

AUSGABE APRIL 2020

COSMETOPOLITAN



COS-INSIDE

Diverses aus dem
Hause RAHN

LAB-NEWS

Picknick
für Ihre Haut;
Reinigung mit
Enzymen

AROUND THE WORLD

Männerkosmetik –
Neuer Trend oder
alte Tradition?

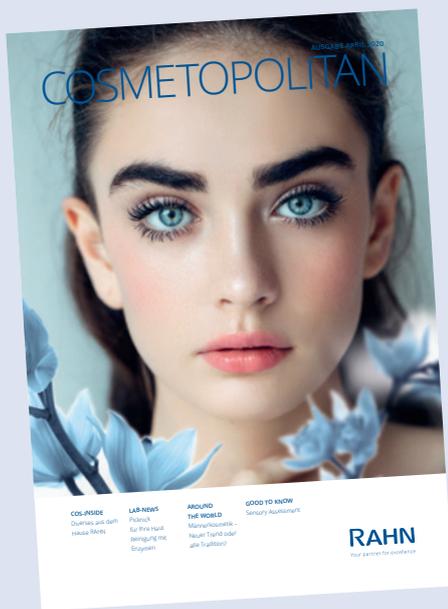
GOOD TO KNOW

Sensory Assessment

RAHN

Your partner for excellence

Liebe Leserinnen, liebe Leser



Spieglein, Spieglein an der Wand ...

Der erste Blick morgens in den Spiegel macht's aus. Wir wünschen uns alle eine schöne, makellose Haut. Schließlich strahlt sie Gesundheit aus und gilt als absolutes Schönheitsideal. Stress, Ernährung sowie unser Lifestyle spielen hier eine grosse Rolle. Tendenziell sind Menschen sich selbst gegenüber kritisch eingestellt. Weiterhin erzeugen Bilder über Schönheitsideale auf Social Media und Co. Druck.

Wir sollten weniger vergleichen und vielmehr nach einem positiven Selbstbild streben. Du bestimmst, wie du dich selbst siehst und fühlst. #bodypositivity

Eine schöne Frühlingszeit wünscht,

Sandra

Sandra Gut
von Ihrem RAHN-Team



WHO IS NEW?

Ein «Herzliches Willkommen» an unsere neuen Team-Kollegen:



LEA HAHN
Funktion
Customer Service Cosmetics
Division
RAHN AG
Eintritt
1. Oktober 2019



MORITZ MESSNER
Funktion
Technical Sales Manager
Division
RAHN GmbH
Eintritt
1. März 2020



SARAH DERRER
Funktion
Customer Service Cosmetics
Division
RAHN AG
Eintritt
1. März 2020



ISABELL STEGMANN
Funktion
Technical Sales Manager
Division
RAHN GmbH
Eintritt
1. April 2020

Wir wünschen einen guten Start und freuen uns auf eine vertrauensvolle und produktive Zusammenarbeit.

RAHN's Golden Ticket

Analog Willy Wonka haben wir auf der letzten SCS Formulate Messe in Coventry (UK) vier «Golden Tickets» in unserer RAHN Schokolade versteckt. Die glücklichen Gewinner durften sich an Spezialitäten aus der Schweiz, Frankreich und Belgien erfreuen.

Herzlichen Dank auch an unsere Sponsoren aus Frankreich und Belgien – Laboratoires Expanscience, Sytheon und Ajinomoto.

And the winners are ...



Laura Scougall, Tropic Skin Care with Inge Depelsmaeker, Ajinomoto

▶ Violaine Bargues & Laura Rudoe, Evolve Beauty & S5 Skincare with Gary Astill, RAHN



▼ Natasha Simonic, The Body Shop with Olivier Garnier, Laboratoires Expanscience



▶ Maddie Simmons, Reckitt Benckiser with Gary Astill & Sandra Gut, RAHN

RAHN – Hinter den Kulissen!

Not just any team ...

Wer arbeitet eigentlich in welchem Bereich und was macht der jeweilige Bereich? Meet the team ...

JASMINE ENG



Im Team seit?	Januar 2016
Verantwortlich für?	<ul style="list-style-type: none"> • Auftragsabwicklung A-Z für Deutschland • Angebotswesen • Ausbildung Lernende 1. Lehrjahr
Wie würdest du dich in drei Worten beschreiben?	Freundlich, proaktiv und loyal
Wofür brennst Du?	Ich habe mit dem Crossfit gestartet und es bereitet mir eine grosse Freude auch wenn es ziemlich anstrengend ist. Zudem verbringe ich die Zeit sehr gerne mit meinen Freunden und Familie und entdecke gerne neue Städte. Jedoch schlägt mein Herz für Chicago ☺
Was magst du an RAHN?	Das super Team, die hervorragende Sozialleistungen, die Wertschätzung und das sehr gute Arbeitsklima.

MARION NÄGELI



Im Team seit?	November 2015
Verantwortlich für?	<ul style="list-style-type: none"> • Angebotswesen und Auftragsabwicklung in Ländern, wie England, Italien, Ungarn, Tschechien und Distributoren weltweit • Ausbildung Lernende im 3. Lehrjahr
Wie würdest du dich in drei Worten beschreiben?	Freundlich, hilfsbereit und belastbar
Wofür brennst Du?	Reisen: neue Länder zu entdecken bereitet mir grosse Freude. Ausserdem gehe ich seit einiger Zeit ins CrossFit, das Training macht mir immer noch so richtig Spass – auch wenn es sehr anstrengend ist ☺
Was magst du an RAHN?	Grossartiges Team, allgemeines Arbeitsklima und die spürbare Wertschätzung sowie tolle Sozialleistungen & Goodies!

SIMONA APOLLONIO



Im Team seit?	November 2014
Verantwortlich für?	Head of Operations (Customer Service und Supply Chain Management)
Wie würdest du dich in drei Worten beschreiben?	Immer unter Strom ☺ Loyal, pflichtbewusst und zielorientiert
Wofür brennst Du?	Reisen, Tauchen, gutes Essen, die Passion und Produktion des eigenen Weines
Was magst du an RAHN?	Benefits, Infrastruktur, soziales Engagement, Familienunternehmen

Think before you print ...

«Kannst du mir bitte diese Seite hier ausdrucken?» Was für uns zum alltäglichen Leben dazugehört, stellt für die Umwelt jedoch zusehends eine Belastung dar. In vielen Büros werden täglich zahlreiche Seiten ausgedruckt, die bereits in digitaler Form gespeichert sind und damit eigentlich gar nicht in gedruckter Ausfertigung vorliegen müssten.

Jeder zweite Baum, der gefällt wird, wird im Anschluss zu Papier verarbeitet. Das Holz für die Papierprodukte stammt aus den Wäldern der ganzen Welt. Damit ist die Papierindustrie eine Schlüsselindustrie, wenn es um die Zukunft unserer Wälder geht.

Jeder von uns kann im Alltag einen Beitrag zum Umweltschutz leisten und den Papierverbrauch reduzieren. Immer mehr etablieren bereits die so genannten «papierlosen Büros».

In diesem Zuge haben wir uns dafür entschlossen unseren Cosmetopolitan ab sofort ausschliesslich in elektronischer Form zu versenden und somit einen Beitrag zum Umweltschutz zu leisten.



Picknick für Ihre Haut

Der Frühling ist da! Nun, da die Sonne endlich wieder scheint, gibt es nichts Schöneres als ein Picknick.

Durch die wachsende Beliebtheit von Wellness-Produkten während der letzten 10 Jahre sind Verbraucher im Hinblick auf die Inhaltsstoffe der Produkte, die sie auf ihrem Körper anwenden oder einnehmen, so kritisch wie nie zuvor. Obwohl die Anwen-

dung von Food Inhaltsstoffen keine Neuheit ist, erfährt der Trend aufgrund der Hinwendung zu «clean» und nachhaltiger Kosmetik ein Hoch. Auf dem Markt sind derzeit Kosmetikprodukte mit Foodie Ingredients von Acai bis Zucchini zu finden.

Nachfolgend finden Sie Food inspirierte Formulierungen. Gönnen Sie Ihrer Haut heute ein Picknick! Entdecken Sie ein völlig neues Hautgefühl und lassen Sie Ihre Haut strahlen.





Raspberry Jam Lip Exfoliator

St	Substance	INCI name USA	% [w/w]	Manufacturer
1	Organic Castor Oil	Ricinus Communis (Castor) Seed Oil	30.65	several
	Dermofeel Viscolid	Hydrogenated Vegetable Oil	5.00	Evonik, DE
	Brazil Nut Oil Refined Organic	Bertholletia Excelsa Seed Oil, Tocopherol	13.00	several
	Cremerlin PURA non-palm	Olus Oil	5.00	CREMER OLEO GmbH & Co. KG, DE
	Virgin Maracuja Oil	Passiflora Edulis Seed Oil	7.00	Laboratoires Expanscience, FR
	Eldew SL-205	Isopropyl Lauroyl Sarcosinate	7.00	Ajinomoto, JP
	Virgin Prunus Oil	Prunus Domestica Seed Extract	3.00	Laboratoires Expanscience, FR
	Dermofeel MT 70 non-GMO	Tocopherol, Helianthus Annuus (Sunflower) Seed Oil	0.50	Evonik, DE
	Unipure Red LC 381	Iron Oxides	0.05	Sensient Cosmetic Technologies, FR
	HydraSynol DOI	Isosorbide Dicaprylate	1.00	Sytheon Ltd, US
	Raspberry Seed Oil	Rubus Idaeus (Raspberry) Seed Oil	5.00	Bay House Ingredients, GB
2	Summer Berries (PN802760)	Fragrance	0.30	Aromatic Flavours & Fragrances Europe Ltd., GB
3	Raspberry Exfoliator 1000	Rubus Idaeus (Raspberry) Seed Powder	2.50	Lessonia, FR
	Sugar	Sucrose	20.00	several

Geeignet für: Trockene und spröde Lippen.

Duft: Süsse Sommerbeeren.

Anleitung: Sanft kreisend auf die Lippen auftragen. Zuvor bei Bedarf Lippenstift entfernen. Mit warmem Wasser abspülen und mit einem Handtuch trocknen.

Natural Oat Powder Cleanser

St	Substance	INCI name USA	% [w/w]	Manufacturer
1	Amisoft LS-11	Sodium Lauroyl Glutamate	15.00	Ajinomoto, JP
	Amisoft MS-11	Sodium Myristoyl Glutamate	15.00	Ajinomoto, JP
	Organic Whole Milk Powder	Milk	23.90	several
	Oat Silk 12	Avena Sativa (Oat) Kernel Flour	22.00	Oat Cosmetics, GB
	Sisterna SP70-C	Sucrose Stearate	22.00	Sisterna B.V., NL
	Amihope LL	Lauroyl Lysine	1.00	Ajinomoto, JP
	TN001NL Spray Dried Aloe Vera Powder 200x	Aloe Barbadensis Leaf Juice	0.10	Terry Laboratories, Inc., US
	Cappucino	Fragrance	1.00	Mystic Moments UK, GB

Geeignet für: Puder – wasseraktivierter Reiniger. Entfernt sanft Make-up sowie überschüssiges Öl ohne Hautirritationen. Ideal für unterwegs.

Duft: Sanfter Cappuccino-Duft aus dunklen Kaffeebohnen und einem Hauch süsser Vanille.

Anleitung: Eine kleine Menge auf die Hand geben. Mit etwas Wasser vermengen, auf das Gesicht auftragen und einmassieren. Anschliessend abspülen.

Cherry Body Yoghurt

St	Substance	INCI name USA	% [w/w]	Manufacturer
1	Water demin.	Water	66.38	several
	Dermofeel PA-3	Sodium Phytate, Water, Alcohol	0.10	Evonik, DE
	Glycerin 85 %	Glycerin, Water	3.00	several
	Dermosoft 1388 ECO	Glycerin, Water, Sodium Levulinate, Sodium Anisate	3.00	Evonik, DE
2	Keltrol CG-SFT	Xanthan Gum	0.50	CP Kelco, US
3	Dermofeel GSC	Glyceryl Stearate Citrate	2.50	Evonik, DE
	Tegin M Pellets	Glyceryl Stearate	2.00	Evonik, DE
	Dermosoft GMCY	Glyceryl Caprylate	0.30	Evonik, DE
	Sunfloweroil deodorized, winterized, organic	Helianthus Annuus (Sunflower) Seed Oil	6.00	All Organic Trading GmbH, DE
	Coconut Oil refined, organic	Cocos Nucifera (Coconut) Oil	4.00	All Organic Trading GmbH, DE
	Cupuacu Butter Refined	Theobroma Grandiflorum Seed Butter	2.00	Laboratoires Expanscience, FR
	Dermofeel Sensolv	Isoamyl Laurate	4.00	Evonik, DE
	AO002 Aloe Vera Oil Extract	Glycine Soja (Soybean) Oil, Aloe Barbadensis Leaf Extract	5.00	Terry Laboratories, Inc., US
	Dermofeel MT 70 non-GMO	Tocopherol, Helianthus Annuus (Sunflower) Seed Oil	0.20	Evonik, DE
	Unipure Red LC 381	Iron Oxides	0.03	Sensient Cosmetic Technologies, FR
4	Citric Acid solution 10 %	Citric Acid, Water	0.50	several
5	Red Cherry (PN801518)	Fragrance	0.40	Aromatic Flavours & Fragrances Europe Ltd., GB
6	Agenajel 21.387	Zea Mays (Corn) Starch	0.10	Agrana Stärke GmbH, AT

Geeignet für: Alle Hauttypen. Unser Body Yoghurt sorgt für ein weiches und gepflegtes Hautgefühl, zieht schnell ein ohne einen fettigen Film auf der Haut zu hinterlassen.

Duft: Der kräftige-belebende Kirschduft erinnert an eine Schüssel reifer Süßkirschen.

Anleitung: Auf die gereinigte und trockene Haut auftragen. Auf dem ganzen Körper mit kreisenden Bewegungen einmassieren.



Apple-a-day Protecting Stick

St	Substance	INCI name USA	% [w/w]	Manufacturer	
1	Beeswax yellow	Beeswax	18.00	Kahl GmbH & Co. KG, DE	
	Sytenol A	Bakuchiol	2.00	Sytheon Ltd, US	
	Lipocire A SG Pastillen	C10-18 Triglycerides	6.00	Gattefossé Schweiz, CH	
	Sisterna A10E-C	Sucrose Tetrastearate Triacetate	10.00	Sisterna B.V., NL	
	Cupuacu Butter Refined	Theobroma Grandiflorum Seed Butter	9.50	Laboratoires Expanscience, FR	
	Coconut Oil refined, organic	Cocos Nucifera (Coconut) Oil	9.50	All Organic Trading GmbH, DE	
	Cacao Butter Pellets	Theobroma Cacao (Cocoa) Seed Butter	5.00	Henry Lamotte Oils, DE	
	Candelilla Wax	Candelilla Cera	9.50	several	
	Virgin Maracuja Oil	Passiflora Edulis Seed Oil	9.50	Laboratoires Expanscience, FR	
	Jojoba Oil, organic	Simmondsia Chinensis Seed Oil	5.00	All Organic Trading GmbH, DE	
	Dermofeel Toco 70 non-GMO	Tocopherol, Helianthus Annuus (Sunflower) Seed Oil	1.00	Evonik, DE	
	Alpine Apple Seed Oil	Pyrus Malus (Apple) Seed Oil	10.00	Bay House Ingredients, GB	
	2	Apple Blossom Natural Fragrance	Fragrance	5.00	AROMANTIC, GB

Geeignet für: Ein feuchtigkeitsspendender und nährender Stick für unterwegs. Ideal für trockene und sensible Haut.

Duft: Erfrischender Apfel Duft.

Anleitung: Auf die trockene und gereinigte Haut auftragen.



Coffee Scrub Stick

St	Substance	INCI name USA	% [w/w]	Manufacturer	
1	Tego Alkanol 1618	Cetearyl Alcohol	27.60	Evonik, DE	
	TEGO Feel C 10	Cellulose	1.00	Evonik, DE	
	Sisterna A10E-C	Sucrose Tetrastearate Triacetate	2.50	Sisterna B.V., NL	
	Dermofeel Sensolv	Isoamyl Laurate	3.00	Evonik, DE	
	Coconut Oil refined, organic	Cocos Nucifera (Coconut) Oil	3.00	All Organic Trading GmbH, DE	
	Cacao Butter Pellets	Theobroma Cacao (Cocoa) Seed Butter	2.00	Henry Lamotte Oils, DE	
	Tego SMO V	Sorbitan Oleate	0.20	Evonik, DE	
	Virgin Prunus Oil	Prunus Domestica Seed Extract	5.00	Laboratoires Expanscience, FR	
	Organic Cold Pressed Coffee Bean Oil	Coffea Arabica (Coffee) Seed Oil	2.00	Biopurus, GB	
	Dermosoft GMCY	Glyceryl Caprylate	0.50	Evonik, DE	
	Dermofeel Toco 70 non-GMO	Tocopherol, Helianthus Annuus (Sunflower) Seed Oil	0.20	Evonik, DE	
	2	Amisoft GS-11P	Sodium Palmoyl Glutamate	20.00	Ajinomoto, JP
		Elfan AT G	Sodium Cocoyl Isethionate	30.00	Akzo Nobel Chemicals GmbH, DE
FOSSIL PEELING POWDER		Diatomaceous Earth	1.00	RAHN AG, CH	
3	Cappucino	Fragrance	2.00	Mystic Moments UK, GB	

Geeignet für: Ein feuchtigkeitsspendender und reinigender Allround-Stick. Der Coffee Scrub Stick vitalisiert, spendet Feuchtigkeit und sorgt für ein gründlich gereinigtes Hautgefühl. Ideal für unterwegs.

Duft: Sind auch Sie so ein grosser Kaffeeliebhaber wie wir? Dann werden Sie von unserer Kombination aus Kaffeeöl und einem Hauch Cappuccino-Fragrance begeistert sein.

Anleitung: Mit sanft kreisenden Bewegungen auf die nasse Haut auftragen. Mit warmem Wasser abspülen.

Poppy Shower Butter

St	Substance	INCI name USA	% [w/w]	Manufacturer
1	Water demin.	Water	15.00	several
	Glycerin 99.5 %	Glycerin, Water	38.80	several
2	English Poppy Seed Oil	Papaver Somniferum Seed Oil	10.00	Northstar Lipids (UK) Ltd, GB
	Cupuacu Butter Refined	Theobroma Grandiflorum Seed Butter	10.00	Laboratoires Expanscience, FR
	Keltrol CG-SFT	Xanthan Gum	1.00	CP Kelco, US
	Verstatil PC	Phenoxyethanol, Caprylyl Glycol	1.00	Evonik, DE
	Beeswax white	Beeswax	4.00	Kahl GmbH & Co. KG, DE
3	Elfan AT G	Sodium Cocoyl Isethionate	10.00	Akzo Nobel Chemicals GmbH, DE
	Lamesoft PO 65	Coco-Glucoside; Glyceryl Oleate	6.00	BASF, DE
4	CLEOMILK®	Sesamum Indicum (Sesame) Seed Oil, Water, Glycerin, Sucrose Stearate, Glyceryl Caprylate, Nigella Sativa Seed Oil, Xanthan Gum, Aloe Barbadensis Leaf Juice Powder, Citric Acid, Tocopherol, Helianthus Annuus (Sunflower) Seed Oil, p-Anisic Acid	2.00	RAHN AG, CH
5	Red Fusion	Fragrance	1.20	Aromatic Flavours & Fragrances Europe Ltd., GB
6	Poppy Seeds Blue	Papaver Somniferum (Poppy) Seed	1.00	Bay House Ingredients, GB

Geeignet für: Trockene Haut. Diese reichhaltige, cremige Dusch-Butter reinigt sanft Ihre Haut und spendet reichhaltige Feuchtigkeit und Pflege.

Duft: Red Fusion ist ein blumig-warmer Duft.

Anleitung: Eine kleine Menge entnehmen. Das Produkt unter fließendem Wasser auf dem gesamten Körper verteilen und aufschäumen. Mit warmen Wasser abspülen.

Reinigen mit Enzymen

Kennen Sie schon unser Zymo Clear MD?

Zymo Clear MD besteht aus den Enzymen Lipase und Protease sowie Maltodextrin.

Dank ihrer chemischen Eigenschaften können Lipase und Protease auf die Haut aufgetragen werden, um eine keratolytische und lipolytische Wirkung zu erzielen. Sie eignen sich daher hervorragend für sanfte Reinigungsprodukte.

Was sind Lipase und Protease?

Es handelt sich um Enzyme, die zur Gruppe der Hydrolasen gehören. Die Gruppe der Hydrolasen ist sehr umfangreich und umfasst wichtige Untergruppen wie Lipasen, die Triglyceride in Fettsäuren und Glycerol hydrolysieren, sowie Proteasen, welche die Peptidverbindungen von Proteinen hydrolysieren. Die Protease und Lipase in Zymo Clear MD können die Aufspaltung der meisten Verbindungen in Lipid- und Proteinmoleküle katalysieren. Dadurch entstehen kleinere und einfacher lösliche Moleküle, was den Face Cleansing Prozess erleichtert. Darüber hinaus begünstigt die keratolytische Wirkung der Protease den natürlichen Peelingprozess und erleichtert das Entfernen abgestorbener Zellen auf der Hautoberfläche.



Wie wirkt Zymo Clear MD?

Die äusserste Hautschicht, auch Epidermis genannt, setzt sich bekanntlich aus Millionen individueller Hautzellen zusammen und befindet sich ständig im Wandel. Sie wird in eine Basalschicht und eine oberflächlich verhornte Schicht eingeteilt. Tief im Inneren der Epidermis werden stetig neue Zellen gebildet. Diese Zellen wandern im Laufe ihres Wachstums- und Entwicklungsprozesses zur Oberfläche und produzieren dabei das Faserprotein Keratin, das die Zellen dazu veranlasst, ihre Stoffwechselaktivitäten einzustellen und die Hornschicht zu bilden.

Keratin, Hautöle und Phospholipide innerhalb der Epidermis bilden eine Barriere, die vor Umwelteinflüssen schützt. Die wesentliche Aufgabe dieser Schicht besteht darin, die tieferliegenden Hautschichten mit Hilfe mechanischer oder chemischer Schutzmechanismen vor Oberflächenschäden zu schützen.

Keratin, als Bestandteil abgestorbener Hautzellen, beschleunigt die keratolytische Aktivität der Protease und somit den natürlichen «Häutungsprozess». Sie unterstützt bei der Entfernung winziger Hautschuppen auf der Oberfläche der Epidermis.

Werden jedoch grosse Mengen dieser Hautschuppen entfernt, kann die Haut matt und glanzlos wirken. Produkte mit geringen Lipase- und Proteasekonzentrationen ermöglichen eine besonders gründliche Reinigung und helfen insbesondere bei der Reinigung seborrhöischer Haut. Hier produzieren die Talgdrüsen einen Überschuss an Öl, was zur Verstopfung von Poren, sowie Entzündungen führen kann. Dieser Zustand kann durch die Keratinproduktion in unserer Hornschicht weiter verschlimmert werden.

Zymo Clear MD eignet sich als die perfekte Ergänzung zu Haut-Reinigungs-Produkten, sowie Make-up-Entfernern. Eine schnellere und sanfte Exfoliation Ihrer Haut sorgt für ein strahlenderes und weicher Hautgefühl.

Anwendungen:

Empfohlene Konzentration: 2 – 4 %
Löslich in: Wasser

Die Kombination mit Glykol-, Azelain- oder Salizylsäure steigert die Wirksamkeit des Produkts.



Cleansing Powder Sprinkler

St	Substance	INCI name USA	% [w/w]	Manufacturer
1	Amisoft LS-11	Sodium Lauroyl Glutamate	17.00	Ajinomoto, JP
	Amisoft MS-11	Sodium Myristoyl Glutamate	17.00	Ajinomoto, JP
	Mannitol	Mannitol	12.00	several
	Talc	Talc	25.00	several
	Agenajel 21.387	Zea Mays (Corn) Starch	23.50	Agrana Stärke GmbH, AT
	Amihope LL	Lauroyl Lysine	1.00	Ajinomoto, JP
	Keltrol CG-SFT	Xanthan Gum	0.50	CP Kelco, US
	Zymo Clear MD	Maltodextrin, Protease, Lipase	3.00	I.R.A, IT
	Fragrance Happy XP2	Fragrance	1.00	Huber the Nose, CH

Herstellung:

Alle Inhaltsstoffe miteinander vermischen, bis ein homogenes Puder entstanden ist.

Möchten Sie das Produkt gerne ausprobieren? Kein Problem! Einfach eine Email an sandra.gut@rahn-group.com senden und wir senden Ihnen gerne ein Muster zu.

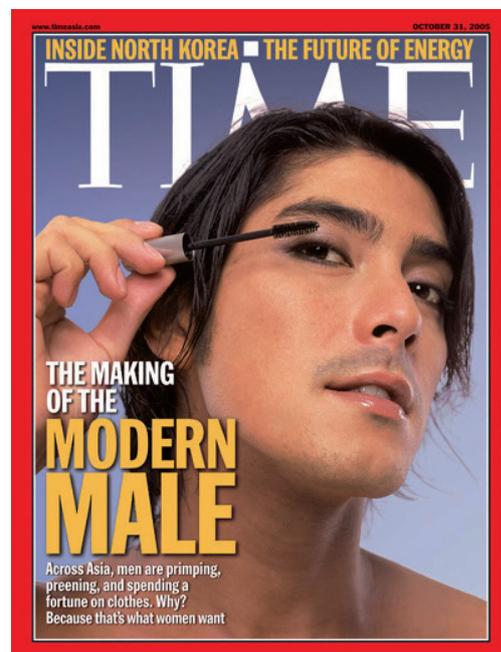
Männerpflege – Neuer Trend oder alte Tradition?

«Schatz, kann ich mir mal dein Make-up ausleihen?»

Das ist nicht unbedingt eine Frage, die Männer ihren Frauen oder Freundinnen häufig stellen. Jüngste Erkenntnisse weisen jedoch darauf hin, dass dies bald der Fall sein könnte.

Männer kaufen mittlerweile nicht nur Rasierprodukte, sondern geben zunehmend mehr Geld für andere Kosmetikprodukte aus. Immer häufiger stecken Männer mehr Mühe in ihre tägliche Pflege. Sie wollen sich attraktiver, erfolgreicher und jünger fühlen.

Da Männerhaut dicker, widerstandsfähiger und ölig als die von Frauen ist, müssen Hautpflegeprodukte entsprechend auf diese Bedürfnisse ausgerichtet sein. Zudem wird durch das Rasieren die Hautempfindlichkeit gesteigert, was diese Aufgabe nicht unbedingt einfacher macht.

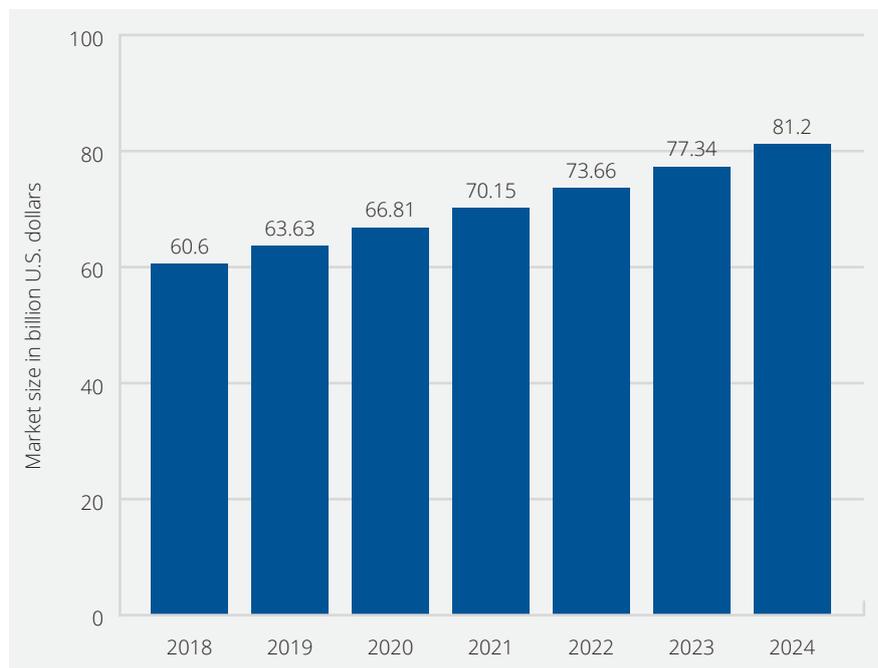


Weltweite Marktgröße für Männerpflege 2018 – 2024

Die folgende Statistik zeigt die geschätzte Größenentwicklung des globalen Marktes für Männerpflege von 2018 bis 2024. Für das Jahr 2024 wird der globale Markt für Männerpflege auf etwa 81,2 Mrd. US-Dollar geschätzt.

Bedürfnisse an Kosmetikprodukte für Männer – same, same but different ...

- Speziell für Männer konzipierte Produkte
- Berücksichtigung der biologischen Bedürfnisse der Männerhaut
- Geradlinige Werbung und Markenbildung
- Sichere Inhaltsstoffe und ethische Grundsätze
- Verkauf auf digitalen Plattformen
- Stressfreie Fertigprodukte
- «Technisches» Design



Source: <https://www.statista.com>

Geschichte der Männerkosmetik



Stammesbemalung

- Kulturell geprägtes Make-up innerhalb verschiedener Gesellschaften existiert bereits seit Anbeginn der Zeit.
- Stammestypisches Make-up spielt eine wichtige Rolle in vielen Gruppierungen.
- Das Make-up, oftmals in Form von Gesichtsbemalung, wird für verschiedene Anlässe wie für die Jagd, zu religiösen, traditionellen oder militärischen Zwecken oder zur Abschreckung von Feinden genutzt.
- Es ist ausserdem ein wichtiger Bestandteil der sozialen Identität. So ermöglicht es die Unterscheidung zwischen Jungen und Männern, Männern und Frauen sowie Mitgliedern und Aussenstehenden.



Altes Ägypten

- Maskulinität war in der Kultur der alten Ägypter sehr wichtig und Make-up spielte dabei eine grosse Rolle. Männer verwendeten schwarze Pigmente, um Katzenaugen zu imitieren, und auch Lippen- und Wangenfarbe aus rotem Ocker waren sehr beliebt.
- Ziel war jedoch nicht attraktiver damit auszusehen. Vielmehr wurde schwarzer oder grüner Eyeliner getragen, um beispielsweise Reichtum und Macht zu symbolisieren.



Römische Antike

- Römische Männer nutzten rote Pigmente für ihre Wangen und hellten ihre Haut mit Puder auf. Helle Haut galt als Zeichen für Reichtum und eine hohe gesellschaftliche Stellung.
- Römische Männer bemalten ausserdem ihre Kopfhaut, um vorzeitigem Haarausfall zu kaschieren.



Elisabethanisches England

- Während der Herrschaft von Königin Elizabeth I erfreute sich Make-up unter Männern grosser Beliebtheit, da weiss gepuderte Haut als angesehen galt.
- Zu dieser Zeit war Make-up jedoch stark klumpig und mit Blei versetzt, was oftmals zu schweren Gesundheitsproblemen oder gar vorzeitigem Tod führte.



Frankreich im 18. Jahrhundert

- Es ist kein Geheimnis, dass König Ludwig XVI. eine Vorliebe für aufwendiges Make-up und extravagante Frisuren hegte. Ludwig wurde bereits mit 23 Jahren kahl und führte die französische Aristokratie in einen regelrechten Perückenwahn.
- Die Männer am königlichen Hof malten sich ausserdem Schönheitsflecke auf, die hervorragend zu ihren Absatzschuhen und Fellmuffen passten.



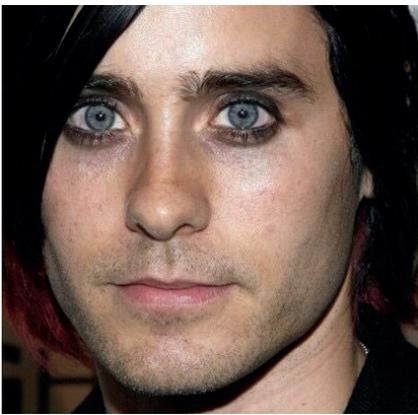
Hollywood der 1930er Jahre

- Einen Wendepunkt im Bereich der Männerkosmetik markierte das Aufkommen der Filmindustrie. Clark Gable ermutigte mit seinem Seitenscheitel junge Männer dazu, mehr auf ihr Äusseres zu achten. Elvis Presley und John Travolta waren in ihren Filmen selten ohne Kamm und Haargel zu sehen.
- Werbetreibende folgten diesem Trend schnell, wodurch eine spezielle Markenpolitik entstand, die gezielt auf Männer ausgerichtet war.



1970er & 1980er Jahre

- Make-up für Männer war kaum salonfähig. Stattdessen war es Künstlern und Rock'n'Roll-Musikern, wie Steven Tyler, David Bowie und Prince vorbehalten.
 - Zu dieser Zeit begannen auch viele bekannte männliche Maskenbildner mit ihrer Arbeit in diesem Bereich.
-



Frühe 2000er

- Figuren aus der amerikanischen Popkultur übernahmen in den frühen 2000er Jahren zunehmend Stile vergangener Subkulturen. So entstand unter anderem der Trend des «Gyliners». Dieser Look war besonders bei Pop-Punk-Bands und ihren Fans beliebt.
- Auch das Konzept der «Metrosexualität» fand zu dieser Zeit Einzug in das kulturelle Bewusstsein und Kosmetikunternehmen warben nun mit «Make-up für Männer».



2010er Jahre

- Durch soziale Medien erhielten männliche Beauty-Gurus die Möglichkeit, ihre Kunst im Grossformat auszuleben und durchbrachen so jahrhundertealte Stereotypen.
- Grosse Kosmetikunternehmen wie Covergirl oder Maybelline verfolgten diese Entwicklung und gaben die ersten männlichen Gesichter ihrer Marken bekannt.



Heute

- Hautpflege wird weniger stigmatisiert.
- Die Repräsentation der Geschlechter wird zunehmend flexibler und Make-up findet langsam seinen Weg in den Alltag der Männer.

Wir sind gespannt auf die weitere Entwicklung!

Sensory Assessment

Die Akzeptanz eines kosmetischen Produktes erfolgt beim Kunden über taktile Eigenschaften, d. h. wie das Produkt über das Hautgefühl wahrgenommen wird. Diese sind stets subjektiv und sind mit objektiven Messmethoden nicht verifizierbar.

Der Begriff «Sensory Assessment» stellt eine Prüfmethode dar, in welcher die sensorischen Effekte eines Kosmetikums erfasst werden. Diese Methode setzt ein trainiertes Panel, d. h. in der sensorischen Bewertung geschulte Testpersonen voraus, die kosmetische Formulierung möglichst präzise und reproduzierbar durch Einbeziehung von Referenzmustern und exakten Testvorschriften bewerten.



Bewertungskriterien für Emulsionen:

Applizierbarkeit: Wie ist die Entnahme des Produkts vom Packmittel? Wie ist das Auftragen/Aplizieren des Produktes auf die Haut?

Textur / Oberfläche / Aussehen: Wie ist der erste optische Eindruck, den das Produkt vermittelt? Glänzend oder eher matt? Strukturiert oder glatt? Welche Farbe hat das Produkt?

Viskosität: Wie ist die Viskosität/Konsistenz des Produktes? Eher niedrigviskos, mittelviskos oder hochviskos? Leicht fließend? Cremig? Zähfließend? Oder pastös?

Spreitbarkeit / Verteilbarkeit: Wie lässt sich das Produkt auf der Haut verteilen? Hinterlässt das Produkt beim Verteilen einen weissen Film auf der Haut (Weisseffekt)?

Einziehverhalten: Wie zieht das Produkt in die Haut ein? Langsam, mittel oder schnell?

Hautgefühl unmittelbar nach der Applikation: Welches Hautgefühl hinterlässt das Produkt nach dem Auftragen? Samtig, geschmeidig, weich, befeuchtend, trocken, reichhaltig? Kühlend oder wärmend? Hinterlässt das Produkt einen klebrigen oder öligen/fettigen oder okklusiven Film auf der Haut?

Geruch: Welchen Geruchseindruck hinterlässt das Produkt im Tiegel / auf der Haut? Wie wird die Parfümierung empfunden- zu schwach, angenehm, intensiv, zu aufdringlich, dominant? Riecht die Produkt-Grundlage durch? Bestimmen spezifische Rohstoffe/Wirkstoffe den Geruch der Formulierung? Gibt es Gerüche durch Wechselwirkungen in der Formulierung?



Einen entscheidenden Einfluss auf das sensorische Profil einer Emulsion üben Ölkomponenten aus. Diese zeigen je nach Viskosität, Molekulargewicht und -struktur unterschiedliche Verhalten im Spreitverhalten auf, die wiederum mit den subjektiv empfundenen Eigenschaften, wie Einziehverhalten und Hautgefühl auf der Haut entscheidend zusammenhängen.

Die Kombination aus schnell-, mittel- und langsamspreitenden Lipiden ermöglicht eine Spreitkaskade, welche sensorisch ein optimales Glätte- und Pflegeeffekt erreicht und somit die kosmetische Akzeptanz des Produktes sicherstellt.

Bewertungskriterien für Tensidische Systeme:

Applizierbarkeit: Wie ist die Entnahme zum einem vom Gefäss / zum anderen das Auftragen = Applizieren des Produktes auf die Haut?

Textur / Oberfläche / Aussehen: Wie ist der erste optische Eindruck, den das Produkt vermittelt? Glänzend oder eher matt? Glatt oder eher strukturiert?

Viskosität / Fließverhalten: Wie ist die Viskosität / das Fließverhalten des Produktes? Hoch- oder eher niedrigviskos? Niedrig-, mittel- oder eher zähfließend?

Schaumbildung / Schaumvolumen: Wie entwickelt sich der Schaum beim Verteilen des Produktes? Wie ist die durchschnittliche Porengrösseverteilung im Schaum? Gleichmässig oder eher ungleichmässig?

Schaumqualität: Wie lange hält der Schaum an?

Verteilbarkeit: Wie lässt sich das Produkt auf Haut / Haar verteilen? Gut, mässig oder eher unzureichend?

Abwaschbarkeit: Wie lässt sich das Produkt mit Wasser abwaschen? Gut, mässig oder eher unzureichend?

Reinigungswirkung: Wie ist die Reinigungswirkung des Produktes? Gut, mässig oder eher unzureichend?

Haut- und Haargefühl unmittelbar nach der Applikation: Welches Hautgefühl hinterlässt das Reinigungsprodukt nach dem Auftragen? Wie stark oder weniger stark trocknet das Reinigungsprodukt nach dem Auftragen die Haut aus? Wie fühlt sich das Haar an?

Geruch: Welchen Geruch weist das Reinigungsprodukt selbst auf? Riecht die Produkt-Grundlage durch? Bestimmen spezifische Rohstoffe/Wirkstoffe den Geruch der Formulierung? Gibt es Gerüche durch Wechselwirkungen in der Formulierung? Welchen Geruch hinterlässt das Reinigungsprodukt auf Haut und Haar? Wie wird die Parfümierung empfunden- zu schwach, angenehm, intensiv, zu aufdringlich, dominant?



Schon mal was vom Handwasch-Sensorik-Test gehört? Um Schaumeigenschaften, Sensorik und die Hautpflegeleistung eines Tensids vorab zu bewerten, empfehlen wir einen Handwaschtest durchzuführen. Sie werden überrascht sein ...



Die Enzyklopädie der Kosmetik

M
wie ...

...**M**attifying

...**M**elanin

...**M**erkelsche Tastscheiben

...**M**ethanol

...**M**ica

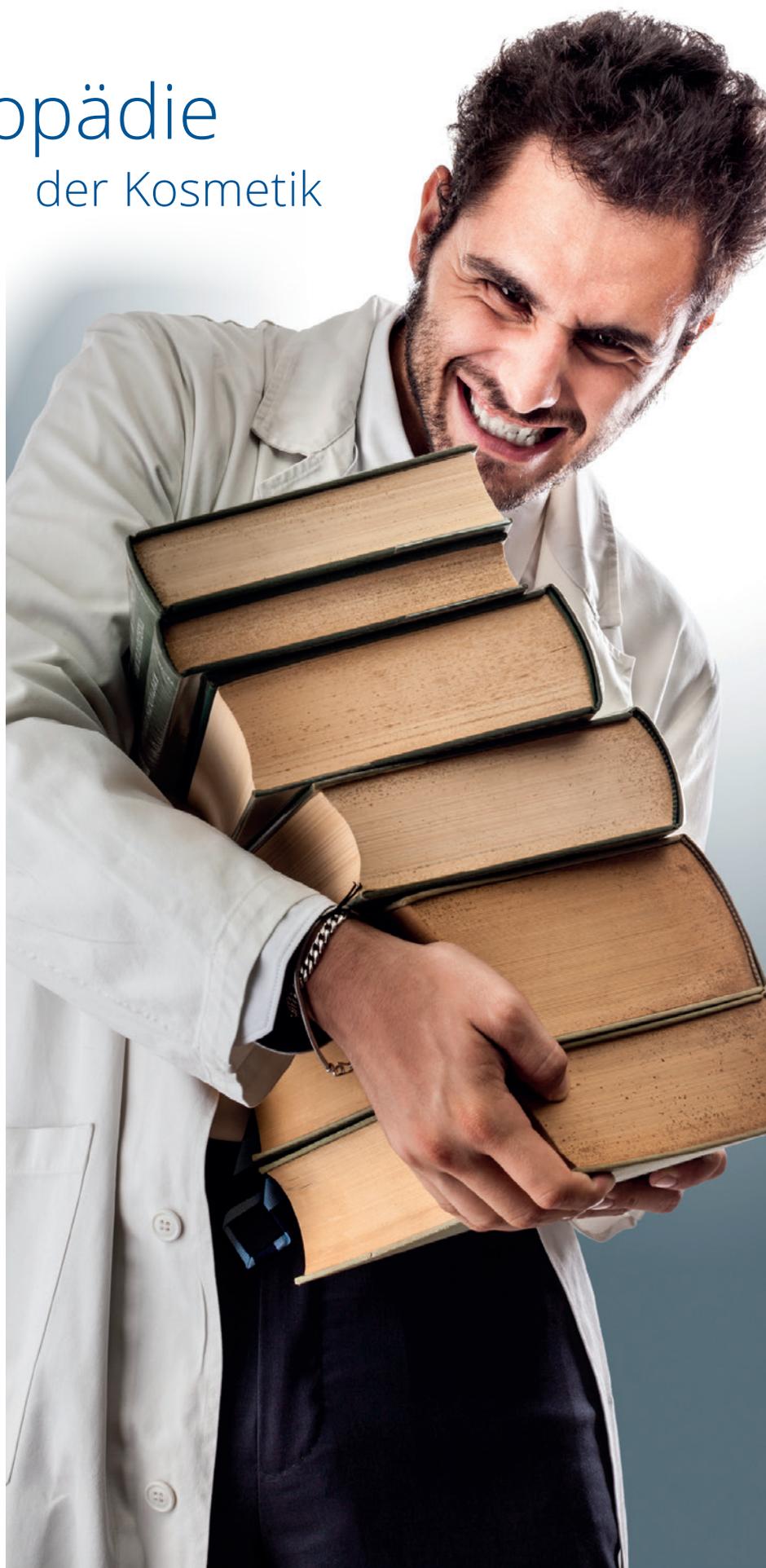
...**M**izelle

...**M**ikroemulsion

...**M**oisturising Factor

...**M**ultiple Emulsionen

...**M**usculus accector pili



Mattifying

= engl. für mattierend

Melanin

= An Proteine gebundene, natürliche Farbpigmente, die für die Haut-, Haar- und Augenfarbe verantwortlich sind. Melanin wird in den Melanozyten gebildet. Die Hautfarben verschiedener Rassen resultieren aus der unterschiedlich starken Aktivität der Melanozyten.

Merkelsche Tastscheiben

= oder auch Menisci tactus. Hier handelt es sich um flache, auf Tastwahrnehmung spezialisierte Nervenzellen, welche sich in den unteren Schichten der Epidermis befinden.

Methanol

= Auch bekannt unter Methylalkohol. Es handelt sich um eine farblose Flüssigkeit, deren Eigenschaften denen des Ethanol's ähneln.

Mica

= steht für Glimmer. Hier wird eine Gruppe von Mineralen aus der Abteilung der Schichtsilikate bezeichnet.

Mizelle

= Unter Mizellen (lat. mica = Klümpchen) versteht man winzige Moleküle, die einen fett- und einen wasseraffinen Teil besitzen. Im Prinzip gehören sie ganz unspektakulär zu der Gruppe der Tenside.

Mikroemulsion

= Emulsionsform mit besonders kleiner Tröpfchengrößenverteilung.

Moisturising Factor

= hierunter fällt eine Gruppe von Substanzen, die auf Grund ihrer chemischen Zusammensetzung in der Lage sind Wasser zu binden. Sie verhindern das Austrocknen der Haut und hält diese geschmeidig. NMFs werden im Prozess der Regeneration der Haut stetig nachgebildet.

Multiple Emulsionen

= Emulsionen vom Typ W/O/W oder O/W/O. Diese sind komplexe Öl-plus-Wasser-Systeme bei denen sich in der inneren Phase von zwei miteinander vermischten Flüssigkeiten nochmals kleine Tröpfchen der äusseren Phase befinden.

Musculus acceptor pili

= Haaraufrichtemuskel

RAHN GmbH
Hahnstrasse 70
DE-60528 Frankfurt am Main
Tel. 0800 1 816 015

RAHN (UK) Ltd.
55 Baker Street
GB-London
W1U 7EU
Tel. 0800 0 323 743

RAHN France Sarl
91 rue de Faubourg Saint-Honoré
FR-75008 Paris
Tel. 0800 913023

RAHN USA Corp.
1005 North Commons Drive
Aurora, Illinois 60504, USA
Tel. +1 630 851 4220

RAHN Trading (Shanghai) Co. LTD
Room 411, 4th Floor, Building 3
No. 2350 Duzhuang Road,
Zhuangqiao Town, Minhang District,
Shanghai 201108, P.R. of China
T +86 21 5442 88 71 ext. 101
M +86 185 1621 0500



RAHN AG
Dörflistrasse 120
CH-8050 Zürich
Tel. +41 44 315 42 00

cosmetics@rahn-group.com
www.rahn-group.com



Always be up to date! Follow us on Instagram

DISCLAIMER

Die Verwendung dieses Dokumentes oder Teile davon sowie Produktnamen zu kommerziellen oder gewerblichen Zwecken bedürfen der ausdrücklichen schriftlichen Zustimmung der RAHN AG. Die Informationen dieses Dokumentes basieren auf unseren eigenen Erfahrungen und wir sind der Überzeugung, dass sie der Wahrheit entsprechen. Die Angaben verstehen sich ausschliesslich als Richtlinien, deren Weiterverwendung auf Risiko des Anwenders geht. Vorteilhafte Resultate können nicht garantiert werden und die Verantwortung für Auswirkungen, die im Zusammenhang mit der Anwendung der beschriebenen Methoden entstehen, oder aus der Anwendung des Produktes resultieren, wird nicht übernommen. Die Angaben dieser Broschüre sollen nicht als Empfehlung zur Verletzung bestehender Patente verstanden werden, noch bieten sie Schutz vor bestehenden Patenten.

