



Cover: Betaine-foam
Photo: Goldschmidt
Titel: Betain-Schaum
Foto: Goldschmidt

3 Editorial

Markets + Profiles

6 News/Nachrichten

Trends + Research

8 Ingredients/Inhaltsstoffe

Natural anti-ageing ingredients

Anti-Aging aus der Natur

10 Glycerin repairs the skin

Glycerin repariert die Haut

14 News/Nachrichten

16 Machines + Equipment/Maschinen + Zubehör

18 Formulations/Formulierungen

Tooth and oral care

Mund- und Zahnpflege

Editorial Focus: Bath and shower products

20 Markets/Märkte

Trends in the bath and shower market

Trends im Bade- und Duschmarkt

26 Raw Materials/Rohstoffe

Acylic glutamates in shower products

Acylglutamate in Duschpräparaten

27 Syndet innovations

Syndet-Innovationen

28 Vegetables and fruits under the shower

Gemüse und Früchte unter der Dusche

30 Water-free ether sulphate

Wasserfreies Ethersulfat

33 Arbutin – lighter skin with plant based actives

Arbutin – mit Pflanzenwirkstoffen zu heller Haut

Ursolic acid and oleanolic acid are versatile plant-based ingredients. New applications are still being found all the time. In recent weeks a Swiss manufacturer has presented a new anti-ageing ingredient on the basis of these two natural ingredients.

Ursol- und Oleanolsäure sind vielseitige pflanzliche Rohstoffe. Es werden immer wieder neue Anwendungen gefunden – erst in den vergangenen Wochen hat ein Schweizer Hersteller einen neuen Anti-Aging-Wirkstoff auf der Basis dieser beiden Naturstoffe vorgestellt.

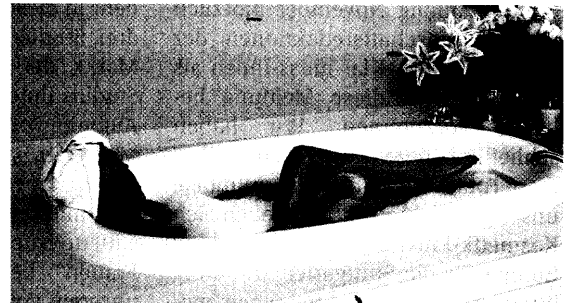
Page 8



Research at the University of Karlsruhe has proved that even highly concentrated glycerol can exhibit moisture-retaining properties, and it can also repair damage in the hard layers of the skin.

Untersuchungen der Universität Karlsruhe zeigen: Auch hochkonzentriertes Glycerin kann Feuchthalte-wirkung entfalten und sogar Schäden in der Hornschicht reparieren.

Page 10



The largest market for sales of bath and shower products in Europe is the UK, with a 20% share of value sales in 1999. British consumers also tend to spend more than other Europeans with a per capita spending of US\$16.10 compared to US\$10.60 across the region.

Der größte Markt für Bade- und Duschprodukte in Europa ist England, mit einem Anteil von 20% aller Verkäufe in 1999. Verbraucher in Großbritannien geben mit Pro-Kopf-Ausgaben von US\$ 16,10 mehr aus als andere Europäer mit US\$ 10,60.

Page 20

FOCUS
Bath and shower
products