NATURKOSMETIK JAHRBUCH 2013

Autorenbeitrag:
Michael Pfeiffer

naturkosmetikverlag
e. dambacher

NATURKOSMETIK JAHRBUCH 2013

Publikationspartner:

redspa media

bp beauty press
INTERNATIONAL PR NETWORK

COSSMA

Kooperationspartner:

GLS Bank
das macht Sinn

BUSCHE

VIVANESS
International Trade Fair for Natural Personal Care
Internationale Fachmesse für Naturkosmetik

Herausgeberin:
© naturkosmetikverlag e.dambacher
UG (haftungsbeschränkt)
Schauacker 43
44309 Dortmund
Tel.: +49 (0) 2 31-2 06-16 97
Fax: +49 (0) 2 31-2 06-90 88

Geschäftsführung:
Elfriede Dambacher
ed@naturkosmetik-verlag.de

Redaktion:
Beate Vogel, Britta John, Ulrike Jülich

Übersetzungen:
Britta John, Beate Vogel, Ingrid Walter

Lektorat:
Britta John

Produktion:
Gesamtkonzeption, Layout & Satz: creaboni – Barbara Flenker, Münster
www.creaboni.com
Druck: Buch- und Offsetdruckerei H. Heenemann GmbH & Co. KG, Berlin
Printed in Germany

Gerichtsstand:
Dortmund, Amtsgericht Dortmund HRB 21848

ISBN: 978-3-941736-07-8

Erscheinungsdatum: März 2013

www.naturkosmetik-verlag.de

Nachweis Umschlagfotos:
Jonas Dambacher (JIC-photo.de) und Santaverde GmbH (Paranüsse)

Copyright:
Alle Rechte, auch auszugsweise, vorbehalten. Insbesondere das Recht auf Vervielfältigung und Verbreitung sowie Übersetzung. Kein Teil des Naturkosmetik Jahrbuchs darf in irgendeiner Form (Druck, Kopie oder in einem anderen Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden. Alle Informationen wurden mit journalistischer Sorgfalt erarbeitet. Der Verlag übernimmt keine Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhaltes.

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek: Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet unter http://dnb.d-nb.de abrufbar.

Naturkosmetik Jahrbuch Anzeigen 2013:
All Organic Trading GmbH, Alfred Galke GmbH, alva naturkosmetik GmbH, ananné AG, Bademeisterei GsbR, BDIH e.V., bio verlag gmbh, Biogarten Handels GmbH, BIOMARIS GmbH & Co. KG, Bio-Markt.info, Biostiftung Schweiz, bioVista GmbH, BIOwelt Verlagsgesellschaft mbH, Börlind Gesellschaft für kosmetische Erzeugnisse mbH, Botanica GmbH, Brenntag GmbH, Busche Verlagsgesellschaft mbH, carl.com GmbH, Cemon Homeopathics Ltd., CMD NATURKOSMETIK, cosmondial GmbH & Co. KG, Creaboni, Cura Marketing GmbH, da Vinci Künstlerpinselfabrik DEFET GmbH, dm-drogerie markt GmbH & Co. KG, Dr. Anton Natural Care GmbH & Co. KG, Dr. Bronner's GmbH, Dr. Straetmans Chemische Produkte GmbH, ECOCERT GmbH, ECOZEPT GbR, Essencia Aetherische Oele AG, Faber-Castell Cosmetics AG, Farfalla Essentials AG, GfaW, GLS Gemeinschaftsbank e.G., Health and Beauty Germany GmbH, I&M Naturkosmetik, ICADA e.V., Intergate, Kemacos Full Filling Service GmbH, Kneipp Werke, L.A. Schmitt GmbH, Laverana GmbH & Co. KG, LCM Service, Leoplast srl, Les Mouettes Vertes, L'OCCITANE GMBH, LOGOCOS Naturkosmetik AG, Mibelle AG, NATRUE A.I.S.B.L., neuform VDR e.G., NürnbergMesse GmbH, oceanBASIS GmbH, Ölmühle Solling GmbH, Pfeiffer Consulting GmbH, Primavera Life GmbH, Procos GmbH, red roses communications GmbH, redspa media GmbH, RUS Expert, Savon du Midi, Speick Werke, SystemKosmetik GmbH, webportalis GmbH & Co. KG, Zhenobya Aleppo- und Naturseifen.

ClimatePartner° klimaneutral
Druck | ID: 53170-1303-1002

Editorial

Elfriede Dambacher

Freiheit beginnt mit Grenzen. Doch was zunächst als Widerspruch anmutet, bewahrheitet sich schnell. Aus einer Gegenbewegung heraus entwickelte sich die Naturkosmetikbranche und setzte sich freiwillig Grenzen. Die Pioniere waren auf der Suche nach Alternativen. Sie schlossen viele gängige Substanzen aus und begrenzten sich auf ein enges Spektrum von Roh-, Hilfs- und Wirkstoffen, ebenso limitierten sie die Verarbeitungsschritte natürlicher Substanzen. Zunächst nicht ernst genommen und oftmals belächelt, wuchs lange unbemerkt eine Branche heran, die zum selbstverständlichen Bestandteil des Kosmetikmarktes geworden ist. Moderne Naturkosmetikprodukte gehören heute für viele Konsumenten zur täglichen Körper- und Schönheitspflege dazu.

Diese Entwicklung mitzuerleben, beflügelt auch unsere Arbeit. Das Naturkosmetik Jahrbuch erscheint nun bereits im fünften Jahr. Wir finden die Menschen hinter den Produkten so interessant, dass wir zahlreiche Interviews für Sie geführt haben. Zeigt sich doch, dass es immer wieder Menschen mit Mut und einer Idee sind, die Grenzen sprengen.

An dieser Stelle möchte ich auch unseren Partnern und den Experten, die informative Artikel verfasst haben, herzlich danken. Sie tragen mit ihren aufschlussreichen Beiträgen dazu bei, die Vielfältigkeit der Naturkosmetikbranche sichtbar zu machen. Freuen Sie sich auf eine spannende Lektüre!

Übrigens: Das Naturkosmetik Jahrbuch hat zwar keine Grenze gesprengt, aber eine Schwelle überschritten: Erstmalig finden Sie mehr als 1.600 Adressen im Serviceteil.

Herzliche Grüße

Elfriede Dambacher, Herausgeberin

© naturkosmetikverlag e.dambacher

Redaktion

Beate Vogel *Britta John* *Ulrike Jülich*

Eigentlich staunen wir jedes Jahr, was sich alles seit der letzten Ausgabe verändert hat. Wir haben nicht nur neue Marken für Sie entdeckt, auch der Adressteil wurde ausgebaut und umfasst nun 1.600 Adressen! Ein Spiegel, wie sehr der Markt in Bewegung ist und wie das Angebot wächst – in allen Bereichen.

Wie immer haben wir neue Adressen für Sie gekennzeichnet. Auch wurden die Unterkapitel lesefreundlicher gestaltet und die Adressen in vielen Kapiteln, wo es sinnvoll schien, nach Ländern geordnet. Kapitel 8 ist darüber hinaus nach Bereichen geordnet. Die Adressen wurden sorgsam recherchiert. Längst ist der Markt so groß geworden, dass die genannten Adressen in allen Bereichen jedoch lediglich eine Auswahl darstellen. Wir bedanken uns an dieser Stelle auch für Ihre Anregungen, die wir gerne aufgreifen, um das Naturkosmetik Jahrbuch noch besser für Sie gestalten zu können.

Im redaktionellen Teil des Naturkosmetik Jahrbuchs haben wir eine Neuerung eingeführt: Bei einigen Beiträgen finden Sie Querverweise zu anderen Artikeln mit ähnlicher Thematik. Sonderseiten informieren Sie über Innovationen, die wir für Sie zusammengestellt haben.

Die Vielfältigkeit der Branche zeigt sich wie immer in den Autorenbeiträgen. Freuen Sie sich auf facettenreiche und aktuelle Artikel zu Themen, die die Branche bewegen. Mitunter sind dabei auch ganz unterschiedliche Positionen vertreten, deshalb an dieser Stelle der Hinweis, dass die Beiträge nicht unbedingt die Meinung der Redaktion widerspiegeln. Uns hat die Arbeit Spaß gemacht, sei es beim Schreiben, Recherchieren oder beim Übersetzen. Wir bedanken uns für die konstruktive und gelungene Zusammenarbeit, ein besonderer Dank gilt unseren Autoren und Interviewpartnern.

Ihr Redaktionsteam

redaktion@naturkosmetik-verlag.de

© naturkosmetikverlag e.dambacher

Inhalt

		Seite
Kapitel 1 – Der Markt	Der Markt in Deutschland, Elfriede Dambacher	7
	Aktuelle Innovationen	12
	Mann pflegt sich, Elfriede Dambacher	15
	Styled by Naturkosmetik, Elfriede Dambacher	18
	Gelungener Generationswechsel, Interview mit Ulrich Grieshaber	19
	Der internationale Naturkosmetikmarkt, Elfriede Dambacher	22
	Der globale Blick auf die Märkte, Interview mit Moritz Aebersold	25
	Naturkosmetik: US-Markt im Visier, Interview mit Rick Scanlon	27
	Nischenmarken auf dem internationalen Parkett, Beate Vogel	29
	Russland: Ein Markt mit Potenzial, Dr. Kirsten Hüttner	30
	Historie der Naturkosmetik in Italien, Demetrio Benelli	33
	Vive la Différence: Der französische Markt, Interview mit Olivier Herbaut	36
Kapitel 2 – Zertifizierung	Abgestimmte Marktforschung, Elfriede Dambacher	41
	Deklarationspflicht bei Duftstoffen, Elfriede Dambacher	44
	Zehn Jahre Cosmebio, Interview mit Betty Santonnat	46
	Durch Transparenz überzeugen, Günter W. Reichelt	49
	Übersichtstabelle: Marken/Siegel	51
	Profile der Siegel	53
	Adressen, Zertifizierung	60
Kapitel 3 – Marken	Mit Kompetenz gegen Billiganbieter, Wiebke Schmidt	65
	Speick Naturkosmetik in der dritten Generation, Interview mit Wikhart Teuffel	68
	Traditionsunternehmen baut Naturkompetenz aus, Interview mit Dietmar J. Salein	70
	Naturkosmetik mit Mehrwert, Interview mit Ute Leube, Kurt L. Nübling	74
	35 Jahre Naturkosmetik aus Berlin, Interview: B. von Glasenapp und J. von Kruse	78
	Feinste Härchen für feine Pinsel, Britta John	82
	Die Bademeisterei, Bio-Badevergnügen, Elfriede Dambacher	84
	Adressen, Marken Deutschland und international	87
	Adressen, Dekorative Kosmetik, Düfte, Babypflege, Fair Trade, Zubehör	108
Kapitel 4 – Institutskosmetik & Spa	Kosmetikinstitute: Verhaltener Optimismus, Elfriede Dambacher	121
	And The Winner Is …, Beate Vogel	124
	Die Spa-Branche im medialen Fokus, Interview mit Jörg Leu	126
,	Adressen, Institutskosmetik & Spa	129
Kapitel 5 – Der Handel	Der Handel in Deutschland, Elfriede Dambacher	133
	Naturkosmetik im Naturkostfachhandel, Fabian Ganz, Elfriede Dambacher	138
	Bio-Supermärkte, Corinna Offeneÿ, Kai Kreuzer	141
	Erfolgreich – Fünf Jahre „Natur macht schön.“, Karin Heinze	144

© naturkosmetikverlag e.dambacher

Naturkosmetik in der Parfümerie, Interview mit Bernd Kruschka 148
Natur trifft Hightech, Interview mit Susanne Stoll 150
Exklusivbeitrag Symphony IRI Group:
Naturkosmetik mit Wachstumspotenzial, Veronika Nadler 154
Handelsprofile 158
Kompetenz durch eigene Einkaufswelten, Beate Vogel 172
Adressen, Handel Deutschland 173
Adressen, Handel international 186
Adressen, Online-Shops 191
Kapitel 6 – Herstellung
Rohstoffmarkt beeinflusst Marktentwicklung, Interview mit Dr. Wilfried Petersen 193
Duftallergene und Naturkosmetik, Angelika Meiss 196
Sichere Herstellung von Naturkosmetik, Michael Pfeiffer 201
Auf dem Weg zum neuen Sicherheitsbericht, Dorothee Stumpf 204
Adressen, Herstellung 208
Kapitel 7 – Rohstoffe
Beschaffungsmärkte unter Druck, Mildred Steidle , Gerald A. Herrmann 215
Vom Meer zur Naturkosmetik, Dr. Inez Linke 218
Fair gehandelte Produkte aus aller Welt, Britta John 222
Adressen, Rohstoffe 225
Kapitel 8 – Verpackung
Verpackung im Fokus – Reduktion von CO_2, Marie-Laure Viellard 235
Design: Luxuriös aber erschwinglich, Interview mit Kera Till 238
Adressen, Verpackung 241
Kapitel 9 – Marktforschung
Exklusivbeitrag GfK: Grüne Kosmetik auf Erfolgskurs, Denise Nordbeck 247
Adressen, Marktforschung 251
Kapitel 10 – Beratung & Agenturen
Ausgezeichnet: Die GLS Bank, Christof Lützel 253
Adressen, Beratung & Agentur 256
Kapitel 11 – Medien
Mehr Medienpräsenz und maximale Reichweite, Gabriele Fuchs 263
Beauty Blogs, Interview mit Julia Keith 266
Adressen, Medien BtB , BtC 269
Adressen, Medien Online-Portale 273
Kapitel 12 – Qualifizierung
Wirtschaft neu denken – BWL und Kunst, Öngün Eryilmaz 275
Adressen, Qualifizierung 278
Kapitel 13 – Messen & Kongresse
Vivaness 2013, Barbara Böck 279
Breeze: Frischer Wind und Inspiration, Interview mit Udo Funke 281
Herausforderungen annehmen, Hendrike Klein 283
Internationaler Messe- und Kongresskalender 286
Nachhaltigkeit erfordert Paradigmenwechsel, Mildred Steidle, Gerald A. Herrmann 287
On beauty: Roter Teppich für Premium-Naturkosmetik, Dr. Bodo Kubartz 289
Kapitel 14 – Branchenverbände
Literaturauswahl zum Thema Naturkosmetik 291
Interessen bündeln – der neue BNN, Interview mit Elke Röder 293
Adressen, Branchenverbände 296

© naturkosmetikverlag e.dambacher

Sichere Herstellung von Naturkosmetik

Michael Pfeiffer

Der Verbraucherschutz steht an erster Stelle, wenn es um die Qualität und die Sicherheit eines kosmetischen Mittels geht. Der Gesetzgeber kennt keinen Unterschied zwischen klassischen Kosmetikprodukten und Naturkosmetik.

Gesetzliche Rahmenbedingungen

Für alle kosmetischen Mittel ist die neue EG-Kosmetikverordnung 1223/2009 maßgeblich. Alle Produkte, die sich ab 12. Juli 2013 im Markt befinden, müssen den Anforderungen der Verordnung entsprechen. Die Anforderung an die Herstellung ist aus nachfolgenden Artikeln der Verordnung zu entnehmen: (Nennung der wichtigsten Artikel).

Artikel 1 Gegenstand und Zielsetzung
Mit dieser Verordnung werden Regeln aufgestellt, die jedes auf dem Markt bereitgestellte kosmetische Mittel erfüllen muss, um das Funktionieren des Binnenmarktes und ein hohes Gesundheitsschutzniveau zu gewährleisten.

Artikel 8 Gute Herstellungspraxis
(1) Die Herstellung kosmetischer Mittel erfolgt im Einklang mit der guten Herstellungspraxis, um die Erreichung der Zielsetzung von Artikel 1 zu gewährleisten.

Artikel 8 Gute Herstellungspraxis
(2) Die Einhaltung der guten Herstellungspraxis wird vermutet, wenn die Herstellung gemäß den einschlägigen harmonisierten Normen erfolgt, deren Fundstellen im Amtsblatt der Europäischen Union veröffentlicht worden sind.

Im Amtsblatt der EU C 123/3 vom 21.4.2011 ist die Norwm EN ISO 22716[1] Kosmetik-GMP, Leitfaden zur guten Herstellungspraxis, aufgeführt und ist somit durch die namentliche Nennung die einzuhaltende Norm.

Unterschiede bei der Herstellung

Bei der Herstellung von Naturkosmetikprodukten gibt es nur wenige signifikante Unterschiede. Das Herstellungs-Equipment entspricht weitgehend dem der konventionellen Kosmetik, wobei die Chargengrößen bei der Naturkosmetikherstellung oftmals geringer sein können.
Ein Unterschied stellt auf jeden Fall die Verwendung von Rohstoffen

[1] DIN EN ISO 22716 Beuth Verlag www.beuth.de, erhältlich auch bei www.sofw.com

© naturkosmetikverlag e.dambacher

dar, die sich deutlich von klassischen Kosmetikrohstoffen unterscheiden. Hier bedarf es einer sorgfältigen Auswahl und Prüfung der Stoffe, um die gesetzlichen Anforderungen, nicht nur an die Herstellung, zu erfüllen. Beim Herstellungsprozess selbst kann es, unter anderem auch bedingt durch diese Rohstoffe, zu einer Verlängerung der Herstellungszeiten kommen.

Was gerne missverstanden wird

Leider sehen manche Hersteller von Naturkosmetikprodukten die Herstellung ihrer Produkte als unkritisch an. Mit der Meinung, dass diese ja alle reine Naturprodukte seien und mit herkömmlicher Kosmetik nicht vergleichbar sind, liegen diese Hersteller gänzlich falsch und teilweise auch außerhalb der gesetzlichen Vorgaben. So sind beispielsweise beim Einsatz von alternativen Konservierungsstoffen, deren Qualität sich zwar deutlich verbessert hat, höhere Anforderungen an die Personal- und Betriebshygiene zu stellen. Es gilt, eine mögliche Verkeimung während des Produktionsprozesses so gering wie möglich zu halten(2).

Bereiche besonderer Aufmerksamkeit

Die Norm ISO 22716[1] zur Kosmetik-GMP bietet den Herstellern kosmetischer Mittel einen gewissen Interpretationsspielraum, den es für die hergestellten Produkte entsprechend zu adaptieren[2] gilt. Das Umsetzungslevel sollte bei Naturkosmetik bei einigen Normbereichen höher sein. Nachfolgend drei Beispiele, die dies verdeutlichen:

Auswahl von Rohstoffen und Lieferanten

Rohstoffe sollten nicht nur einer gewissen Qualität entsprechen, um den Qualitätsanforderungen zu entsprechen. Die Händler/Lieferanten müssen auch in der Lage sein, alle notwendigen Unterlagen bereitzustellen, die für die Erstellung einer Sicherheitsbewertung notwendig sind.

Erweiterte Eingangskontrolle

Rohstoffe können aufgrund ihres Ursprungs, ihrer Zusammensetzung und der eingesetzten Konservierungsstoffe anfällig für Verkeimung sein. Eine mikrobiologische Eingangskontrolle für diese Rohstoffe ist zu empfehlen.

Herstellungsprozesse/Personal und Betriebshygiene

Auch für Naturkosmetik gilt es, die Herstellungsprozesse/-schritte zu beherrschen, korrekte Herstellunterlagen zu benutzen und die Herstellungsschritte zu dokumentieren. Die Einhaltung von Personal- und Betriebshygiene spielt dabei eine besondere Rolle, um eine Kontamination von Rohstoffen, Herstellungsequipment und Fertigware so weit

[2] Cosmetic Campus Fachbuch, Auszug aus „Kosmetik-GMP – Praktische Umsetzung der Norm ISO 22716" Pfeiffer Consulting GmbH Verlag für die kosmetische Industrie ISBN 978-3-942494-01-4

© naturkosmetikverlag e.dambacher

wie möglich zu reduzieren. Ein entsprechendes Hygieneprogramm und eine regelmäßige Schulung/Unterweisung von Mitarbeitern ist „Pflicht".

Fazit

Sichere Herstellung von Naturkosmetik – eine Herausforderung?!
Die Herstellung von Naturkosmetik ist eine Herausforderung – jeden Tag aufs Neue!
Aber bei Einhaltung bestimmter Kriterien, deren man sich bei der Herstellung von Naturkosmetik immer bewusst sein muss, stellt dies eine zu meisternde Herausforderung dar!

Pfeiffer Consulting GmbH
Landhausstraße 46
75334 Straubenhardt
Deutschland
www.pfeiffer-consulting.com

Pfeiffer Consulting LLC ist ein international bekanntes Beratungs- und Dienstleistungsunternehmen innerhalb der kosmetischen Industrie mit den Schwerpunkten Kosmetik-GMP ISO 22716, Produktentwicklung, Herstellung, Mitarbeiterqualifizierung und der Naturkosmetikzertifizierung nach den NATRUE-Kriterien.

Wir sind ein international bekanntes Beratungs- und Dienstleistungsunternehmen innerhalb der kosmetischen Industrie und unterstützen Sie, Aufgaben flexibel, praxisorientiert und wirtschaftlich in folgenden Bereichen zu lösen:

- EG-Kosmetikverordnung 1223/2009
- Kosmetik-GMP ISO 22716
- NATRUE Zertifizierung
- Produktentwicklung
- Herstellung
- Mitarbeiterqualifizierung

Pfeiffer Consulting

Europe/Asia
Pfeiffer Consulting GmbH
Landhausstraße 46
75334 Straubenhardt - Germany

USA
Pfeiffer Consulting LLC
1101 Sweetwater Lane #1204
Naples, FL 34110 - USA

Eastern Europe
Pfeiffer Consulting GmbH
Reprensentation Dipl. Ing. Kalina Dobreva
Plovdiv 4002 - Bulgaria

Contact: info@pfeiffer-consulting.com

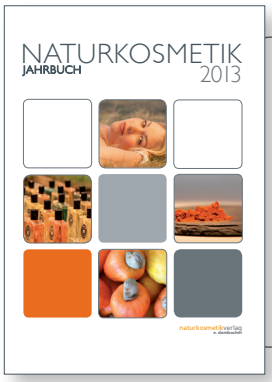
www.pfeiffer-consulting.com

cosmetic campus

© naturkosmetikverlag e.dambacher

AKTUELLES VERLAGSPROGRAMM

naturkosmetikverlag
e. dambacher



Naturkosmetik Jahrbuch 2013

- Fundiertes Nachschlagewerk mit 1.600 Branchenadressen
- Aktuelle Trendanalyse, Top-Berichte von Branchenexperten
- Interviews und zahlreiche Best Practice Beispiele aus dem Handel
- Zertifizierung im Vergleich
- Zuordnung Marken und Siegel
- Umfang: Buch mit CD, ca. 250 Seiten
- Erscheinungstermin: März 2013

Naturkosmetik Branchenreport 2012

- Umfassende Branchenanalyse mit 360°-Blick auf den Markt
- Fundierte Daten und Fakten zum Markt
- Deutschland und international
- Analyse der Vertriebswege
- Kernergebnisse der Studie „Gelegenheitskäufer“
- Umfang: Buch, 350 Seiten inkl. PDF-Version

Naturkosmetik Lernbroschüre mit Lern-CD

- Aktuelles Basiswissen kompakt & kompetent
- Individuelles Lernen – auf die Bedürfnisse des Handels zugeschnitten
- Top-Verkaufsargumente und viele Übungen
- Für alle, die im aktiven Verkauf stehen oder sich für Naturkosmetik fit machen wollen
- Umfang: Arbeitsbuch, 96 Seiten + Lern-CD

Naturkosmetik Branchenkongress

- Kongressunterlagen Naturkosmetik Branchenkongress 2012
- Tagungsband mit 270 Seiten inkl. Kernergebnisse
- PDF-Version der Referentenbeiträge

Save the date:
Berlin
24.-25.9.2013

Leseproben
und mehr
Infos:

ONLINE SHOP

Noch
bequemer
bestellen:

www.naturkosmetik-verlag.de

ONLINE SHOP

Noch bequemer bestellen:

www.naturkosmetik-verlag.de

Aktuelles Programm!

naturkosmetikverlag
e. dambacher

naturkosmetikverlag
e. dambacher

Aktuelle Trendanalysen bestätigen: Der Naturkosmetikmarkt verändert sich rasant. Er verlangt von allen Marktteilnehmern tragfähige Strategien. Der naturkosmetik verlag e.dambacher bietet dafür auf den Markt zugeschnittene Publikationen und Veranstaltungen, die Entscheidungsträgern aus Industrie, Wissenschaft und Handel wichtige Informationsgrundlage sein können.

Bestellschein | Fax: +49 (0) 231 / 206 90 88 | E-Mail: bestellung@naturkosmetik-verlag.de

naturkosmetik verlag e. dambacher UG (haftungsbeschr.) | Schauacker 43 | 44309 Dortmund | Germany

Produkt	Preis*	Anzahl
Naturkosmetik Jahrbuch 2013, Buch inkl. CD	46,80 €	
Naturkosmetik Jahrbuch 2013, Buch ohne CD	27,80 €	
Restauflagen: Naturkosmetik Jahrbuch ohne CD: 2009, 2010, 2011, 2012	18,60 €	
Lernbroschüre mit Lern-CD	37,20 €	
Kompetenz-Paket, 25% Rabatt: 1 Naturkosmetik Jahrbuch 2013 + 1 Lernbroschüre	63,00 €	
Naturkosmetik Branchenkongress, Tagungsband 2012	290,00 €	
Naturkosmetik Branchenreport 2012, **30% Rabatt**	1.365,00 €	

Unternehmen/Adresse/Stempel	Unterschrift: ◯ Ja, bitte informieren Sie uns über Neuheiten per E-Mail.
Ansprechpartner:	E-Mail-Adresse:
Bei Bestellungen außerhalb Deutschlands **Ihre internationale Steuer-ID-Nummer:**	Telefonnummer:

*zzgl. MwSt und Versand. Wir behalten uns Vorkasse vor. Unsere vollständigen Liefer-und Zahlungsbedingungen finden Sie unter: **www.naturkosmetik-verlag.de**