen mit immer weniger Verpackungsmaterial aus und verursachen damit geringere Emissionen beim Transport. Viele der schützenden Hüllen sind für das Recycling optimiert. Immer mehr Kunststoffverpackungen werden außerdem teilweise oder vollständig aus Rezyklat hergestellt.

Mein Fazit aus inzwischen fast drei Jahren Ausnahmezustand: Es gelingt unserer Industrie, auch in unruhigem Fahrwasser Kurs zu halten. Wir können mit Krisen umgehen. Aber auch wenn besondere wirtschaftliche Hindernisse zu überwinden sind, handeln wir konsequent verantwortungsbewusst. Nachhaltigkeit ist für uns kein Schönwetterthema, sondern zählt zu unseren Kernaufgaben und unserem Selbstverständnis. Dabei können wir auch in Zukunft auf unsere größte Stärke bauen: Mit unseren Leistungen und Produkten erfüllen wir täglich millionenfach Wünsche, weil zu einem guten Leben eben für fast alle Menschen ganz wesentlich auch die Freude an Schönheit und einem gepflegten Zuhause gehört. Und das zählt in turbulenten Zeiten umso mehr.

Herzlichst

Ihr



Georg Held

Vorsitzender

Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e.V.



Inhalt

Zur Situation S. 4



 **Wirtschaftliche Entwicklung** S. 8

- ↳ Schönheits- und Haushaltspflegemittelmarkt Deutschland 2022
- ↳ Gemischte Aussichten für 2023

 **Schönheitspflege** S. 28

- ↳ European Green Deal
- ↳ Kooperation & Dialog
- ↳ Friseure

 **Die Welt & Europa** S.52

- ↳ Unsere Arbeit in Europa



 **Fachübergreifende Aktivitäten** S. 14

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

 **Haushaltspflege** S. 40

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

 **Gremien** S. 58

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

Gutes Aussehen, gepflegte Kleidung und ein schönes Zuhause sind den Menschen in Deutschland auch in schwierigen Zeiten wichtig. Entsprechend deutlich fiel das Umsatzwachstum der Schönheitspflege- und Haushaltspflegeindustrie im Jahr 2022 aus: Der Wert der im In- und Ausland verkauften Kosmetika und der Wasch-, Pflege- und Reinigungsmittel stieg um 7,9 Prozent auf 30,1 Milliarden Euro – ein neuer Höchststand.

Besonders kräftig legte der Exportumsatz zu, der ein Plus um 15,6 Prozent auf 10,6 Milliarden Euro erzielte. Die wirtschaftliche Lage der Unternehmen hat sich dennoch stark eingetrübt. Hauptgrund ist die Kostensteigerung bei Energie und Rohstoffen. Die überwiegend mittelständisch geprägte Branche steht inzwischen stark unter Druck.

Im Rahmen einer Umfrage unter IKW-Mitgliedsunternehmen nannten 82 Prozent der teilnehmenden Unternehmen die Kostenlasten als größte wirtschaftliche Herausforderung. Über die Hälfte nannte in dem Zusammenhang die schwierige Rohstoffbeschaffung und gestörte Lieferketten.

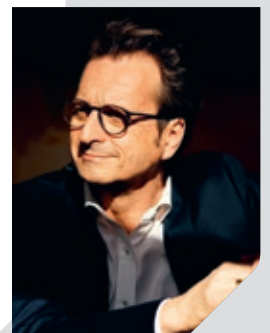
„Gestiegene Kosten und erhöhter Aufwand durch immer mehr Regulierung und Bürokratie machen unseren Unternehmen zu schaffen. Unsere Branche stößt an Belastungsgrenzen. Schnelle Entlastung, Bürokratieabbau und Augenmaß bei Regulierungen sind jetzt gefordert.“

Thomas Keiser, Geschäftsführer, IKW



„Das erodierende Vertrauen in die Politik und die Substanz des Landes führt dazu, dass die Verbraucher derzeit alles auf den Prüfstand stellen und auch ihr Verhältnis zu Marken und Dienstleistungen neu bewerten.“

Stephan Grünewald,
Geschäftsführer, rheingold institut

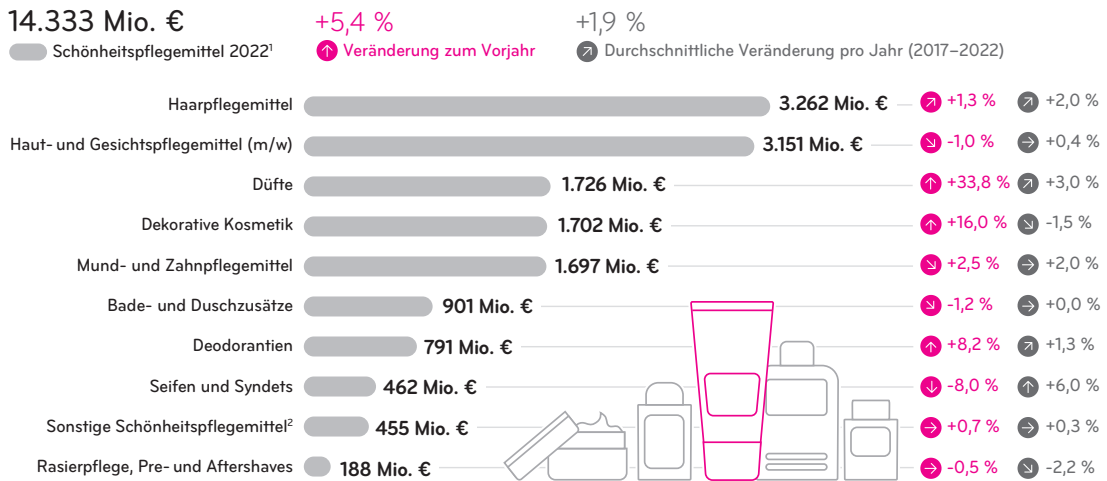


SCHÖNHEITS- UND HAUSHALTPFLEGE IM JAHR 2022 SIND EIN STABILITÄTSANKER



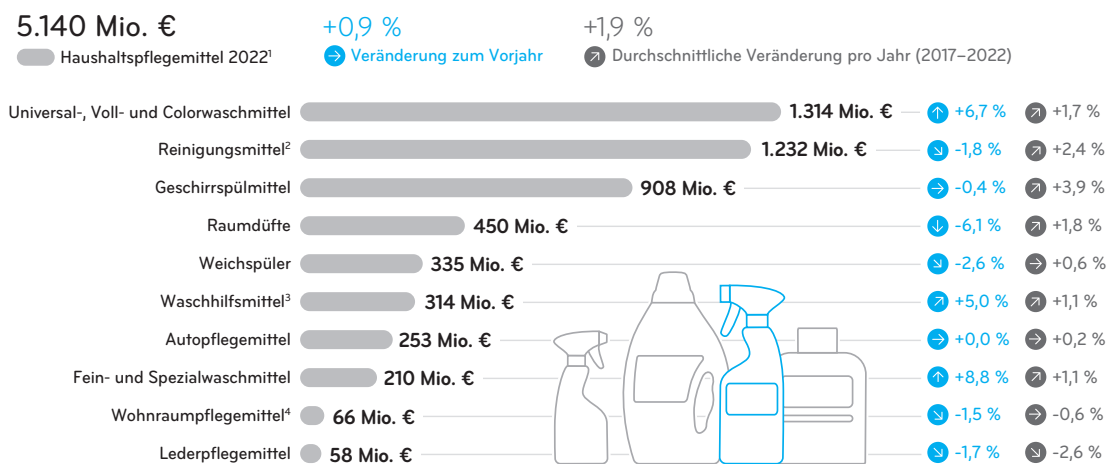
Quelle: 1) IKW-Hochrechnung auf Basis von GfK (Jan. – Sept. 2022) und eigenen Erhebungen;
2) IKW-Hochrechnung auf Basis von Statistischem Bundesamt (Jan. – Aug. 2022)

SCHÖNHEITSPFLEGEMITTEL-MARKT WÄCHST DEUTLICH, VOR ALLEM AUSSER-HAUS-PRODUKTE



Marktzahlen Schönheitspflege: Stand: 8.12.2022; 1) IKW-Hochrechnung Gesamtmarkt auf Basis von GfK (Jan.-Sept. 2022) und eigenen Erhebungen;
2) Fußpflegemittel, Enthaarungsmittel, Babypflegemittel ohne Shampoo/Bade-/Duschzusätze/Seifen

HAUSHALTPFLEGEMITTEL-MARKT STABIL AUF HOHEM NIVEAU



Marktzahlen Haushaltspflege: Stand: 8.12.2022; 1) IKW-Hochrechnung Gesamtmarkt auf Basis von GfK (Jan.-Sept. 2022) und eigenen Erhebungen;
2) Bad-, Sanitär-, Glas-, Fenster-, Haushaltsreiniger; Rohr-, Abflussreiniger; Spezialreiniger (Ofen, Kalk, Metall); WC-Reiniger und -Stein; 3) Flecken-, Imprägnier-, Vorwasch-, Einweichmittel, Bleichen, Stärken, Bügelhilfen, Textilentfärbler; 4) Reinigungs- und Pflegemittel für Fußböden, Steine, Möbel und Polituren



Schönheits- und Haushaltspflegemittelmarkt Deutschland 2022

Produkte der im Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel (IKW) organisierten Unternehmen bleiben ganz oben auf den Einkaufszetteln – auch wenn die Verbraucherinnen und Verbraucher unter dem Eindruck von Inflation und Zukunftssorgen generell weniger Lust auf Einkaufen haben.

Im Inland gaben Shopperinnen und Shopper für Körperpflege und Kosmetika 14,3 Milliarden Euro aus. Das sind 5,4 Prozent mehr als im Vorjahr. Als Renner an den Ladenkassen erwiesen sich insbesondere Düfte (plus 33,8 Prozent) und Deos (plus 8,2 Prozent). Mascara, Lippenstift, Nagellack und alle anderen dekorativen Kosmetikprodukte schlagen mit 16 Prozent mehr Umsatz zu Buche. Ausreißer nach unten waren Seifen und Syndets mit minus 8 Prozent.

Diese Produkte waren im ersten Pandemiejahr 2020 besonders stark nachgefragt und sind bislang offenbar noch nicht ganz verbraucht. Kino, Theater, Freunde treffen oder wieder ins Büro gehen: Saubere und gepflegte Kleidung gehört dazu. Entsprechend stark war die Nachfrage nach Waschmitteln aller Art. Für Fein- und Spezialwaschmittel gaben die Menschen 8,8 Prozent mehr aus. Universal-, Voll- und Colorwaschmittel erzielten mit plus 6,7 Prozent und Waschlösungsmittel mit plus 5,0 Prozent ebenfalls deutliche Umsatzzuwächse. Leicht rückläufig waren dagegen Wohnraum- und Geschirreiniger oder Raumdüfte, die im Pandemiejahr 2021 noch stark nachgefragt waren. Insgesamt registrierten

„Es wird entscheidend sein, den hohen Produktnutzen von Marken mit Werthaltungen aufzuladen.“

Dr. Robert Kecskes, Insights Director, GfK SE



die Kassen des Einzelhandels im Inland für Haushaltspflegeprodukte einen um 0,9 Prozent auf 5,1 Milliarden Euro gestiegenen Verkaufswert.

Wie schon in den Vorjahren wird jeder achte Euro, der heute im deutschen Lebensmittelhandel umgesetzt wird, für Schönheits- und Haushaltspflege ausgegeben. Somit entfällt auf Deutschland der mit Abstand größte Anteil des europäischen Gesamtmarkts von über 134 Milliarden Euro Umsatz – vor Großbritannien, Frankreich, Italien und Spanien.

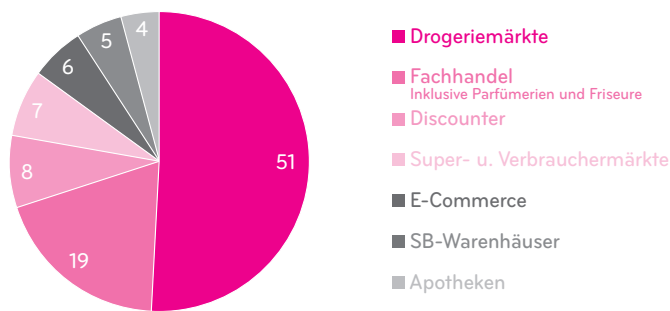
„Die Verbraucher geben den Kurs vor und entscheiden über die Zukunft der Unternehmen und ihrer Produkte. 2023 werden Verbraucher neue Akzente setzen, die Unternehmen kennen müssen. Denn nur, wer die Bedürfnisse der Verbraucher versteht und beantwortet, wird auch in Zukunft erfolgreich sein.“

Linda Lichtmeß, Consultant,
Euromonitor International

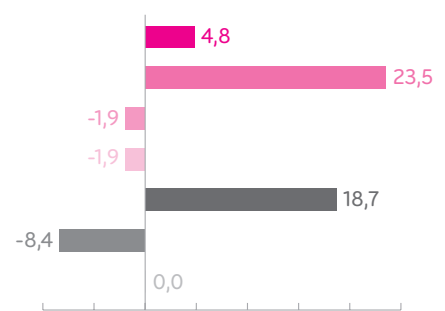


SCHÖNHEITS- UND HAUSHALTSPFLEGE:
UMSATZBEDEUTUNG EINZELNER HANDELSKANÄLE 2022

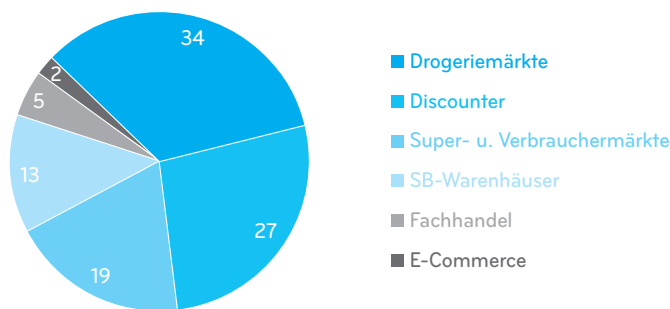
Marktanteile Wert in %



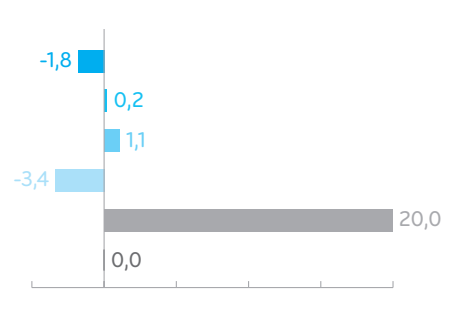
Veränderung Umsatz vs. Vorjahr in %



Marktanteile Wert in %



Veränderung Umsatz vs. Vorjahr in %



Quelle: IKW-Hochrechnung 2022 auf Basis GfK und eigenen Erhebungen.

Gemischte Aussichten für 2023



Mit Blick auf die weiter steigenden Kosten und die möglichen Auswirkungen einer für das kommende Jahr vorhergesagten Rezession fällt den Unternehmen eine Prognose zur Geschäftsentwicklung schwer.

Eine Entspannung der Rohstoff- und Energiemärkte ist derzeit nicht absehbar. Bei allen Unsicherheiten ist die Branche dennoch optimistisch, dass sie mit ihren Leistun-

gen und Produkten weiterhin auf hohe Kaufbereitschaft der Verbraucherinnen und Verbraucher stoßen wird. Daher wird ein Umsatzwachstum von 2,5 Prozent für das Jahr 2023 prognostiziert.

„Die Zukunft gehört den Mutigen, die mit Zweck und Ziel vorangehen.“

Prof. Franz-Rudolf Esch,
ESCH. The Brand Consultants GmbH



Stimmungsbild 2022: Besorgnis aufgrund der Rahmenbedingungen in der **Schönheits-** und **Haushaltspflege**-Industrie



Marktentwicklung

14 % (VJ 42 %) der befragten Unternehmen beurteilen die Marktentwicklung mit gut/sehr gut, 51 % (VJ 47 %) mit durchschnittlich, 35 % (VJ 11 %) mit schlecht/sehr schlecht



Preise/Inflation

82 % (VJ –) der Befragten sehen eine starke oder sehr starke Belastung durch die Energie- & Rohstoffpreise und Inflation



Investitionen

42 % (VJ 50 %) der Befragten erwarten größere Investitionen



Job-Entwicklung

25 % (VJ –) erwarten Stellenaufbau
20 % (VJ –) erwarten Stellenabbau



Wichtige Kanäle

- E-Commerce
- Drogeriemärkte
- Discounter



Existenzbedrohung

17 % (VJ –) der Befragten sehen die Existenz ihres Unternehmens bedroht.





Fachübergreifende Aktivitäten

Anhaltend hohes Verbraucher- und Medieninteresse

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

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

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.

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

„Der IKW bringt sich aktiv in die Nachhaltigkeitsdiskussion ein und zeigt konstruktive Ansätze für eine Nachhaltigkeitsstrategie für Chemikalien auf.“

Christian Lindner, Bundesminister der Finanzen



„Wir sehen, wie wichtig mittelfristig eine Transformation ist. Und deswegen möchte ich mich bedanken. Sie sind Vorreiter. Sie haben sich schon auf den Weg gemacht. Und das ist besonders wichtig, da Ihre Produkte ein unverzichtbarer und selbstverständlicher Teil unseres täglichen Lebens sind.“

Michael Kellner, Parlamentarischer Staatssekretär, Mittelstandsbeauftragter der Bundesregierung, Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz, in seiner Videobotschaft zur IKW-Mittelstandstagung am 27. September 2022



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



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

Mitgliederversammlung

Die ordentliche IKW-Mitgliederversammlung 2022 fand im Mai in Wiesbaden statt.

Der BGB-Vorstand, bestehend aus Georg Held, Gabriele Hässig und Christoph Harras-Wolff, wurde wiedergewählt.

BGB-Vorstand des IKW und Geschäftsführer



Georg Held
Vorsitzender,
L'Oréal Deutschland GmbH



Gabriele Hässig
stellvertretende Vorsitzende,
Procter & Gamble Service GmbH



Christoph Harras-Wolff
Schatzmeister,
Dr. Kurt Wolff GmbH & Co. KG



Thomas Keiser
Geschäftsführer

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.

Schwerpunkt der Herbsttagung 2022 war das Thema „Zeitenwende – Fokus Beschaffung“. Zu Beginn lobte der Mittelstandsbeauftragte der Bundesregierung Michael Kellner in einer Videobotschaft die Schönheits- und Haushaltspflegebranche für ihr großes Nachhaltigkeitsengagement. Im Anschluss zeigte Dr. Robert Kecskes, In-

sights Director GfK, neueste Details der Marktentwicklung auf. Anschließend beschrieb Alexander Hornikel von der Unternehmensberatung Kloepfel Consulting Beschaffungsstrategien in der Krise. Jens Hildebrandt von der AHK China beleuchtete live aus Peking, wie China die Situation in Absatz und Beschaffung verändert, während Annette Martens am Beispiel von Henkel aufzeigte, wie ihr Unternehmen Beschaffungslösungen sucht. Am Nachmittag stellte John Grewe, Geschäftsführer Markant Deutschland, vor, wie sich Rohstoffknappheit aus Handelssicht darstellt, und abschließend gab Dr. Peter Tauber, Parlamentarischer Staatssekretär a. D. und früherer CDU-Generalsekretär, Anregungen zum Thema „Die Welt, Deutschland und der Mittelstand“.

Die Frühjahrstagung 2023 unter dem Motto ‚Unternehmensführung in turbulenten Zeiten – Perspektive Zukunft‘ startete mit einem Impulsvortrag von Bert Martin Ohnemüller zum Thema Veränderung. Danach erklärte Stephan Grünwald vom rheingold Institut die Marktpsychologie



IKW-Mittelstandstagung, 27. September 2022, Bad Homburg

in Unsicherheit. Anschließend führten die Gründer des IKW-Mitgliedsunternehmens Oyess Beauty GmbH, Anna Breidt und Frank Hoffmann, aus, wie sie mit ihrem Start-up erfolgreich Hürden gemeistert haben. Nach einem Vortrag zu den Zukunftsherausforderungen des Handels von Nik van der Beek und Mattia Miglio Alibaba.com, beleuchtete Professor Dr. Gunther Olesch zum Ende des Vormittags Kernaufgaben des Personalmanagements. Am Nachmittag sprach Linda Lichtmeß, Euromonitor, über globale Verbrauchertrends und Dr. Robert Kecskes, Insights Director GfK, beschrieb abschließend, was es für den Markterfolg in der Zukunft braucht.

„Der IKW ist gerade für uns Mittelständler der wichtigste Verband. Die überwiegende Anzahl der Mitglieder sind mittelständische Unternehmen. Durch den Corona-bedingten Ausfall der beliebten Mittelstandstagungen freuen sich viele Unternehmen, endlich wieder einen persönlichen Kontakt pflegen zu können. Die vom Staat unterstützten Markterschließungsprogramme finden auch bei unseren mittelständischen Mitgliedern guten Anklang.“



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



Beispiele Referenten:

Handel:

- Christoph Werner (dm)
- Raoul Roßmann (Rossmann)
- Petra Schäfer (Globus)
- Markus Buntz (Bünting)
- Karl Wehner (Alibaba)
- John Grewe (MARKANT Deutschland)
- Sebastian Bayer (dm)
- Nik van der Beek & Mattia Miglio (Alibaba)

Politik/Behörden:

- Christian Wulff (Bundespräsident a.D.)
- Christian Lindner (FDP)
- Andreas Mundt (Bundeskartellamt)
- Michael Kellner (Parlamentarischer Staatssekretär, Mittelstandsbeauftragter der Bundesregierung)
- Dr. Peter Tauber (Parlamentarischer Staatssekretär a.D. und früherer CDU-Generalsekretär)

Marktforschung:

- Dr. Robert Kecskes (GfK)
- Yvonne Hornung (Nielsen)
- Ines Imdahl (Lönneker & Imdahl rheingold salon)
- Filip Hoffmann-Häußler (Euromonitor)
- Stephan Grünewald (rheingold Institut)
- Matthias Horx (Zukunftsinstitut)

Beratung/Institute:

- Alexander Thiel (McKinsey)
- Thorsten de Boer (Roland Berger)
- Dr. Dirk Mundorf (Egon Zehnder)
- Prof. Gabriel Felbermayr (ifo)
- Jürgen Matthes (iwd)
- Prof. Dr. Karl-Rudolf Korte (NRW School of Governance)
- Europa Bendig (STURM und DRANG)
- Prof. Dr. Franz-Rudolf Esch (ESCH, The Brand Consultants)

Industrie:

- Jörn Harguth (Dr. Wolff Gruppe)
- Felix Krohn (delta pronatura Dr. Krauss & Dr. Beckmann)
- Annette Martens (Henkel)

Presse/Sonstige:

- Bernd Biehl (Lebensmittelzeitung)
- Sascha Lobo
- Anselm Bilgri

Auslandsgeschäft



Geschäftsanhaltungsreise Japan, AHK Tokyo Oktober 2022

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 Klimaschutz für die Messeauftritte mittelständischer Mitgliedsunternehmen des IKW außerhalb der Europäischen Union. Diese „German Pavilions“ ermöglichen es den Unternehmen, sich und ihre Produkte auf individuellen Firmenständen zu präsentieren. Dabei sind die ausstellenden Firmen in die Infrastruktur eines deutschen Gemeinschaftsstandes integriert und können unter dem nach wie vor anerkannten Qualitätsversprechen „Made in Germany“ firmieren. Zudem profitieren sie von einer umfassenden Betreuung und Beratung und einem gemeinsamen „Information & Service Point“ vor Ort. Darüber hinaus werden die Veranstaltungen durch ein breites Portfolio an Maßnahmen wie Pressekonferenzen, Incentive-Veranstaltungen für Messebesucher, Ton- und Bildwerbematerial, Kundenzuführung und Besuche amtlicher deutscher Ver-



„Unsere IKW-Mitgliedschaft hat schon in kurzer Zeit zahlreiche Kontakte, spannende Geschäftsimpulse und gute Unterstützung bei der Erschließung neuer Märkte gebracht.“

Anna Breidt, CEO & Co-Founder
OYESS Beauty GmbH

treter an den Messeständen unterstützt. 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 war zuletzt bei den folgenden Fachmessen engagiert: Beautyworld Middle East in Dubai, Cosmoprof Asia Hongkong als Singapore ‚Special Edition‘ und Cosmoprof Bologna. Situationsbedingt wurden in den letzten Monaten einige Messen abgesagt, z. B. China Beauty Expo in Shanghai, bzw. als Onlineformat angeboten.



Geschäftsanhaltungsreise Vietnam, AHK Hanoi, November 2022

Markterschließung

Zusätzlich zu den Messe-Aktivitäten initiiert der IKW vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz geförderte Markterschließungsmaßnahmen für priorisierte Exportregionen. Bisher wurden Geschäftsanhaltungsreisen nach Brasilien, Japan, Indonesien, Indien, Chile, Australien, Taiwan, Vietnam und zusätzlich online auch mit Israel, Kanada und Korea durchgeführt. Dabei wurden in Zusammenarbeit mit den Handelskammern vor Ort Mitgliedsunternehmen und potenzielle lokale Partner zu individuellen Gesprächen zusammengebracht. Die teilnehmenden Unternehmen ließen sich zunächst über lokale Marktbesonderheiten informieren, konnten ihr Unternehmen präsentieren und dann zu konkreten Geschäftsterminen mit interessierten Kooperationspartnern in Kontakt treten. Weitere physische Reisen auf die Philippinen und nach Israel sind in Vorbereitung. Für sein Markterschließungsprogramm ist der IKW mehrfach ausgezeichnet worden. Unter anderem ist er von der Deutschen Gesellschaft für Verbandsmanagement e.V. (DGVM) für den Innovationspreis Verband des Jahres nominiert worden und hat den International Association Award verliehen bekommen.



Daten zur weltweiten Marktattraktivität

Seit Ende 2020 stehen den IKW-Mitgliedern aktualisierte Euromonitor-Daten zur weltweiten Marktattraktivität zur Verfügung. Ein detaillierter Marktbericht gibt einen Überblick über die Top-5-Länder. Darüber hinaus können Rankings zur Marktattraktivität für verschiedene Produktsegmente erstellt werden. Dabei lassen sich sowohl die einzelnen Marktattraktivitäten anhand zahlreicher Kriterien individuell definieren als auch die attraktivsten Zielländer ermitteln.

Freiverkäuflichkeitszertifikate

Viele Länder außerhalb der EU oder der EFTA fordern bei der Einfuhr kosmetischer Mittel so genannte Freiverkäuflichkeitszertifikate. Mit diesen Zertifikaten wird den Firmen bescheinigt, dass die für die Einfuhr ins Drittland vorgesehenen kosmetischen Mittel (oder ggf. WPR-Produkte) den geltenden nationalen gesetzlichen Bestimmungen und dem EU-Recht entsprechen. Der IKW erstellt solche Exportzertifikate für seine Mitgliedsfirmen. Die Erstellung beinhaltet auch die Beglaubigung der IKW-Unterschrift durch die Industrie- und Handels-

„Der IKW engagiert sich im besonderen Maße für die internationale Geschäftsentwicklung seiner Mitgliedsunternehmen. Die Kooperation mit dem IKW im Rahmen des BMWK-Markterschließungsprogramms hat Vorbildcharakter. Die Unternehmen der Branche erhalten durch das Engagement des IKW auf ihre Erfordernisse zugeschnittene Förderangebote für die Erschließung relevanter Auslandsmärkte.“



Christian Tippelt, Germany Trade and Invest, Leiter der Geschäftsstelle Markterschließung (BMWK-Markterschließungsprogramm)

kammer Frankfurt am Main. Unter bestimmten Voraussetzungen ist auch für deutsche Nichtmitgliedsfirmen die Ausstellung von Freiverkäuflichkeitszertifikaten möglich.



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

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

Prüfen Sie das Marktpotenzial im Deutschen Pavillon
Partner:

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

Erhalten Sie ein Free Sales Certificate für individuelle Exportgeschäfte
Partner:



Presse & Presseecho

Gutes Aussehen, gepflegte Kleidung und ein schönes Zuhause sind den Menschen in Deutschland auch in schwierigen Zeiten wichtig, wie die Umsatzzahlen für das Jahr 2022 zeigen.



„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

Stark nachgefragt waren insbesondere Düfte, Deos und dekorative Kosmetikprodukte sowie Waschmittel aller Art – also Produkte, die das Leben angenehmer und schöner machen.

Die Marktzahlen präsentierte der IKW bei der digitalen Wirtschaftspressekonferenz am 8. Dezember 2022 vor rund 20 Journalistinnen und Journalisten der Wirtschafts- und Fachpresse. Die im IKW vertretene Industrie gehört zu den wenigen Branchen, die bereits während des laufenden Jahres eine Hochrechnung der Umsatz- und Marktentwicklung des Gesamtjahres abgeben. Die Zahlen basieren auf Daten der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) und eigenen Erhebungen.

Die Medienresonanz auf die Pressekonferenz war groß. Es wurden 72 Berichte veröffentlicht mit einer Gesamtreich-

weite von 24,8 Millionen potenzieller Kontakte und einem Werbewert (AVE) von 1,1 Millionen Euro. Berichtet wurde unter anderem von dpa, FAZ, Handelsblatt, Die Welt, Lebensmittelzeitung und Börsen-Zeitung. 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.

Dies sind beispielsweise Round-Table-Gespräche zu Zukunftstrends und Journalisten-Trainings mit renommierten Referenten aus Industrie und Wissenschaft sowie Studien zu gesellschaftlich relevanten Themen. Darüber hinaus beantworten die Kompetenzpartner Schönheitspflege und Haushaltspflege im IKW Fragen zu Haut- und Haarpflege, Schönheit und Selbstbewusstsein sowie Hygiene und Reinigung.

Im Jahr 2022 wurden IKW-Informationen und Stellungnahmen in mehr als **2.800** Veröffentlichungen von Print- und Onlinemedien sowie Radio- und TV-Sendungen aufgenommen und erzielten damit eine mediale Gesamtreichweite von **1,1 Milliarden potenzieller Kontakten** mit einem **Anzeigenäquivalenzwert** von **30,5 Millionen Euro**.



Wie wichtig sind Ihnen Schönheits- und Haushaltspflege und worauf achten Sie beim Einkauf von Kosmetikprodukten bzw. Produkten zum Putzen, Waschen und Pflegen? Die Straßenumfrage hat der IKW anlässlich der Wirtschaftspressekonferenz gemacht. www.youtube.com/watch?v=QQ7MpbSPYHA

Verpackungen



Die EU-Kommission hat Ende November 2022 den Entwurf einer Europäischen Verpackungsverordnung veröffentlicht.

Dieser sieht unter anderem Verpflichtungen zur weiteren Optimierung des Verpackungsdesigns zur Förderung des Recyclings und zur generellen Verringerung von Verpackungsabfällen sowie verbindliche Vorgaben zu Mindest-Rezyklatanteilen in Kunststoffverpackungen vor.

Grundsätzlich positiv ist, dass mit der neuen Verordnung die Integrität des Binnenmarkts gewahrt und die Vorschriften der Mitgliedstaaten – gerade auch im Bereich der Kennzeichnungsregelungen – harmonisiert werden sollen. Der IKW hatte sich schon früh dafür ausgesprochen,

dass bis 2030 alle in der EU in Verkehr gebrachten Verpackungen für eine Wiederverwendung oder fürs Recycling designet sein sollten. Dieses Ziel wird erhebliche Investitionen in innovative Verpackungsdesigns, aber auch in die Infrastruktur der dualen Systeme erfordern. Beim Einsatz von recycelten Kunststoffen stellen die derzeit verfügbaren Mengen und Qualitäten immer noch eine Hürde dar.

Die im IKW zusammengeschlossenen Unternehmen engagieren sich daher sehr, um insoweit die bestehenden Kreisläufe zu optimieren. Auch wenn die übergeordneten Ziele des vorliegenden Kommissionsvorschlags von der Industrie unterstützt werden, gibt es hierin einige Elemente, die kritisch gesehen werden. Gemeinsam mit unseren europäischen Verbänden A.I.S.E. und Cosmetics Europe werden wir uns konstruktiv in die Diskussion um die Überarbeitung des Verpackungsrechts einbringen.

SCHÖNER.LEBEN.

IKW-Studien



„Die IKW-Studien zeigen, wie wichtig Schönheits- und Haushaltspflege in unserem täglichen Leben sind – und wie sie gesellschaftliche Entwicklungen spiegeln und prägen.“

Karen Kumposcht, Public Relations /
Public Affairs Managerin, IKW

Alle Studien finden Sie unter:
www.ikw.org/services/ikw-studien

So putzt Deutschland –
Haaltspflege zwischen Sozialisierung und Nachhaltigkeit



Die Studie zeigt, dass die Einstellung zu Sauberkeit und Ordnung maßgeblich durch das Elternhaus geprägt wird – und dass Putzen selten ein Streitthema ist.

Kosmetik und Wir



Es gibt einfach Produkte, auf die möchten Menschen nur ungern verzichten. Die Studie „Kosmetik und Wir – Warum es nicht ohne geht“ erläutert die psychische und physische Bedeutung von Kosmetikprodukten in unserem Leben.

Frisur und Würde



Wie wichtig ist den Menschen ihre Frisur und ihre Haarpflege? Die Ergebnisse der Studie „Frisur und Würde“ zeigen, wie sehr ein guter Haarschnitt und die passende Pflege zum persönlichen Wohlbefinden beitragen.

Boomer ungeschminkt



Die Generation der Baby-Boomer hat sich in ihrer Jugend nur ungern angepasst. Warum die Baby-Boomer Grenzen nach wie vor nur schwer akzeptieren können, was ihnen Unabhängigkeit bedeutet und woraus sie ihren Selbstwert ziehen, untersucht die IKW-Studie „Boomer ungeschminkt“.

Der Lebensweg eines T-Shirts



Wie groß sind die Umweltauswirkungen bei der Herstellung, beim Waschen und beim Trocknen eines T-Shirts? Die IKW-Studie „Der Lebensweg eines T-Shirts – eine Ökobilanz“ gibt Antworten und Verbrauchertipps.



IKW-Zukunftsstudie



Die Pflege unserer Körper und Lebensräume ist wesentlicher Bestandteil des Alltags. Die IKW-Zukunftsstudie erforscht den Wandel von Bedürfnissen und Lebensstilen, Produkten und Trends in der Schönheits- und Haushaltspflege.

IKW-Jugendstudien



Welche Rolle spielt ein gepflegtes Äußeres bei Jugendlichen? Die drei tiefenpsychologisch-repräsentativen Untersuchungen „Jugend ungeschminkt“, „Selfies ungeschminkt“ und „Insta ungeschminkt“ zeigen, wie wichtig Stabilität für Jugendliche ist und welche Relevanz die Selbstdarstellung auf Social Media Plattformen hat.

Die neue Macht des Putzens



Putzen im Haushalt hat heute einen anderen Stellenwert als früher und ist nicht länger nur eine lästige Notwendigkeit. Die IKW-Studie zeigt, welche tiefenpsychologische Bedeutung die Haushaltspflege für Menschen haben kann. Einen Putztypen-Test finden Sie unter www.ikw.org/haushaltspflege/services

Beliebte Alltagshelfer



Schönheits- und Haushaltspflegeprodukte sind gefragte Alltagshelfer. Aber welche Bedeutung haben die täglichen Rituale für uns? Und wie verhält es sich mit ihrem Stellenwert in der Corona-Krise? Diesen Fragen ist der IKW in einer im April 2020 durchgeführten repräsentativen Online-Umfrage nachgegangen.

Weitere Aktivitäten

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

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



Nachhaltigkeitsinitiativen und -aktivitäten der Schönheits- und Haushaltspflege-Industrie



NACHHALTIGKEITSINITIATIVEN



Transparenz-Initiative COSMILE Europe

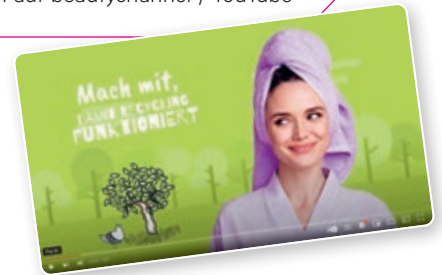
- ↳ Datenbank mit fast 30.000 Inhaltsstoffen kosmetischer Mittel in 14 Sprachen
- ↳ als App
- ↳ unterstützt von 18 nationalen Verbänden

VERBRAUCHERAUFKLÄRUNG



So klappt die Mülltrennung im Badezimmer

- ↳ Animationsfilm auf beautychannel / YouTube

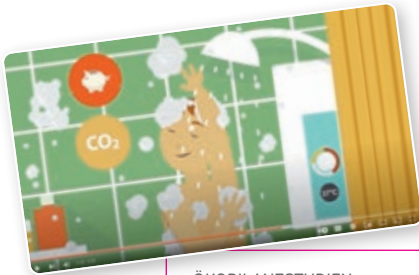


NACHHALTIGKEITSINITIATIVEN



EcoBeautyScore Consortium

- ↳ Entwicklung eines branchenweiten Umweltverträglichkeits- und Bewertungssystems für Kosmetikprodukte



ÖKOBILANZSTUDIEN



Lebenszyklusanalyse eines Shampoos

- ↳ 5–20 % der Umweltbelastungen entstehen durch Rohstoffe, Verpackung, Herstellung und Transport



NACHHALTIGKEITSINITIATIVEN



Biodiversity in the Cosmetics Industry – inspiring examples from France and Germany

- ↳ 7 Fokusbereiche mit Best Practices

NACHHALTIGKEITSBERICHT & MITGLIEDERBEFRAGUNG



IKW-Umfrage: Nachhaltiges Handeln in der Körper- und Schönheitspflege-Branche

- ↳ > 50 % erfassen systematisch die Klimaauswirkungen ihres Unternehmens
- ↳ 62 % nutzen Ökostrom
- ↳ 60 % haben klare Entscheidungskriterien für die Lieferantenauswahl



NACHHALTIGKEITSINITIATIVEN



Commit for Our Planet. A Cosmetics Industry Sustainability Initiative

- ↳ Gestartet mit 27 Unternehmen europaweit, darunter 15 deutsche Unternehmen

VERBRAUCHERSTUDIE



So putzt Deutschland – Haushaltspflege zwischen Sozialisierung und Nachhaltigkeit

- 74 % der Befragten ist die sparsame Verwendung von Wasch- und Putzmitteln wichtig.
- Hauptmotiv für nachhaltiges Verhalten: langfristige Kostenersparnis



ÖKOBILANZSTUDIEN



Ökobilanzstudie zum Lebensweg eines T-Shirts

- Die **Umweltauswirkungen** des Lebensweges eines T-Shirts werden überwiegend durch die **Baumwollproduktion** und die **T-Shirt-Herstellung** bestimmt.



VERBRAUCHERAUFKLÄRUNG



Der Lebensweg eines weißen T-Shirts

- Animationsfilm auf IKW / YouTube



NACHHALTIGKEITSINITIATIVEN



Nachhaltigkeitsinitiative FORUM WASCHEN

- 36 Akteure aus unterschiedlichen Gesellschaftsgruppen (Politik, Behörden, Wissenschaft, NGOs, Hersteller, Verbände)



NACHHALTIGKEITSINITIATIVEN



A.I.S.E. Initiative „Nachhaltiges Waschen und Reinigen“

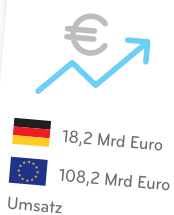
- Ressourceneinsparungen von 2006–2021 pro Tonne Wasch- bzw. Reinigungsmittel:
 - 39 % weniger Energieverbrauch
 - 39 % weniger CO₂-Emissionen
 - 22 % weniger Prozesswasser

NACHHALTIGKEITSBERICHT & MITGLIEDERBEFRAGUNG



Bericht: Nachhaltigkeit in der Wasch-, Pflege- und Reinigungs-mittelbranche in Deutschland 10. Ausgabe

- Berichterstattung seit 2005
- Ausführliche Beleuchtung sozialer, ökologischer und ökonomischer Aspekte



SOZIOÖKONOMISCHE BEDEUTUNG DER BRANCHE



Europäische Studien zur sozioökonomischen Bedeutung der Branche



Veranstaltungen



↑ Jubiläumstagung „40 Jahre Bundesverband hauswirtschaftlicher Berufe MdH e.V.“, Herborn, 14.05.2022; Dr. Bernd Glassl, IKW; Claudia Forster-Bard, Gisela Würzer, beide Bundesverband hauswirtschaftlicher Berufe MdH e.V.



Cosmoprof Bologna, 30.04.2022; Birgit Huber, IKW; Anna Oborska, PACDI; Agnieszka Sobkowiak, PACDI ↓



← Aktionstag Nachhaltiges (Ab-) Waschen, HTW Berlin, 19.05.2022; Lisa Weißmann, HTW; Dr. Bernd Glassl, IKW; Kerstin Ochs; Prof. Monika Fuchs, HTW; Sarah Wagner-Leifhelm, Stiftung Warentest; Dr. Marc-Oliver Pahl, Generalsekretär des Rates für Nachhaltige Entwicklung und Schirmherr des Aktionstages 2022



↓ IKW ALB, 12.09.2022, Frankfurt

↑ DVRH-Jahrestagung, Münster (Westfalen), 22.09.2022; Dr. Bernd Glassl, IKW



↑ Mittelstandsallianz, 10.11.2022, Berlin; Bundesfinanzminister Christian Lindner; Thomas Keiser, IKW

↓ A.I.S.E. NAC, 19.09.2022, Madrid



AAM, 13.09.2022, Madrid →



Besuch einer Delegation hochrangiger Vertreter der europäischen Kosmetik- und Körperpflegeindustrie bei der Europäische Kommission, 14.10.2022, Brüssel



Beautypress Bloggerevent, 15.10.2022, Frankfurt ↓



← Journalisten-Kosmetiktraining, 19.10.2022, Hamburg



Hessischer Unternehmertag, 26.10.2021, Wiesbaden; Thomas Keiser, IKW; Tarek Al-Wazir, Hessischer Minister für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen ↓



↓ Beautyworld Middle East Dubai, 03.11.2022; Mona Ghanem Al Marri



↑ Austausch BMUV/IKW zu Wasch-, Pflege- und Reinigungsmitteln, 10.08.2022, Bonn; Dr. Alfred Markowetz, FP-Vorsitzender, P&G; Dr. Thomas Herbrich, FW-Vorsitzender, fit GmbH; Dr. Bernd Glassl, IKW; Dr. Stephanie Morris-Piou, IKW



↑ Cosmetics Europe 60th Anniversary, 24.11.2022, Brüssel, John Chave, PCPC; Birgit Huber, IKW; Val Diez, Stanpa; István Murányi, Kosmos



↑ Zukunftstag Mittelstand, 01.03.2023, Berlin, Micheal A. Theurer, Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundesminister für Digitales und Verkehr; Thomas Keiser, IKW



↑ ElternBloggerCafé, 16.10.2022, München

Mittelstandsallianz, → 12.12.2022, Berlin; Michael Kellner, Mittelstandsbeauftragter der Bundesregierung; Thomas Keiser, IKW





Schönheitspflege



European Green Deal

Der von der EU-Kommission als Strategie angekündigte „European Green Deal“ hat voraussichtlich auch weitreichende Konsequenzen für die Kosmetikindustrie. Einige Themen rücken mehr in den Vordergrund und können für unsere Branche einschneidende Konsequenzen mit sich bringen, wie die Chemikalienstrategie für Nachhaltigkeit oder die gezielte Revision der EG-Kosmetikverordnung.

Chemikalienstrategie für Nachhaltigkeit der EU-Kommission

Die Europäische Kommission hat am 14. Oktober 2020 ihre Chemikalienstrategie für Nachhaltigkeit (CSS – Chemical Safety Strategy) als eine wesentliche Säule des „Green Deal“ bekanntgegeben. Der IKW und die deutschen Kosmetikerhersteller teilen die in der Strategie formulierten Ziele, die Entwicklung sicherer und nachhaltiger Chemikalien voranzutreiben, um den Schutz von Verbrauchern und der Umwelt bestmöglich zu gewährleisten. Denn die Sicherheit der Verbraucher und der Umwelt hat für die deutschen Kosmetikunternehmen oberste Priorität.

Der IKW betont aber auch, dass für die Prüfung weiterer Verbesserungen kosmetischer Mittel in Bezug auf Umwelt- und Verbrauchersicherheit ein ganzheitlicher Ansatz erforderlich ist, der den gesamten Lebenszyklus eines Produkts und alle Dimensionen der Nachhaltigkeit – ökologische, soziale und ökonomische – im Blick hat. Die zukünftigen Regulierungen müssen die Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Unternehmen weiterhin gewährleisten, um Verbraucher zuverlässig mit innovativen Produkten zu versorgen. Bereits heute schon sorgt ein

umfassendes Chemikalienrecht – die REACH-Verordnung (REACH: Registrierung, Bewertung, Zulassung und Beschränkung chemischer Stoffe) – und auch das strenge Kosmetikrecht – die Verordnung (EG) Nr. 1223/2009 über kosmetische Mittel – dafür, dass Verbraucher kosmetische Produkte sicher anwenden können. Die gesetzlichen Regelungen basieren hierbei auf wissenschaftlichen Fakten und den Bewertungen unabhängiger Experten, die den Einsatz chemischer Stoffe in kosmetischen Produkten im Hinblick auf Faktoren wie beispielsweise Anwendungsdauer, Anwendungshäufigkeit und Anwendungsort des Produktes beurteilen. Damit können auch Inhaltsstoffe, die zwar in ihrer reinen Form ein Gefahrenpotenzial aufweisen, zum Beispiel brennbare, reizende oder andere als gefährlich eingestufte Stoffe, in einer bestimmten Dosierung in einem kosmetischen Produkt verwendet werden, ohne dass diese Produkte damit ein Gesundheitsrisiko für den Verbraucher darstellen. Der nun in der Chemikalienstrategie geforderte Ansatz, Stoffe nur auf Basis eines gefahrenbasierten Bewertungsansatzes zu beurteilen – ohne eine individuelle Risikobewertung durchzuführen – würde bedeuten, dass einige bisher bewährte Stoffe in kosmetischen Produkten nicht mehr verwendet werden dürften. Das ist weder sinnvoll noch notwendig. Die Sicherheit der Verbraucher ist bereits heute gewährleistet.

Viele Produkte unseres täglichen Bedarfs könnten unter dem neuen Bewertungsansatz unnötigerweise aus den Regalen verschwinden. Darüber hinaus sieht die Chemikalienstrategie vor, Stoffe danach zu bewerten, ob sie für die Gesellschaft essenziell sind. Hierzu sind klare Kriterien notwendig, unter welchen Vorgaben eine Betrachtung der Fragestellung „essenziell“ für einen bestimmten Inhaltstoff mit einer bestimmten Funktion im Produkt durchzuführen ist. Bei der Chemikalienstrategie handelt es



sich derzeit um eine Absichtserklärung, die mittelfristig Modifizierungen in verschiedenen Rechtsgebieten – einschließlich der EG-Kosmetikverordnung – vorschlägt.

Als konstruktiver Stakeholder wird sich der IKW gemeinsam mit anderen Verbänden an den künftigen Diskussionen über die spezifischen Initiativen, die für die Kosmetikbranche von Bedeutung sind, beteiligen. Hierzu zählen neben der im folgenden Kapitel beschriebenen gezielten Revision der EG-Kosmetikverordnung u. a. auch umfangreiche Aktivitäten im Chemikalienrecht zur sogenannten CLP-Verordnung (CLP: Verordnung EG Nr. 1272/2008 über die Einstufung, Kennzeichnung und Verpackung von Stoffen und Gemischen) und der REACH-Verordnung. Bestimmte Aspekte dieser beiden Verordnungen haben auch einen Einfluss auf kosmetische Mittel bzw. deren Inhaltsstoffe.

Gezielte Revision der EG-Kosmetikverordnung

Aufgrund einiger vorgesehenen neuen gesetzlichen Regelungen im Rahmen des „European Green Deal“ hat die EU-Kommission beschlossen, eine sogenannte gezielte Revision der EG-Kosmetikverordnung anzustreben. Es

geht beispielsweise um das Thema Gefahrenbewertung versus Risikobewertung für kosmetische Inhaltsstoffe. Weiterhin soll es eine einheitliche Definition des Begriffes „Nanomaterial“ geben. Weitere Themen sind Digitalisierung bei der Kennzeichnung, Regelung von (besonders) gefährlichen Stoffen, wie beispielsweise endokrine Disruptoren, persistente, toxische, bioakkumulierbare und mobile Stoffe in der Umwelt, und unter Umständen auch andere Themen wie umweltbezogene Werbung.

Die EU-Kommission hat hierzu eine öffentliche Anhörung durchgeführt, die auch der IKW kommentiert hat. Dabei wurde hervorgehoben, dass die produktspezifischen Regelungen für kosmetische Mittel seit 1976 sichere Produkte für den Verbraucher in Europa garantieren und sich inzwischen viele Länder weltweit an der EU-Gesetzgebung orientieren. Insbesondere der Gedanke, alle Regelungen für die Kosmetik in einer Gesetzgebung zusammenzufassen, hat sich bewährt und sollte im Interesse aller Beteiligten, wie beispielsweise Behörden oder mittelständische Unternehmen, beibehalten werden. Dabei sind zwei Elemente von essenzieller Bedeutung:

1. Die Risikobewertung der Stoffe durch das SCCS (Scientific Committee on Consumer Safety, wissenschaftliches Beratergremium der Europäischen



Kommission) basiert auf dessen Leitlinien, die gezielt die Exposition der Verbraucher mit kosmetischen Mitteln berücksichtigen. Die Expertise der Mitglieder des SCCS ermöglicht eine produktspezifische Risikobewertung, die z. B. die Exposition einzelner Personengruppen, aber auch den Umgang mit den Produkten im professionellen Bereich angemessen berücksichtigt.

2. Die Leitlinien des SCCS dienen auch als Basis für die Durchführung der Sicherheitsbewertungen, die für jedes kosmetische Mittel von einem speziell ausgebildeten Sicherheitsbewerter durchgeführt werden.

Diese bewährte Form der Risikobewertung der in kosmetischen Mitteln eingesetzten Stoffe durch das SCCS sollte in jedem Fall bewahrt werden. Gerade auch, weil die Mitglieder des SCCS eine umfassende Expertise auf dem Gebiet der Bewertung von Ergebnissen aus Alternativmethoden zum Tierversuch haben. Die Risikobewertung durch das SCCS kann gegebenenfalls aufbauen auf einer gefahrenbasierten Bewertung der Stoffe, die sektorübergreifend durchgeführt wird. Ein solches Vorgehen wird heute schon für CMR-Stoffe (CMR: krebserzeugend, erbgutverändernd, reproduktionstoxisch) praktiziert. Auf Basis einer gefahrenbasierten Bewertung erfolgt für diese Stoffe im Rahmen eventueller Ausnahmeregelungen eine Risikobewertung durch das SCCS. Ein ähnliches Verfahren könnte auch für eine begrenzte Anzahl von Stoffen wie endokrine Disruptoren angewandt werden, die nach der Chemikalienstrategie als erstes bearbeitet werden sollen. Wichtig ist allerdings, dass man hier praktikablere risikobasierte Ausnahmeregelungen in der Kosmetikgesetzgebung schafft. Als „essenziell“ sollten hierbei solche Stoffe gelten, für die in bestimmten kosmetischen Mitteln keine vergleichbaren Alternativen zur Erreichung des jeweiligen Produktnutzens verfügbar sind. Hierzu muss es transparente und handhabbare Kriterien geben, wobei die Expertise der betroffenen Hersteller ausreichend berücksichtigt werden sollte. Auch die Regelung aufgrund bestimmter umweltbezogener Einstufungen sollte über die EG-Kosmetikverordnung erfolgen.

Der Gedanke, die Definition zu Nanomaterialien EU-weit zu vereinheitlichen, wird grundsätzlich begrüßt.

Insgesamt ist es bei kosmetischen Mitteln angebracht, die Kennzeichnung an das Produkt und dessen bestimmungsgemäßen Gebrauch anzupassen. Daher sollte jegliche spezifische Kennzeichnung, wie z. B. Umweltinformationen, unter der EG-Kosmetikverordnung und nicht unter der CLP-Verordnung geregelt werden.

Der IKW begrüßt weiterhin, dass die EU-Kommission über die Möglichkeit der Digitalisierung bestimmter Kennzeichnungselemente nachdenkt. Gerade bei sich häufiger ändernden Kennzeichnungselementen wäre dies besonders sinnvoll. Hierzu zählen beispielsweise die Inhaltsstoffliste (INCI), die sich jeweils im Falle von neuen Kennzeichnungsanforderungen oder bei einer Anpassung der Produktzusammensetzung verändert. Auch die zunehmende Forderung nach einer Einsparung von Verpackungen erfordert neue und ggfs. digitale Wege der Kommunikation mit dem Verbraucher. In Deutschland wurde hierzu von den bei www.haut.de zusammengeschlossenen Organisationen, wie z. B. den Dermatologen- und Verbraucherverbänden, die COSMILE-App (www.cosmile.app) entwickelt. Nähere Informationen zur App finden sich im Abschnitt „Kooperation und Dialog“.





Transparenz-Initiative von Cosmetics Europe

Ziel der aktuellen Transparenz-Initiative von Cosmetics Europe ist eine verbesserte Information der Verbraucherinnen und Verbraucher zu Inhaltsstoffen kosmetischer Mittel. Dazu hat Cosmetics Europe im Februar 2023 unter dem Namen „COSMILE Europe“ eine EU-weite Inhaltsstoffdatenbank in zunächst 14 Sprachen publiziert. Diese basiert auf der unter dem Dach von haut.de entwickelten INCI-Datenbank, die auch Grundlage der COSMILE-App ist, und bietet umfassende Informationen zu fast 30.000 Kosmetik-Inhaltsstoffen. Internet-Link: <https://cosmile-inci.eu/>.



„Die COSMILE-Inhaltsstoffdatenbank von Cosmetics Europe bietet Verbraucherinnen und Verbrauchern fundierte Fakten und neutrale fachliche Informationen zu kosmetischen Inhaltsstoffen und sorgt so für ein starkes Plus an Transparenz.“

Dr. Jens Burfeindt,
Wissenschaftlicher Koordinator, IKW

Nachhaltigkeit

Der European Green Deal und der Nagoya-Vertrag bilden die Grundlage für nationale Verpflichtungen zur nachhaltigen und biodiversitätsfreundlichen Nutzung der Ökosysteme und der Verringerung des ökologischen Fußabdrucks (Product Environmental Footprint, PEF).

Bereits im Jahr 2021 hat der Kompetenzpartner Schönheitspflege im IKW die Ergebnisse der ersten Mitgliederbefragung „Nachhaltiges Handeln in der Körper- und Schönheitspflege-Branche“ aus 2020 veröffentlicht. Im Berichtsjahr 2022 wurde eine Kurzumfrage bei den Mitgliedern durchgeführt, um Tendenzen in der Entwicklung zu erkennen. Aus den beiden Umfragen wird ersichtlich, dass ein verantwortungsvolles und nachhaltiges Wirtschaften in der Kosmetikindustrie fest verankert ist. Das Engagement der Unternehmen umfasst neben

Klima- und Umweltschutz auch zahlreiche Aktivitäten für Mitarbeitende sowie Qualitätsstandards entlang der Lieferkette. So ist Nachhaltigkeit auch bei einem Großteil der Kosmetikhersteller bereits seit Jahren fester Bestandteil der Unternehmenskultur. Wenn es darum geht, den ökologischen Fußabdruck zu verkleinern, hat sich ein Großteil der an der Umfrage beteiligten Mitgliedsfirmen konkrete qualitative sowie quantitative Nachhaltigkeitsziele für einzelne Bereiche gesetzt. So hat etwas mehr als die Hälfte der Unternehmen in den letzten drei Jahren systematisch die Klimaauswirkungen ihres Unternehmens erfasst, beispielsweise in Form einer Klimabilanz. Der Einsatz von Ökostrom liegt bei ca. 62 Prozent und die Nutzung von eigenen Solarflächen hat sich in einem Jahr verdoppelt. Außerdem steht das Thema Verpackung weit oben auf ihrer Agenda, denn Recyclingfähigkeit und leichtere/kleinere Verpackungen sind den Unternehmen zunehmend wichtig. Auch innerhalb der Unternehmen übernehmen die Kosmetikhersteller Verantwortung. So investieren die Firmen in ihre Mitarbeitenden, ermöglichen familienfreundliche Arbeitszeiten und legen großen Wert auf eine moderne Unternehmensführung, in der Korruption verhindert und Menschenrechte geachtet werden. Befragt nach ihren Maßnahmen zur Sicherstellung von sozialen und ökologischen Qualitätsstandards innerhalb ihrer Lieferkette gibt fast die Hälfte der an der Umfrage teilnehmenden Firmen an, eine langfristig nachhaltige Einkaufsstrategie im Unternehmenskodex implementiert zu haben. Bei mehr als 60 Prozent gibt es klare Entscheidungskriterien anhand festgelegter Sozial- und Qualitätsstandards für die Auswahl von Lieferanten.

Um auch in Zukunft weitere Verbesserungen zu erreichen und Fortschritte zu dokumentieren, hat der Kompetenzpartner Schönheitspflege im IKW die Umfragen auch 2022 wieder durchgeführt.

Um die Mitgliedsfirmen durch vertiefende Einblicke in die vielfältigen Anforderungen nachhaltigen Handelns in der Kosmetikbranche zu unterstützen, hat der Kompetenzpartner Schönheitspflege im IKW im Berichtsjahr 2022 zwei Mal das Seminar zum Thema „Nachhaltigkeit in der Praxis“ veranstaltet. Das Praxisseminar richtete sich an Nachhaltigkeitsverantwortliche in kleinen oder mittelständischen Unternehmen, um einen vertiefenden Einblick in die vielfältigen Anforderungen nachhaltigen Wirtschaftens zu ermöglichen.



Empfehlungen der Europäischen Kommission zur Anwendung von PEF-Methoden

Die EU-Kommission hat überarbeitete Empfehlungen zur Anwendung des Umweltfußabdrucks von Produkten (Product Environmental Footprint, PEF) und Organisationen (Organisation Environmental Footprint, OEF) am 16. Dezember 2021 veröffentlicht.

Die von der EU-Kommission empfohlenen PEF-Methoden sind aus Sicht von Experten für die Bewertung kosmetischer Mittel allerdings nur eingeschränkt geeignet. Da die EU-Kommission auch branchenspezifische Lösungen unterstützt, wurde das Industriekonsortium „EcoBeautyScore“ (EBS) zur Entwicklung eines branchenweiten Umweltverträglichkeits- und Bewertungssystems für Kosmetikprodukte gebildet. Ziel des Konsortiums ist die Entwicklung einer praktikablen Methodik insbesondere auch für kleinere und mittelständische Unternehmen. Der Kompetenzpartner Schönheitspflege im IKW ist General Associate Member im EBS und in die Beratungen des Konsortiums eingebunden. Dies stellt sicher, dass die Mitglieder – auch wenn in begrenztem Umfang – über die Fortschritte im Konsortium in regelmäßigen Veranstaltungen informiert werden. In Arbeit ist unter

anderem eine gemeinsame Datenbank zu Umweltauswirkungen von Standardinhaltsstoffen, die in Rezepturen und Verpackungen verwendet werden.

Commit for Our Planet

Unser europäischer Dachverband Cosmetics Europe hat im Berichtszeitraum die Nachhaltigkeitsinitiative *Commit for Our Planet* aufgesetzt. Die Initiative richtet sich an alle Kosmetikunter-



nehmen, unabhängig von ihrer Größe oder der Anzahl der bereits umgesetzten Nachhaltigkeitsmaßnahmen. Dazu stellt Cosmetics Europe im Rahmen von *Commit for Our Planet* eine Reihe von Analyseinstrumenten und Richtlinien aus den Themenbereichen Klima, Verpackung und Natur als Unterstützung zur Verfügung. Zum Start der Initiative haben sich bereits eine Reihe von Unternehmen in Deutschland und Europa als Partner verpflichtet. Der IKW ist neben einer großen Zahl an kleinen und mittelständischen Unternehmen einer der Pioniere von *Commit for Our Planet*. Der Verband steht den Kosmetikunternehmen in Deutschland unterstützend zur Seite, um sich ebenfalls als Partner zu engagieren.

„Mit der aktiven Unterstützung des Projektes Commit for Our planet und der anderen Projekte zusammen mit einigen Mitgliedsfirmen leistet die Branche einen Beitrag für nachhaltiges Handeln.“

Birgit Huber,
Bereichsleiterin Schönheitspflege, IKW



Partner bei Projekten des Fraunhofer-Instituts

Der Kompetenzpartner Schönheitspflege im IKW beteiligte sich 2022 als Beobachter beim vom Fraunhofer-Institut für Verfahrenstechnik und Verpackung begleiteten CORNET-Projekt „Damaged Beans“. Bei diesem Projekt geht es um die Nutzung von Rohstoffen aus Kakaofrüchten mit optischen Mängeln. Diese Früchte werden aktuell unnötig entsorgt, obwohl daraus nachhaltige Kakaobutter, wertvolle Öle sowie antioxidative Extrakte gewonnen werden können. Der Einsatz dieser Rohstoffe, besonders in der Kosmetikindustrie, soll im Rahmen des Projekts ab 2023 genauer erforscht werden, um vorhandene Ressourcen besser zu nutzen.

Außerdem beteiligte sich der Kompetenzpartner Schönheitspflege im IKW im Berichtsjahr 2022 als Beobachter bei dem Projekt „Algenextrakte aus türkischen Meeren zur Verwendung in Lebensmitteln und Körperpflegeprodukten“ des Fraunhofer-Instituts für Verfahrenstechnik und Verpackung. Die Entwicklung natürlicher antimikrobieller und antioxidativer Wirkstoffe aus nachhaltigen und kostengünstigen Quellen wie Makroalgen oder Meeresalgen ist ein wichtiges Thema in der Kosmetikindustrie, da die Kosmetikindustrie nachhaltige und CO₂-neutrale Konservierungsmittel unterstützt.

Biodiversität

Die biologische Vielfalt auf unserem Planeten nimmt ab. Das betrifft nicht nur die Artenvielfalt von Pflanzen, Tieren und weiteren Lebensformen, sondern auch die Vielfalt von

Lebensräumen. Das hat dramatische Auswirkungen auf uns alle, da der Mensch auf vielfältige Weise von einer intakten Natur abhängig ist. Auch Kosmetikunternehmen stehen vor großen Herausforderungen – nicht zuletzt, da Biodiversität die Quelle vieler kosmetischer Rohstoffe ist. Der Schutz der biologischen Vielfalt sowie ein respektvoller Umgang mit der Natur und den Menschen sind daher für die Unternehmen essenziell.

Der Kompetenzpartner Schönheitspflege ist im Berichtszeitraum eine Kooperation mit der Non-Profit Organisation UEBT (Union for Ethical BioTrade) eingegangen. Im ersten Schritt wurde eine gemeinsame englisch- sowie deutschsprachige Broschüre unter dem Titel „Sourcing with respect for people and biodiversity“ bzw. „Beschaffung mit Respekt – für Menschen und Biodiversität“ veröffentlicht und ein Seminar zum Thema „Biodiversität aus der Praxis“ für Mitglieder angeboten. Der IKW bietet damit seinen Mitgliedsfirmen die Gelegenheit, sich über die Bedeutung und den nachhaltigen Schutz der Biodiversität bei Nutzung von natürlichen Rohstoffen zu informieren und die eigenen Aktivitäten auf dem Gebiet der nachhaltigen Nutzung der Biodiversität zu vertiefen. Des Weiteren wurde im Berichtszeitraum ein IKW/UEBT-Workshop zu „Access and Benefit Sharing (ABS) and its relevance to the beauty sector“ organisiert.

Zum Auftakt der UN-Konferenz (COP15) in Montreal im Dezember 2022 hat der Bereich Schönheitspflege im IKW gemeinsam mit dem französischen Schwesterverband FEBEA eine Broschüre zum Thema Biodiversität in der Kosmetikbranche veröffentlicht. Die Broschüre „Biodiversity in the cosmetics industry – inspiring examples from France and Germany“ bietet zahlreiche Unternehmensbeispiele aus Deutschland und Frankreich, die zeigen, wie der Respekt der biologischen Vielfalt in der Kosmetikbranche bereits erfolgreich umgesetzt wird. Angefangen bei der Beschaffung der Rohstoffe, dem Anbau und der Ernte, über die Produktion, dem Transport und dem respektvollen Umgang mit allen beteiligten Menschen gibt es viele wertvolle Beispiele, die anderen Unternehmen als Inspiration dienen können.

Darüber hinaus hat sich der Kompetenzpartner Schönheitspflege in dem vom VCI initiierten Projekt „Toolbox Biodiversität“ eingebracht. Das Projekt beinhaltet eine Sammlung an Werkzeugen, wie z. B. Definitionen, Betrof-



fenheitsanalyse, Good Practice Beispiele. Diese ermöglichen sowohl großen als auch kleineren Unternehmen, die strategische Relevanz des Themas Biodiversität für die eigene Geschäftstätigkeit zu erkennen und passende Maßnahmen zu ergreifen.



Kennzeichnungspflichten und erweiterte Herstellerverantwortung für kosmetische Feuchttücher, die Kunststoffe enthalten

Die Europäische Kommission hat am 5. Juni 2019 die sogenannte „SUP-Richtlinie“ (Richtlinie (EU) 2019/904) erlassen. Die in der SUP-Richtlinie vorgesehenen Kennzeichnungspflichten für bestimmte Einwegkunststoffartikel wurde in Deutschland als Einwegkunststoffkennzeichnungsverordnung (EWKKennzV) umgesetzt. Darin werden seit Juli 2021 geltende Kennzeichnungspflichten für u. a. Feuchttücher zur Körper- und Haushaltspflege geregelt, sofern diese Kunststoff-Vliese enthalten. Nach den im Mai 2021 von der Europäischen Kommission veröffentlichten

„Der rapide Verlust von Biodiversität wird für Unternehmen immer wichtiger. Die gesamte Geschäftstätigkeit eines jeden Unternehmens, das mit natürlichen Rohstoffen arbeitet, ist abhängig von der biologischen Vielfalt und gesunden Ökosystemen.“

Rik Kutsch, UEBT



Leitlinien über Einwegkunststoffartikel zur Richtlinie (EU) 2019/904 gelten Cellulose regeneratfasern wie Viskose und Lyocell® als natürliche Polymere und fallen daher nicht unter die Kennzeichnungspflicht. Die „SUP-Richtlinie“ sieht auch die Einführung einer erweiterten Herstellerverantwortung vor.

Im März 2022 wurde ein Gesetzentwurf zur Umsetzung dieses Verursacherprinzips vorgelegt, in dem vorgeschlagen wird, dass das Umweltbundesamt als zentrales Organ einen Einwegkunststofffonds verwaltet. Hersteller der unter die „SUP-Richtlinie“ fallenden Einwegkunststoffartikel (u. a. Feuchttücher zur Körper- und Haushaltspflege) werden dabei verpflichtet, sich anteilig an den Kosten für Maßnahmen der Abfallbewirtschaftung, Reinigung des öffentlichen Raums sowie zur Sensibilisierung von Verbrauchern für einen sorgsamen Umgang mit Einwegkunststoffartikeln zu beteiligen.

Übersichtsartikel zum Umweltverhalten zweier UV-Filter für kosmetische Mittel

Eine viel beachtete Literaturstudie, die vom IKW zusammen mit einigen Mitgliedsunternehmen initiiert wurde, beleuchtet umfassend die Auswirkungen von zwei UV-Filtern in der Umwelt. Die hier betrachteten UV-Filter Octocrylene (OCR) und Butyl Methoxydibenzoylmethane (BMDMB) werden unter anderem in Deutschland und teilweise in der EU seit mehreren Jahren von Nichtregierungsorganisationen aber auch teilweise von Vertretern



aus Behörden oder der Politik kritisiert. Daher erschien es wichtig, fundiertes wissenschaftliches Material zusammenzutragen, das die Umweltauswirkungen bei der Verwendung dieser Verbindungen in kosmetischen Produkten systematisch betrachtet.

Eine wesentliche Aussage dieser Publikation „Review of the environmental fate and effects of two UV filter substances used in cosmetic products – Karen Duis, Thomas Junker, Anja Coors – Science of The Total Environment, Volume 808, 20 February 2022, 151931“ ist, dass bei vielen Studien in der Literatur die Details der Studienaufführung und Dokumentation sehr genau betrachtet werden müssen, beispielsweise wenn es um die Datenqualität oder „Weight of Evidence“ geht. Es konnte gezeigt werden, dass für beide Stoffe keine Evidenz für eine endokrine Wirkung auf Fische vorliegt und dass beispielsweise die häufig diskutierten Auswirkungen auf Korallen erst bei unrealistisch hohen Konzentrationen zu erwarten sind. Daneben wird auch weiterer Forschungsbedarf aufgezeigt.



Titandioxid – neue Regelungen in der EG-Kosmetikverordnung und im Lebensmittelbereich

Titandioxid ist ein bewährter und sehr gut untersuchter Stoff, der bereits seit Jahrzehnten EU-weit auch in kosmetischen Produkten wie beispielsweise Pudern, Hautcremes, Sonnenschutzmitteln oder Zahncremes unter anderem als weißes Farbpigment und als UV-Filter eingesetzt wird. Der Stoff unterliegt strengen Reinheitskriterien und ist im Rahmen der EG-Kosmetikverordnung als Farbpigment und als UV-Filter ausdrücklich zugelassen. Diese Zulassungen basieren auf umfassenden Risikobewertungen des zuständigen unabhängigen wissenschaftlichen EU-Komitees SCCS (Scientific Committee on Consumer Safety, wissenschaftliches Beratergremium der Europäischen Kommission).

Im Lebensmittelbereich ist seit Januar 2022 durch die Verordnung (EU) 2022/63 der Lebensmittelzusatzstoff Titandioxid (E 171) verboten. Dadurch sind auch Konsequenzen für den Einsatz von Titandioxid in kosmetischen Mitteln mit oraler Exposition, wie z. B. Zahnpasten und Lippenstifte, zu erwarten. Mit dem Ziel, die Sicherheit von Titandioxid in diesen kosmetischen Mitteln zu belegen, hatte ein entsprechendes Konsortium bei Cosmetics Europe bereits im Mai 2022 ein Dossier mit dem Fokus auf orale und inhalative Exposition beim zuständigen wissenschaftlichen Bewertungsgremium SCCS eingereicht.

Mit einem am 23. November 2022 verkündeten Urteil hat der EuGH die Einstufung als Karzinogen der Kategorie 2 beim Einatmen für bestimmte Titandioxidgemische in Pulverform, die letztlich zu den Beschränkungen im Eintrag mit der Ild. Nr. 321 in Anhang III der EG-Kosmetik-Verordnung führte, für nichtig erklärt. Laut Gericht habe die EU-Kommission einen offensichtlichen Fehler bei der Beurteilung der Zuverlässigkeit und der Anerkennung der Studie begangen, auf der die Einstufung beruhte, und hat gegen das Kriterium verstoßen, wonach sich diese Einstufung nur auf einen Stoff mit der intrinsischen Eigenschaft, Krebs zu erzeugen, beziehen darf. Das Urteil wird frühestens Mitte Februar 2023 rechtskräftig, sofern keine Rechtsmittel eingelegt werden.



Mikroplastik in Kosmetik

Kosmetische Produkte spielen – anders als in der Öffentlichkeit häufig dargestellt – bei der Verschmutzung der Meere mit Mikroplastik eine untergeordnete Rolle, wie eine Studie des Fraunhofer-Instituts für Umwelt-, Sicherheits- und Energietechnik zum Thema Kunststoffe in der Umwelt belegt. Wissenschaftliche Schätzungen gehen von einem geringen mengenmäßigen Anteil zwischen 0,1 und 1,5 Prozent an Mikroplastik aus kosmetischen Produkten am Gesamteintrag in die Nordsee aus.

Auf europäischer Ebene wurden im Rahmen der von der Europäischen Kommission initiierten Kunststoffstrategie im Januar 2018 regulatorische Maßnahmen zu bewusst zugesetzten Kunststoffpartikeln eingeleitet. Dabei werden sämtliche relevanten Verwendungen von Mikrokunststoffpartikeln in Industriesektoren betrachtet, die für eine Beschränkung in Frage kommen. Am 30. Januar 2019 hat die ECHA eine Mitteilung bezüglich bewusst zugefügter Mikrokunststoffpartikel (primäres Mikroplastik) veröffentlicht.

Am 30. August 2022 veröffentlichte die Europäische Kommission ihren ersten Textentwurf zur Änderungsverordnung hinsichtlich der Beschränkung von absichtlich zugesetztem Mikroplastik, der im Oktober nochmals aktualisiert wurde. Dieser basiert weitgehend auf der ECHA-Mitteilung aus dem Jahr 2019. Diese vorgesehenen Beschränkungen umfassen neben Peeling-Partikeln (Microbeads) auch Wachse und Trübungsmittel, sogenannte Opacifier, in abwaschbaren Produkten. Darüber hinaus beabsichtigt die EU-Kommission eine Beschränkung fester Kunststoffpartikel in Leave-on-Produkten – das sind Produkte, die auf der Haut oder dem Haar verbleiben. Auch Kennzeichnungs- und Berichtspflichten für einige Polymere sind vorgesehen. Natürliche Polymere sind aufgrund ihrer biologischen Abbaubarkeit von den Beschränkungen ausgenommen. Auch abbaubare Polymere und gut lösliche Polymere (mit einer Löslichkeit von mehr als 2g/l) sowie Polymere, die in ihrer chemischen Struktur keine Kohlenstoffatome enthalten, sind von den geplanten Beschränkungen ausgenommen.

Die Beschränkungen sollen laut erstem Textentwurf der Änderungsverordnung zeitlich gestaffelt umgesetzt werden. So sind für Microbeads keine Übergangsfristen



vorgesehen, für Mikroplastik in kosmetischen Rinse-off-Produkten – wie Wachse und Trübungsmittel (außer Microbeads) – ist eine Übergangsfrist von 4 Jahren beabsichtigt. Für die Leave-on-Produkte Make-up, Lippen- und Nagelprodukte ist eine Übergangsfrist von 12 Jahren nach Inkrafttreten der geplanten Änderungsverordnung vorgesehen. Nach 8 Jahren besteht eine Informationspflicht, sofern sich in den betreffenden Produkten noch Mikroplastik befindet. In allen anderen kosmetischen Leave-on-Produkten sieht die Änderungsverordnung eine Übergangsfrist von 6 Jahren vor.

In Produkten, die wieder abgewaschen werden und die Kunststoffpartikel mit den Funktionen Reinigung und Peeling enthalten, wurde Mikroplastik inzwischen nahezu vollständig durch alternative Inhaltsstoffe ersetzt. Auch für alle weiteren abwaschbaren Produkte, wie Shampoos oder Duschgels, wurde ein freiwilliger Ausstieg eventuell vorhandener Kunststoffpartikel oder Opacifier initiiert und teilweise bereits umgesetzt.

Produkte, die längere Zeit auf der Haut oder im Haar bleiben, sogenannte Leave-on-Produkte wie beispielsweise Make-up, Lippen- und Nagelprodukte, werden typischerweise nicht abgewaschen, sondern über den Hausmüll entsorgt und gelangen somit überwiegend nicht ins Abwasser. Bei diesen Produkten sind die Inhaltsstoffe in Form von Kunststoffpartikeln derzeit häufig essenziell für die Produktleistung. Hier steht die Industrie vor der Herausforderung, leistungsfähigen Ersatz zu finden. Über Dialog und Verbraucheraufklärung hilft die Industrie mit, eine Wahlfreiheit bei der Produktauswahl zu ermöglichen.

Kooperation & Dialog

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

Dabei liefern die Experten des IKW seit Jahren fachlich wertvollen Input, der sehr geschätzt wird. So wurde der IKW zu vielen Veranstaltungen als Diskussionspartner eingeladen, z. B. zum Runden Tisch Meeresmüll des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV) oder zum Dialog Kosmetik.

Fortbildung für Sicherheitsbewerter

Seit 1998 bietet die Deutsche Gesellschaft für wissenschaftliche und angewandte Kosmetik (DGK) gemeinsam mit dem IKW Fortbildungskurse für Sicherheitsbewerter kosmetischer Produkte an. Ziel des Fortbildungsprogramms ist es, dass Sicherheitsbewerter bei wissenschaftlichen Fragestellungen und der Gesetzgebung immer auf dem aktuellen Stand sind.

Sicherheitsbewerter bewerten jedes kosmetische Produkt hinsichtlich seiner Sicherheit für die menschliche Gesundheit, bevor das Produkt auf den Markt kommt. Sie sind persönlich dafür verantwortlich, dass das Produkt alle Anforderungen der EG-Kosmetikverordnung hinsichtlich seiner gesundheitlichen Unbedenklichkeit erfüllt und dass das Produkt bei bestimmungsgemäßer und vernünftigerweise vorhersehbarer Verwendung sicher ist. Sie erstellen Gutachten, bei denen sie zunächst alle bestehenden Basisanforderungen überprüfen, die das Kosmetikrecht vorgibt. In der weitergehenden Bewertung müssen insbesondere die toxikologischen Profile aller Inhaltsstoffe sowie die zu erwartenden Expositionsbedingungen, wie beispielsweise Anwendungsart, Anwendungsdauer oder Anwendungsort, berücksichtigt werden.

Im Berichtszeitraum wurden die aufgrund der Pandemie-Situation vorübergehend ausgesetzten Präsenz-Fortbildungsveranstaltungen (Kurse und Seminare) wieder aufgenommen und erfreuten sich bei den Sicherheitsbewertern großen Interesses. Während der Pandemie wurden ausschließlich Online-Trainings und -Seminare in englischer Sprache angeboten. Dieses Online-Trainingskonzept wurde aber auch entwickelt, um Interessenten

außerhalb des deutschen Sprachraums die Gelegenheit zu geben, das Fortbildungsprogramm zu absolvieren. Inzwischen gibt es auch Kooperationen mit Verbänden weit über die EU hinaus.

Mittlerweile haben über 220 Personen den Fortbildungszyklus erfolgreich abgeschlossen. Bereits mehr als 150 Mal konnte das Zertifikat „DGK-Sicherheitsbewerter“ erteilt werden. Das mittlerweile 25-jährige Bestehen des überaus erfolgreichen und EU-weit einzigartigen kontinuierlichen Fortbildungsprogramms von DGK und IKW wird am 16. Juni 2023 mit einer hochkarätig besetzten wissenschaftlichen Konferenz auf dem Petersberg bei Bonn gewürdigt. Nähere Informationen hierzu finden sich unter <https://safetyassessor.info/safety-is-the-key/>.

haut.de

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

Neben Experteninterviews, E-Books und Broschüren bietet das Portal eine Möglichkeit zur individuellen Bestimmung des Hauttyps sowie eine herunterladbare Reisecheckliste für Verbraucher.

INCI-Datenbank

Ein Highlight des Portals www.haut.de ist die kostenlose Datenbank für die Inhaltsstoffe kosmetischer Mittel (INCI-Datenbank). Dieser Service steht unter dem Link www.haut.de/inhaltsstoffe-inci/ zur Verfügung. Mit der Eingabe des INCI-Suchbegriffes, wie er auf der Verpackung des Produktes deklariert ist (z. B. AQUA), wird eine Übersetzung des INCI-Namens bzw. eine Beschreibung des Stoffs angezeigt. Außerdem wird über die Funktionen des Stoffs und sein Vorkommen in Kosmetika informiert. Zusätzlich werden vielfach Hintergrundinformationen und Hinweise zur sicheren Verwendung des jeweiligen Stoffs in kosmetischen Mitteln angeboten. Die INCI-Datenbank von www.haut.de ist weiterhin Basis der im Februar 2023 unter dem Namen „COSMILE Europe“ von Cosmetics Europe in zunächst 14 Sprachen publizierten EU-weiten Inhaltsstoffdatenbank. Diese ist wiederum auch Grundlage der COSMILE-App.



COSMILE-App

Mit Hilfe der COSMILE-App können Verbraucherinnen und Verbraucher sich ganz einfach die Inhaltsstoffe ihrer Kosmetikprodukte anzeigen lassen und weitere Informationen dazu erhalten: Möchte man wissen, welche Inhaltsstoffe in einem bestimmten Produkt enthalten sind, wird mit der App zunächst der Strichcode, der sogenannte EAN-Code, gescannt. Daraufhin werden alle in einem Produkt enthaltenen Stoffe aufgelistet. Mit einem Klick kann man sich außerdem zusätzliche Informationen zu jedem Inhaltsstoff anzeigen lassen, wie zum Beispiel eine deutsche Bezeichnung oder Beschreibung sowie eine kompakte Erläuterung der jeweiligen Funktionen des Stoffes im Produkt. Möchte man mehr erfahren, verlinkt die App für weiterführende Erläuterungen zum INCI-Service auf www.haut.de. Weit über 100 Marken beteiligen sich im deutschen Sprachraum an der COSMILE-App – Tendenz steigend. Ist ein Produkt noch nicht in der COSMILE-Datenbank enthalten, so ermöglicht eine Texterkennungsfunktion ersatzweise das Einlesen der Inhaltsstoffliste von der Packung des Produkts.

Die COSMILE-App ist auch in englischer, französischer, spanischer, polnischer, ungarischer und rumänischer Sprache verfügbar. Weitere Sprachen sind in Vorbereitung. Die App



bietet darüber hinaus weitere Funktionen. So ermöglicht sie es, einzelne Stoffe oder ganze Stoffgruppen vorab auszuwählen. Gibt es bei einem nachfolgenden Scan eine Übereinstimmung, kennzeichnet die App diese Stoffe als Treffer. Die COSMILE-App wurde in Zusammenarbeit mit dem IVDK um zusätzliche Funktionen speziell für den Allergiker erweitert. Mit Hilfe der App ist es Allergikern nun auch einfach möglich, ihre persönlichen Testsubstanzen (aus dem Allergiepass und oder einem Attest vom Dermatologen) in die dazugehörigen relevanten INCI-Bezeichnungen zu „übersetzen“ und diese in der App vorzumerken – um beispielsweise schon während des Einkaufs von Kosmetika erkennen zu können, ob ein Produkt Stoffe enthält, die gemieden werden sollten.



COSMILE App bei iTunes



COSMILE App bei Google Play

Friseure

Technische Regel für Gefahrstoffe (TRGS 530 für das Friseurhandwerk)

Die Technischen Regeln für Gefahrstoffe (TRGS) geben den Stand der Technik, Arbeitsmedizin und Arbeitshygiene sowie sonstige gesicherte wissenschaftliche Erkenntnisse für Tätigkeiten mit Gefahrstoffen, einschließlich deren Einstufung und Kennzeichnung, wieder. **Die Technische Regel 530 für das Friseurhandwerk** regelt Tätigkeiten mit den im Friseurhandwerk verwendeten Stoffen, Zubereitungen und Erzeugnissen (z. B. kosmetische Mittel), insbesondere wenn davon auszugehen ist, dass einer oder mehrere ihrer

Inhaltsstoffe irritierend oder sensibilisierend wirken, so dass bei wiederholten und meist längeren Tätigkeiten Erkrankungen der Haut oder der Atemwege der Beschäftigten auftreten können. Bedingt durch einen länger dauernden oder ständig wiederholten Kontakt mit Wasser und hautschädigenden Gefahrstoffen können irritative und allergische Kontaktekzeme verursacht werden. Die TRGS regelt daher auch friseurspezifische Feuchtarbeiten.

Im Berichtszeitraum wurde die TRGS 530 unter Einbeziehung aller betroffenen Kreise überarbeitet und fertig gestellt und die überarbeitete Version wird veröffentlicht werden.



Haushaltspflege



Der Bereich Haushaltspflege informiert die Mitgliedsfirmen regelmäßig mittels Rundschreiben, Leitfäden und Veranstaltungen u. a. über aktuelle Regelungen und freiwillige Initiativen, die Wasch-, Pflege- und Reinigungsmittel (WPR-Produkte) betreffen.

In allen Fragen zu WPR-Produkten ist der Bereich Haushaltspflege Ansprechpartner sowohl für die Mitgliedsfirmen als auch für Ministerien und Behörden des Bundes und der Länder sowie für Mitglieder des Europäischen Parlaments und des Deutschen Bundestages – dies insbesondere hinsichtlich gesetzlicher Regelungen. Dabei setzt sich der IKW stets für ein hohes Niveau bei Verbraucher- und Umweltschutz ein. Gleichzeitig legt der IKW großen Wert darauf, dass Regelungen gefunden werden, die für die IKW-Mitgliedsfirmen praktikabel sind.

Öffentlichkeitsarbeit

INFORMATIONEN FÜR MEDIEN

Der Bereich Haushaltspflege informiert die Mitgliedsfirmen regelmäßig mittels Rundschreiben, Leitfäden und Veranstaltungen u. a. über aktuelle Regelungen und freiwillige Initiativen, die Wasch-, Pflege- und Reinigungsmittel (WPR-Produkte) betreffen.

NEUE IKW-STUDIE: SO PUTZT DEUTSCHLAND – HAUSHALTPFLEGE ZWISCHEN SOZIALISIERUNG UND NACHHALTIGKEIT

Ergebnisse dieser repräsentativen Studie im Auftrag des IKW sind im Oktober 2022 veröffentlicht worden. Sie ermöglichen einen 360-Grad-Blick auf das Putzverhalten der Menschen

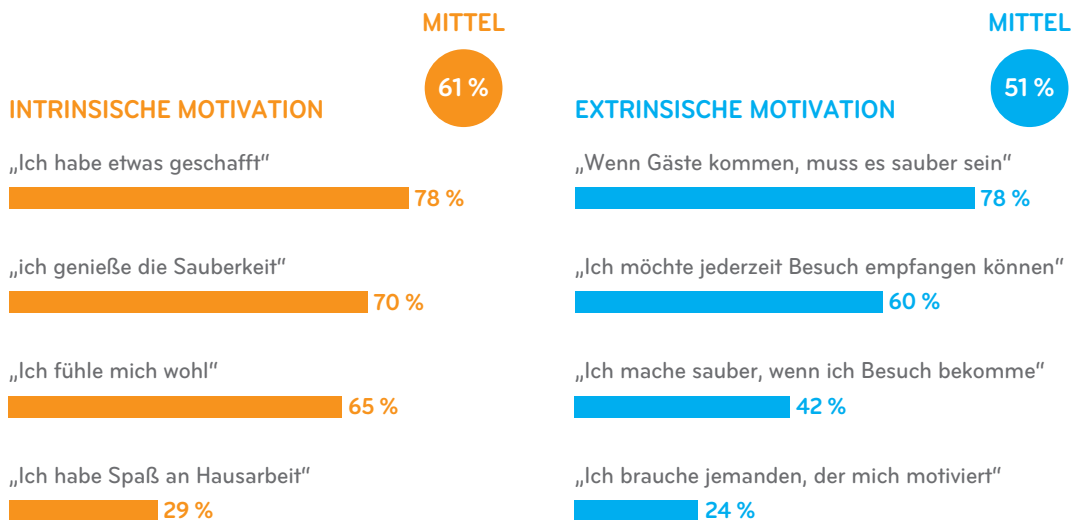
in Deutschland. Im ersten Projektmodul wurden Tiefeninterviews mit 50 Personen geführt, die in Deutschland Privathaushalte führen. Darauf aufbauend folgte im zweiten Teil eine Online-Befragung von 1.537 Menschen in Deutschland. Diese Stichprobe entspricht nach Alter, Geschlecht und Region der repräsentativen Verteilung der Bevölkerung in Deutschland. Einige Ergebnisse der Studie sind:



- Die Prinzipien Ordnung und Sauberkeit sind tief in der Gesellschaft verankert und werden bereits in der Kindheit geprägt. Bei 77 Prozent der Befragten hatten Ordnung und bei 82 Prozent Sauberkeit bereits einen hohen Stellenwert im Elternhaus. Diese Anteile sind heute im eigenen Haushalt unverändert.

EXTRINSISCHE VS. INTRINSISCHE MOTIVATION

„Inwieweit treffen die nachstehenden Aussagen auf Sie persönlich zu?“



Top-2-Werte: Voll zutreffend + zutreffend (n=1.537)

- Bei der Frage nach der Verteilung der Hausarbeit im Elternhaus gaben 51 Prozent der Befragten an, dass sich die Mutter fast um die gesamte Hausarbeit gekümmert hatte. Der Ost-West-Vergleich ergibt einen deutlichen Unterschied: Bei 68 Prozent der Befragten aus den neuen Bundesländern hatten beide Elternteile im Haushalt Aufgaben übernommen, in 28 Prozent der Fälle sogar zu gleichen Teilen. In den alten Bundesländern gaben nur 45 Prozent der Befragten an, dass Mutter und Vater Aufgaben im Haushalt übernommen haben, und das nur bei 15 Prozent zu gleichen Teilen.
- Heute übernehmen im Durchschnitt Frauen nach eigenen Aussagen 79 Prozent der gesamten Hausarbeit, während die Männer das zu 48 Prozent für sich beanspruchen. Entsprechend müsste die Hausarbeit dann „127-prozentig“ erledigt sein. Mindestens eine der Gruppen überschätzt also ihren eigenen Beitrag.
- 78 Prozent der Befragten haben nach dem Saubermachen ein gutes Gefühl, etwas geschafft zu haben.

70 Prozent genießen die Sauberkeit nach dem Putzen ganz bewusst. Psychologen sprechen hier von intrinsischer Motivation zu putzen. Etwas weniger wichtig ist die sogenannte extrinsische Motivation, z. B. gesellschaftliche Erwartungen an eine saubere und aufgeräumte Wohnung.

- Für 70 Prozent der Haushalte in Deutschland ist Hausaltspflege selten oder nie ein Streitthema.
- Im Zusammenhang mit nachhaltigem Verhalten geben 74 Prozent an, dass ihnen die sparsame Verwendung von Wasch- und Putzmitteln wichtig ist, genauso wie die Nutzung von Energiesparprogrammen bei Waschmaschine oder Geschirrspüler (73 Prozent). Ein Hauptmotiv für nachhaltiges Verhalten ist eine langfristige Kostenersparnis.

Der Ergebnisreport der Studie steht unter „IKW-Studie: So putzt Deutschland“ zum Abruf bereit: www.ikw.org/haushaltspflege/wissen/so-putzt-deutschland-haushaltspflege-zwischen-sozialisierung-und-nachhaltigkeit

Produktsicherheit

Unfallverhütung

In Zusammenarbeit mit dem FORUM WASCHEN wurde ein Informationsblatt zur Unfallverhütung erstellt, das sich speziell an ältere Personen und an Haushalte richtet, in denen geistig oder in ihrer Sehkraft beeinträchtigte Menschen leben. Das Faltblatt informiert u. a. darüber, wie Verwechslungen von Wasch-, Pflege- und Reinigungsmitteln mit Lebensmitteln vorgebeugt werden kann und was zu tun bzw. nicht zu tun ist, wenn es zu einer Verwechslung gekommen ist. Der Link zum Faltblatt lautet: www.ikw.org/haushaltspflege/wissen/unfaelle-mit-wasch-und-reinigungsmitteln-im-haushalt-vermeiden

Umfrage zu Produktunverträglichkeiten auf Wasch-, Pflege- und Reinigungsmittel

Seit dem Jahr 2007 fragt der IKW jährlich seine Mitgliedsfirmen, die WPR-Produkte in Deutschland für den privaten Gebrauch vermarkten, nach der Anzahl der Unverträglichkeiten, die den Firmen für das jeweilige Vorjahr für solche Produkte gemeldet worden sind.

In den 16 Jahren von 2006 bis 2021 wurden insgesamt 28,0 Milliarden Packungen verkauft. Das Ergebnis zeigt, dass nur in sehr wenigen Fällen allergische Reaktionen auf WPR-Produkte beobachtet wurden:

Allergien	Fälle von 2006 bis 2020	Fälle pro 1 Mrd. verkaufte Packungen
Anfragen von Ärzten	60	2
ärztlich bestätigt	31	1

Umfrageergebnisse zu Allergien in den Jahren 2006 bis 2021

Haut- und Schleimhautreizungen	Fälle von 2006 bis 2020	Fälle pro 1 Mrd. verkaufte Packungen
von Kunden plausibel beschrieben	6.701	239
ärztlich bestätigt	163	6

Umfrageergebnisse zu Haut- und Schleimhautreizungen in den Jahren 2006 bis 2021

Unfälle mit Wasch- und Reinigungsmitteln im Haushalt lassen sich vermeiden!

Gelegentlich kommt es durch versehentliches Verschlucken oder eine missbräuchliche Anwendung von Wasch- und Reinigungsmitteln zu Unfällen - nicht nur bei Kleinkindern, sondern auch bei Erwachsenen.

Diese Unfälle ereignen sich in den allermeisten Fällen, weil Produkte z. B. mit Lebensmitteln verwechselt werden.

Ursachen hierfür sind, dass viele Menschen mit zunehmendem Alter oder aufgrund einer körperlichen Beeinträchtigung weniger gut sehen, hören und Geschmack wahrnehmen können. Gefahren- und Sicherheitshinweise können daher manchmal nicht mehr oder nur schlecht gelesen werden. Darüber hinaus verlangsamen sich Reflexe mit zunehmendem Alter und dadurch die Reaktionsfähigkeit. Ältere Menschen oder Menschen mit körperlicher Beeinträchtigung können daher manchmal Hilfe nicht mehr so schnell holen wie Menschen im jungen Alter.

Bewahren Sie die beigelegte Präventionskarte zusammen mit Ihren Arzneimitteln auf, damit Sie die Karte im Notfall schnell zur Hand haben! Bei Verdacht auf eine Vergiftung holen Sie den Rat einer Giftinformationszentrale ein!

Auch Fachleute des Deutschen Allergie- und Asthmabundes e. V. (DAAB, www.daab.de) und des Informationsverbundes Dermatologischer Kliniken (IVDK, www.ivdk.org) bestätigen: Durch Weichspüler, Wasch- und Reinigungsmittel, Mittel zur Fleckenvorbehandlung oder gewaschene Wäsche werden nur ausgesprochen selten Allergien ausgelöst.

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

Nachhaltigkeitsinitiativen

FORUM WASCHEN

Die Dialogplattform FORUM WASCHEN wurde im Jahr 2001 vom IKW initiiert und von der Organisation der Vereinten Nationen für Bildung, Wissenschaft und Kultur (UNESCO) und dem Rat für Nachhaltige Entwicklung der Bundesregierung mehrfach ausgezeichnet. Im FORUM WASCHEN arbeiten Fachleute von Behörden, Bundesministerien, Forschungsinstitutionen, einer Gewerkschaft, Herstellern von WPR-Produkten sowie Haushaltsgeräten, Hochschulen, Umweltorganisationen, Universitäten und Verbraucher- und Industrieverbänden in Deutschland mit. Ziel der Dialogplattform FORUM WASCHEN ist es, das Verhalten der Verbraucherinnen und Verbraucher positiv in Richtung eines nachhaltigen Handelns im Zusammenhang mit Waschen, Spülen und Reinigen im Haushalt zu verändern. Der IKW ist einer der Akteure im FORUM WASCHEN. Die IKW-Geschäftsstelle übernimmt darüber hinaus die Aufgabe des Koordinationsbüros.



„In heutigen Zeiten der Energiekrise wird Ressourcenschonung durch richtige Wäschepflege immer wichtiger. Das FORUM WASCHEN bündelt durch die Zusammenarbeit verschiedener Akteure ein großes Know-how, um den Verbrauchern hier wichtige Hilfen und Tipps an die Hand zu geben. Auch der Dialog mit der Bekleidungsbranche wird in Arbeitskreisen intensiviert, um das Thema ganzheitlich zu betrachten und voranzutreiben. Wir begrüßen diese wertvolle Zusammenarbeit sehr.“

Petra Bleibohm, GermanFashion Modeverband Deutschland e.V. und GINETEX GERMANY

Aktionstag Nachhaltiges (Ab-)Waschen am 10. Mai

Das FORUM WASCHEN organisierte für den 10. Mai 2022 den Aktionstag „Nachhaltiges (Ab-)Waschen“. Dieser findet seit dem Jahr 2004 jährlich rund um den 10. Mai in Deutschland statt. Multiplikatoren aus den Reihen der Akteure – insbesondere von Verbraucher-, Umwelt- und Berufsverbänden, Lehreinrichtungen und von IKW-Mitgliedsfirmen – informieren Privatpersonen in ihrem jeweiligen Umfeld über nachhaltiges Waschen und Reinigen. Zur Schulung der Akteure fand am 24. und 25. März 2022 online die Multiplikatorenveranstaltung statt, an der etwa 100 Personen teilnahmen. Im Jahr 2022 wurden zum Aktionstag 84 Aktionen, darunter 13 Aktionen an Schulen angemeldet. Die acht besten Aktionen wurden von einer vom FORUM WASCHEN eingesetzten Jury prämiert. Die prämierten Aktionen werden auf folgender Webseite vorgestellt: www.forum-waschen.de/praemierte-aktionen.html

Der Schirmherr des Aktionstages Nachhaltiges (Ab-)Waschen für das Jahr 2022 war Dr. Marc-Oliver Pahl, Generalsekretär des Rates für Nachhaltige Entwicklung. Dieses Gremium berät seit 2001 die Bundesregierung. Marc-Oliver Pahl drückte in seinem Grußwort zum Aktionstag u. a. den Wunsch aus, dass in Zukunft möglichst nur noch nachhaltige Produkte auf den Markt kommen und die Haushalte darin unterstützt werden, diese Produkte fachkundig anzuwenden.



Dr. Marc-Oliver Pahl,
Generalsekretär des Rates für
Nachhaltige Entwicklung

Der Schirmherr des Jahres 2023 ist Christian Kühn, der Parlamentarische Staatssekretär im Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz. In seinem Grußwort zum Aktionstag schreibt er:



„Selten war es offensichtlicher, dass Energiesparen auch den privaten Geldbeutel entlastet. Besonders entscheidend dafür ist auch der sparsame Umgang mit Warmwasser. Es genügen schon einige einfache Handgriffe, die keine zusätzlichen Investitionen erfordern, um große Effekte zu erzielen. Dazu zählen beispielsweise, Handgeschirr im gefüllten Waschbecken statt unter fließendem Wasserhahn zu spülen oder Wäsche an der frischen Luft statt im Trockner zu trocknen.“

Christian Kühn, Parlamentarischer Staatssekretär im Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz



Im Jahr 2022 hatten die Artikel in Print- und Online-medien, die auf das FORUM WASCHEN Bezug nahmen, eine Reichweite von 400 Millionen potenzieller Kontakte.

und zusätzliche Schlüsselindikatoren festgelegt, die die Mitglieder mitteilen müssen – z. B. in Bezug auf gesellschaftliche Verantwortung der Unternehmen (englisch: Corporate Social Responsibility – CSR) sowie zu Verpackungsmaterialien. Außerdem wurden das Produkt- und das Unternehmenssiegel modernisiert. Detaillierte Informationen zu den Zielen und Teilnahmebedingungen der Nachhaltigkeitsinitiative können unter folgender Webseite in englischer Sprache abgerufen werden: www.charter2020.eu

Initiative „Nachhaltiges Waschen und Reinigen“



Unternehmensbezogenes Siegel



Produktbezogenes Siegel

Die im Jahr 2005 vom Internationalen Wasch-, Pflege- und Reinigungsmittelverband (A.I.S.E., Brüssel) gegründete Initiative „Nachhaltiges Waschen und Reinigen“ (A.I.S.E.-Charter) hat das Ziel, die Indikatoren der Branche zur Arbeits- und Produktsicherheit, zum Umweltschutz und zur Verbraucherinformation kontinuierlich und messbar zu verbessern.

Nach der ersten Aktualisierung und Erweiterung der A.I.S.E.-Charter im Jahr 2010 erfolgte eine zweite Revision im Jahr 2020. Die Kriterien für Nachhaltigkeitsmaßnahmen in Unternehmen und Standards für Nachhaltigkeitsprofile bei Produkten wurden angepasst





Im Jahr 2021 wurden etwa 90 Prozent der Tonnage der WPR-Produkte in der Europäischen Union von 112 berichtstenden Unternehmen über die Initiative Nachhaltiges Waschen und Reinigen erfasst. Seit dem Jahr 2011 wurden circa 13 Milliarden Verpackungen verkauft, die das Siegel der A.I.S.E.-Initiative tragen. Dank der Umsetzung der Initiative konnten im Zeitraum von 2006 bis 2021 in der Produktion Energie und Wasser eingespart und Emissionen pro Tonne Wasch- und Reinigungsmittel reduziert werden:

- 39 Prozent weniger Energieverbrauch,
- 39 Prozent weniger CO₂-Emissionen,
- 2 Prozent weniger Prozesswasser

Mit dem Produktsiegel der Industrieinitiative „Nachhaltiges Waschen und Reinigen“ gekennzeichnete Wasch- und Reinigungsmittel werden unter der entsprechenden Rubrik des Projekts „Siegelklarheit“ (www.siegelklarheit.de) der Bundesregierung als „Gute Wahl“ bewertet. Dieses Projekt soll Menschen in Deutschland eine Orientierung innerhalb der Vielzahl an Siegelangeboten bieten, damit sie Kaufentscheidungen für nachhaltigere Produkte treffen können. Das Bewertungssystem von „Siegelklarheit“ wurde im Jahr 2021 aktualisiert und um Kriterien zur Bewertung von Siegeln in den Bereichen „Glaubwürdigkeit“, „Umweltfreundlichkeit“ und „Sozialverträglichkeit“ erweitert.

Technische Themen



„Die Zusammenarbeit mit Herstellern, Prüfinstituten und Verbraucherorganisationen im Rahmen von IKW-Arbeitskreisen macht Spaß und ist sehr effektiv.

Alle profitieren von den unterschiedlichen Perspektiven. Durch sie sind eine Vielzahl von praxisrelevanten und reproduzierbaren Prüfvorschriften für Wasch- und Reinigungsmittel entstanden.“

Dilek Yilmaz,
wfk – Cleaning Technology Institute e.V.

IKW-Empfehlungen zur Qualitätsbewertung (EQ) dienen dazu, die Leistung von WPR-Produkten praxisingerecht, reproduzierbar und differenzierbar prüfen zu können. Die EQ werden gemeinsam von Herstellern von WPR-Produkten und deren Inhaltsstoffen sowie von Prüfinstituten und zum Teil auch von Herstellern der zu reinigenden Oberflächen erarbeitet. Die aktuellen EQ sind auf www.haushaltspflege.org im Bereich Wissen/Prüfmethoden im deutschsprachigen Original und in englischer Übersetzung verfügbar.

Die Arbeiten zu den EQ für Lackpflegemittel für Kraftfahrzeuge (Teil 3: Lackpolitur) sind im Jahr 2022 abgeschlossen worden. Die Veröffentlichung ist für das erste Halbjahr 2023 vorgesehen. Die Arbeiten zu den EQ für Handgeschirrspülmittel dauern an. Seit dem Frühjahr 2022 ist eine Arbeitsgruppe aktiv, um EQ für Waschmittel zu erstellen.

Gesetzliche Regelungen



Detergenzienverordnung

Die Europäische Kommission hatte ursprünglich angekündigt, einen Vorschlag zur Änderung der Detergenzienverordnung im Dezember 2022 zu veröffentlichen, konnte diesen Zieltermin aber nicht einhalten. Inzwischen wird mit der Veröffentlichung bis April 2023 gerechnet. Sollte der Vorschlag bis dahin nicht veröffentlicht werden, dann verschiebt sich das Gesetzgebungsverfahren, an dem das Europäische Parlament (EP) und die Mitgliedstaaten beteiligt sind, voraussichtlich auf die Zeit nach der Neukonstitution des EP, d. h. mindestens bis in den Herbst 2024.

Voraussichtlich werden u. a. zusätzliche Regelungen für probiotische Reinigungsmittel und für Nachfüllstationen im Handel in die Detergenzienverordnung aufgenommen. Der IKW setzt sich dafür ein, dass Kennzeichnungselemente gestrichen werden, die weder sicherheitsrelevant noch allgemein verständlich sind. Dazu gehören die meisten der noch aus den 1980er Jahren stammenden Inhaltsstoffgruppen, wie z. B. „amphotere Tenside“.

Europäischer Grüner Deal

Der europäische Grüne Deal ist ein Paket politischer Initiativen, mit dem in der Europäischen Union (EU) der Weg hin zu einem „grünen Wandel“ beschritten werden soll. Zu den Zielen gehört u. a. bis zum Jahr 2030 die Verringerung der Nettoemissionen von Kohlendioxid (CO₂) um 55 Prozent und eine Biodiversitätsstrategie sowie bis zum Jahr 2050 die Schaffung eines „nachhaltigen Lebensmittelsystems“. Auch die „Nachhaltigkeitsstrategie für Chemikalien“ und der „Aktionsplan für Kreislaufwirtschaft“ sind Teile des Grünen Deals, zu denen die Europäische Kommission bereits Projekte auf den Weg gebracht hat und die nachfolgend kurz skizziert werden.



Neue Gefahrenklassen

Im Jahr 2023 wird die EU die Verordnung (EG) Nr. 1272/2008 über die Einstufung, Kennzeichnung und Verpackung („CLP-Verordnung“) um zusätzliche Gefahrenklassen ergänzen:

- Störung von Hormonsystemen von Menschen oder in der Umwelt („endokrine Disruptoren“, ED)
- persistent, bioakkumulierend, toxisch (PBT); sehr persistent, sehr bioakkumulierend (vPvB),
- persistent, mobil, toxisch (PMT); sehr persistent, sehr mobil (vPvM).

Dadurch weicht die EU im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie für Chemikalien vom Global Harmonisierten System (GHS) der Einstufung und Kennzeichnung ab. Zwar hat die Europäische Kommission im Juni 2022 im GHS-Gremium der Vereinten Nationen den Vorschlag eingebracht, diese neuen Gefahrenklassen auch ins GHS aufzunehmen. Dies wird im Rahmen des Arbeitsprogramms 2023–2024 diskutiert. Ob die neuen Gefahrenklassen aber letztendlich in das GHS aufgenommen werden, ist noch offen.



Darüber hinaus hat die Europäische Kommission im Dezember 2022 einen Vorschlag für eine umfangreiche Revision der Verordnung (EG) Nr. 1272/2008 vorgelegt, der von den Mitgliedstaaten (Rat) und vom Europäischen Parlament (EP) im Jahr 2023 beraten wird. Zwar wird in diesem Zusammenhang in mehreren von der Europäischen Kommission selbst in Auftrag gegebenen Studien darauf hingewiesen, dass viele Kennzeichnungselemente auf Produkten, die für Privathaushalte bestimmt sind, unverständlich und zu umfangreich sind. Die Europäische Kommission hat aber die Gelegenheit nicht genutzt, um die Vorschriften zu straffen und dadurch für Menschen in Privathaushalten besser nutzbar zu machen. Der IKW setzt sich bei Mitgliedern des EP und bei der Bundesregierung dafür ein, den Vorschlag der Kommission so zu ändern, dass die Kennzeichnung für Nicht-Fachleute besser verständlich und leichter zu erfassen ist als bisher und die Mitgliedsfirmen gleichzeitig entlastet werden.

Ökodesign für nachhaltige Produkte (Ecodesign for Sustainable Products Regulation)

Im Rahmen des europäischen Grünen Deals und der Stärkung einer Zirkularwirtschaft in der Europäischen Union sieht die Initiative für Nachhaltige Produkte (Sustainable Products Initiative, SPI) die Einführung eines digitalen Produktpasses (DPP) u. a. für Detergenzien (Wasch- und Reinigungsmittel) bis zum Jahr 2030 vor. Der DPP soll produktspezifische Informationen enthalten und als „digitaler Zwilling“ des Produkts z. B. über einen QR-Code für Verbraucher und Behörden zugänglich sein. Konkrete Inhalte sind bisher noch nicht festgelegt. Gefordert wird z. B. von Mitgliedern des Europäischen Parlaments, dass soziale Nachhaltigkeitsaspekte Teil des DPP werden sollen.



Sicheres und nachhaltiges Design (Safe and Sustainable by Design, SSbD)

Die Strategie für „sicheres und nachhaltiges Design“ von Chemikalien und Materialien stellt eine Kernmaßnahme im Rahmen der Chemikalienstrategie für Nachhaltigkeit dar. Im Dezember 2022 veröffentlichte die Europäische Kommission eine Empfehlung zur Schaffung eines europäischen Bewertungsrahmens für sicheres und nachhaltiges Design. Dieser Rahmen soll u. a. zu berücksichtigende Aspekte, Methoden sowie Indikatoren für die Bewertung definieren und zusammenfassen.

Aus Sicht des IKW muss für eine nachhaltige Verwendung von Chemikalien der gesamte Lebenszyklus berücksichtigt werden. Dazu zählen neben den Auswirkungen auf Mensch und Umwelt auch soziale Aspekte und die Wirtschaftlichkeit ihres Einsatzes.

REACH-Verordnung (EG) Nr. 1907/2006: Beschränkung von Mikroplastik und geplante umfangreiche Überarbeitung

Ende des Jahres 2022 wurde ein Verordnungsentwurf zur Beschränkung von absichtlich zugesetztem Mikroplastik in Verbraucherprodukten veröffentlicht. Mit dem Inkrafttreten der Änderungsverordnung ist im ersten Quartal 2023 zu rechnen. Demnach werden synthetische Polymer-Mikropartikel zukünftig verboten. Ausnahmen sind für Biopolymere, abbaubare und wasserlösliche Polymere vorgesehen.

Ursprünglich wollte die Europäischen Kommission einen Vorschlag zur umfangreichen Änderung der REACH-Verordnung noch im Jahr 2022 oder zu Beginn des Jahres 2023 vorlegen, hat ihn aber inzwischen für das vierte Quartal 2023 angekündigt.

Unter dem Schlagwort „Generischer Risikoansatz“ (GRA, generic risk approach) wird diskutiert, Stoffe aufgrund ihrer Einstufung in bestimmte Gefahrenklassen (z. B. „atemwegssensibilisierend“) von der Verwendung in Produkten für Privathaushalte auszuschließen, auch wenn mit der Verwendung kein Risiko verbunden ist. So sind zahlreiche in Wasch- und Geschirrspülmitteln eingesetzte Enzyme als atemwegssensibilisierend eingestuft, aber in Pulverprodukten entsprechend umhüllt, sodass die Exposition, d. h. ein Kontakt mit den Atemwegen, ausgeschlossen werden kann. Nur durch den Einsatz von Enzymen ist es möglich, auch bei niedrigen Wassertemperaturen ein sehr gutes Reinigungsergebnis zu erzielen. Dürften in Wasch- und Geschirrspülmitteln solche Enzyme nicht mehr eingesetzt werden, müssten die Wasch- und Spültemperaturen erhöht werden, um saubere Textilien bzw. Geschirr und Besteck zu erhalten und der Energieaufwand für das Wäschewaschen und Geschirrspülen würde steigen.

„Die Europäische Kommission plant im Rahmen der ‚Chemikalienstrategie für Nachhaltigkeit‘ eine Abkehr von den bisherigen, bewährten Ansätzen zur Sicherheitsbeurteilung von Stoffen, die die tatsächlichen Expositionen berücksichtigen. Diese Abkehr würde dazu führen, dass Inhaltsstoffe in Wasch-, Pflege- und Reinigungsmitteln nicht mehr eingesetzt werden dürfen, auch wenn mit ihnen kein Risiko für Mensch und Umwelt verbunden ist.“

Dr. Thorsten Kessler,
Wissenschaftlicher Koordinator, IKW





Biozidprodukte

Die Biozidprodukte-Verordnung (EU) Nr. 528/2012 (BPV) erfasst nicht nur Desinfektionsmittel und Repellentien, sondern z. B. auch Konservierungsmittel, die für viele wasserbasierte WPR-Produkte benötigt werden. Aufgrund des aufwendigen Genehmigungs- und Zulassungsverfahrens stehen immer weniger Konservierungsmittel z. B. für WPR-Produkte zur Verfügung. Zusammen mit dem Verband der Chemischen Industrie e. V. (VCI) und weiteren Fachverbänden steht der IKW im Dialog mit den Behörden und Ministerien und weist auf diese Problematik hin.

Die Chemikalienstrategie für Nachhaltigkeit im Rahmen des europäischen Grünen Deals nennt als politisches Ziel eine „schadstofffreie Umwelt“ und wird Möglichkeiten einschränken, Chemikalien in Produkten zu verwenden. Das „Nullschadstoff-Ziel“ kann damit auch Folgen für die Verfügbarkeit von bioziden Wirkstoffen haben.

Das Prüfprogramm für Altwirkstoffe, d. h. für biozide Wirkstoffe, die bereits vor dem 14. Mai 2000 in Biozidproduk-

ten in Verkehr gebracht worden sind, sollte ursprünglich im Jahr 2010 abgeschlossen sein. Inzwischen wurde es bereits zweimal verlängert und soll eigentlich im Dezember 2024 auslaufen. Da erst 42 Prozent der insgesamt 772 im Prüfprogramm stehenden Altwirkstoffe seit dem Jahr 2004 bewertet worden sind, gilt eine dritte Verlängerung des Prüfprogramms um weitere zehn Jahre bis Dezember 2034 als wahrscheinlich. Derzeit gibt es hierzu allerdings noch keine offizielle Stellungnahme seitens der Europäischen Kommission.

Den IKW-Mitgliedsfirmen stehen der im Januar 2022 aktualisierte Leitfaden „Wichtige Informationen für Inverkehrbringer von Biozidprodukten aus dem Bereich der Wasch-, Pflege- oder Reinigungsmittel“ und die umfangreiche „IHO/IKW-Anleitung zur Zulassung von Biozidprodukten der Hauptgruppe 1 („Desinfektionsmittel“) zur Verfügung. Mit den Mitglieder-Informationen wird regelmäßig auch über Regelungen für Biozidprodukte und deren Wirkstoffe berichtet.



Informationsveranstaltungen



Im Jahr 2022 organisierte der Bereich Haushaltspflege wieder Veranstaltungen für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Unternehmen, die WPR-Produkte herstellen.

Im November 2022 fand die Informationsveranstaltung für Hersteller von WPR-Produkten zu aktuellen Themen statt, im Februar 2023 die „Webkonferenz zu Änderungen der ‚CLP-Verordnung‘ und zur Internetkonsultation“. Das Basisseminar zu wesentlichen Vorschriften für WPR-Produkte wurde im Jahr 2022 als digitales Seminar, sogenanntes „IKWebinar“, angeboten. Die einzelnen Module des IKWebinars können nach erfolgter Anmeldung im IKW-Extranet ganz individuell, zeitlich flexibel und ortsunabhängig abgerufen werden.





Die Welt & Europa

Wachstum für Euro-Wirtschaft erwartet

Im Jahr 2023 dürfte das BIP-Wachstum in der EU auf 0,3 Prozent zurückgehen. Es wird erwartet, dass sich die Inflation im laufenden Jahr reduzieren wird, aber mit 7,0 Prozent hoch bleibt. Zudem erwartet die EU einen Anstieg des Defizits auf 3,6 Prozent, so dass die Lage weiter angespannt bleiben dürfte. Der weitere Verlauf der geopolitischen Entwicklungen, der Warenversorgung und der Preisentwicklung ist nur schwer absehbar, so dass ein Ausblick derzeit kaum möglich ist. Die relativ konjunktur-unabhängigen Güter des täglichen Bedarfs – und hier im Besonderen Produkte für die Schönheits- und Haus-haltungspflege – werden sich aber dennoch hoffentlich als Stützen der Wirtschaft erweisen.

Exportförderung weltweit

Der IKW wird seine Mitglieder weiterhin dabei unterstützen, Wachstum auch im Ausland zu erzielen. Die Möglichkeiten hierzu werden wie bisher durch Online-Formate flankiert, wo immer das möglich ist.

„Für eine nachhaltige Gesellschaftsentwicklung brauchen wir auch weiterhin gleichsam ökonomisch, ökologisch und sozial tragfähige Lösungen.“

Thomas Keiser,
Geschäftsführer, IKW



So werden bei den IKW-Mittelstandstagungen regelmäßig Exportmärkte analysiert und Beispiele zur Marktbe-arbeitung vorgestellt. Zudem organisiert der IKW durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) geförderte Auslandsmessen. Die German Pavilions ermöglichen es den Unternehmen, sich und ihre Produkte auf individuellen Firmenständen unter dem anerkannten Qualitätsversprechen „Made in Germany“ – hoffentlich auch bald wieder auf Präsenzmessen – zu präsentieren.

Zusätzlich zu den Messe-Aktivitäten hat der IKW vom BMWK geförderte Markterschließungsmaßnahmen für priorisierte Exportregionen initiiert. So wurden bisher Ge-



INTERNATIONALE WACHSTUMSCHANCEN

Export-Unterstützung des IKW für seine Mitgliedsfirmen



G Geschäftsanhaltung vom BMWK geförderte Geschäftsanhaltungsreise, individuelle Gespräche

M Messe vom BMWK geförderte Messe, „German Pavilion“

V In Vorbereitung

schäftsanhaltungsreisen in zahlreichen Weltregionen sehr erfolgreich und meistens begleitet durch die Handelskammern vor Ort durchgeführt. Weitere Reisen sind in Vorbereitung.

Vom IKW ausgestellte Freiverkäuflichkeitszertifikate können die Exportaktivitäten unterstützen.

Darüber hinaus stehen den IKW-Mitgliedern seit 2018 Euromonitor-Daten zur weltweiten Marktattraktivität zur Verfügung, die 2020 aktualisiert wurden. Mit einem Marktvolumen von über 134 Milliarden Euro ist Europa weltweit der größte Markt für Schönheits- und Haushaltspflege-Produkte und setzt damit in etwa so viel um wie die USA, Russland und Indien zusammen.

Den letzten sozio-ökonomischen Studien zufolge erarbeitet die Schönheitspflege- und Haushaltspflege-Industrie in Europa eine Bruttowertschöpfung – also

einen Beitrag zum Wohlstand – von **54 Milliarden** Euro im Jahr.

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

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



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

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



Sozio-ökonomische Bedeutung der Branche





 18,2 Mrd Euro
 108,2 Mrd Euro

Umsatz

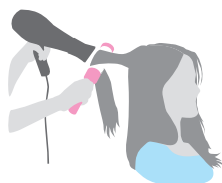
Mit einem Marktvolumen von über 108 Milliarden Euro ist Europa weltweit der größte Markt für Schönheits- und Haushaltspflege-Produkte und setzt damit in etwa so viel um wie die USA und Brasilien zusammen.



 9,5 Mrd Euro
 53,6 Mrd Euro

Wohlstandsbeitrag

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





 500.000
 2.360.000

Arbeitsplätze

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



 80.000.000
 500.000.000

Konsumenten

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

Unsere Arbeit in Europa

Der IKW arbeitet intensiv mit den europäischen Verbänden Cosmetics Europe (Schönheitspflege) und A.I.S.E. (Haushaltspflege) zusammen und bringt dort seine Expertise ein.



„Forschung und Innovation gestalten Zukunft. Das hat die Schönheits- und Haushaltspflegemittelindustrie erfolgreich gezeigt“

Nicola Beer, Vizepräsidentin des Europäischen Parlaments



“We face many challenges at EU level, and to support our industry effectively we need a high level of collaboration with our national association members. IKW leads the way in this respect – its skill and expertise, its proactivity, its passion for our industry – IKW’s contribution is an essential element in anything we achieve.”

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

Ziel ist es, mit den europäischen Institutionen in direktem Austausch die notwendigen Regelungen für eine umfassende Produktsicherheit zu erarbeiten. Diese müssen klar und verlässlich sein, denn sie bilden die Grundlage dafür, dass für die hergestellten Produkte das hohe Niveau an Sicherheit für Menschen und Umwelt beibehalten wird.

Wichtig ist hierbei auch, dass auch die europäischen Institutionen ihre selbstgesetzten Fristen einhalten.

Mit dem Projekt Grüner Deal hat sich die Europäische Kommission das Ziel gesetzt, die EU-Wirtschaft bis zum Jahr 2050 zu einer nachhaltigen, klimaneutralen Kreislaufwirtschaft umzugestalten. Teil dieses Projekts sind auch Überarbeitungen der Basisverordnungen des Chemikalienrechts der EU, REACH (Registrierung, Bewertung, Beschränkung und Zulassung von Stoffen) und CLP (Einstufung, Kennzeichnung und Verpackung von Stoffen und Gemischen sowie Rezepturmitteilung). Bereits heute sorgen diese Basisverordnungen und zusätzlich die strengen sektoralen Verordnungen für kosmetische Mittel und Detergenzien dafür, dass sowohl Wasch- und Reinigungsmittel als auch kosmetische Produkte in der EU sicher angewendet werden können.

Für den IKW und die deutschen Kosmetik-, Wasch- und Reinigungsmittelhersteller ist Gesundheitsschutz und Sicherheit der Umwelt durch ihre Produkte oberste Priorität. Sie teilen daher die im Grünen Deal formulierten Ziele, die Entwicklung sicherer und nachhaltiger Chemikalien voranzutreiben, um den Schutz von Menschen und der Umwelt bestmöglich zu gewährleisten. Unverzichtbar für den IKW ist es dabei immer, den gesamten Lebenszyklus eines Produkts mit seinen sozialen, ökologischen und ökonomischen Dimensionen der Nachhaltigkeit zu berücksichtigen. Dazu gehört es ebenfalls, dass kommende Regulierungen die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen in der EU weiterhin gewährleisten, damit diese den Haushalten die für die Körper- und Haushaltspflege notwendigen Produkte zuverlässig zur Verfügung stellen können. Wettbewerbsfähigkeit ist außerdem eine Voraussetzung für die Entwicklung von marktfähigen Innovationen, die z. B. zur Energie- und Ressourceneinsparung beitragen.

Im Berichtszeitraum gab es einige Konsultationen zu neuen Gesetzesvorhaben, an denen sich der IKW beteiligt hat. So ging es zum Beispiel um die Änderung der Detergenzienverordnung sowie um eine Revision der Kosmetik-Verordnung. Diskutiert wurde beispielsweise, ob



Angaben, die derzeit noch verbindlich auf Verpackungen aufgedruckt werden müssen, künftig im Internet digital zugänglich gemacht werden können.

Der IKW begrüßt grundsätzlich die Initiative der Europäischen Kommission zur Vereinfachung und Digitalisierung der Kennzeichnungsvorschriften. Für die Etiketten von Wasch- und Reinigungsmitteln sollten nur solche Kennzeichnungselemente verbindlich vorgeschrieben werden, die für die sichere und nachhaltige Verwendung der Produkte notwendig sind, z. B. Gefahren- und Sicherheitspiktogramme und Angaben zur richtigen Dosierung. Darüber hinaus gehende Informationen sollten auf dem „digitalen Etikett“ gemacht werden, das z. B. über einen Quick-Response-Code (QR-Code) auf dem physischen Etikett einfach zugänglich sein muss. Für kosmetische Produkte wäre neben der Angabe der Informationen im Internet auch eine Information der Verbraucher über eine App, wie z. B. die COSMILE-App möglich – am Point of Sale über den Scan des Barcodes oder eines QR-Codes auf der Verpackung.

„Die Zusammenarbeit mit den nationalen Verbänden ist mehr denn je der Schlüssel zu erfolgreichen politischen Verhandlungen beim Green Deal. Der IKW ist ein Vorbild in seinem Engagement und Wissen und hält eine führende Rolle in dem Netzwerk aus den A.I.S.E.-Mitgliedsverbänden.“

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





Gremien



Vorstand

VORSITZENDER

- Georg Held
L'Oréal Deutschland GmbH

STELLVERTRETENDE VORSITZENDE

- Gabriele Hässig
Procter & Gamble Service GmbH

SCHATZMEISTER

- Christoph Harras-Wolff
Dr. Kurt Wolff GmbH & Co. KG
- Burkhard Anders
Johnson & Johnson GmbH
- Heinrich Beckmann
delta pronatura
Dr. Krauss & Dr. Beckmann KG
- Alexander Brückner,
GlaxoSmithKline Consumer Healthcare
GmbH & Co. KG – a Haleon Company
- Christian Haensch
Beiersdorf AG
- Gérald Mastio
CP Gaba GmbH
- Ralf Mühlenberg
Dalli-Werke GmbH & Co. KG
- Dr. Daniel Rothoett
Sebapharma GmbH & Co. KG

- Reinhard Schneider
Werner & Mertz GmbH
- Caroline Schwieger
Unilever Deutschland GmbH
- Björn Strumann
Coty Beauty Germany GmbH
- Paul Vetter
Henkel Wasch- und
Reinigungsmittel GmbH

Ältestenrat

PRÄSIDENT

- Herbert Sendlinger
- Dr. Hans Biffel
- Klaus Lange
- Dr. Rüdiger Mittendorff
- Dr. Horst-Dieter Speckmann
- Matthias Storb
- Vincent Wupperman

Rechnungsprüfer

- Torsten Emigholz
POLIBOY Brandt & Walther GmbH
- Gregor Grüb
Oscar Weil GmbH

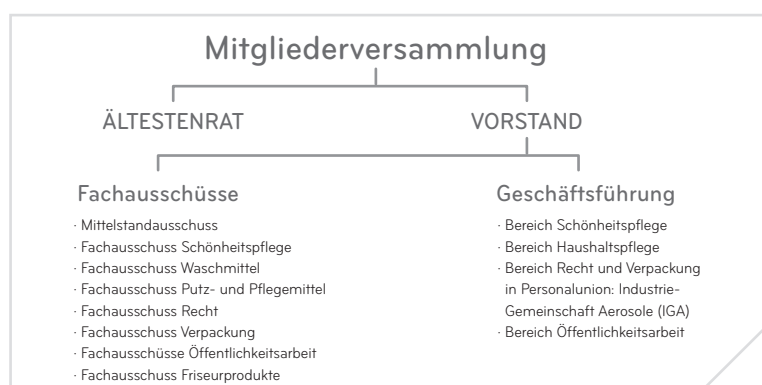
Mittelstandsausschuss

VORSITZENDER

- Heinrich Beckmann
delta pronatura
Dr. Krauss & Dr. Beckmann KG
- René Bowitz
Erdal-Rex GmbH
- Thomas Breidbach
Sebapharma GmbH & Co. KG
- Hermann Crux
BCG Baden-Baden Cosmetics Group GmbH
- Dr. Bernd Czech
delta pronatura
Dr. Krauss & Dr. Beckmann KG
- Eduard R. Dörrenberg
Dr. Kurt Wolff GmbH & Co. KG
- Gregor Grüb
Oscar Weil GmbH
- Stefan Kremin
Brauns-Heitmann GmbH & Co. KG
- Nicolas Lindner
Börlind Gesellschaft für
kosmetische Erzeugnisse mbH
- Thomas Niebergall
fit GmbH
- Horst Robertz
Dr. Babor GmbH & Co. KG
- Reinhard Schneider
Werner & Mertz GmbH
- Ramon Stroink
Louis Widmer GmbH
- Valentin Teuffel
SPEICK Naturkosmetik GmbH & Co. KG

IKW-VERTRETER

- Thomas Keiser



Fachausschuss Schönheitspflege

VORSITZENDER

- Dr. Alfred Markowetz
Procter & Gamble Service GmbH

STELLVERTRETENDER VORSITZENDER

- Dr. Ludger Neumann
L'Oréal Deutschland GmbH
- Mario Bramante
Wella Germany GmbH
- Margit Costabel-Farkas
Johnson & Johnson GmbH
- Dr. Klaus Hempel
Mann & Schröder GmbH
- Dr. Bernhard Irrgang
Weleda AG
- Dr. Arndt Scheidgen
Henkel AG & Co. KGaA
- Dr. Erik Schulze zur Wiesche
Dr. Kurt Wolff GmbH & Co. KG
- Gabriele Seidl
Unilever Deutschland GmbH
- Dr. Stephan Teichmann
WIN Cosmetic GmbH & Co. KG
- Martin Uellner
Kao Germany GmbH
- Dr. Andrea Weber
Dr. Babor GmbH & Co. KG

IKW-VERTRETERIN

- Birgit Huber

Fachausschuss Friseurprodukte

VORSITZENDER

- Noah Wild
Wild Beauty GmbH
- Dr. Christian Ader
Laboratoire Biosthetique Kosmetik
GmbH & Co. KG
- Stephan Conzen
Hans Conzen Kosmetik GmbH
- Stuart Hamid
Henkel AG & Co. KGaA
- Dr. Henrik Haverkamp
Wella Germany GmbH
- Kent Thomsen
L'Oréal Deutschland GmbH
- Jürgen Singer
Singer Kosmetik GmbH

IKW-VERTRETERIN

- Birgit Huber

Fachausschuss Öffentlichkeitsarbeit Schönheitspflege

VORSITZENDE

- Claudia Bach
Reckitt Benckiser Deutschland GmbH

STELLVERTRENDENDE VORSITZENDE

- Janine Arnold
Henkel AG & Co. KGaA
- Dr. Michaela Arens-Corell
Sebapharma GmbH & Co. KG
- Annette Franz
AVON Cosmetics GmbH
- Stefan Geister
L'ORÉAL Deutschland GmbH
- Karolin Köhler
Beiersdorf AG
- Angela Lauf
Coty Beauty Germany GmbH
- Marthe Leppin
Johnson & Johnson GmbH

- Dr. Katharina Marquardt
Procter & Gamble Germany GmbH &
Co. Operations OHG
- Tania Miglietti
Estée Lauder Companies GmbH
- Doreen Neuendorf
Kneipp GmbH
- Lion Pfeufer
GlaxoSmithKline Consumer Healthcare
GmbH & Co. KG – a Haleon Company
- Melanie Schnitzler
Kao Germany GmbH
- Carolin Weber
Unilever Deutschland Holding GmbH

IKW VERTRETERIN

- Birgit Huber

Fachausschuss Öffentlichkeitsarbeit Haushaltspflege

VORSITZENDE

- Claudia Bach
Reckitt Benckiser Deutschland GmbH

STELLVERTRETENDE VORSITZENDE

- Birgitta Schenz
Werner & Mertz GmbH
- Marion Schwenker
Henkel AG & Co. KGaA
- Björn Sievers
Procter & Gamble Service GmbH

IKW-VERTRETER

- Dr. Bernd Glassl





Fachausschuss Putz- und Pflegemittel

VORSITZENDER

- Dr. Alfred Markowetz
Procter & Gamble Service GmbH

STELLVERTRETENDER

VORSITZENDER

- Dr. Philipp Schäfer
Reckitt Benckiser Deutschland GmbH

- Dr. Bernd Czech
delta pronatura
Dr. Krauss & Dr. Beckmann KG

- Dr. Ulrich Drechsler
Salzenbrodt GmbH & Co. KG
- Dr. Christoph Hoge
Brauns-Heitmann GmbH & Co. KG

- Stefan Karsten
Henkel AG & Co. KGaA

- Stefan Kopp
Werner & Mertz GmbH

- Christian Lübke
Mibelle AG

- Armin Pillkahn
Dalli-Werke GmbH & Co. KG

- Vanessa Schäffer
SC Johnson GmbH

- Dr. André Schlichting
Colgate-Palmolive Services CEW GmbH

IKW-VERTRETER

- Dr. Bernd Glassl

Fachausschuss Waschmittel

VORSITZENDER

- Dr. Thomas Herbrich
fit GmbH

STELLVERTRETENDER

VORSITZENDER

- Dr. Edgar Endlein
Werner & Mertz GmbH

- Stefan Karsten
Henkel AG & Co. KGaA
- Christian Lübke
Mibelle AG
- Dr. Alfred Markowetz
Procter & Gamble Service GmbH
- Dr. Philipp Schäfer
Reckitt Benckiser Deutschland GmbH
- Dr. André Schlichting
Colgate-Palmolive Services CEW GmbH
- Gabriele Seidl
Unilever Deutschland GmbH
- Dr. Bernd Wolff-Schladitz
Dalli-Werke GmbH & Co. KG

IKW-VERTRETER

- Dr. Bernd Glassl

Fachausschuss Recht

VORSITZENDE

- Kornelia Matthes
Unilever Deutschland Holding GmbH

STELLVERTRETENDER

VORSITZENDER

- Dr. Markus Pütz
L'Oréal Deutschland GmbH

- Carola Beckmann
Beiersdorf AG
- Sophia Bohnau
Johnson & Johnson GmbH
- Alexandra Buhl-Weller
Weleda AG
- Filomena Cillis
Coty Beauty Germany GmbH
- Ralf Gobbers
Procter & Gamble Germany GmbH & Co. Operations oHG
- Beate Janke
Reckitt Benckiser Deutschland GmbH
- Heiko Maile
Kao Germany GmbH
- Stefanie Menzel
GlaxoSmithKline Consumer Healthcare GmbH & Co. KG – a Haleon Company

- Dr. Nina Moise
Shiseido Group
- Dr. Markus Peter
Dalli-Werke GmbH & Co. KG
- Dr. Evelyn Schindler
Henkel AG & Co. KGaA

IKW-VERTRETER

- Matthias Ibel

Fachausschuss Verpackung

VORSITZENDER

- Arno Melchior
Reckitt Benckiser (Brands) Ltd

- Jürgen Dornheim
Procter & Gamble Service GmbH

- Ann-Marie Gass
Wella Germany GmbH

- Stefan Karsten
Henkel AG & Co. KGaA

- Dr. Tobias Kötter
Schwan Cosmetics International GmbH

- Hans Krämer
GlaxoSmithKline Consumer Healthcare GmbH & Co. KG – a Haleon Company

- Manfred Lott
Kao Germany GmbH

- Michael Maaß
delta pronatura
Dr. Krauss & Dr. Beckmann KG

- Simone Marquardt
Dalli-Werke GmbH & Co. KG

- Thomas Peterson
fit GmbH

- Hannah Rasel
Beiersdorf AG
- Immo Sander
Werner & Mertz GmbH

- Sarah Schüddekopf
Unilever Deutschland GmbH

IKW-VERTRETER

- Matthias Ibel
- Daniela Buchbender



Verzeichnisse



Mitglieder

#

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

2M INTERNATIONAL GMBH
www.2m-international.com

A

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

ACCENTRA GMBH & CO. KG
www.accentra.de

ADA COSMETICS INTERNATIONAL GMBH
www.ada-cosmetics.com

AEROX AG
www.aeroxag.com

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

ALBAAD DEUTSCHLAND GMBH
www.albaad.com

ALEX COSMETIC GMBH
www.alex-cosmetic.com

ALMAWIN REINIGUNGSKONZENTRATE GMBH
www.almawin.de

ALMIRALL HERMAL GMBH
www.almirall.de

AMMANN-LUPERDI GMBH
www.ammann-luperdi.de

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

AMWAY GMBH
www.amway.de

ARCAYA GMBH
www.grouparcaya.de

ELIZABETH ARDEN GMBH
www.elizabetharden.de

DR. ARMAH-BIOMEDICA GMBH & CO. KG
www.lavolta.de

ARTDECO COSMETIC GMBH
www.artdeco.com

ASAM BETRIEBS-GMBH
www.asam-cosmetics.com

ASCOPHARM GMBH
www.ascopharm.de

ASSINDIA CHEMIE GMBH
www.assindia.de

ATHENA COSMETICS B. V.
www.revitalash.com

AUDORASAN COSMETICS GMBH
www.audorasan.de

AUWA-CHEMIE GMBH
www.auwa.de

AVON COSMETICS GMBH
www.avon.de

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

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

AZADIVINE GMBH
www.azadivine.com

AZETT GMBH & CO. KG
www.azett.de

B

BABIEL COSMETICS GMBH
www.shazay.com

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

BAKU CHEMIE GMBH
www.baku-chemie.de

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

B-COS GMBH
WWW.B-COS-SERVICES.DE

BEAUTY LUMIS GMBH
www.beautylumis.com

BEAUTY QUELLE INTERNATIONAL GMBH
www.bequelle.de

BEAUTYCOM GMBH
www.beautycom.biz

BEAUTYHILLS COSMETICS GMBH
www.beautyhills.de

BEAUTYSPA SERVICEGESELLSCHAFT MBH
www.beautyspa.de

DR. BECHER GMBH
www.drbecher.de

BECKER PFLEGEPRODUKTE GMBH
www.becker-chemie.de

BEIERSDORF AG
www.beiersdorf.de

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

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

BERNECKER-COSMETICS GMBH
www.bernecker-cosmetics.de

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

BIO ENERGO W. LOHMANN GMBH
www.bioenergo.de

BIO-GATE AG
www.bio-gate.de

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

BIOMARIS GMBH & CO. KG
www.biomaris.com

BIONORICA SE
www.bionorica.de

BIRKENBACH-GESUNDHEIT GMBH
www.birkenbach-cosmetic.com

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

BLAUE HELDEN GMBH
www.blauehelden.de

BO COSMETIC GMBH
www.bo-cosmetic.de

BODE CHEMIE GMBH
www.bode-chemie.de

BÖRLIND GESELLSCHAFT FÜR KOSMETISCHE ERZEUGNISSE MBH
www.boerlind.com

BOMBASTUS-WERKE AG
www.bombastus-werke.net

APOTHEKER WALTER BOUHON GMBH
www.freioel.de

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

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

BST CARE GMBH

BUDICH INTERNATIONAL GMBH
www.budich.de

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

C

CAELIN E. K.
www.caelin.de

CAREACTIVE GMBH
www.careactive.de

CARENOW GMBH
www.carenow.de

CAUDALIE DEUTSCHLAND GMBH
www.caudalie.com

CHANEL GMBH
www.chanel.de

CHARLOTTE MEENTZEN KRÄUTERVITAL KOSMETIK GMBH
www.meentzen.de

CHIARA AMBRA GMBH
www.chiara-ambra.de

CHURCH & DWIGHT DEUTSCHLAND GMBH
www.churchdwright.de

CLARACOS GMBH
www.claracos.com

CLARO PRODUCTS GMBH
www.claro.at/de/

CLEANGANG GMBH
www.cleangang.com

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

COMFREY GMBH
www.ihrlich.de

COMPES COSMETIC GMBH
DIE KOSMETIKMACHER
www.kosmetikmacher.de

HANS CONZEN KOSMETIK GMBH
www.glynt.com

COSIMED GMBH
www.cosimed.de

COSMETIC SERVICE GMBH
www.cosmetic-service.com

COSMONDIAL GMBH & CO. KG
www.cosmondial.de

COSMOTRADE GMBH
www.cosmotrade.de

COSNOVA GMBH
www.cosnova.com

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

COTY BEAUTY GERMANY GMBH
www.coty.com

COUNTERPOINT GMBH

CP GABA GMBH
www.colgate.de

CREVIL COSMETICS & PHARMACEUTICALS GERMANY GMBH
www.crevil.de

CROLDINO E. K.
www.croldino.de

CURA-BEAUTY GMBH
www.curacosmetic.com

D

DABBOURA & DABBOURA GMBH
www.dndgermany.de

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

DALTON COSMETICS GERMANY GMBH
www.dalton-cosmetics.com/de

RUDOLF DANKWARDT GMBH
www.ruda.de

DÉESSE INTERNATIONAL GMBH
www.deesse.com

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

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

DERMA-FUTUR GMBH
www.derma-futur.de

DERMAPHARM AG
www.dermapharm.de

DERMAPORTAL DP GMBH | BENEVI
MEDIZINISCHE HAUTPFLEGE
www.benevi.com

DERMCOS GMBH
www.dermcos.de

DEUTSCHE KOSMETIKWERKE AG
dkwag.de

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

LYMH PARFUMS & KOSMETIK
DEUTSCHLAND GMBH DIVISION DIOR

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

DOBNER KOSMETIK GMBH
www.dobner-kosmetik.de

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

DREITURM GMBH
www.dreiturm.de

DUESBERG MEDICAL GMBH
www.duesberg-medical.de

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

E

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

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

ECOLAB DEUTSCHLAND GMBH
www.ecolab.eu

ECOVER DEUTSCHLAND GMBH
www.ecover.com

EDDING INTERNATIONAL GMBH
www.edding.com

EDEKA ZENTRALE STIFTUNG & CO. KG
www.edeka.de

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

ELKADERM GMBH
www.elkaderm.de

EMEA HANDELSGESELLSCHAFT MBH
www.emea-cosmetics.com

EMERLLA GMBH
www.emerlla.com

EPI-COS GMBH
www.epi-cos.de

ERDAL-REX GMBH
www.erdalrex.de

ESKA PHARMA GMBH
www.eskapharma.de

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

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

EULENSPIEGEL PROFI-
SCHMINKFARBEN GMBH
www.eulenspiegel.de

EURO VITAL PHARMA GMBH
www.eurovitalpharma.com

EURODOR GESELLSCHAFT FÜR
KOSMETIKPRODUKTE MBH
www.eurodor.com

EURO-FRIWA GMBH
www.eurofriwa.de

EVERDROP GMBH
www.everdrop.de

GEBRÜDER EWALD GMBH
www.ewaldsolutions.de

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

F

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

PIERRE FABRE DERMO KOSMETIK GMBH
www.avene.de

FEDO GMBH
www.fedo-gmbh.de

FIT GMBH
www.fit.de

FLORMAR COSMETICS GMBH
www.flormar.com

FRIKE GROUP
www.frike-group.com

FRIEDRICH FROHNE GMBH
www.friedrich-frohne.de

G

GECHEM GMBH & CO. KG
www.gechem.de

GEKA GMBH
www.geka-world.com

EDUARD GERLACH GMBH
www.gehwol.de

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

GLAXOSMITHKLINE CONSUMER
HEALTHCARE GMBH & CO. KG –
A HALEON COMPANY
www.gsk-consumer.de

GLOBAL COSMED GMBH
www.globalcosmed.eu

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

DR. GRANDEL GMBH
www.grandel.de

GUHL IKEBANA GMBH
www.guhl.de

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

GW COSMETICS GMBH
www.gwcosmetics.at

H

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

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

HAIR HAUS GMBH
www.hair-haus.de

HAKA KUNZ GMBH
www.haka.com

HAKOS GMBH
www.ha-kos.de

HÄNSLER MEDICAL GMBH
www.ozonosan.de

HAPPYBRUSH GMBH
www.happybrush.de

HA-RA GMBH
www.ha-ra.com

PAUL HARTMANN AG
www.hartmanngruppe.info

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

HEALTH COSMETICALS GMBH
www.health-cosmetics.com

HEITLAND & PETRE INTERNATIONAL GMBH
www.heitland.com

HENKEL AG & CO. KGAA
www.henkel.de

HERBACIN COSMETIC GMBH
www.herbacin.com

HERMES ARZNEIMITTEL GMBH
www.hermes-arzneimittel.com

HESSE & VOORMANN GMBH
www.hesse-voormann.de

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

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

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

HORMOCENTA KOSMETIK GMBH
www.hormocenta-kosmetik.de

I

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

INNOCENT INTERNATIONAL GMBH
www.pharmacent-group.com

INNOVATE GMBH
www.innovate-de.info

INSPIRA: COSMETICS GMBH
www.inspira-cosmetics.com

INTERCO COSMETICS GMBH
www.interco.de

INTERVALL TEXTILPFLEGEMITTEL GMBH
www.intervall.de

IONTO HEALTH & BEAUTY GMBH
www.ionto.de

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

ISDIN GMBH
www.isdin.de

IVN NETTETAL GMBH
www.corpusan.com

J

JANSSEN COSMETICS GMBH
www.janssen-cosmetics.com

JASSEN GMBH
www.ojes.de

JDA GMBH & CO. KG
www.jda.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

JÜSTRICH COSMETICS AG
www.juestrich-cosmetics.ch

JUST INTERNATIONAL AG
www.just.swiss

K

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

KANEBO COSMETICS DEUTSCHLAND GMBH
www.kanebo.de

KAO GERMANY GMBH
www.kps-hair.com

KAPPUS GMBH
www.kappus.com

HANS KARRER GMBH
www.hans-karrer.de

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

MARY KAY COSMETICS GMBH
www.marykay.de

KAYMOGYN GMBH
www.deumavan.com

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

KHK GMBH
www.khkgmbh.com

EMIL KIESSLING GMBH
www.emil-kieSSLing.de

KIRCHBERGER KOSMETIK GMBH
www.horst-kirchberger.de

KLAPP COSMETICS GMBH
www.klapp-cosmetics.com

KLG LIQUIDA GMBH
www.klg-group.com

MCM KLOSTERFRAU VERTRIEBS GMBH
www.klosterfrau.de

KNEIPP GMBH
www.kneipp.de

KOKO KOSMETIKVERTRIEB GMBH & CO. KG
www.dermaviduals.de

KORRES D-A-CH GMBH
www.korres.com/de

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

KOSMAN GMBH
www.kosman-ag.de

KOSMETIK KONZEPT GMBH
www.kosmetik-konzept.de

KRÄUTERHAUS SANCT BERNHARD KG
www.kraeuterhaus.de

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



KRYOLAN GMBH
www.kryolan.com

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

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

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

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

KYBERG PHARMA VERTRIEBS-GMBH
www.efasit.de

L

LA MER COSMETICS AG
www.la-mer.com

LA PRAIRIE GROUP AG
www.laprairiegroup.ch

LABORATOIRE BIOSHÉTIQUE KOSMETIK GMBH & CO. KG
www.labioestetique.de

LADY ESTHER KOSMETIK GMBH
www.ladyesther.com

LANGGUTH CHEMIE GMBH
www.langguth-chemie.de

ESTÉE LAUDER COMPANIES GMBH
www.esteelauder.de

LAVERANA GMBH & CO. KG
www.lavera.de

LEGART FORSCHUNGSATELIER GMBH
www.legart.de

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

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

LETI PHARMA GMBH
www.leti.de

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

LI-IL GMBH
www.li-il.com

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

LIPOMAIDSAN COSMETIC PRODUCTION GMBH
www.lipomaidsan.de

L&K BRANDTRADING GMBH
www.brandtrading.de

LOBA GMBH & CO. KG
www.loba.de

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

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

L'ORÉAL DEUTSCHLAND GMBH
www.loreal.de

LORNAMEAD GMBH
www.lornamead.de

LR HEALTH & BEAUTY SYSTEMS GMBH
www.lrworld.com

FRANZ LÜTTICKE GMBH KOSM. SPEZIALPRÄPARATEFABRIK
www.luettickede

LUXESS GMBH
www.luxess-group.com

LYSOFORM DR. HANS ROSEMANN GMBH
www.lysoform.de

M

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

MAESA COSMETICS GMBH
www.maesa.com

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

MAG COSMETICS GMBH
www.mag-cosmetics.de

MANN & SCHRÖDER GMBH
www.mann-schroeder.de

MARIA GALLAND INTERNATIONAL GMBH
www.maria-galland.com

MARKANT DEUTSCHLAND GMBH
www.markant.com

MAVALA (DEUTSCHLAND) GMBH
www.mavala.de

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

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

MCBRIDE CE

MEDDROP BIOMEDICAL TECHNOLOGIES GMBH
www.meddrop.de

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

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

METABOLIC TUNING AG
www.metabolic-tuning.com

METHODE BRIGITTE KETTNER GMBH
www.mbk-cosmetics.com

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

MIBELLE AG
www.mibellegroup.com

MIPRI GMBH
www.mipri.com

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

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

MOLLOX-CHEMIE GMBH
www.mollox.com

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

N

NELE KOSMETIK GMBH
www.nele-kosmetik.com

NEO COS SERVICE GMBH
www.neocos.com

NEWCOS GMBH
www.viviangray.de

NEWSHA GMBH
www.newsha.de

NICOLS INTERNATIONAL SA
www.nicols.biz

NOBILIS GROUP GMBH
www.nobilis-group.com/de/

NÖLKEN HYGIENE PRODUCTS GMBH
www.noelken.eu

NOPA NORDIC GMBH
www.nopanordic.com

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

NUTRACOSMETIC GMBH

NUWENA GMBH
www.nuwena.de

O

OTTO OEHME GMBH
www.oehme-lorito.de

OMEGA PHARMA DEUTSCHLAND GMBH
www.omega-pharma.de

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

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

OROCHEMIE GMBH + CO. KG
www.orochemie.de

ORPIL CHEMIE GMBH
www.orpil.de

OTTO COSMETIC GMBH
www.otto-cosmetic.de

OXYGEN DEVELOPMENT GMBH
www.oxygendevlopment.com

OYESS BEAUTY GMBH
www.oyess.de

P

PACOS GMBH
www.pacos-gmbh.de

PAEDI PROTECT AG
www.paediprotect.de

PANTOS PRODUKTIONS- UND VERTRIEBSGESELLSCHAFT MBH & CO. KG
www.betz-holding.com/pantos/

PARICO COSMETICS GMBH
www.parico-cosmetics.de

PARTY X PEOPLE GMBH
www.jofrika.de

PCC SE
www.pcc.eu

PERSAN S.A.
www.persan.es

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

PFEIFFER CONSULTING GMBH
www.pfeiffer-consulting.com

PFEIFFER LABORATORIES GMBH
www.pfeiffer-gmbh.de

PETER GREVEN PHYSIODERM GMBH
www.pgp-hautschutz.de

PINO PHARMAZEUTISCHE PRÄPARATE GMBH

www.pinoshop.de

PLANOL GMBH & CO. KG
www.planol.de

PLOCHINA CHEMIE WEISS GMBH
www.plochina-chemie.de

POLIBOY BRANDT & WALTHER GMBH
www.poliboy.de

POLYSOM FORSCHUNGS GMBH

POLYSTONE CHEMICAL GMBH
www.polystone-chemical.de

THE POWDER COMPANY AG
www.thepowdercompany.com

PPM COSMETIC GMBH
www.ppmcosmetic.de

PRIMAVERA LIFE GMBH
www.primaveralife.com

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

PROKOS GMBH
www.prokosgmbh.com

PROMIX COSMETICS GMBH & CO. KG
www.promix.de

PROTOCURE GMBH & CO. KG
www.protocure.de

PURANOVA GMBH
www.tolure-cosmetics.com

PURE GREEN SOURCE GMBH
www.puregreen.at

R

URSULA RATH GMBH
www.rath.de

RAUE GMBH
www.raue-kosmetik.de

RAUSCH (DEUTSCHLAND) GMBH
www.rausch.ch

REAMIN GMBH
www.reamin.de

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

REINEX GMBH & CO. KG
www.reinexchemie.de

RETTERSPITZ GMBH & CO. KG
www.retterspitz.de

REVIDERM AG
www.reviderm.de

REWE GROUP BUYING GMBH
www.rewe-group.com

DR. RIMPLER GMBH
www.rimpler.de

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

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

ROSEL HEIM PRODUKTIONS GMBH
www.rosel-heim.de

HELLMUT RUCK GMBH
www.hellmut-ruck.de

RUFIN COSMETIC GMBH
www.rufin.de

S

SALZENBRODT GMBH & CO. KG
www.collonil.com

SANDERSTROTHMANN GMBH
www.sanderstrothmann.de

SC JOHNSON GMBH
www.scjohnson.de

SC JOHNSON PROFESSIONAL GMBH
www.scjp.com

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

SCHLOSS NEUHAUS – GÜLDENMOOR GMBH
www.sng.group

SCHMEES GMBH
www.schmees-kosmetik.de

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

WERNER SCHNEIDER GMBH
www.kosmetik-toelz.de

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

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

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

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

SCHÜLKE & MAYR GMBH
www.schuelke.com

SCHULZ & SOHN GMBH
www.schulzchemie.com

DR. SCHUTZ GMBH
www.dr-schutz.com

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

SEBAPHARMA GMBH & CO. KG
www.sebamed.de

SEEGER WASCH- UND
REINIGUNGSMITTEL GMBH

DIE SEIFENFABRIK INHABER THOMAS
DÖPKE E. K.

SENZORA B.V.
www.senzora.com

SHISEIDO GERMANY GMBH
www.shiseido.de

SINGER KOSMETIK GMBH
www.singer-kosmetik.de

SIRIUS GMBH KOSMETISCHE UND
PHARMAZEUTISCHE PRODUKTE
www.siriderma.de

SKIN CARE MANUFAKTUR GMBH

SODASAN WASCH- UND
REINIGUNGSMITTEL GMBH
www.sodasan.com

SONAX GMBH
www.sonax.de

SONETT GMBH
www.sonett.eu

SONNENSCHNITT-PHARM GMBH

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

SPB GERMANY GMBH
www.spb.es/eng

SPECIAL COSMETICS EURL

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

DR. SPILLER GMBH
www.dr-spiller.com

SPINNRAD GMBH
www.spinrad.de

STADA ARZNEIMITTEL AG
www.stada.com

STEINFELS SWISS GMBH
www.steinfels-swiss.ch

STERN-WASCHMITTEL GMBH
www.sternwaschmittel.de

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

STRAUB GMBH
www.straub-cosmetics.de

BARBARA STURM MOLECULAR
COSMETICS GMBH
www.drsturm.com

STYX NATURCOSMETICS GMBH
www.styx.de

SWIF GMBH SOUTH WEST
INTERNATIONAL FRAGRANCE
www.swif.eu

SYSTEM KOSMETIK
PRODUKTIONSGESELLSCHAFT FÜR
KOSMETISCHE ERZEUGNISSE MBH
www.systemkosmetik.de

SZAIDEL COSMETIC GMBH
www.szaidel-cosmetic.de

T

TAILORED PERFUMES S.L.
www.tailoredperfumes.com

TEMMENTEC AG
www.temmentec.ch

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

TINTI GMBH & CO. KG
www.tinti.eu

TITANIA FABRIK GMBH
www.titania-fabrik.de

TROLL COSMETICS GMBH
www.troll-cosmetics.com

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

U

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

ULTRASUN AG
www.ultrasun.com

UNILEVER DEUTSCHLAND GMBH
www.unilever.de

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

V

VAN DAM BODEGRAVEN B. V.
www.vandambodegraven.nl

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

VENDOLEO GMBH
www.vendoleo.com

VEPACK GMBH
www.vepack.de

VERMONDE GMBH
www.vermonde.com

VILEDA GMBH
www.vileda.com

VINKA GMBH

VINOBLE COSMETICS GMBH
www.vinoble-cosmetics.at

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

PAUL VOORMANN GMBH
www.paul-voormann.de

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

W

WACHSFABRIK SEGEBERG GMBH
www.wachsfabrik.de

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

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

WALA HEILMITTEL GMBH
www.wala.de

WALBERG GMBH
www.svenjawalberg.com

WAREG VERPACKUNGS-GMBH
www.wareg-gmbh.de

WECKERLE GMBH
www.weckerle.com

OSCAR WEIL GMBH
www.oscarweil.de

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

WELEDA AG
www.welada.de

WELLA COMPANY HOLDING GMBH
www.wella.de

AUGUST WENCKE OHG
www.august-wencke.de

WEPOS CHEMIE GMBH
www.wepos-chemie.de

WERNER & MERTZ GMBH
www.werner-mertz.de

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

WHITESMILE GMBH
www.whitesmile.de

LOUIS WIDMER GMBH
www.louis-widmer.com

WILD BEAUTY GMBH
www.paul-mitchell.de

WILDE COSMETICS GMBH
www.wilde-group.com

WILKINSON SWORD GMBH
www.edgewell.com

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

WINDSTAR MEDICAL GMBH
www.windstar-medical.com

WINTERHALTER GASTRONOM GMBH
www.winterhalter.de

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

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

Y

YVES ROCHER GMBH
www.yves-rocher.de

Z

ZELLAEROSOL GMBH
www.zellaerosol.de

ZSB VERPACKUNG GMBH
www.zsb.info

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

Korrespondierende Mitglieder

BASF SE
www.basf.com

BELL FLAVORS & FRAGRANCES GMBH
www.bell-europe.com

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

BIESTERFELD SPEZIALCHEMIE GMBH
www.biesterfeld.com

BRUNO BOCK GMBH
www.thiochem.com

BTC EUROPE GMBH
www.btc-europe.com

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

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

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

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

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

GATTEFOSSÉ (DEUTSCHLAND) GMBH
www.gattefosse.com

GIVAUDAN DEUTSCHLAND GMBH
www.givaudan.com

GLORYACTIVES GMBH
www.gloryactives.de

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

IMCD DEUTSCHLAND GMBH
www.imcdgroup.com

IMPAG IMPORT GMBH
www.impag.de

LANXESS DEUTSCHLAND GMBH
www.lanxess.com

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

NORDMANN, RASSMANN GMBH
www.nrc.de

NOVOCLON GMBH
www.novoclon.com

NOVOZYMES DEUTSCHLAND GMBH
www.novozymes.com

OMYA INTERNATIONAL AG
www.omya.com

PROTEC INGREDIA GMBH
www.protec-ingredia.de

RAHN AG
www.rahn-group.com

RCP RANSTADT GMBH
www.rcp-ranstadt.com

SASOL GERMANY GMBH
www.sasolgermany.de

SCHILL + SEILACHER GMBH
www.schillseilacher.de

SEIDEL GMBH & CO.
www.seidel.de

SEPPIC GMBH
www.seppic.com

**SUMMIT COSMETICS EUROPE SAS
GERMAN BRANCH**
www.summitcosmetics-europe.com

SYMRISE AG
www.symrise.com

VENATOR GERMANY GMBH
www.venatorcorp.com

JOH. VÖGELE KG
www.voegelé-ingredients.de

VÖLPKER SPEZIALPRODUKTE GMBH
www.voelpkker.com

**WEYLICHEM PERFORMANCE PRODUCTS
GMBH**
www.weylchem.com

YOU SOLUTIONS GERMANY GMBH
www.lonza.com



Mitgliedschaften / Kooperationen

National



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



EBSC
EcoBeautyScore Consortium



BAG
Bundesarbeitsgemeinschaft mehr Sicherheit für Kinder e.V.



FRT
Forschungsgemeinschaft Reinigungs- und Hygienetechnologie e.V.



COMMIT FOR OUR PLANET
A Cosmetics Industry Sustainability Initiative



GDCH
Gesellschaft Deutscher Chemiker e.V.



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



GINETEX GERMANY
The National Association for Textile Care Labelling



DKMS LIFE
Kosmetikseminare für krebskranke Frauen



IVDK
Informationsverbund Dermatologischer Kliniken e.V.



DEUTSCHER NACHHALTIGKEITSPREIS
Stiftung Deutscher Nachhaltigkeitspreis e.V.



LEBENSMITTELVERBAND DEUTSCHLAND E. V.



MITTELSTANDSALLIANZ

Bundesverband mittelständische Wirtschaft Unternehmervverband Deutschlands e.V.



WIRTSCHAFTSCLUB RHEIN-MAIN E. V.



SEPAWA

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

Wettbewerbszentrale

ZENTRALE ZUR BEKÄMPFUNG UNLAUTEREN
WETTBEWERBS FRANKFURT AM MAIN E. V.

SET

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

ZENTRALVERBAND DES
DEUTSCHEN FRISEURHANDWERKS

SMC

Science Media Center Germany gGmbH

International



UEBT

Union for Ethical Bioproducts



A. I. S. E.

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



VCI

Verband der Chemischen Industrie e.V.

COSMETICS EUROPE
– THE PERSONAL CARE ASSOCIATION

VHU

Vereinigung der hessischen Unternehmervverbände e.V.



EBD

Europäische Bewegung Deutschland e.V.

Geschäftsstelle



Geschäftsführung und Verwaltung

Thomas Keiser

Geschäftsführer
T +49.69.2556-1321
tkeiser@ikw.org

Kerstin Weiß

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

Susanne Brecht

Buchhaltung
T +49.69.2556-1327
sbrecht@ikw.org

Simone Geyer

Verwaltung und Logistik
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

Anja Schramm

Assistentin
T +49.69.2556-1330
aschramm@ikw.org

Dr. Julija Raiz-Durmus

Wiss. Koordinatorin
T +49.173.7794204
jraiz@ikw.org

Dr. Marita Grothus

Wiss. Koordinatorin
T +49.69.2556-1365
mgrothus@ikw.org

Heike Fisch

Assistentin
T +49.69.2556-1326
hfisch@ikw.org

Dipl.-Ing. Birgit Huber

Stellv. Geschäftsführerin
und Bereichsleiterin
T +49.69.2556-1325
bhuber@ikw.org

Dr. Klaus Rettinger

Wiss. Koordinator
T +49.69.2556-1332
krettinger@ikw.org

Dr. Jens Burfeindt

Wiss. Koordinator
T +49.69.2556-1328
jburfeindt@ikw.org



Bereich Haushaltspflege

Dr.-Ing. Thorsten Kessler

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

Dr. Stephanie Morris-Piou

Wiss. Koordinatorin
T +49. 69. 25 56-13 34
smorris@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

Bereich Recht und Verpackung

Daniela Buchbender

Rechtsanwältin
(Syndikusrechtsanwältin)
T +49. 1520. 87 84 73 8
dbuchbender@ikw.org

RA Matthias Ibel

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

Karin Czuba

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



Impressum

HERAUSGEBER

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

BILDNACHWEIS

von oben nach unten / links nach rechts

Titelseite: iStock / filadendron **Rückseite:** IKW **S4:** L'Oréal / Adrian Bedoy
S6: iStock / shapecharge **S7:** iStock / Jokic; iStock / PeopleImages;
iStock / gpointstudio; IKW / Dennis Möbus; iStock / PhotographerCW;
iStock / Goodboy Picture Company **S8:** iStock / Jokic **S9:** IKW / Dennis
Möbus; Marina Rosa Weigl **S11:** LZ; Linda Lichtmeß **S13:** Esch / Barbara
Heinz **S14:** iStock / PeopleImages **S15:** Christian Lindner; Michael Kellner
S16: L'Oréal / Adrian Bedoy; Gabriele Hässig / Ina Strohbücker; Christoph
Harras-Wolff / Sarah Jonek; IKW / Dennis Möbus **S18:** IKW; Anna Breidt;
IKW **S19:** Christian Tippelt **S20:** Gabriele Hässig / Ina Strohbücker; IKW
S21: iStock / SolStock Ltd **S22:** IKW / Dennis Möbus; IKW; IKW; IKW; IKW;
IKW **S23:** IKW; IKW; IKW; IKW; IKW **S24:** COSMILE Europe; IKW;
EcoBeautyScore Consortium; IKW; IKW; Commit for Our Planet; IKW **S25:**
IKW; IKW; IKW; Forum Waschen / IKW; A.I.S.E.; A.I.S.E.; IKW; IKW **S26:** IKW;
IKW; IKW; Matthias Vey; IKW; IKW; A.I.S.E.; Cosmetics Europe **S27:** Jennifer
Jacquemart; Beautypress; www.patrick-lux.de; IKW; IKW; Stefan Karsten;
Cosmetics Europe / Jennifer Jacquemart; Victor Heekeren; IKW; IKW
S28: iStock / gpointstudio **S30:** iStock / SolStock **S31:** iStock / Tinatin1
S32: Dennis Möbus **S33:** iStock / LightFieldStudios; Commit for Our
Planet **S34:** Ralf Gerard **Seite 35:** IKW; Rik Kutsch
S36: iStock / AleksandarNakic **S37:** iStock / AndreiDavid **S39:** COSMILE
Europe **S40:** IKW / Dennis Möbus **S41:** IKW **S43:** IKW **S44:** Petra Bleibohm;
Dr. Marc-Oliver Pahl / RNE **S45:** Bundesregierung / Sandra Steins; A.I.S.E.;
iStock / A.J.Watt **S46:** Dilek Yilmaz **S47:** iStock / olrat **S48:** iStock / Lidiya
Rudenko **S49:** IKW **S50:** iStock / Ignatiev **S51:** iStock / Drazen_
S52: iStock / PhotographerCW **S53:** IKW / Dennis Möbus **S54:** IKW **S55:** IKW
S56: Marc Darchinger; John Chave **S57:** iStock / PeopleImages; A.I.S.E.
S58: iStock / Goodboy Picture Company **S62:** iStock / PeopleImages
S70: IKW / Dennis Möbus; IKW / Dennis Möbus; IKW / Dennis Möbus;
IKW / Dennis Möbus; IKW / Dennis Möbus; IKW / Dennis Möbus

LEKTORAT

Kerstin Ochs, Katja Rohé

GESTALTUNG UND SATZ

DBF designbüro frankfurt, www.dbf.design

DRUCK

Druckerei Rindt GmbH & Co. KG, Fulda

PAPIER

Soporset Premium Offset, FSC zertifiziert



REDAKTIONSSCHLUSS

31. März 2023

Körperpflege? Nie ohne!



Sauber ist es am schönsten



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 · [linkedin.com/company/ikw](https://www.linkedin.com/company/ikw)