

Two new studies show how we can continue to follow the wellness trend without being totally dependent on its short life cycle

Wie man auch künftig auf den Wellness-Trend setzt, ohne sich von seinem kurzlebigem Lebenszyklus abhängig zu machen, zeigen zwei neue Studien

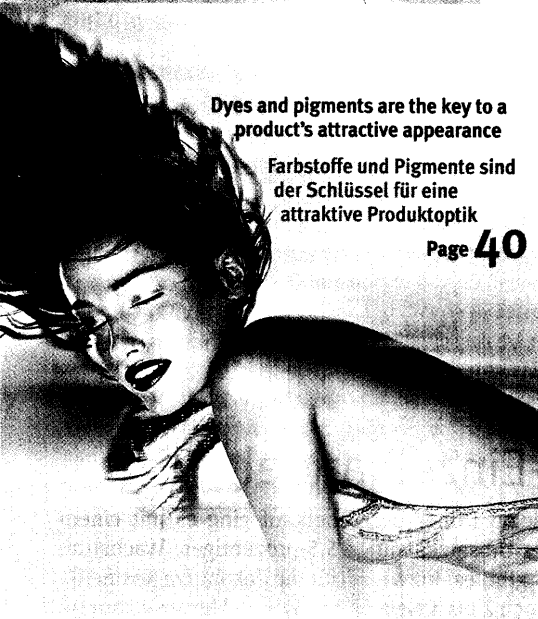
Page **34**



Dyes and pigments are the key to a product's attractive appearance

Farbstoffe und Pigmente sind der Schlüssel für eine attraktive Produktoptik

Page **40**



The technology to incorporate pilfer-proofing into the label ready exists – it's just a matter of using it

Techniken, um den Diebstahlschutz in einem Etikett zu integrieren, gibt es schon – man muss sie nur nutzen

Page **50**



Production

- 36 **Ingredients: UVB protection as a daily care routine**
Inhaltsstoffe: UVB-Schutz für die tägliche Körperpflege
- 38 **Ingredients: The luxury of sun protection mousse**
Inhaltsstoffe: Schäumendes UV-Schutz-Vergnügen
- 40 **Colour isn't just colour**
Farbe ist nicht gleich Farbe
- 44 **Advertising claims: supported or not?**
Werbeaussagen: Nachweis oder nicht?
- 46 **A quick preview of Cosmopack**
Cosmopack-Neuheiten auf einen Blick
- 48 **Packaging: Mix and match standards on-line**
Verpackung: Standards im WWW selbst designen
- 50 **Security Labels**
Bleak outlook for the naughty boys
Sicherheitsetiketten
Keine Chance für böse Buben



Peter Finkel p. 18



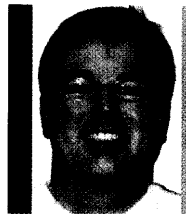
Imogen Matthews p. 26



Michael Pfeiffer p. 30



Dr. Ernst Wagner p. 36



Dr. Torsten Henning p. 38



Xenia Petsitis p. 40

Services

- 52 **Essential oils: the commodity exchange**
Ätherische Öle: Rohstoffbörse
- 56 **Formulations: Bath and shower care**
Formulierungen: Bade- und Duschpflege
- 57 **Events Diary**
Veranstaltungskalender
- 58 **Book Service**
Bücherservice
- 65 **Company Index**
Unternehmensverzeichnis
- 65 **Masthead Page**
Impressum
- 66 **Preview**
Vorschau
- 66 **Advertisers' Index**
Inserentenverzeichnis