

MEL
PremiumClub
2011

Ausgabe 2 / 2011

MITGLIEDERMAGAZIN

PremiumClub feiert 1. Geburtstag!

LANCÔME
PARIS

HR HELENA
RUBINSTEIN

BIOtherm



YVES SAINT LAURENT

cacharel

VIKTOR & ROLF

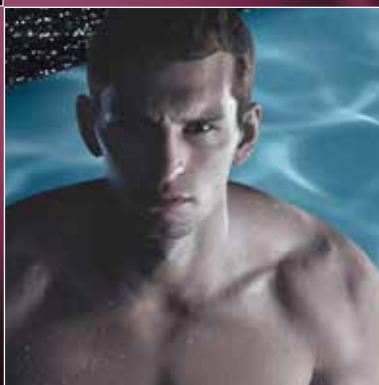
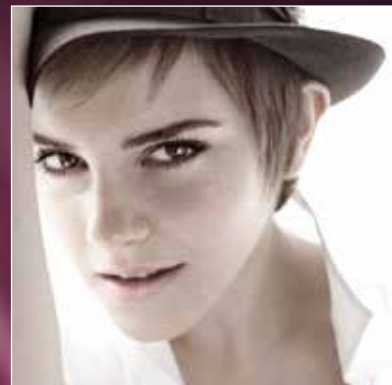
GIORGIO ARMANI

DIESEL®

RALPH LAUREN

Guy Laroche
PARIS

Paloma Picasso
PARFUMS





MEL PREMIUMCLUB FEIERT SEINEN 1. GEBURTSTAG!

Liebe MEL-Mitglieder,

Dieter Dernen
36 Jahre L'Oréal Luxusprodukte
Ihr direkter Ansprechpartner
Mobil: 0176 / 1885 1596

am 01.07.2010 haben wir mit Einführung des MEL Premium-Clubs eine einzigartige, erfolgreiche Serviceoffensive mit einem umfangreichen Maßnahmenkatalog gestartet.

Die Bilanz all unserer Bemühungen kann sich sehen lassen. Innerhalb eines Jahres konnten wir 124 neue Privatkunden begrüßen. Heute verfügt die MEL über 342 Mitglieder (+ 52%).

Dieses Ergebnis ist Ansporn und Bestätigung zugleich. Bestätigung, weil alle MEL Mitglieder unser exklusives Angebot honorieren und Ansporn, weil wir Ihnen als Marktführer immer neue Ideen und Aktivitäten präsentieren wollen, mit denen Sie Ihre Kunden täglich begeistern.

Bei L'Oréal Luxusprodukte sind Sie einfach gut aufgehoben.

Kundenliebe ist für uns kein bloßes Lippenbekenntnis. Die Förderung des inhabergeführten Parfümerie-Fachhandels ist und bleibt ein zentraler Wert unserer Unternehmensphilosophie.

Versuchen wir also gemeinsam, alle Privatkunden für die MEL zu gewinnen.

Entdecken Sie immer wieder neue, exklusive Angebote, um Ihre Parfümerie zu beleben. Der Service macht den Unterschied!

Wir freuen uns auf Ihren nächsten Besuch im PremiumPortal.

MEL & PremiumClub ... die richtige Entscheidung für alle Privatkunden!

Viel Spaß beim Lesen
wünscht Ihnen mit herzlichen Grüßen,

Dieter Dernen

PS: Heute möchten wir Ihnen eine erfolgreiche Sommer-Promotion der Parfümerie Kilb in Emmelshausen (MEL-Beitritt 1988 und Gründungsmitglied) vorstellen.

Herzlichen Dank an Monika Goßler-Kilb für ihren interessanten Aktionsbericht (Seite 10). Ein wirklich tolles Beispiel, wie PremiumPunkte gewinn- und nutzbringend eingesetzt werden können. Bravo!



Stark – erfolgreich – MEL UNBEDINGT DABEI SEIN IN KÖLN!

Hildegard Bayerschmidt
1. Vorsitzende MEL e.V.

Liebe MEL Mitglieder,
liebe Kolleginnen und Kollegen,

jetzt ist im Vorstand und Beirat die Tagung Köln ein großes Thema. Natürlich bieten wir Ihnen wieder etwas ganz Besonderes. Etwas Besonderes, womit Sie im Alltag sicherlich punkten und sich über Mehrumsatz freuen können.

Wir haben uns für die Kollegen eingesetzt, die noch in der 2. Jahreshälfte vom PremiumClub profitieren möchten. Sie bezahlen nur 49€ Mitgliedsbeitrag und sammeln ab Ihrem Eintritt wertvolle Punkte. Treten Sie ein! Machen Sie mit! Und freuen Sie sich auf das Einlösen!

Auf besonderen Wunsch des MEL haben wir unsere Juli Sitzung in Kaarst im Lager abgehalten. Wir wollten unbedingt sehen, wie das Lager funktioniert, da es gerade bei dem Thema Lieferungen sehr große Herausforderungen für uns Händler zu bewerkstelligen gibt.

Wir wurden herzlich von Frau Marieke de Pooter (Supply Chain Director L'Oréal Luxusprodukte) und den Damen und Herren des Kundenservice empfangen und konnten uns über Größe und Ablauf ein direktes Bild machen. Inzwischen gibt es einen neuen Chef des Lagers in Kaarst. Dieser soll für einen reibungsloseren Ablauf sorgen, wobei sich für uns hier bestimmt erst 2012 Verbesserungen ergeben werden. Wir bleiben beim Thema Logistik am Ball und beobachten sehr genau. Dies ist uns außerordentlich wichtig.

Nachdem dem MEL die Kabine sehr am Herzen liegt, wird es für PremiumPunkte sehr bald neue Artikel geben. Wir sind stolz darauf, es geschafft zu haben, Ihnen Produkte der Fa. Ionto Comed anbieten zu können. Mehr als 30 der wichtigsten Utensilien (z.B. Hot Cabinet Kompressenwärmer, Starterset Nägel oder Schminkstuhl) werden im Portal erhältlich sein. Ohne Kosten können Sie damit Ihr Angebot sicherlich verfeinern.

Im Herbst werden wir mit einem MEL Angebot einen ganz neuen Weg gehen. Weltweit wird es ein Trésor L'Absolue (Elixir de Parfum 40 ml 69€) geben. In Deutschland wird es jedoch ausschließlich bei MEL Mitgliedern und Countern, zu dem hervorragenden Preis von 49€, zu erhalten sein.

Ein edler, wertiger Flakon in eleganter Aufmachung, sowie diese Exklusivität, sollte im Verkauf richtig Spaß machen. Auf der Tagung in Köln gibt es dazu weitere Informationen.

Die BeautyPower Aktivitäten gehen in die neue Runde, wobei wir die Zugabe Geschenke dazu unbedingt verbessern werden. Damit Sie auch das bekommen, was Sie bestellt haben.

Sie sehen, sehr viele neue Ideen lassen den MEL wirklich aufleben und LEBEN! Dank Ihrer hervorragenden Umsätze mit L'Oréal Luxusprodukte (MEL Mitglieder + 5%) stärken Sie Ihren MEL und wir Alle profitieren jetzt und in Zukunft davon.

Wir freuen uns auf Sie persönlich in Köln!

Herzliche Grüße,

Hildegard Bayerschmidt
Mit Vorstand und Beirat

PS: Köln natürlich auch gerne für einen Tag! Unterstützen Sie mit Ihrer Präsenz Ihren MEL!

IMPRESSUM MEL PremiumClub 2011 • Mitgliedermagazin 02 / 2011

Herausgeber:
L'Oréal Deutschland GmbH
L'Oréal Luxusprodukte
Siemensstrasse 6
41564 Kaarst

Redaktion: Dieter Dernen
Annette Kreuels (Lancôme)
Angela Schöpflin (Designer Brands)
Karen Dahl (Yves Saint Laurent)
Maren Klein (Biotherm)

Layout & Grafik: yulydesign,
E-Mail: julia@yulydesign.de
Fotos: Herman Gueldenhaupt, Kaarst;
Christian Kümeth, Bad Neustadt;
Andreas Erdmann, Schorndorf

Produktion: Druckerei ODV
Thomas Engels
Marie-Bernays-Ring 13
41199 Mönchengladbach





Auf der Reise quer durch Deutschland: Das Lancôme-Team on Tour



Dirk Loewen,
Verkaufsdirektor Lancôme

EIN VOLLER ERFOLG: MEL ON TOUR 2011

Sechs Städte, sechs Termine, sechs Gelegenheiten zum Austausch: Auch in diesem Jahr machte sich das Führungsteam von Lancôme wieder auf den Weg, um ganz nah am privaten Parfümeriefachhandel zu sein. Die Mission? MEL On Tour.

Osnabrück, Darmstadt, Köln, München, Stuttgart und Leipzig – das waren die Stationen für die mittlerweile etablierten Treffen mit dem Handel und Lancôme, die nach 2008 und 2009 nun bereits zum dritten Mal stattfanden.

Das Grundidee blieb unverändert: Diese Veranstaltungen sollten ein Angebot an die Kunden zu sein, um Neuigkeiten zu erfahren, praxisbezogene Anregungen für die Parfümerie mitzunehmen und Probleme anzusprechen.

Diese Gelegenheit wurde intensiv genutzt – rund 150 Kunden nahmen die Möglichkeit an, sich in einem informellen Rahmen mit dem Lancôme-Team auszutauschen. Dieses war mit einer großen Mannschaft vertreten, um für alle Fragestellungen gerüstet zu sein: Geschäftsführer Søren Hagh, Verkaufsdirektor Dirk Loewen, Innendienstleiter Frank Sandner, Category Manager Nicole Hörterer, MEL-PremiumClub-Experte Dieter Dernen, sowie die zuständigen Kundenbetreuer waren mit von der Partie.

Nach den aktuellen Neuigkeiten von Lancôme präsentierte Dieter Dernen die Erfolgsbilanz des PremiumClubs und freute sich über die Anregungen und Tipps der Anwesenden für Verbesserungsmöglichkeiten.

Um das Thema „Category Management“, also die endverbraucherorientierte Sortimentsauswahl und Warenplatzierung, ging es im Teil von Nicole Hörterer. Das Praxis-Plus: Die anwesenden Teilnehmer bekamen „Werkzeuge“ an die Hand, um dieses Thema in ihren Geschäften umsetzen zu können. Doch auch der „gemütliche“ Teil kam nicht zu kurz: Jeder MEL On Tour-Termin klang mit einem gemeinsamen Abendessen aus. Die perfekte Gelegenheit, nicht nur die Themen des Tages Revue passieren zu lassen, sondern auch, um miteinander zu diskutieren und das direkte Gespräch zu nutzen, um individuelle Lösungen für individuelle Fragestellungen zu finden.

Das Fazit? Lancôme geht im nächsten Jahr wieder für und mit der MEL auf Tour, um den intensiven Kontakt mit den Kunden noch weiter auszubauen.

Ein großes Dankeschön an alle, die in diesem Jahr mit dabei waren – und auf ein zahlreiches Wiedersehen in 2012!


Dirk Loewen



Nicole Hörterer,
Category Manager Lancôme

CATEGORY MANAGEMENT für die inhabergeführte Parfümerie

Was ist Category Management?

Category Management (CM) heißt übersetzt Warengruppen-Management – es geht um die Steuerung von Warengruppen als strategische Geschäftseinheiten.

Die Bedürfnisse der Shopper, also der einkaufenden Kunden, stehen im Mittelpunkt. Was gehört eigentlich für den Shopper zu einer Warengruppe? Wie sollte sie strukturiert sein, wo platziert? Welches Sortiment sollte diese Warengruppe

umfassen? Ein Shopper, der sich im Geschäft zurechtfindet, sich vom Angebot angesprochen fühlt, sich wohlfühlt und gerne verweilt, der kauft natürlich auch viel eher! So können nicht nur Stammkunden noch stärker an die Parfümerie gebunden, sondern auch neue und „unregelmäßige“ Kunden durch optimierte Sortimente und Platzierungen besser angesprochen werden.

Durch das Erkennen von Potentialen und Verbesserungsmöglichkeiten sowie der konkreten Umsetzung von geeigneten Maßnahmen soll langfristig Wachstum für die inhabergeführte Parfümerie ermöglicht werden.

Rückblick CM bei der MEL on Tour

Wir waren, mit dem Thema Category Management im Gepäck, im Frühling / Sommer 2011 in 6 Städten quer durch Deutschland unterwegs. So haben 90 Parfümerien und insgesamt 150 Parfümerie-Inhaber/innen Category Management kennengelernt.

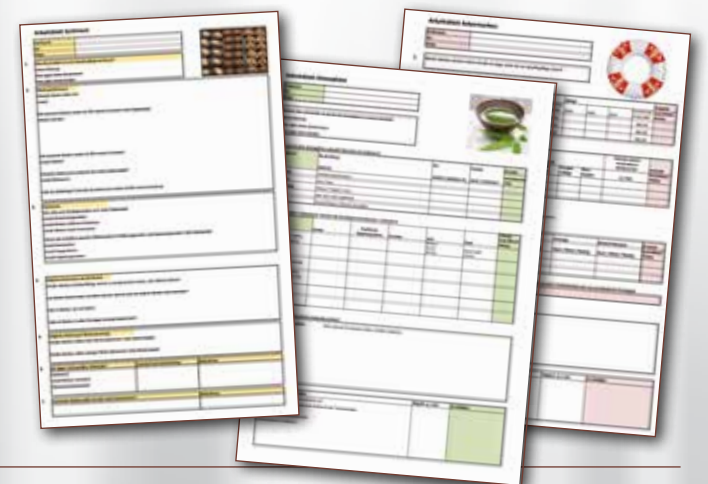
Das Thema wurde sehr interessiert und begeistert aufgenommen. Auch wenn es für die meisten Neuland war, so waren sich nach dem Vortrag alle einig, daß CM ein Konzept, bzw. eine Herangehensweise ist, die auch für die inhabergeführte Parfümerie sehr interessant ist!

„Werkzeuge“

Wie kann man nun Potentiale erkennen? Speziell für die inhabergeführte Parfümerie haben wir einen **Regalspiegel** sowie **3 Arbeitsblätter** zu den Themen **Sortiment**, **Ankermarken** und **Atmosphäre** entwickelt.

Hiermit kann die Parfümerie eine Analyse pro Standort machen, Potentiale aufdecken und mögliche Maßnahmen für die Umsetzung ableiten.

Die Arbeitsblätter können sie bei Interesse per Mail anfordern: nhoerterer@de.loreal.com



Ausblick: MEL Kongress 02. – 05. Oktober 2011

Wie geht es weiter? Kommen Sie zum Workshop „Category Management – Potentiale erkennen und nutzen“!

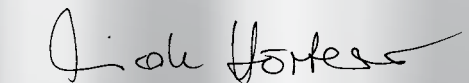
Wir werden noch einmal für alle kurz umreißen, was der CM-Gedanke ist. Spannend wird sicher der Erfahrungsaustausch über die eingesetzten Werkzeuge machen – auch für all die, die bei unserer MEL On Tour nicht dabei sein konnten.

Dann wollen wir noch einen Schritt weiter gehen: Wie sieht ein umfangreiches CM-Projekt über mehrere

Warengruppen aus? Hierzu wird Herr Middelanis (GS1 Germany) von einem sehr interessanten Projekt im Schreibwaren-Fachhandel berichten. Wie kann nun so etwas in der inhabergeführten Parfümerie aussehen?

Lassen Sie sich überraschen und entdecken Sie, wie greifbar und geeignet CM für die Parfümerie ist.

Wir freuen uns auf Sie!


Nicole Hörterer



DIE VISION DER SCHÖNHEIT

Die Zukunft neu erfinden ... wer möchte das nicht? Mit einer Pflege, die ihrer Zeit einen Schritt voraus ist und die der Haut ihre makellose Schönheit zurückgibt. Visionnaire [LR 2412 4%], so heißt die Antwort von Lancôme. Mit diesem Konzentrat setzt die Marke wieder einmal völlig neue Maßstäbe.

Die Inspiration

Lancôme hat sich bei der Entwicklung von Visionnaire von der Natur inspirieren lassen. Das Prinzip: Wenn eine Pflanze geschädigt oder verletzt wird, produziert sie ein bestimmtes Signalmolekül, die Jasmonsäure. Dieses Signalmolekül aktiviert im Inneren der Pflanze den eigenen Reparatur- und Schutzmechanismus. Die Frage war nun, ob diese Jasmonsäure nicht auch einen positiven Effekt auf die menschliche Haut haben könnte. Das ist mit großem Aufwand untersucht worden: unsere Forscher haben 20 jeweils chemisch unterschiedliche, „umgebaute“ Jasmonsäuremoleküle entwickelt und sie dann getestet. Der „Gewinner“, das leistungsstärkste Molekül unter ihnen, ist LR 2412. Das Ganze hat 10 Jahre gedauert.

Das Wundermolekül

Was ist nun so besonders an LR 2412? Chemisch betrachtet ist das Molekül „amphiphil“. Denken Sie an ein Amphibienfahrzeug, das zu Wasser und zu Lande fahren kann. In der Kosmetik bedeutet das, dass das Molekül zwei „Arme“ hat mit sowohl hydrophilen (=wasserliebenden), als auch lipophilen (=fettliebenden) Eigenschaften. Darum kann

LR 2412 in alle Hautschichten eindringen. Klassische Moleküle können entweder das eine oder das andere.

Bemerkenswert ist auch der Herstellungsprozess, in dem das Molekül gewonnen wird: Das Verfahren ist besonders umweltfreundlich, denn es verläuft nur in einem einzigen Schritt. Dadurch fällt die Ökobilanz extrem gut aus. Das Plus: Als Lösungsmittel wird bei der Produktion ganz normales Wasser eingesetzt - und das wird hinterher recycelt.

Ein echter Alleskönner

Doch das Verblüffendste ist die umfassende Wirksamkeit von Visionnaire [LR 2412 4%]. Aufgrund seiner speziellen Bauweise kann LR 2412 bis in die tiefsten Hautschichten eindringen. Es wirkt dort wie ein Signalmolekül und löst eine Kette von Mikroprozessen aus. So werden die Schlüsselfaktoren reaktiviert, die für die Hauterneuerung zuständig sind. Seine Wirkung ist darum sehr umfassend: Falten werden gemildert, Poren verfeinert, der Teint wird ebenmäßig. Außerdem wirkt es auch gegen erweiterte Äderchen und kleine Narben, z.B. nach einer Akne. Darum spricht das Produkt Verwenderinnen aller Altersgruppen an. Keine Kompromisse in puncto Verträglichkeit: Visionnaire ist für alle Hauttypen, auch empfindliche Haut, geeignet und kann selbst auf der sensiblen Augenpartie aufgetragen werden.

Erleben Sie es selbst ... Die Haut ist wie neu und sichtbar verwandelt: Die Falten werden gemildert, die Poren werden verfeinert und die Haut erstrahlt ebenmäßig.



LANCÔME enthüllt das Geheimnis des PUPPENAugEN-EFFEKTS

Hypnôse Doll Eyes lässt die Träume kleiner und großer Mädchen wahr werden: die Wimpern sind verlängert, geschwungen und voller Volumen. Dazu kommt ein spezieller Glanz-Effekt.

Das Ergebnis: Ein richtiger Puppenwimpern-Look, wie Doll-Eyes eben! Das innovativ geformte Bürstchen und die neue Formel garantieren unendlich vergrößerte, aufsehenerregende Augen.

Die I-konische Bürste

Unsere Laboratorien haben rund 7 Jahre an der Entwicklung der Hybridbürste gearbeitet, die durch drei Patente geschützt ist. Sie kombiniert zwei Technologien. Mit ihren Nylon-Borsten sorgt sie für perfekte Trennung der Wimpern und die gleichmäßige Verteilung der Textur, aber gleichzeitig bietet sie die Flexibilität einer Elastomer-Bürste.

Das Geheimnis? Ein konischer Bürstenkopf aus Nylon, der alle Wimpern erfasst, selbst die kürzesten im inneren Augenwinkel. Sie werden geformt, verlängert und perfekt definiert. Der Volumen-Effekt ist sofort sichtbar, die Wimpern wirken schwerelos. Das Auftragen gelingt damit besonders gleichmäßig für einen aufsehenerregenden „Puppenwimpern-Effekt“.

LANCÔME präsentiert eine ganz neue Formel

Die flüssige, geschmeidige „Fiber Shine“-Textur enthält Nylonpuder-Pigmente, die die Wimpern umhüllen und ihnen besonderen Glanz geben. In der Textur verbinden sich weiche und harte Wachse, die zum einen Volumen geben, zum anderen den Schwung fixieren. Der krönende Abschluss? Der „Ultrastretch“-Komplex, der verlängernde Polymere enthält. Er schenkt augenblicklich atemberaubend verlängerte Wimpern.

Der besondere Effekt von Hypnôse Doll Eyes ist nicht nur das Resultat seiner cremigen Textur, sondern wird auch begleitet von einem zarten, hypoallergenen Duft. Er macht das Tuschen zu einem sinnlichen Erlebnis.

*Für den perfekten Doll Eyes-Look:
Mascara plus die neuen Lidschattenpaletten in soften Nuancen*



TRÉSOR MIDNIGHT ROSE

Mit Trésor Midnight Rose erzählt Lancôme eine neue Liebesgeschichte voller Leichtigkeit und Magie, aber auch voller Sinnlichkeit. Eine Geschichte von heute, die die Sprache der Romantik und der leidenschaftlichen Liebe neu erfindet.

Ein köstlicher Duft

Ein magisches Parfum, in dessen Herz sich die milde Süße von Honig mit der Rose vermischt. Sie ist das duftende Markenzeichen von Trésor Midnight Rose. „Der Duft verkörpert die moderne Art der Weiblichkeit – mit einem Augenzwinkern. Es ist der Charme der Rose, der Trésor Midnight Love prägt wie eine Signatur,“ erklärt Parfumeurin Anne Flipo, die Kreativeurin des fruchtig-floralen Parfums.

Es ist wie Liebe auf den ersten Blick: Intensives Rosen-Absolu trifft auf die vibrierende Kraft der Himbeere. Im Herz des Eau de Parfums verschmelzen Schwarze Johannisbeere und Rosa Pfeffer mit den blumigen Noten von Jasmin und Pfingstrose. Der Fond entwickelt sich warm und sinnlich mit amerikanischer Zeder, Vanille und Moschus zu einem Duft, der modern und unendlich verführerisch ist.

Purpurne Reflexe und ein kostbar geschliffener Flakon

Ein strahlendes Juwel, das durch seinen raffinierten Farbverlauf von tiefem Violett bis zu pudrigem Rosé alle Blicke auf sich zieht.

Der Flakon wird von einer üppigen, purpurnen Satinrose verziert, die sich wie ein Schmuckstück unter dem geschliffenen Verschluss entfaltet. Die ewige Rose, das Symbol für die leidenschaftliche Liebe.

Emma Watson: Die Ikone einer Generation

Voller Lebensfreude, natürlich, spontan ... Wie könnte man die neue Botschafterin von Lancôme besser beschreiben?

Die Engländerin Emma Watson ist in Paris geboren, gerade 21 Jahre alt und verkörpert die romantische Heldin des 21. Jahrhunderts. Eine außergewöhnliche Schönheit, die durch ihre Natürlichkeit und Frische besticht. Für Millionen von Fans ist sie Hermione. Aber sie ist so viel mehr ...



Lloyd Simmonds, international Make-up Artist von Yves Saint Laurent, schminkt seine Looks backstage bei der Fashionweek Paris



Lloyd Simmonds

LLOYD SIMMONDS – SEIN LOOK BEGEISTERT

Er ist einer der kreativsten Make-up Artists unserer Zeit, seine Art zu arbeiten erinnert mehr an die eines Künstlers, der mit Farbe und Leinwand seinen Visionen freien Lauf lässt. Lloyd Simmonds ist seit 2010 verantwortlich als International Make-up Artist von Yves Saint Laurent und hat nun der Öffentlichkeit seinen furiosen ersten Look präsentiert.

Seine Vision für die Marke Yves Saint Laurent: „Ich möchte zum Ausdruck bringen, was die Essenz von YSL ausmacht: den Stil, die Faszination, den modernen Glamour, die Harmonie und den Mut, wahre Schönheit anzustreben. Phantastische, sinnliche, strahlende Farben, die den ganzen Chic der Marke widerspiegeln. Yves Saint Laurent war der größte Farbkünstler der Mode, den das 20. Jahrhundert gekannt hat. Und heute glaube ich erst recht an die Energie und den innovativen Geist dieses Mannes – an seine Energie, seine Begeisterungsfähigkeit und seine Verführungskraft.“

Diese Verführungskraft hat Lloyd Simmonds mit seiner ersten Look Kollektion eindeutig unter Beweis gestellt. Inspiriert von einem nächtlichen Garten im Mondschein, dominieren tiefblaue und grüne Farben den neuen Herbst / Winter Look von Yves Saint Laurent.

Die YSL-Frau verführt 2011 mit mondhellem Teint, der im Kontrast steht zu ihren dunklen, schimmernd grünen Lidern und sinnlichen beerenfarbenen Lippen.

Kreiert von Lloyd Simmonds: Der neue Herbst-Look von Yves Saint Laurent

Die Reaktionen auf seine Farbkreationen waren überwältigend, fanden im Handel und in der Presse ein enormes Echo. „Wir erwarten von Lloyd Simmonds auch in den kommenden Kreationen überwältigende Innovationen und eine Farbkraft, wie man sie nur bei Yves Saint Laurent erwarten kann“, erklärt Maria del Castillo, Brand Director YSL Beauté.





Monika Gößler-Kilb,
Parfümerie Kilb

MEL PREMIUMCLUB – GEWINN- UND NUTZBRINGEND!

Um neue Kunden zu gewinnen, Stammkunden
stärker zu binden und die Parfümerie zu beleben!

Ja, wir haben eine große Lancôme Sommer
Promotion durchgeführt.

Gepflegt im Sommer mit ... LANCÔME!

Dabei natürlich unsere MEL Premiumpunkte
eingelöst! Mit exklusiven Mailings haben wir unsere
Kunden eingeladen und mit tollen Angeboten,
Serviceleistungen und Sommercocktails gelockt.

Als besonderes Highlight hat jeder Kunde
zu seinem Lancôme Einkauf ein exklusives
Schminktäschchen (MEL PremiumClub)
geschenkt bekommen. Natürlich wurde dies
mit Pflegemuster bestückt, das speziell
auf die Kundin abgestimmt wurde.

Die Geschäfte waren innen und außen mit sehr
einladenden Dekorationen gestaltet, Cocktails
aufgebaut und die Kundengeschenke in Form
von schöner Schminktäschchen (aus MEL Premium-
Club) dazu dekoriert.

Die Mitarbeiter in einem speziellen Sommerlook
und mit professionellem Lancôme Schminkgürtel,
vermittelten eine gute Sommerlaune. Es wurde
geschminkt, gesprüht und aufgetragen!

Großer Dank galt dem ganzen Team!

Für Ihren Einsatz überreichen wir Ihnen
wunderschöne silberne Lancôme Stadt-Shopper –
auch aus dem MEL PremiumClub.

Die Aktion verhalf uns zu einem zweistelligen Lancôme
Abverkaufs Plus! Wir waren überaus zufrieden
und werden eine solche Aktion – gemeinsam mit
Lancôme – wiederholen!

Herzliche Grüße,

Monika Gößler-Kilb
Parfümerie Kilb, Emmelshausen

Eingang Hauptgeschäft in Emmelshausen; Produktpräsentation im Innenraum; von links nach rechts: Jutta Kilb, Eva Maria Kiesow, Monika Gößler-Kilb,
Jochen Fuchs (Gebietsverkaufsleiter Lancôme), Nicolett Kilb, Sabine Jeske



MEL heißt Jungunternehmer herzlich willkommen

NEUES VON DEN JUNGUNTERNEHMERN An alle Jungunternehmer und die, die es noch werden wollen.



Petra Erdmann-Thon

Die Jahrestagung in Köln
rückt näher und es wäre toll,
wenn möglichst viele daran
teilnehmen würden.

Interessante Vorträge
und Workshops warten
auf uns und auch das drum
herum ist die Reise wert.
Die Jungunternehmer haben
auch wieder einen Spezi-
alpreis bekommen. Also
schnell anmelden.

Die JUK's starten schon am
Samstag den 02.10.2011.
Um 13.00 Uhr beginnen wir

mit einem Workshop mit den Themen Beziehungsaufbau
und Kalt-Aquise. Matthias Häuser, Branchenspezialist
und Trainer, wird uns in bewährter Form neue Wege der
Kundenansprache aufzeigen.

Am Sonntagvormittag machen wir dann einen flotten
Zwischenstopp in Form eines Event's mit anschließen-
dem Mittagessen. Am Nachmittag wird dann nochmal
etwas gearbeitet. Am Abend geht es mit dem Programm
der Jahrestagung weiter. Die Tagung der Jungunterneh-
mer ist, bis auf ein Abendessen, kostenlos.
Was hindert einen da noch, sich anzumelden?

Bei Fragen und zur Anmeldung wendet euch bitte
an Frau Schoof im MEL Büro oder an mich.

KONTAKTDATEN

Mittelstandsempfehlung
Lancôme e.V.

Godesberger Strasse 24a
53639 Königswinter
Fon: 02223 / 700 273
Fax: 02223 / 700 274
Email: m-e-l@t-online.de

Petra Erdmann-Thon
Joh.-Phil.-Palm-Str.9
73614 Schorndorf

Fon: 07181 / 939 11 0
Fax: 07181 / 939 11 30
info@parfuemerie-erdmann.de

So, jetzt kann ich in der Zwischenzeit nur noch
einen schönen Sommer und gute Geschäfte wünschen.
Ich freue mich auf ein Wiedersehen und auf neue
Gesichter in Köln.

Herzliche Grüße,

Eure Petra Erdmann-Thon

PRODIGY POWERCELL NIGHT SHOT: Wenn es Nacht wird, erholt sich die Haut

In der Nacht erwachen in der Haut die Mechanismen zur Erhaltung ihrer Jugendlichkeit und sie durchläuft eine Abfolge sehr aktiver Phasen.

Bei genauerer Betrachtung dieser Phasen lässt sich feststellen, dass die Haut zum jeweils besten Zeitpunkt mit allem versorgt wird, was sie braucht: So können die Schädigungen durch die am Tag erlittenen Angriffe freier Radikale repariert werden, die Haut regeneriert sich und wird durch die Stärkung ihrer Barrierefunktion für den kommenden Tag geschützt. Die Hautzirkulation erreicht ihren Spitzenwert zwischen 23 Uhr und 4 Uhr morgens, und durch die Geschwindigkeit, mit der die kosmetischen Aktivstoffe in die Haut eindringen, wird in dieser Zeit eine maximale Absorption erreicht.

Die Nachtpflege PRODIGY POWERCELL NIGHT SHOT unterstützt die Haut in den verschiedenen Regenerationsphasen der Nacht. Mit ihrer hohen Konzentration an pflanzlichen Zellen der Ozeanischen Crista wirkt PRODIGY POWERCELL NIGHT SHOT sich positiv auf die Aktivität der Hautzellen aus und stimuliert die Regeneration der Haut.



BIOOTHERM LAIT SOLAIRE

**Schutz und Vergnügen in einem –
In Anlehnung an den Klassiker Lait Corporel**



Seit den 1920er Jahren ist Braunsein „en vogue“ und eine attraktive Sommerbräune das wohl beliebteste Sommeraccessoire. Erst sechzig Jahre später wurden die Warnungen vor einer starken, schädlichen Sonneneinstrahlung immer lauter.

Heute ist man sich darüber einig, dass Sonnen Spaß machen soll, ein Sonnenschutz allerdings unverzichtbar ist. Seit den 1960er Jahren und der Entwicklung der BIOOTHERM Sonnenschutzcreme hat es sich die Marke deshalb zur Aufgabe gemacht, Produkte anzubieten, die Schutz, Vergnügen und Pflege miteinander verbinden.

Die neue Lait Solaire Sonnenmilch von BIOOTHERM ist an die klassische Körpermilch Lait Corporel angelehnt, die bereits seit 1972 auf dem Markt ist. Die energiespendende Frische, der belebende Duft und die leichte Textur wurden nun in die Lait Solaire integriert. So wird das Eincremen zu einem Wohlfühl-Ritual und die Haut gleichzeitig vor der Sonneneinstrahlung geschützt – mit LSF 15, 30 oder 50.

Ein photostabiles Filtersystem absorbiert sowohl UVA- als auch UVB-Strahlen. Zusätzlich stimuliert der in jedem BIOOTHERM Produkt enthaltene Reine Thermalplankton die natürliche Abwehr der Haut.



AQUA-EVENTS ON TOUR

Die Feuchtigkeitspflege Aquasource ist bereits ein echter Biotherm Klassiker! Die Biologen der Marke haben seit der Einführung 1997 kontinuierlich weiter an der Optimierung der Formel gearbeitet, um für noch länger anhaltende Feuchtigkeitsversorgung bis in die Tiefe der Haut zu sorgen. Im Frühjahr dieses Jahres wurde die neue Aquasource-Formel auf dem Markt eingeführt. Die beliebte Gel-Textur blieb erhalten.

Anlässlich der Neu-Einführung von Aquasource organisierte Biotherm eine aquatische Event-Reihe in fünf deutschen Großstädten. Die Aqua-Events richteten sich an die Parfümerie-Fachverkäuferinnen. Angesehene Clubs in Frankfurt, Hamburg, München, Berlin und Köln sorgten für die entsprechende Party-Stimmung. Ausgelassen feierten insgesamt 600 geladene Gäste die neue Feuchtigkeitspflege.

Wolfgang Lange, Marketingleiter bei Biotherm freut sich über die gute Stimmung bei den Events: „Es ist toll zu sehen, wie offen und ausgelassen der Kontakt zwischen der Marke Biotherm und den Verkäuferinnen ist. Wir werden weiter daran arbeiten, diese Nähe auszubauen.“

Oben: Aquasource-Präsentation im Frankfurter Explore Science Center
Links: Aqua-Partystimmung in Köln





EIN ORIENTALISCH-HOLZIGER DUFT MIT EINEM HERZ AUS SÜSSHOLZ

Vibrierende Frische durch spritzige Mandarinen, blumige Noten durch Jasmin Sambac und Blütenblätter der Gardenie. Die magnetische Sinnlichkeit von Vanille und sahnigem Lakitzlikör machen süchtig nach Loverdose.

EINE ÜBERDOSIS LEIDENSCHAFT

Ihre Weiblichkeit erinnert an die von Brigitte Bardot. Ihre Zahnücke verleiht ihr Charme und eine einzigartige Persönlichkeit, und ihr Körper, der so ungewöhnlich in der Welt der Fotomodelle ist, trägt zu einer Erneuerung der Schönheitsstandards bei.

Auf ihrer Erfolgsbilanz finden sich bereits Spitzenzeitschriften wie I-D, Numéro, Vogue Italia sowie eine ganze Reihe von Jalousie und Tush - um nur einige zu nennen. Trotz ihrer 1,72 m ist Ashley Smith bereits für Chanel, Vivienne Westwood, Balenciaga und Altuzarra gelaufen.

Und auch wenn die Werbekampagne für LOVERDOSE ihre bisherige Glanzleistung ist, so waren ihr Gesicht und ihr Körper bereits in Kampagnen von Alexander Wang und Topshop, um nur einige Wesentliche zu nennen, zu sehen.

Ashley Smith, die bei weitem nicht nur fashion orientiert ist, würde in der Zukunft, die hoffentlich noch in weiter Ferne liegt, gern als künstlerische Leiterin oder Bandleader arbeiten. Ein schöner Kopf voller toller Ideen!



GIORGIO ARMANI

„ACQUA FOR LIFE“ CHALLENGE: DAS ENDERGEBNIS

Vom 1. März bis zum 31. Mai 2011 engagierte sich Giorgio Armani gemeinsam mit dem GREEN CROSS INTERNATIONAL intensiv dafür, die Öffentlichkeit für die Wichtigkeit des freien Zugangs zu Trinkwasser zu sensibilisieren – ganz besonders für Kinder.

Um die Welt seiner beiden Düfte ACQUA DI GIÒ und ACQUA DI GIOIA herum, die beide dem Thema „Wasser“ gewidmet sind, wurde so ein Solidaritäts-Netzwerk geschaffen, das dieses Projekt vor allem über das Internet und eine weltumspannende Facebook-Community unterstützt. Mit jedem verkauften Duftflacon wurden 100 Liter Trinkwasser gespendet. Ein persönlicher Code auf dem Etui ermöglichte es den Kunden, diese Menge zu verdoppeln, zum „Gründungsmitglied“ zu werden und auf Facebook

eine eigene Unterstützungsgruppe für die Kampagne ins Leben zu rufen. Danach erzeugte jedes neue Mitglied der Gruppe eine neue Spende von 10 Litern Trinkwasser; jeder einzelne „like it“ oder „Comment“-Beitrag einen weiteren Liter Trinkwasser.

Bis heute kam der „Acqua for Life“ Challenge bereits 10 Gemeinden im östlichen Ghana zu Gute; die restlichen 6 in der Volta-Region kommen als nächste dran. **Das bedeutet konkret:** Gut 27.000 Menschen in 16 Gemeinden werden Zugang zu sauberem Trinkwasser haben. 3.500 davon sind Kinder, die in ihren Schulen tagsüber mit Trinkwasser versorgt werden. Davon profitieren auch ca. 200 Lehrer, weil die Kinder statt für das Wasserholen künftig mehr Zeit für das Lernen haben.

ARMANI CODE SPORT

Das neueste Erfolgskapitel der Armani Code Saga

Code Sport als Code der Verführung über dem nächtlichen Lichtermeer von Los Angeles. Ein leidenschaftliches Spiel beginnt, das durch die sinnliche Ausstrahlung eines Duftes voller Kontraste außer Kontrolle zu geraten droht.. Die erfrischende Kühle eines Swimming-Pools, der im Mondlicht schimmert, die Wärme erregter Körper ... ein Spiel, das man - für einen Augenblick - nur allzu gerne verliert. Die unwiderstehliche Anziehungskraft eines gestählten Körpers. Sportlichkeit als Code der Verführung.

Minze schenkt der überraschenden, außergewöhnlichen Kopfnote ihren explosiven Charakter. Die Herznote entfaltet die ganze Verführungskraft von Code Sport. Den Auftakt machen Zitrusfrüchte: Ambrox, der olfaktive Inbegriff von körperlichem Verlangen, ist so hoch konzentriert wie noch nie in der Geschichte der Parfümerie. Zum Siedepunkt gebracht wird der Duft durch Vetiver und Ingwer – die Allianz von Raffinesse und Sinnlichkeit.

Eine neue Variation des klassischen Armani Code Flakons, der inzwischen zu einem klassischen Symbol der Düfte von Armani geworden ist, bringt die Persönlichkeit des Dufts auch in seiner Designsprache zum Ausdruck.



MEL MITGLIEDER

Monheim GmbH Aachen | **Reinehr** Aachen | **Abens-Parfümerie** Abensberg | **Konstantin Rosopulo** Aichach | **Trudi Hannappel** Alsdorf | **Steinbach** Alsfeld | **Katja Schuck** Alzenau | **Loos** Alzey | **Barbara Summerer** Andernach | **Hickmann** Annaberg-Buchholz | **Peter Fritsch** Ansbach | **Beauty Oaze** Asbach | **Atta-Drogerie** Attendorf | **Aurel-City-Parfümerie** Auerbach | **Iba-Stöbener** Bad Arolsen | **Tanja Hohl** Bad Friedrichshall | **Surmann GmbH** Bad Harzburg | **Walther** Bad Herrenalb | **K. Haag + S.Rink** Bad Königshofen | **Ruth und Christine Acker** Bad Laasphe | **Ruppert GmbH** Bad Mergentheim | **Theresia Griebel** Bad Neustadt | **Maren Bittroff** Bad Salzungen | **Renate Hoppe** Bad Segeberg | **Annegret Nahnsen** Bad Segeberg | **Edelmann** Bad Staffelstein | **Wiedemann GmbH** Bad Tölz | **Dorothea Herzer e.K.** Bad Urach | **Hinker GmbH** Baiersbrunn | **Walther** Balingen | **Kerstin Schwarz** Bargteheide | **Sarah Seider** Baunatal | **Carola Hennig** Bautzen | **Bodo Thiemann** Bautzen | **Schloß-Parfümerie Zimmermann** Bayreuth | **Christian Schulze** Belzig | **P. Scheid** Bensheim | **Reindl KG** Bensheim-Auerbach | **Margit Krüger GmbH** Berlin | **Gabriel Parfümerie** Berlin | **L. Fahrenkrug & Co.** GmbH Berlin | **Fricke** Berlin | **Uwe Harbeck** Berlin | **Theut-Forwerk** Berlin | **Himmer** Berlin | **Stägemann** Berlin | **Berlin Star Beauty Parfümerie** Berlin | **Köhler & Kosmetikstudio GmbH** Bernau | **Eberle** Bernkastel-Kues | **Alfred Wolf GmbH & Co. KG** Bielefeld | **Eggert** Bielefeld-Brackwede | **Ambiana GmbH** Bietigheim | **R. Adrian** Binz Rügen | **Roth Birkenfeld** | **Christa Charlotte GmbH** Blieskastel | **Rothmann** Bogen | **Britta Kraemer** Bohmte | **Vollmar GmbH** Bonn | **Rolf Michel GmbH** Bonn | **Rüdel** Bonn | **Eva Fellner-Guyot** Bopfinger | **Heimes** Boppard | **B. Fischer** Borna | **Erika Tülk GmbH** Bremen | **Zaga-Parfümerie** Bremen | **Dr. W. Faerber** Brühl | **Niendorf GmbH** Bühl | **Bräuer** Burbach | **Somogyi** Buchen | **Ursula Wiegand** Burgwedel | **Renate Steinbach** Buseck | **Zaglauer & Horning OHG** Dachau | **Vesna + Mathias Modjesch** Dachau | **Hess & Heile** Damme | **Juede** Delbrück | **Irmgard Weber** Dietzenbach | **Biedermann** Dingolfing | **H.Ehrmann** und **Ch. Barth** Dinkelsbühl | **Reinking OHG** Dissen | **Joachim Tomaschewski** Donauwörth | **Dr. Tillwich** Dornstetten | **Ulli Schäfer** Dortmund | **Borgmann** Dortmund | **Inh. Antje Kühle** Duderstadt | **Reichenbach KG** Duisburg | **FIGGE OHG** Duisburg | **Ohly GmbH** Duisburg-Buchholz | **Förster** Düsseldorf | **Steinforth** Düsseldorf | **Cornelia Sander** Düsseldorf | **Pia Bauer** Eichstätt | **Heike Taistra** Eisenhüttenstadt | **Monika & Hans Kilb** Emmelshausen | **Schmid-Keiner** Emmendingen | **Eberts** Enger | **Christoph Günther** Erbach | **Howeka** Erding | **Cosmetic Live** Erfurt | **Kauffmann** Erkrath | **Höfer** Erlangen | **Schmickler** Esens | **Schmitz GmbH** Essen | **Mikus GmbH** Essen | **Dietmar Erb GmbH** Fellbach | **Renate Lenk-Wersch** Fellbach-Schmid | **Petersen** Flensburg | **STEPHAN Exklusiv-Vertrieb GmbH** Forst | **Thomas Lehr** Frankfurt | **Illinger** Freising | **Tobias Kern** Freiburg | **Harald Rieth** Freudenberg | **Lisa Parfümerie Kosmetik** Friedberg | **Krölls GmbH** Fürstenfeldbruck | **A. Herth** Furtwangen | **Aurel Lüdicke** Füssen | **Schmidt GmbH & Co. KG** Garmisch-Partenkirchen | **Oliver Kegel** Geesthacht | **Gudrun Kirchner** Gelnhausen | **Martin Dälken** Georgsmarienhütte | **Offeringa GmbH** Gernsheim | **Martin Schaner** Gersthofen | **Preisig** Gladenbach | **Bayerschmidt GmbH** Gmund / Tegernsee | **Peter GmbH** Goslar | **Schilling** Greifswald | **Horst Lutz** Greifswald | **Gehrls** Grömitz | **Elena Ahrens** Gronau | **M. Hölscher / M. Gleis-Preister** Gronau | **Lochmann GmbH** Groß-Gerau | **Christel Kaiser** Grünstadt | **Ralph Gottmann** Gummersbach | **Christiane Neidhardt-Menhorn** Gunzenhausen | **Iris Schön** Hagenow | **Tauschel** Halle | **Katrin Bienk** Hamburg | **Kaland** Hamburg | **T. Jebe GmbH** Hamburg | **Britta Feiler GmbH** Hamm | **Liebe GmbH & Co. KG** Hannover | **Ilena Plett** Harfeld | **Pollmeyer-Kohlen & G.Hirt** Harsewinkel | **Zink E. K.** Hechingen | **Hilde Hillenbrand-Herold** Heppenheim | **Anke Werle** Herdorf | **Angelika Kohlhaas** Hermeskeil | **Kettel-Grimm** Hersbruck | **Gudrun Mensing** Herzebrock-Clarholz | **Meyer** Herzogenrath | **Knauer** Hildburghausen | **Knauer** Hildburghausen | **Petra Jung** Hof | **Schäfer GmbH** Hofheim | **Ulla Trees-Kellerhaus** Höhr-Grenzhausen | **CB GmbH** Homburg | **Hermann Manegold e.K.** Höxter | **Claudia Christ** Idar-Oberstein | **Waltraud Wagner** Idar-Oberstein | **Christine Gebel** Ilmenau | **Judith Lang** Ismaning | **Leontine Michel** Kamenz | **Häuser GmbH** Kandel | **Claus Willy Schmidt** Kappeln | **Schwardtmann GmbH** Kassel | **Helmut Cunz KG** Kirchhain | **Trageser** Kirn | **Müller Gbr.** Köln | **Georg Bach GmbH & Co. KG** Köln | **Meller** Köln | **Schauer-Rubach** Köln | **Reuter** Köln | **Mallach GmbH & Co. KG** Köln | **Ursula Güntgen** Köln | **Claudia Newrzella GmbH** Köln | **Peter T. Möltgen** Köln | **Gradmann 1864 Parfümerie GmbH** Konstanz | **Wilhelm Deuster** Korbach | **Kretschmer** Kötzing | **Münker GmbH & Co. KG** Kreuztal | **Lahl OHG** Kronach | **Elisabeth Stocker** Krumbach | **Benker** Kulmbach | **Mack** Künzelsau | **Schneckenburger-Treffurt** Ladenburg | **Bernd Grünwald** Lahnstein | **Schumacher KG** Landau | **Oberpriller** Landshut | **N. Freitag + C.** Dorn Langen | **Walb** Langen | **Rook GmbH** Langenhagen | **Lucks** Lathen | **Heike Donath** Lauchhammer | **Müller GmbH** Leinfelden | **Catina Jäkel** Leipzig | **Trute GmbH** Lich | **Ottowitz** Lichtenfels | **Ursula Moch** Limburgerhof | **Dr. Volkmar Schein** Losheim am See | **Babett Schulz** Lübben | **Schuback GmbH** Lübeck | **Maack & Murrmann GmbH & Co. KG** Ludwigsburg | **Margot Booß** Ludwigslust | **Vera Pieper** Lünen | **Hussong OHG** Mainz | **Ackermann GmbH** Mainz | **Christian Jäger** Marburg | **König Marburg** | **Och GmbH** Markredwitz | **Robert Wolff** Meerbusch | **Hähnel** Meibßen | **Brenner OHG** Melle | **Jakobs** Meppen | **Eva Huber** Mering | **Völker** Meschede | **Burkhard Rutten GmbH** Mettmann | **Fischer GmbH** Metzingen | **Diamantidis** Michelstadt | **Lochmann** Mörfelden-Walldorf | **Somogyi** Mosbach | **M&P Himmer** München | **Mauer GmbH** München | **Hogh Janovsky GmbH** München | **Angelika Rebholz** Murnau | **Lang** Murrhardt | **Schotte** Naumburg | **Christine Lutz** Neubrandenburg | **Lettenmayer** Neuburg | **Kasselmann** Neuhaus | **de Vries** Neuruppin | **Brüggemann** Neustadt | **Janina Bogner** Neustadt / Aisch | **Helfricht** Neustadt / Coburg | **Ute Heller** Neustrelitz | **Gerhard Rau** Neu-Ulm | **Altpeter GmbH** Neuwied | **Voigt** Niebüll | **Parfümerie pur** Nidda | **Horst Nehus** Norden | **Schelenberg** Nordhorn | **Kunzmann GmbH** Nördlingen | **Seifenzahn GmbH** Nürnberg | **Markus Bingger** Oberstufen | **Annegret Schneider** Oberursel | **Hake GmbH & Co. KG** Oelde | **Weber** Offenburg | **Christina Renchen** Öhringen | **Ottmar Nöth** Olching | **Britta Benthien** Oldenburg | **Hild Ostfildern** | **Brigitte Bensch** Otterndorf | **Bergner** Pfaffenhofen | **Menhorn OHG** Pfaffenhofen | **Rechen** Pfedelbach | **Georg Pollozek GmbH & Co. KG** Pfarrkirchen | **T. Hörschele** Pforzheim | **Andrea Siede** Potsdam | **Jana Szwajkowski** Prenzlau | **Petra Wiesenmüller** Quedlinburg | **Inh. Andrea Prösch-Jähniq** Quickborn | **Platen GmbH** Ratingen | **B. Hanke** Ratingen | **Willi Kappei** Ratzeburg | **Balle** Ravensburg | **Bittel OHG** Ravensburg | **Rieß** Regensburg | **Heddesheimer** Rengsdorf | **Götz Heller** Reutlingen | **Marlies Stickling** Rheda-Wiedenbrück | **Parfümerie Balster GmbH** Rhede | **Sabina Richter** Riesa | **Renate Wölfe** Rodgau | **Philippi** Rodgau-Jügesheim | **Hannelore Bergfeld** Roding | **Ines Wendlandt-Borrmann** Rostock | **Anke Schmidt-Rathsmann** Rotenburg | **Wilhelm Reingruber OHG AH-NR.16064** Rothenburg | **Schäfer GmbH** Rüsselsheim | **Ludwig Pieper GmbH & Co. KG** Saarlouis | **Ende** Sandhausen | **Schneider** Sankt Blasien | **Waltraud Manter** Saulgau | **Winkel** Schliersee | **Kasselmann** Schloss-Neuhaus | **Roth** Schlüchtern | **Hartmann** Schmallingenberg | **Stutz GmbH** Schopfheim | **Erdmann OHG** Schorndorf | **Parfümerie Rotter** Schwabach | **Alysha** Schwalbach | **Ruschmeyer** Seevetal | **Christian Palz** Senden | **Andrea Kruse-Teschner** Sindelfingen | **Sauter KG** Singen | **Lamprecht** Sinzheim | **Flohr GmbH** Solingen | **Wichelhaus** Solingen | **Oehus** Soltau | **Rau** Spremberg | **Mennecke** Steinhagen | **Kathrin Jaenicke** Stendal | **Kreutel** Stockach | **Ottowitz** Straelen | **Jürgen Heudorf GmbH** Stuttgart | **MuBler GmbH** Stuttgart | **Endriss GmbH** Stuttgart | **Dr. M. Birke** Sulz | **Gabi Bär** Tettnang | **Riedner** Torgau | **Pierre GmbH** Trier | **Sommerfeld KG** Ubach-Palenberg | **Yvonne Goodman** Usingen | **Karsten Wilde GmbH** Vechta | **Malinowsky GmbH & Co. KG** Verl | **Anke Nedelka** Viersen | **Johannes Stetter** Villingen-Schwenningen | **Ebert** Vöhringen | **Carola Gutting** Waghäusel-Wiesental | **Claudia Natus** Waldkirch | **Haller GmbH & Co. KG** Waldkirchen | **E. Klös KG** Waldshut | **Wittig** Walsrode | **Hachmann** Warburg | **Ruthe** Wehr | **Christof Schieder** Weiden | **Rieser** Weilburg | **Eva Maria Munique-Solinas** Weissenburg | **Günter Trenkel** Weißwasser | **U. Müglitz + M. Horn** Werdaun | **Birgit Baumann** Wernigerode | **Fricke** Westerland | **Gerhard Bauer** Wiesbaden | **Wöhrl Parfümerien GmbH** Winnenden | **Ewald GmbH** Wirges | **Marianne Heinrich** Wismar | **Marlies Völpel** Wittstock | **Walger & Co. KG** Witzzenhausen | **Sandra Kastner** Wolfach | **Waas GmbH** Worms | **Thomas Heeb** Worms | **Marietta Krakau** Wörth | **Rutten am Wall GmbH & Co. KG** Wuppertal | **Frank Müller** Wuppertal | **Dessloch GmbH** Würzburg | **Kruse** Zeven | **Martina Röck** Zirndorf

Stand Juni 2011



Bestellungen direkt über:
www.mel-premiumclub.de

oder an:
 Mittelstands-Empfehlung-Lancôme e.V.
 Godesberger Straße 24
 53639 Königswinter

Per Fax: 02223-700274
 Per eMail: m-e-l@t-online.de

LANCÔME
PARIS

HR HELENA
RUBINSTEIN

BIOTherm

YVES SAINT LAURENT

DIESEL

Palma Picasso
PARFUMS

cacharel

VIKTOR & ROLF

GIORGIO ARMANI

RALPH LAUREN

Guy Laroche
PARIS