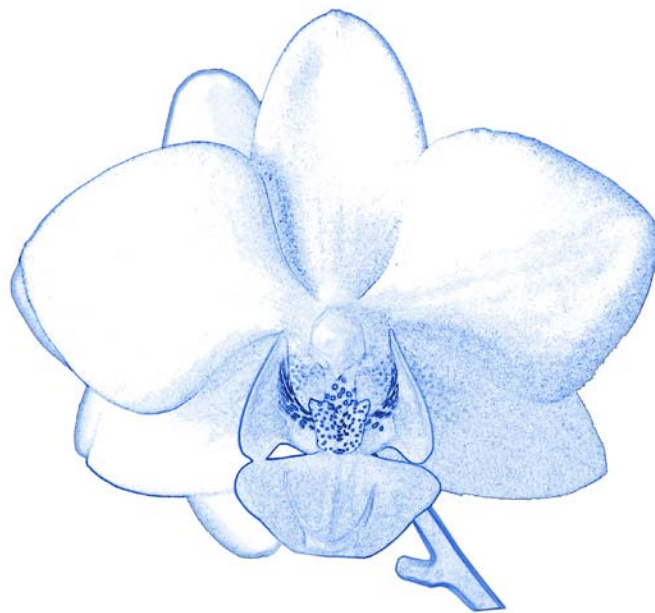


HUBER THE NOSE.

PASSION FOR SCENTS



PARFÜMÖLE: ANFORDERUNGSPROFILE UND LEGISLATIVE ASPEKTE

(Referat anlässlich des Forum Cosmeticum 2004 in Luzern, 28. – 30. April)

Dr. W. Huber AG
Strubenacher 1
CH-8126 Zumikon
tel.: +41 44 919 71 11
fax: +41 44 919 71 17
<http://www.thenose.ch>

PARFÜMÖLE: ANFORDERUNGSPROFILE UND LEGISLATIVE ASPEKTE

Dr. A. Nann, Dr. W. Huber AG, HUBER THE NOSE.

nann@thenose.com

Für den Erfolg eines kosmetischen Mittels am Markt ist unter anderem die Parfümierung von entscheidender Bedeutung. Meist wird aber bei einer Produkt-Neuentwicklung dem Anforderungsprofil (Briefing) an das Parfümöl nicht die nötige Wichtigkeit beigemessen. Da der Entwickler des Kosmetikums und der Parfümeur oft verschiedene Sprachen sprechen und nicht selten unter Zeitdruck stehen, können Missverständnisse zu Verzögerungen oder im Extremfall zum Scheitern des Projekts führen. An einigen Beispielen aus der Praxis wird im Vortrag gezeigt, wie ein solches Pflichtenheft aussehen sollte, damit Unstimmigkeiten von Beginn weg vermieden werden können.

Häufig werden legislative Aspekte gar nicht in das Briefing hineingenommen. Dies ist aber für die gesetzliche Konformität und die Deklarationen des Endprodukts grundlegend und wird in naher Zukunft im Zusammenhang mit der 7. Änderungsrichtlinie der EU Richtlinie für Kosmetische Mittel noch wichtiger werden. Es wird gezeigt, welchen gesetzlichen Grundlagen im Speziellen Rechnung zu tragen ist und wie ein Briefing aussehen kann, das die technischen und die legislativen Forderungen unmissverständlich und vollständig enthält.

Diese Hilfestellung soll dazu beitragen, die Zusammenarbeit zwischen Kosmetikahersteller und Parfümhaus zu erleichtern und damit die Effizienz zu steigern.

Wie auch in partnerschaftlichen Beziehungen anderer Branchen üblich, ist für die erfolgreiche Zusammenarbeit von Kosmetikahersteller und Parfümhaus und für das Gelingen eines Entwicklungsprojekts ein vollständiges Pflichtenheft (Parfümbriefing) Voraussetzung. Ein Parfümbriefing soll möglichst viele Aspekte des in der Entwicklung befindlichen Produktes enthalten. Auch nicht-inhärente Bestandteile eines Briefings, wie zum Beispiel die Strategie des Kosmetikaproduzenten und wie er sich auf dem Markt positioniert sind wichtig. Prospekte und Leitbilder können da hilfreich sein. Ein Beispiel eines unserer Meinung nach vollständigen Briefings finden man im Anhang. In das Briefing sollten möglichst viele Erfahrungen aufgenommen werden, die bis zu diesem Zeitpunkt bereits gemacht wurden. Zum Beispiel Farbveränderungen der unparfümierten Base beim Lagertest, kritische Inhaltsstoffe, usw.

Im Rahmen dieses Vortrags wird nur auf zwei Punkte dieses Briefings näher eingegangen, nämlich die Parfümierung (11.) und die Dokumentation (17.)

Parfümierung

Es ist eine Binsenwahrheit, dass sehr viele Produkte über den Duft verkauft werden. Die Kommunikation zwischen Kosmetikaentwickler und Parfümeur ist deshalb besonders wichtig – sie ist aber auch schwierig! Wie sollen die beteiligten Partner über Düfte sprechen?

Es hat sich in der Praxis gezeigt, dass die vier Adjektive „leicht“, „frisch“, „herb“ und „süß“ von Konsumenten für die Beschreibung von Düften am häufigsten gebraucht werden. Diese Begriffe dürfen nicht wörtlich genommen werden, vielmehr steckt hinter diesen Beschreibungen eigentlich nur die Aussage „gefällt mir“ oder „gefällt mir nicht“.

Wie spricht der Konsument über Düfte?

Leicht	=	<i>„nicht aufdringlich, gefällt mir“</i>
Frisch	=	<i>„gefällt mir sehr“</i>
Herb	=	<i>„nicht citrus“ bzw. „im parfümistischen Sinne nicht süß“</i>
Süß	=	<i>„gefällt mir nicht“</i>

Bei solchen Beschreibungen ist also Vorsicht geboten und deren Interpretation stark davon abhängig, wer sie gebraucht. Sie können deshalb häufig zu Missverständnissen führen.

Auch scheinbar präzise Beschreibungen wie die folgende helfen weniger, als man auf den ersten Blick glauben würde, denn sie passen oft auf eine große Anzahl von verschiedenen Düften.

Adjektivische Duftbeschreibung

grün, Citrus, fruchtig
Jasmin, Maiglöckchen, Honig
Vanille, Caramel, holzig-würzig, Moschus

Diese Beschreibung – mit Gliederung in Kopf-, Herz- und Basisnote – sieht sehr präzise aus, dennoch passen sehr viele Düfte dazu.

Häufig wird versucht, mit möglichst positiven Schlagworten einen erfolgreichen Zielkunden zu skizzieren, da man ein erfolgreiches Produkt auf den Markt bringen will.

Beschreibung des Zielkunden

jung
wohlhabend
dynamisch
offen
kompromissbereit

Diese Schlagworte stammen aus der Welt der Werbung

Diese Zielgruppenbeschreibung stammt aus der Welt der Werbung und nützt bei der Findung eines passenden Duftes wenig.

Hat der Hersteller des Kosmetikums bereits eine klare Vorstellung des Duftes, helfen oft Beschreibungen in Anlehnung an Bekanntes, das heisst der Hinweis auf bestehende Produkte.

Anlehnung an Bekanntes

- Wie „Fructis“ von Laboratoire Garnier
- Wie „Dolce Vita“ von Dior
- Wie „Nivea“ von Beiersdorf

Solche Beschreibungen sind absolut unfehlbar

„Duftgeschichten“ sind eine weitere gute Möglichkeit die Auswahl eines Parfümöls zu präzisieren. Solche Beschreibungen lassen dem Parfümeur genug kreativen Spielraum, und geben dennoch eine spezifische Richtung vor. So etwa wie das letzte Beispiel soll Thierry Muglers Briefing für sein neues Parfum „Angel“ ausgesehen haben, das dann Olivier Cresp von Firmenich in der bekannten Weise umgesetzt hat.

Duftgeschichten

- „Wie im Blumenladen“
- „Wie in einem Rosengarten“
- „Wie in Grossmutter's Küche, wo es nach Vanillecrème, heisser Schokolade und Gewürzen riecht“

lässt dem Parfümeur noch genügend kreativen Spielraum, geben aber spezifische Duftrichtungen an.

Dokumentation

Der Umfang der Dokumentation, die im Zusammenhang mit einem neuen Parfümöl bereitgestellt werden muss, hat seit Anfang der 90-er Jahre enorm zugenommen. Die Erstellung, Sichtung und Verarbeitung dieser Dokumente nimmt sowohl den Kosmetikahersteller als auch den Parfümöllieferanten immer mehr in Anspruch, da die Dokumente immer komplexer und breiter gefächert werden. Üblicherweise erhält der Kunde zusammen mit den Parfümierungsvorschlägen folgende Dokumente:

Dokumentation

- Sicherheitsdatenblatt (SDB)
- Spezifikation / Datenblatt
- Bestätigung der Konformität mit den Gesetzen in den Verbraucherländern (EU-Sicherheitsbewertung)

Das SDB darf nur für sicherheitsrelevante Informationen verwendet werden und nicht dazu verleiten, die Daten für andere Zwecke heranzuziehen.

Sicherheitsdatenblatt (gemäss 91/155/EWG)

Enthält ausschliesslich Informationen über die sichere Handhabung, Lagerung und den Transport des Parfümöls.

Alle Angaben zur Zusammensetzung und den Eigenschaften des Parfümöls stehen in Relation zu diesen drei Punkten und dürfen nicht für andere Zwecke wie Fragen zur Deklaration oder Spezifikation herangezogen werden.

Die technischen Kenndaten stehen in der Spezifikation. Möglicherweise enthält diese auch Angaben zu bestimmten Bestandteilen oder bestätigt die Abwesenheit bestimmter Stoffe. Sind Stoffgruppen aufgeführt, sollte im Zweifelsfalle beim Parfümlieferanten nachgefragt werden, welche Substanzen er dazu zählt, da oft keine verbindlichen Definitionen existieren! (wie z.B. bei den polycyclischen Moschusriechstoffen)

Spezifikation

Enthält verbindliche Aussagen über die physikalischen und chemischen Eigenschaften eines Parfümöls:

- Aspekt
- Farbe
- Dichte
- Refraktion
- Flammpunkt
- Geruch

Kann auch Angaben zu bestimmten Inhaltsstoffen enthalten, bzw. die Abwesenheit bestimmter Stoffe bescheinigen:

- Polycyclische Moschusverbindungen
- Nitromoschusverbindungen
- Halogenverbindungen
- Phthalsäureester

Zur Bestätigung der Konformität mit den Gesetzen in den Verbraucherländern wird in den Staaten der Europäischen Gemeinschaft auf die Anhänge II, III, IV, VI VII der Richtlinie 76/768/EWG, letztmalig geändert durch 2003/16/EG, verwiesen.

Konformitätsbescheinigung

Bei den Parfümölen wird die Konformität mit den Gesetzen in den Verbraucherländern in Europa in einer sogenannten „Sicherheitsbewertung“ angegeben.¹ Sie stützt sich auf die Richtlinien der IFRA, die bekannten toxikologischen Daten der Inhaltsstoffe und die Richtlinie 76/768/EWG samt Anpassungen und Änderungen.

Die Deklarationen der Ingredienzen gemäss INCI sind schon lange bekannt. Neu ist, dass im Kosmetikum enthaltene Duftstoffe nicht mehr generell nur zusammengefasst als „Parfum“ deklariert werden, sondern gewisse – zurzeit 26 – Riechstoffe explizit aufgeführt werden müssen, und zwar – wie es wörtlich heisst – „ungeachtet ihrer Funktion in dem Erzeugnis“.

Riechstoffdeklaration

Neu muss das Vorhandensein von 26 Riechstoffen „ungeachtet ihrer Funktion in dem Erzeugnis“ angegeben werden, falls die Einzelkonzentrationen

- In „Leave-on“-Produkten > 0.001 %
- In „Rinse-off“-Produkten > 0.01 %

sind.

Diese Deklarationspflicht geht auf eine Anfrage im europäischen Parlament zurück. In der Folge wurde „The Scientific Committee on Cosmetic Products and Non-Food Products Intended for Consumers“ (SCCNFP) damit beauftragt, im Hinblick auf die Sicherheit von Riechstoffen abzuklären, ob es sinnvoll wäre, alle bekannten Duftstoffallergene auf den Kosmetika anzugeben. Und falls ja, welche Stoffe in diese Kategorie fallen würden und ob eine für die Deklaration relevante Minimum- bzw. Maximumkonzentration existiere.

In diesem Zusammenhang griff SCCNFP auf bestehende klinische Untersuchungen am Menschen zurück, das heißt, auf Untersuchungen von dermatologischen Centern. Tierversuche wurden nicht berücksichtigt. In die Liste wurden jene Stoffe aufgenommen, die bei dermatologischen Patch-Tests an mehr als an einem Patienten in mehr als einem unabhängigen Testcenter nachgewiesenermaßen zu Kontaktekzemen geführt haben.²

Auswahlkriterien der SCCNFP

- Vorhandene Resultate von dermatologischen Centern
- Mindestens zwei positive Reaktionen
- Keine Auswertung von Tierversuchen

Daraus ergaben sich die heute im Anhang III der Richtlinie 76/768/EWG gelisteten 26 Riechstoffe:

Laut SCCNFP die häufigsten Allergene:

Amyl cinnamal	[122-40-7]	Benzyl alcohol	[100-51-6]
Cinnamyl alcohol	[104-54-1]	Citral	[5392-40-5]
Eugenol	[97-53-0]	Hydroxycitronellal	[107-75-5]
Isoeugenol	[97-54-1]	Amylcinnamyl alcohol	[101-85-9]
Benzyl salicylate	[118-58-1]	Cinnamal	[104-55-2]
Coumarin	[91-64-5]	Geraniol	[106-24-1]
Hydroxyisohexyl 3-cyclohexene carboxaldehyde	[31906-04-4]	Anise alcohol	[105-13-5]
Benzyl cinnamate	[103-41-3]	Farnesol	[4602-84-0]
Butylphenyl methyl- propional	[80-54-6]	Linalool	[78-70-6]
Benzyl benzoate	[120-51-4]	Citronellol	[106-22-9]
Hexyl cinnamal	[101-86-0]	Limonene	[5989-27-5]
Methyl 2-octynoate	[111-12-6]	Alpha-isomethyl ionone	[127-51-5]
Evernia prunastri, ext.	[90028-68-5]	Evernia furfuracea, ext.	[90028-67-4]

Seit den Anfängen der systematischen Untersuchungen von durch Riechstoffe verursachten Kontaktekzemen Ende der 60-er Jahre wurden nur die damals am häufigsten eingesetzten und trivialen Stoffe für Patch-Tests verwendet.^{3,4}

Über moderne Riechstoffe^{5,6}, wie sie der Parfumeur heute in grosser Zahl einsetzt, liegen nur wenige dermatologische Studien am Menschen vor. Daraus folgt zwangsläufig, dass Anhang III heute nicht die 26 bedeutendsten Allergene, sondern eher willkürlich ausgewählte Riechstoffe enthält, über die gesicherte dermatologische Resultate am Menschen vorliegen.

So enthält die Liste neben bekannten potenten Allergenen wie z.B. Benzylcinnamat (Bestandteil von Perubalsam) auch den am häufigsten verwendeten Riechstoff Linalool⁷, für das nur gerade vier Fälle von Kontaktekzemen von der SCCNFP zitiert werden.

Der ebenfalls aufgeführte Amylcinnamyl alcohol ist ein absoluter Exot. Er gelangt heute fast ausschließlich als Verunreinigung (ca. 0.3 %) des entsprechenden Aldehyds – der ja bereits auf der Liste ist – in die Kosmetika. Bekanntheit hat der Stoff deshalb erlangt, weil Ende der 70-er Jahre eine Studie über Allergien auf die pharmazeutische Crème „Mycolog“ – die diesen Stoff enthalten haben soll - veröffentlicht wurde.^{8,9,10}

Ist diese Auswahl sinnvoll?

- Z. B. Benzyl cinnamat: führt häufig zu Allergien (Peru Balsam).
- Z. B. Linalool: SCCNFP zitiert nur 4 pos. Reaktionen (Statistik?)
- Z. B. Amylcinnamyl alcohol: Als Riechstoff heute bedeutungslos!
- Über ca. 1000 weitere Riechstoffe keine Aussage

Die Absicht der neuen Riechstoffdeklaration war, Kosmetikaanwender vor Allergien zu schützen. Riechstoffallergiker sollen die Möglichkeit haben, für sie gefährliche Stoffe zu meiden.

Was war das Ziel der Deklarationspflicht?

Schutz der Duftstoffallergiker (ca. 1% der Bevölkerung)

Da von der SCCNFP über rund 1000 heute häufig verwendete Riechstoffe keine Aussage gemacht wird, ist es fraglich, ob das hochgesteckte Ziel erreicht werden kann.

Kann das Ziel erreicht werden?

- Allergiker können auch auf nichtdeklarationspflichtige Duftstoffe allergisch reagieren
- Etwa 1000 Riechstoffe sind nicht validiert!
- Produkte ohne Riechstoffdeklaration sind nicht zwingend „hypoallergen“

Es stellt sich darüber hinaus die Frage, wie aussagekräftig die Deklaration ist. Bei parfümierten Kosmetika handelt es sich ja nicht um einfache binäre Mischungen, wie dies Patch-Test-Lösungen darstellen, sondern um sehr komplexe Formulierungen. Einzelne Bestandteile können hier reagieren und neue Allergene bilden („Compound-Allergy“). Auch „Synergistische Effekte“ sind bekannt.¹¹ Und schliesslich könnte auch das Gegenteil, die gegenseitige Auslöschung des allergisierenden Potentials („Quenching“) eine Rolle spielen (allerdings ist dies noch nicht mit Sicherheit geklärt).¹²

Aussagekraft der Deklaration?

Aus Patch-Tests mit binären Lösungen lässt sich die Wirkung von komplexen Systemen wie parfümierte Kosmetika auf die Haut nicht ableiten.

Man beachte:

- Synergistische Wirkungen.
- Reaktionsprodukte: „Compound Allergy“
- Gegenseitige Auslöschung: „Quenching Effect“

Untersuchungen haben gezeigt, dass ca. 1% der Bevölkerung auf einen oder mehrere Riechstoffe allergisch reagieren.¹³ Von diesen Riechstoffallergikern können 70 – 80 % mit Hilfe des einfachen, seit 25 Jahren bekannten Duftstoffmixes klinisch erkannt werden.¹⁴ Die Wahrscheinlichkeit, dass diese Gruppe von Patienten auf sehr viele parfümierte Produkte allergisch reagiert, ist hoch. Es gibt Hinweise darauf, dass dies unabhängig davon ist, ob diese Produkte von den 26 zu deklarierenden Duftstoffen enthalten oder nicht.¹⁵ Diesem Patientenkreis wäre mit echt parfümfreien Kosmetika am besten geholfen.^{16,17} Um den Begriff „parfümfrei“ sinnvoll zu definieren, kann man auf eine Veröffentlichung der EG im Amtsblatt zurückgreifen. Nämlich auf die bereits 1996 erstellte Liste der in kosmetischen Mitteln verwendeten Bestandteile – kurz auch Inventar genannt.¹⁸ Teil II umfasst ca. 2000 synthetische und ca. 300 pflanzliche Produkte aus dem Riechstoffbereich:

Parfümfrei für 1 % der Konsumenten?

Wie könnte „parfümfrei“ definiert werden?

Vorschlag:

„Summe aller im Teil II von 96/335/EG gelisteten Stoffe liegt unterhalb x %“

In diesem Zusammenhang steckt auch die Naturkosmetik in einem Dilemma. Selbst eine einfach zusammengesetzte Handcrème erfordert neu eine eher aufwendige Deklaration:

Dilemma: Naturkosmetik?

INCI (Version gemäss 93/35/EWG):

Lanolin, Paraffin, Aqua, Citrus limonum, Cananga odorata

INCI (Version gemäss 2003/15/EG):

Lanolin, Paraffin, Aqua, Citrus limonum, Cananga odorata,
Limonen, Benzyl benzoate, Linalool, Benzyl salicylate, Farnesol,
Citral, Geraniol, Benzyl alcohol, Eugenol, Isoeugenol

Da ab dem 11. März 2005 in der EU keine kosmetischen Mittel mehr in Verkehr gebracht werden dürfen, die der neuesten Änderungsrichtlinie nicht entsprechen, verbleibt dem Kosmetikahersteller relativ wenig Zeit um sich zu entscheiden, was er tun soll. Er hat im wesentlichen zwei Möglichkeiten, nämlich:

- Deklarieren
- Umarbeiten

Dieser Entscheid hängt stark davon ab, wie das ParfümöL zusammengesetzt ist. Das heißt, für jedes einzelne parfümierte Kosmetikum sollten Hersteller und Parfümeur gemeinsam evaluieren, welcher Weg der sinnvollere ist.

In diese Entscheidungsfindung fliessen u.a. folgende Aspekte ein:

Argumente für die Entscheidungsfindung?

- Duftcharakter (Zusammensetzung, verwandte Riechstoffe)
- Aufwand (Zeit, Geld)
- Neue Produkttests (Stabilität, Duftverhalten, etc.)
- Platzbedarf für Deklaration (Etikette, Verpackung, Beipackzettel)
- Image-Einbussen (Medien, Konsumentenschutz)
- Information für Allergiker (Beabsichtigter Sinn der Richtlinie)
- Ersatz (von bekanntem mit unbekanntem?)
- Aufnahme neuer Riechstoffe in Anhang III ?

Referenzen

- 1.) EFFA; Colipa; Guidelines on the Exchange of Information Between Fragrance Suppliers and Cosmetic Manufacturers 2003.
- 2.) SCCNFP/0017/98 Final; Opinion Concerning Fragrance Allergy in Consumers - a Review of the Problem - Analysis of the Need for Appropriate Consumer Information and Identification of Consumer Allergens 1999.
- 3.) Larsen, W.G.; Perfume Dermatitis - A Study of 20 Patients;
Arch Dermatol **1977**, *113*, 623-626.
- 4.) De Groot, A.C.; Frosch, P.J.; Adverse Reactions to Fragrances;
Contact Dermatitis **1997**, *36*, 57-86.
- 5.) Kraft, Ph.; Bajgrowicz, J.A.; Denis, C.; Fráter, G.; Odds and Trends: Recent Developments in the Chemistry of Odorants;
Angew. Chem. Int. Ed. **2000**, *39*, 2980-3010.
- 6.) Gautschi; M.; Bajgrowicz, J.A.; Kraft, Ph.; Fragrance Chemistry - Milestones and Perspectives; *Chimia* **2001**, *55*, 379-387.
- 7.) Fenn, R.S.; Aroma Chemical Usage Trends in Modern Perfumery;
Perfumer & Flavorist **1989**, *14*, 3-10.
- 8.) Goldberg, HS.; Allergic Contact Dermatitis From the Perfume in Mycolog Cream;
Arch Dermatol. **1972**, *105*, 896-897.
- 9.) Coskey, R.J.; Bryan, H.G.; Contact Dermatitis due to Perfume in Mycolog Cream;
Arch Dermatol. **1975**, *111*, 131.
- 10.) Larsen, W.G.; Allergic Contact Dermatitis to the Perfume in Mycolog Cream;
J Am Acad Dermatol. **1979**, *1*, 131-133.
- 11.) Lessmann, H.; Kontakt Ekzem, Hrsg. Fuchs, T.; Aberer, W.; Dustri-Verlag, 2002, S. 11a-2ff.
- 12.) Basketter, D.; Quenching: Fact or Fiction?;
Contact Dermatitis **2000**, *43*, 253-258.

- 13.) Nielsen, B.H.; Menné, T.; Allergic Contact Sensitization in an Unselected Danish Population; *Acta Derm Venereol.* **1992**, *72*, 456-460.
(Erratum in *Acta Derm Venereol* **1993**, *73*, 397.
- 14.) Johansen, J.D.; Menné, T.; The Fragrance Mix and its Constituents: a 14-Year Material; *Contact Dermatitis* **1995**, *32*, 18-23.
- 15.) Goossens, A.; Fragrance Allergy: Clinical and Diagnostic Aspects; *Dermatology* **2002**, *205*, 88.
- 16.) Scheinman, P.L.; The foul side of fragrance-free products: what every clinician should know about managing patients with fragrance allergy; *J Am Acad Dermatol.* **1999**, *41*, 1020-1024.
- 17.) Thomson, K.F.; Wilkinson, S.M.; Allergic contact dermatitis to plant extracts in patients with cosmetic dermatitis; *Br J Dermatol.* **2000**, *142*, 84-88.
- 18.) 96/335/EG; Beschluss der Kommission vom 8 Mai 1996 zur Festlegung einer Liste und einer gemeinsamen Nomenklatur der Bestandteile kosmetischer Mittel (Text von Bedeutung fuer den EWR).

Anhang

Parfumbriefing zu Projekt „Autumn Rain“

1. **Kunde:** BodyCare Ltd
Shasta Lane
New Brunswick
2. **Endprodukt:** Shampoo gegen Haarausfall
3. **Name des Enproduktes:** Autumn Rain
4. **Auslobung:** Bei irritiertem Haarboden
5. **Hintergrundinfo:** Ausweitung unserer Produktpalette im Haarpflegesektor
6. **Aspekt:** Königsblaues Shampoo mit Perlglanzeffekt
7. **Verpackung:** Hochtransparente PET-Flasche mit 200 ml Inhalt , im Siebdruckverfahren bedruckt in braun-grüner Hochglanzkartonschachtel (Muster liegen bei)
8. **Inhaltsstoffe der Grundlage:** INCI ist nach Unterzeichnung der beiliegenden Geheimhaltungserklärung erhältlich.
9. **Besonderheiten : der Grundlage :** enthält als Wirkstoff eine aromatische Aminosäure (siehe unser Patent US2003129156).
10. **Zielgruppe:** Modebewusste Männer ab 30 mit erblich bedingtem Haarausfall
11. **Parfümierung:** Typ Tuscany (Aramis Inc.), aber frischer, grüner, weniger animalisch
12. **Parfümkonzentration** gemäss Ihrer Empfehlung, aber nicht > 1%
13. **Parfümierungskosten** bis CHF 50.-/100 kg Fertigprodukt
14. **Konkurrenz/Leitprodukte:** Das Produkt soll eigenständig sein; eine zu grosse Ähnlichkeit mit Konkurrenzprodukten (Alcina, Oreal, Rausch, Wella) ist unbedingt zu vermeiden.

- 15. Einschränkungen:** Das Parfümöl muss mit dem Wirkstoff verträglich sein (Farbreaktionen, Trübungen, etc.).
Die Parfüminhaltstoffe dürfen in der vorgeschlagenen Einsatzkonzentration nicht zu einer R43-Klassifizierung des Endprodukts führen.
Das Parfümöl sollte möglichst farblos sein (keine Verfälschung der blauen Farbe).
Die Viskosität der Grundlage darf durch das Parfümöl nicht verändert werden.
- 16. Gesetzliche Auflagen:** Das Produkt wird in der Schweiz, in der EU und in Japan auf den Markt gebracht.
- 17. Dokumentation:** Die in den Anhängen III, IV, VI und VII der Richtlinie 76/768/EWG, letztmalig angepasst durch 2003/16/EG aufgeführten in den Parfümierungsvorschlägen enthaltenen Stoffe sind im Sinne einer Sicherheitsbewertung anzugeben.

Je ein Sicherheitsdatenblatt gemäss 91/155/EWG in englischer Sprache

Je eine Spezifikation mit Duftbeschreibung und Dosierungsvorschlag

Bescheinigung der Konformität mit den legislativen Vorschriften in den Verbraucherländern
- 18. Muster** Drei Vorschläge, einer davon ohne Inhaltsstoffe des Anhangs III der Richtlinie 76/768/EWG (siehe 17.)
je 50 g
- 19. Offerte** Staffelpreise für 50, 100 und 200 kg in innenschutzlackierten Fässern CIF Boston
(erwartete Jahresmenge: 500 kg)
- 20. Termin** 4. Juli 2004
- 21. Diverses/Bemerkungen** 2 kg Grundlage erhalten Sie nächste Woche mit separater Post.
- 22. Ihr Ansprechpartner** Dr. Donat Hugelshofer, hugelshofer@bodycares.us

