**CosmeticBusiness**

**Internationale Zuliefermesse der Kosmetikindustrie**

**05. bis 06. Juni 2024**

Leipzig, 13. Juni 2024

**CosmeticBusiness 2024 bestätigt führende Marktposition**

**Emsiges Treiben in den Gängen, produktive Arbeitsatmosphäre und viele qualifizierte Fachgespräche: Auf der CosmeticBusiness 2024 trafen sich am 5. und 6. Juni 2024 zahlreiche Entscheider der Kosmetikindustrie und ihre Zulieferer im MOC München, um sich über Trends, Innovationen und neue Projekte auszutauschen. 418 Aussteller aus 23 Ländern präsentierten auf der internationalen Zuliefermesse der Kosmetikindustrie ihre neuen Produkte und Lösungen aus den Bereichen Inhaltsstoffe, Herstellung und Verpackung. Das umfangreiche Fachprogramm in der INNOVATION CORNER mit hochkarätigen Referenten wie Alicia Lindner von BÖRLIND und Birgit Huber vom IKW stieß auf große Resonanz.**

Die CosmeticBusiness 2024 hat Aussteller und Besucher auf der ganzen Linie überzeugt. „Trotz der Auswirkungen des Hochwassers in Bayern, blicken wir auf einen sehr erfolgreichen Branchentreff, das zeigt die hohe Relevanz der CosmeticBusiness für Aussteller und Besucher. Die Qualität der Fachbesucher hat wieder perfekt zu den Erwartungen der Aussteller gepasst und das ist ein entscheidendes Kriterium für ihren Messeerfolg,“ betont Markus Geisenberger, Geschäftsführer der Leipziger Messe. „München ist der ideale Standort für die CosmeticBusiness. Hier finden Entscheider aus der Kosmetikindustrie optimale Rahmenbedingungen, um neue Kontakte zu knüpfen, konkrete Projekte zu besprechen und Aufträge zu vergeben. Das ist einmalig und macht den Charakter der internationalen Zuliefermesse aus.“

**Hohe Internationalität und viele neue Aussteller**

Unter dem Motto „Where Beauty Starts“ präsentierten 418 Aussteller aus 23 Ländern in drei ausgebuchten Messehallen das gesamte Spektrum für die Entwicklung neuer Kosmetikprodukte. Besucher aus 47 Ländern konnten die gesamte Wertschöpfungskette, von den Inhaltsstoffen über die Herstellung bis zur Verpackung, gebündelt an einem Ort erleben. Erstmals kamen über 40 Prozent der Aussteller aus dem Ausland.

Für Inspiration sorgten zudem über 40 neue Lieferanten, die sich über alle Ausstellungsbereiche verteilten, sowie die vergrößerte Start-up Zone in der INNOVATION CORNER. Insgesamt nutzten acht junge und dynamische Unternehmen aus Deutschland, Österreich und Großbritannien die Chance, ihre innovativen Produkte und Lösungen vor einem internationalen Fachpublikum zu präsentieren. Zu ihnen gehört beispielsweise **André Lang-Herfurth, Direktor Marketing & Vertrieb und Co-Founder zerooo, SEA ME GmbH**: „Für uns als Gestalter des Mehrwegsystems für Kosmetik und Drogerie, wo es wichtig ist, sowohl Marken- als auch Handelspartner für die Idee zu gewinnen Ressourcen in komplett geschlossenen Kreisläufen zu halten, war die CosmeticBusiness die ideale Bühne, unser Konzept vorzustellen und weiterführende Gespräche zu führen. Es war großartig, dass wir uns auf der Bühne präsentieren konnten. Nach dem Vortrag hatten die Kolleginnen und Kollegen keine freie Minute, sie waren den ganzen Tag in Gesprächen mit interessierten Besuchern. Das bestätigt, dass wir eine relevante Lösung anbieten und die CosmeticBusiness die ideale Bühne ist, um diese allen zugänglich zu machen.“

**Aussteller und Referenten ziehen positives Fazit**

Die Teilnahme an der CosmeticBusiness 2024 hat sich für die überwiegende Mehrheit der befragten Aussteller mehr als gelohnt. In einer Befragung durch das unabhängige Marktforschungsunternehmen Gelszus Messe-Marktforschung bewerten 89 Prozent die Messeteilnahme sowie die Zielerreichung als positiv. Die fachliche Qualifikation der Besucher wurde von 96 Prozent als besonders hoch eingestuft. Insgesamt erwarten 9 von 10 Ausstellern ein gutes Nachmessegeschäft.

**Cavit Onur, Brand Owner Manager, Holmen Iggesund** resümiert:„Die CosmeticBusiness ist ein wichtiger Treffpunkt für die Region, um bekannte, aber auch neue Kunden zu treffen, Gespräche zu führen, an bestehenden Themen zu arbeiten und um neue Projekte anzugehen. Unser Ziel war es, mit mehr Markenherstellern als im letzten Jahr ins Gespräch zu kommen. Das ist uns bereits am ersten Tag gelungen, was uns sehr gefreut hat. Im Vergleich zu anderen Fachmessen ist die CosmeticBusiness intimer, übersichtlicher und ruhiger. Dadurch hat man auch mehr Zeit, um tiefer in die Gespräche zu gehen. Qualitativ ist es nicht nur ein Sehen und Gesehen werden, sondern man spricht über konkrete Projekte“.

**Bettina Barlog, Senior Business Development Manager Beauty Care, SEPPIC GmbH, stellt heraus:** „Die CosmeticBusiness ist für uns eine wichtige lokale Messe, um unsere Kunden aus dem DACH-Raum zu erreichen. Wir treffen jedes Jahr Bestandskunden aber auch Neukontakte. Die CosmeticBusiness punktet mit einem breiten Publikum, hier trifft man nicht nur Rohstoffhersteller, sondern auch Packaging Anbieter und Contract Manufacturer. Wir hatten insgesamt wieder viele gute Gespräche und sind rundum zufrieden. Die Atmosphäre ist immer sehr angenehm und man findet hier die Zeit zum Austausch.“

Auch Erstaussteller Gustav Grolman zeigt sich sehr zufrieden mit den Besuchern am Stand: „In diesem Jahr stellen wir das erste Mal auf der CosmeticBusiness aus und wir hatten bisher schon viele Gespräche am Stand, weitere Termine stehen noch an. […] Es sind eher die mittleren und kleinen Kunden da. Das passt für uns perfekt, ich habe lieber zehn kleine Kunden als einen großen“, freut sich **Sabine Schlöglmann, Technical Sales Manager Personal Care, Gustav Grolman Group**.

Sehr zufrieden zeigt sich auch **Holger Weidl, Prokurist, Frapak GmbH**: „Hier hat man zu 80 Prozent Besucher, die wissen, was sie wollen, das haben sie auf vielen anderen Messen nicht. Ich bin seit 2008 bei Frapak und kenne die CosmeticBusiness von Anfang an. Das Konzept ist super, hier sind genau unsere Kunden. Wir wünschen uns mehr Messen wie die CosmeticBusiness in anderen Ländern. Wir sind happy!“

Im Fachprogramm boten mehr als 20 Vorträge an beiden Messetagen Inspiration. **Dr. Mark Smith, Director General von Natrue** hielt einen Vortrag zum Thema Anti-Greenwashing-Richtlinien. „Ich bin heute zum ersten Mal auf der CosmeticBusiness, die Messe ist sehr lebendig und scheint voller Menschen zu sein. Viele Experten, bekannte Gesichter sind hier. Einige andere Messen sind vielleicht nicht so dynamisch. Aber hier, mit den Verpackungs- und Lohnherstellern, ist die CosmeticBusiness im Grunde ein One-Stop-Shop für alles, was man vor allem auf dem deutschen Markt braucht. [..] Mir persönlich gefällt die Integration der Bühne in die Ausstellung. Ich war schon bei Messen, bei denen man kilometerweit laufen musste, um zur Bühne zu gelangen. Hier kann man einfach vorbeikommen, das ist eine attraktive Integration."

**Positive Stimmung und hoher Entscheideranteil bei den Besuchern**

Auch die Besucher, von denen 25 Prozent aus dem Ausland anreisten, geben der CosmeticBusiness 2024 Bestnoten: In einer Umfrage während der Veranstaltung gaben 9 von 10 Befragten an, dass sie die nächste Ausgabe der CosmeticBusiness weiterempfehlen und wieder besuchen werden. Die Anzahl an Top-Entscheidern war ebenfalls hoch. Zwei Drittel der diesjährigen Besucher haben einen wesentlichen Einfluss auf Einkaufsentscheidungen in ihren Unternehmen.

Zu den Top-Zielen der Besucher zählten in diesem Jahr die Geschäftskontakte zu pflegen, eine allgemeine Marktorientierung sowie Erfahrungen und Informationen auszutauschen. Die Branchenaussichten für die nächsten 12 Monate werden insgesamt optimistisch stabil bewertet.

**Termin für die CosmeticBusiness 2025**

Die nächste CosmeticBusiness findet vom 4. bis 5. Juni 2025 im MOC München statt. Das Rebooking hat bereits begonnen, erste Standflächen für die CosmeticBusiness 2025 sind bereits vergeben.

**Über die CosmeticBusiness**

Die CosmeticBusiness ist die einzige internationale Fachmesse in Europa, auf der die Kosmetikindustrie exklusiv ihre Zulieferer trifft und Lösungen für die Entwicklung jeglicher Kosmetikprodukte vom Wirkstoff über die Herstellung bis zur Verpackung findet. Als einziger Branchentreffpunkt in Deutschland, dem größten Kosmetikmarkt Europas, ist die B2B-Messe als Trendbarometer für Entscheider aus Geschäftsführung, Produktmanagement und Entwicklung, Marketing sowie Einkauf und Produktion unverzichtbar. Die nächste Ausgabe der CosmeticBusiness findet vom 04. bis 05. Juni 2025 im MOC München statt.

**Über die Leipziger Messe**

Die Leipziger Messe gehört zu den zehn führenden deutschen Messegesellschaften und den Top 50 weltweit. Sie führt Veranstaltungen in Leipzig und an verschiedenen Standorten im In- und Ausland durch. Mit den fünf Tochtergesellschaften, dem Congress Center Leipzig (CCL) und der KONGRESSHALLE am Zoo Leipzig bildet die Leipziger Messe als umfassender Dienstleister die gesamte Kette des Veranstaltungsgeschäfts ab. Dank dieses Angebots kürten Kunden und Besucher die Leipziger Messe 2023 – zum zehnten Mal in Folge – zum Service-Champion der Messebranche in Deutschlands größtem Service-Ranking. Der Messeplatz Leipzig umfasst eine Ausstellungsfläche von 111.900 m² und ein Freigelände von 70.000 m². Jährlich finden mehr als 270 Veranstaltungen – Messen, Ausstellungen und Kongresse – mit über 15.300 Ausstellern und über 1,2 Millionen Besuchern statt. Als erste deutsche Messegesellschaft wurde Leipzig nach Green Globe Standards zertifiziert. Ein Leitmotiv des unternehmerischen Handelns der Leipziger Messe ist die Nachhaltigkeit.

**Ansprechpartner für die Presse:**

Nicole Wege

Pressesprecherin

Leipziger Messe GmbH

Telefon: +49 (0)341 / 678 6528

E-Mail: n.wege@leipziger-messe.de

<http://www.leipziger-messe.de>

**CosmeticBusiness im Internet:**[www.cosmetic-business.com](http://www.cosmetic-business.com)