

A conversation with Michael Pfeiffer, Managing Director of Pfeiffer Consulting GmbH

EURO COSMETICS: *Mr. Pfeiffer, you manage a consulting firm for the cosmetics industry. How could you describe the focal point of your consulting services?*

Michael Pfeiffer: Our focal point is on the expert support of companies in the cosmetics industry with regard to all areas of legal compliance, including safety aspects as well as the quality of cosmetic products

EURO COSMETICS: *And what, exactly, does this mean?*

Michael Pfeiffer: In a nutshell: the creation of safety reports and certifications of marketability, advising in the cosmetics-GMP area, NATRUE certification, as well as further training in various other areas. We also assist companies in the areas of product development/manufacturing and customer-specific requirements. Since the beginning of 2011, we have been publishing trade books for the cosmetics industry. If necessary, our consulting services are provided by expert freelance employees or cooperating companies.

EURO COSMETICS: *In which countries or regions do you offer your services?*

Michael Pfeiffer: We are active internationally. Thanks to our team here in Germany, our own branch office in the USA, our representatives in Eastern Europe, as well as cooperation partners in Asia, we count companies all around the world among our customers

EURO COSMETICS: *Where is entering the market the most difficult?*

Michael Pfeiffer: Here I have to address two topics in more detail



Michael Pfeiffer

EURO COSMETICS: *And what are these?*

Michael Pfeiffer: On the one hand, the concern is the marketability of products from the EU in third countries and on the other hand the marketability of products from third countries in the EU.

EURO COSMETICS: *Let's begin with the import into the EU*

Michael Pfeiffer: Here, the cosmetics regulations, especially the new EU-KVO 1223/2009, provide specifications that products must fulfill. We have determined that very often the existing documents are insufficient for guaranteeing sufficient marketability. Here some companies from third countries must clearly do their homework.

EURO COSMETICS: *And from the EU in third countries?*

Michael Pfeiffer: Thanks to the advanced degree of implementation of the EU cosmetics regulations in Europe, European companies are relatively well-prepared with respect to exports to third countries

EURO COSMETICS: *Then everything is relatively simple, right?*

Michael Pfeiffer: Unfortunately not. Many countries have extremely high requirements for the import of cosmetic ingredients. All of this can become very time-consuming and tiresome. Noteworthy here, for example, are countries in Eastern Europe and Asia.

EURO COSMETICS: *How can you help?*

Michael Pfeiffer: We try to assist the companies with the formalities by providing expert colleagues on-site.

EURO COSMETICS:

They advise during product development, through manufacturing, on through to filling. Where are the hurdles in this lengthy process?

Michael Pfeiffer: Many people may not like to read this, but frequently the contract/private label manufacturers are not given enough time to implement projects, so that there is less risk with respect to the implementation of customer-specific requirements and the required product stability.

EURO COSMETICS: *And what does this mean?*

Michael Pfeiffer: Each individual project step, such as product development, product

and stability tests, scaling up, initial production, and finally the implementation of all legal regulations, simply requires time; you cannot achieve this hop, hop, hop in 4 weeks. Frequently, this requires a lot of reworking. In the end, most companies understand that product performance, but also safety and quality must come before excessive speed.

EURO COSMETICS: *So you cannot react quickly to market changes?*

Michael Pfeiffer: But of course you can. With good pre-planning, effective coordination of the process steps and consistent adherence to time specifications, you can still implement development and manufacturer projects on a good schedule.

EURO COSMETICS: *Safety and sustainability have become decisive factors. To what extent does this affect your consulting?*

Michael Pfeiffer: Safety and quality are always number one when it comes to our activities. We always try to pay attention to sustainability in our multitude of projects.

EURO COSMETICS: *What examples can you name for us?*

Michael Pfeiffer: Whether it is creating more efficient production processes, pointing out

the selection of sustainable raw materials or paying attention to energy efficiency when making renovations. The topic of sustainability is simply part of these things.

EURO COSMETICS: *The certification of natural cosmetics and raw materials is playing an ever-greater role. Obviously harmonization is difficult.*

How do you support your customers?

Michael Pfeiffer: Yes, this is true. Manufacturers of products are often confronted with the question of what label is right for them in the end. There is no one-size-fits all solution here. I say this as a certifier of the NATRUE standards.

EURO COSMETICS: *But this statement is actually counterproductive for you*

Michael Pfeiffer: Yes, it is. However, in this case there is no other answer and my customers expect me to provide them with an objective opinion about this topic. If you should decide in favor of the NATRUE standard, which I, let it be noted for the record, regard as the ideal label, of course we will be glad to certify the products.

EURO COSMETICS: *For you the principle applies: innovation starts with people. How, exactly, do you understand this?*

Michael Pfeiffer: This has been the slogan of our cosmetic campus for 12 years already. It doesn't mean anything more than that the person, whether it be as consumer or as employee, plays a central role. Investments in the qualification of employees are the first step toward becoming and remaining innovative and, in the end, successful.

EURO COSMETICS: *How do you as a consultant with many contacts in the industry regard future developments in the cosmetics industry?*

Michael Pfeiffer: Essentially things look good. Of course there will be one area or another in which the prospects are not so rosy. In my nearly 20 years of consulting I have gotten to know companies that have shown how with creativity, flexibility, a readiness to innovate, and structured and consistent procedures, you can act successfully on the market.

EURO COSMETICS:

Thank you very much for the conversation. ■

Ein Gespräch mit Michael Pfeiffer, Geschäftsführer der Pfeiffer Consulting GmbH

EURO COSMETICS: *Herr Pfeiffer, Sie leiten ein Consulting Unternehmen für die kosmetische Industrie. Wie läßt sich der Schwerpunkt Ihrer Beratungsleistungen beschreiben?*

Michael Pfeiffer: Unser Schwerpunkt liegt in der kompetenten Unterstützung von Unternehmen der kosmetischen Industrie rund um die Rechtskonformität, inklusive Sicherheitsaspekten sowie der Qualität kosmetischer Mittel

EURO COSMETICS: *Und das heißt im Einzelnen?*

Michael Pfeiffer: Kurz gesagt: Erstellen von Sicherheitsberichten und Verkehrsfähigkeitsbescheinigung, Beratung im Bereich von Kosmetik-GMP, NATRUE-Zertifizierung sowie Aus- und Weiterbildung in diversen Fachgebieten. Desweiteren unterstützen wir Unternehmen im Bereich der Produktentwicklung/Herstellung und kundenspezifischen Anforderungen. Seit Anfang

2011 verlegen für Fachbücher für die kosmetische Industrie. Unsere Beratungsleistung wird bei Bedarf fachgebietsbezogen von freien Mitarbeitern oder Kooperationsunternehmen kompetent unterstützt.

EURO COSMETICS: *Auf welche Länder oder Regionen bezieht sich Ihre Leistung?*

Michael Pfeiffer: Wir sind international tätig. Durch unser Team hier in Deutschland, unserer eigenständigen Niederlassung in den

USA, unsere Repräsentanz in Ost-Europa sowie Kooperationspartner in Asien zählen wir Unternehmen, gleich welcher Größe, aus der ganzen Welt zu unser Kunden

EURO COSMETICS: *Wo ist der Markteinstieg am schwierigsten?*

Michael Pfeiffer: Ich muss hier auf zwei Richtungen näher eingehen

EURO COSMETICS: *Und die wären?*

Michael Pfeiffer: Zum einen geht es um die Verkehrsfähigkeit von Produkten aus der EU in Drittländer und zum anderen um die Verkehrsfähigkeit von Produkten aus Drittländern in der EU.

EURO COSMETICS: *Beginnen wir mit dem Import in die EU.*

Michael Pfeiffer: Hier fordert die Kosmetikverordnung, speziell die neue EG-KVO 1223/2009, Vorgaben, die Produkte erfüllen müssen. Wir haben festgestellt, dass sehr oft die vorhandenen Unterlagen unzureichend sind, um eine ausreichende Verkehrsfähigkeit zu gewährleisten. Hier müssen einige Unternehmen aus Drittländern ganz klar Ihre Hausaufgaben machen.

EURO COSMETICS: *Und von der EU in Drittländer?*

Michael Pfeiffer: Durch den hohen Umsetzungsstand der EG-Kosmetikverordnung in Europa, sind europäische Unternehmen relativ gut vorbereitet was den Export in Drittländer angeht

EURO COSMETICS: *Dann ist ja alles relativ einfach, oder?*

Michael Pfeiffer: Leider nicht. Viele Länder haben extrem hohe Anforderungen an den Import kosmetischer Mittel. Das kann alles sehr zeitaufwendig und mühsam werden. Zu nennen sind hier beispielsweise Länder in Ost-Europa und Asien.

EURO COSMETICS: *Wie können Sie helfen?*

Michael Pfeiffer: Wir versuchen die Unternehmen durch kompetente Kollegen vor Ort bei den Formalitäten zu unterstützen.

EURO COSMETICS: *Sie beraten bei der Produktentwicklung über die Herstellung bis*

zur Abfüllung. Wo liegen die Hürden in diesem doch langwierigen Prozeß?

Michael Pfeiffer: Das lesen jetzt viele nicht gerne, aber den Entwicklern oder Lohn-/Privatelabelherstellern wird oft zu wenig Zeit gelassen, Projekte so umzusetzen, dass sich ein geringeres Risiko hinsichtlich der Umsetzung von kundenspezifischen Anforderungen und der erforderlichen Produktstabilität ergibt.

EURO COSMETICS: *Und das bedeutet?*

Michael Pfeiffer: Jeder einzelne Prozessschritt, wie die Produktentwicklung, Produkt- und Stabilitätstests, Scaling-up, Erstproduktion und letztendlich die Umsetzung aller gesetzlichen Regularien benötigen einfach Zeit, das kann man nicht in 4 Wochen „hoplahop“ umsetzen. Das erfordert oft viel Überzeugungsarbeit. Letztendlich sehen es die meisten Unternehmen ein, dass sowohl die Produktperformance, aber auch die Sicherheit und Qualität vor übertriebener Schnelligkeit gehen.

EURO COSMETICS: *Man kann also nicht schnell auf Marktveränderungen reagieren?*

Michael Pfeiffer: Doch, selbstverständlich. Bei guter Vorplanung, effektiver Koordination der Prozessschritte und konsequentes Einhalten von Zeitvorgaben kann man Entwicklungs- und Herstellprojekte trotzdem in einem guten Zeitrahmen umsetzen.

EURO COSMETICS: *Sicherheit und Nachhaltigkeit sind zu entscheidenden Faktoren geworden. Inwieweit fließt das in Ihre Beratung ein?*

Michael Pfeiffer: Die Sicherheit und die Qualität steht sowieso ganz oben bei unseren Aktivitäten. Wir versuchen immer bei der Vielzahl von Projekten auch auf die Nachhaltigkeit zu achten.

EURO COSMETICS: *Welche Beispiele können Sie uns nennen?*

Michael Pfeiffer: Sei es effizientere Produktionsprozesse zu schaffen, auf die Auswahl nachhaltiger Rohstoffe hinzuweisen, oder bei Umbaumaßnahmen auf Energieeffizienz zu achten. Das Thema Nachhaltigkeit gehört heute einfach dazu.

EURO COSMETICS: *Die Zertifizierung von Naturkosmetik und Rohstoffen spielt eine immer größerer Rolle. Eine Harmonisierung ist offensichtlich schwierig.*

Wie unterstützen Sie Ihre Kunden?

Michael Pfeiffer: Ja das stimmt. Die Hersteller von Produkten stehen oft vor der Frage, welches Label für sie letztendlich das Richtige ist? Ein Pauschalrezept gibt es hier nicht. Ich sage dies als Zertifizierer des NATRUE Standards.

EURO COSMETICS: *Diese Aussage ist ja für Sie eigentlich kontraproduktiv.*

Michael Pfeiffer: Ja, das ist sie. Es gibt aber in diesem Fall keine andere Antwort und meine Kunden erwarten von mir eine objektive Stellungnahme zum Thema. Falls sie sich für den NATRUE Standard entscheiden sollten, das ich, am Rande bemerkt, für das ideale Label halte, zertifizieren wir natürlich gerne die Produkte.

EURO COSMETICS: *Für Sie gilt das Prinzip: Innovation fängt beim Menschen an. Was genau verstehen Sie darunter?*

Michael Pfeiffer: Dies ist unser Cosmetic Campus Slogan seit nunmehr 12 Jahren. Er bedeutet eigentlich nichts anderes, als dass der Mensch, ob als Verbraucher oder als Mitarbeiter, eine zentrale Rolle spielt. Investitionen in die Qualifizierung von Mitarbeitern ist der erste Schritt innovativ und letztendlich erfolgreich zu werden.

EURO COSMETICS: *Wie sehen Sie als „Consultant“ mit vielen Kontakten in die Branche die zukünftige Entwicklung in der Kosmetikindustrie?*

Michael Pfeiffer: Grundsätzlich gut. Selbstverständlich gibt es den einen oder anderen Bereich, in dem die Aussichten nicht so rosig sind. Ich durfte in den letzten, fast 20 Beratungsjahren Unternehmen kennenlernen, die gezeigt haben, wie man durch Kreativität, Flexibilität, Innovationsbereitschaft und strukturiertes und konsequentes Vorgehen erfolgreich am Markt agieren kann.

EURO COSMETICS: *Vielen Dank für das Gespräch.*