

MEL
PremiumClub
2012

MITGLIEDERMAGAZIN
MEL ... forever young!

LANCÔME
PARIS

HR HELENA
RUBINSTEIN

BIOThERM

YVES SAINT LAURENT

cacharel

VIKTOR & ROLF

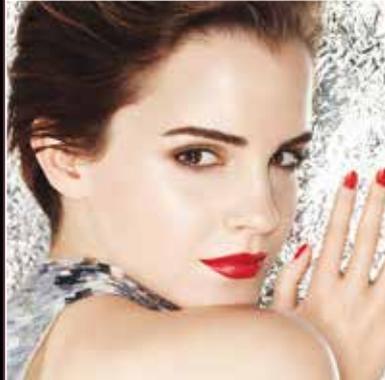
GIORGIO ARMANI

DIESEL®

RALPH LAUREN

Guy Laroche
PARIS

Paloma Picasso
PARFUMS





Stark – Erfolgreich – MEL

Hildegard Bayerschmidt
1. Vorsitzende MEL e.V.

Liebe MEL Kolleginnen und Kollegen,

es wird Frühling, die Sonne hat schon richtig Kraft und wir Alle freuen uns auf neue Farben, Düfte und viel Energie, um unsere wunderbaren Produkte verkaufen zu dürfen. Mit Energie sind auch wir von Vorstand und Beirat in das neue Jahr gestartet, um wieder besondere Aktionen für Sie zu gestalten.

Viel Zeit haben wir – wieder einmal – für die Liefersituation der L'Oréal Luxusmarken aufgewandt. Mehr als eindringlich wurde von MEL Vorstand und Beirat auf die Missstände hingewiesen. Hier muss dringend eine Verbesserung kommen! Herr Hagh hat dies für den Bereich Lancôme inzwischen zur Chefsache erklärt.

Rouge in Love ein tolles Thema für den Verkauf und auch das Aktionspaket dazu stimmt. Einige Kollegen haben damit sehr erfolgreich gearbeitet. Ein Anschreiben zu Rouge in Love, speziell auf die junge Kundin abgestimmt, erhalten Sie in den nächsten Tagen im MEL Club Portal. Auf Anregung einer Kollegin wurde es extra für uns entworfen, damit wir auch einmal diese Zielgruppe direkt ansprechen können.

Wir haben für Sie die Parfümerie Tagung in Düsseldorf besucht. Dort wurde der Innovationspreis des Parfümerieeinzelhandels an TEINT MIRACLE verliehen. Sehr interessant war unter anderem ein Vortrag der Innofact AG. Dort wurde wissenschaftlich die Probenabgabe der Parfümerien / Ketten / Warenhäuser untersucht. Das Fazit daraus war, Testmuster bringen MEHR Umsatz und sind wichtig zur Stammkundenbindung. Der Fachhandel kann sich damit wirklich von den anderen Vertriebsstätten differenzieren.

62% der Pflegekunden kaufen nach Proben sehr gerne, wenn sie typ- und hautgerecht abgegeben wurden. Nutzen Sie daher unbedingt den Probenkoffer von Lancôme. Diesen haben nur SIE, d.h. nur der „kleine“ private Fachhandel. Sie schaffen absoluten Mehrwert für die Kundin! Diese wird es Ihnen danken.

Die Termine und Orte von MEL on Tour stehen fest. Dort erleben Sie wirklich einen Mehrwert für Ihr Weihnachtsgeschäft. Dazu haben Sie die beste Gelegenheit, Ihre persönlichen Themen direkt vor Ort mit den Geschäftsleitern zu klären. Bitte nutzen Sie unbedingt diese Möglichkeit! Dort erreichen Sie sehr schnell Lösungen für Ihre Situation und Ihr Geschäft.

Und wir von Vorstand und Beirat freuen uns sehr, Sie dort persönlich begrüßen zu können.

In diesem Jahr stehen wieder Beiratswahlen an. Die Unterlagen hierzu gehen Ihnen in den nächsten Tagen zu. Wir freuen uns, Herrn Franz Ende als neues Mitglied vorschlagen zu können.

Wie Sie Alle wissen, liegt dem MEL besonders das Kabinenprogramm am Herzen. Wir konnten erreichen, dass alle MEL Mitglieder bei IONTO COMED 10% auf Behandlungsbasics und Behandlungssysteme erhalten. Nutzen Sie diesen wichtigen Sondertarif, um Ihr Kabinenprogramm auszubauen und sich von Mitbewerbern zu differenzieren.

Die Organisation der Jahrestagung in der Türkei läuft auf Hochtouren. Wir wollen Sie natürlich wieder richtig begeistern, damit Sie von den Tagen dort für alle Bereiche Ihres Lebens, profitieren werden.

86% Ihrer Kolleginnen und Kollegen haben sich dies gewünscht. Ihr Feedback zu diesem Tagungsort macht riesig Freude.

Wir erwarten Sie mit einem strahlenden Lachen bei MEL on Tour und in der Türkei!

Herzliche Grüße von Vorstand und Beirat
Hildegard Bayerschmidt



GRUSSWORT

Søren Hagh
Geschäftsleiter Lancôme

Liebe MEL Mitglieder,

wenn ich Autoverkäufer wäre, dann würde ich sagen, dass Lancôme mit einem Turbo in das Jahr 2012 gestartet ist. Spaß beiseite: Ich freue mich natürlich sehr, dass wir so einen überzeugenden Auftakt hatten.

Wir haben es nicht nur geschafft, unsere starken Pfeiler wie z.B. Génifique weiter auszubauen, sondern haben mit Rouge In Love und Teint Idole Ultra 24H auch sehr erfolgreiche Neuheiten auf den Markt gebracht.

Was für ein Jahr! Wenn ich daran denke, was uns noch erwartet, bin ich fast ein wenig aufgeregt. Da ist zum einen der Mascara – und Sie wissen, dass wir da die absoluten Experten sind.

Und natürlich DER neue, große Damenduft mit Julia Roberts.

Das Besondere: Wir haben für diese Megalancierungen exklusive Elemente für den privaten Fachhandel entwickelt, mit denen Sie sich vom Rest der Distribution deutlich abgrenzen können.

Ich möchte Ihnen schon jetzt für Ihre ganz besondere Unterstützung bei diesen beiden Herzensangelegenheiten danken, denn ich weiß genau, was Sie bewegen und bewirken können.

Ich freue mich, ganz viele von Ihnen bei der MEL on Tour zu sehen – und wenn das nicht klappen sollte, dann doch spätestens bei der MEL-Jahrestagung in der Türkei.

Herzliche Grüße!
Ihr Søren Hagh



IMPRESSUM MEL PremiumClub 2012 • Mitglieder magazin 01 / 2012

Herausgeber:
L'Oréal Deutschland GmbH
L'Oréal Luxe
Siemensstraße 6
41564 Kaarst

Redaktion: Dieter Dernen
Layout & Grafik: yulydesign, Düsseldorf
E-Mail: julia@yulydesign.de

Produktion: Druckerei ODV
Thomas Engels
Oppelner Straße 6
41199 Mönchengladbach



Von links nach rechts: Event in Kerpen: Kart-Bahn von Michael Schumacher, Gruppen-Bild; Jungunternehmer und Make-up-Artists unter sich



ARBEITEN – DISKUTIEREN – SPASS HABEN

Petra Erdmann-Thon

Liebe Jungunternehmer, und diejenigen, die es noch werden wollen!

In diesem Jahr gibt es drei Termine, die Ihr euch vormerken solltet:

1. MEL on Tour.

Die Einladung geht separat an die Parfümerie und es wäre toll, wenn Ihr daran teilnehmen könntet, das gibt einen kleinen Einblick in die MEL. An den verschiedenen Terminen ist auch immer jemand vom Beirat dabei, den man zum Jungunternehmerkreis etwas fragen kann.

2. Die Jungunternehmertagung vom 22. – 24. Juni 2012

Sie findet in dem beschaulichen Städtchen Schorndorf vor den Toren Stuttgarts statt. Da wird wieder gearbeitet, wir werden etwas für die Jahrestagung ausarbeiten und natürlich kommt auch der Spaß nicht zu kurz. Auf zahlreiche Anmeldungen freue ich mich. Wer die Einladung in den nächsten Tagen nicht bekommen sollte, wendet sich bitte an Frau Schoof vom MEL-Büro oder an mich.

3. Die Jahrestagung vom 11. – 14. November 2012

Dieses Jahr geht es in die Türkei und auch da wäre es schön möglichst viel junge Unternehmer dabei zu haben.

Petra Erdmann-Thon

Ihre / Eure Petra Erdmann-Thon



KONTAKTDATEN

Mittelstands-Empfehlung-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-Straße 9
73614 Schorndorf
Fon: 07181 / 939 11 0
Fax: 07181 / 939 11 30
info@parfuemerie-erdmann.de

TERMINE MEL ON TOUR 2012



Anmeldungen bitte per Fax direkt an Ihre MEL-Zentrale: 02223 / 700 274

30. Mai Leipzig

Steigenberger Grand Hotel Handelshof
Salzgäßchen 6 • 04109 Leipzig
MEL Vorstand + Beirat:
Catina Jäkel

5. Juni Darmstadt

Maritim Konferenzhotel Darmstadt
Rheinstraße 105 • 64295 Darmstadt
MEL Vorstand + Beirat: **Gudrun Kirchner**

14. Juni Stuttgart

Steigenberger Graf Zeppelin
Arnulf-Klett-Platz 7 • 70173 Stuttgart
MEL Vorstand + Beirat: **Peter Erdmann / Petra Erdmann-Thon**

27. Juni München

Sofitel Munich Bayerpost
Bayerstraße 12 • 80335 München
MEL Vorstand + Beirat:
Hildegard Bayerschmidt / Judith Lang

3. Juli Osnabrück

Steigenberger Hotel Remarque
Natruper-Tor-Wall 1 • 49076 Osnabrück
MEL Vorstand + Beirat: **Theresia Griebel**

5. Juli Köln

Dom Hotel Le Méridien
Domkloster 2a • 50667 Köln
MEL Vorstand + Beirat:
Iris Schwardtmann



WETTBEWERBSRECHT – FÜR MEL-MITGLIEDER LEICHT GEMACHT!

RAIn. Dr. Viola Huber

„Was muss ich bei der Bewerbung eines Gewinnspiels beachten?“, „Gehört in meine Jubiläumsanzeige ein Endzeitpunkt?“ und „Wo bekomme ich eine aktuelle Widerrufsbelehrung für meinen Online-Shop her?“

Fragen, die im stressigen Geschäftsalltag leider oft noch „nebenbei“ zu klären sind. Doch bei der Nichteinhaltung rechtlicher Vorgaben für Werbung droht eine Abmahnung, die nicht nur Zeit und Nerven, sondern auch bis zu 800 Euro kosten kann.

Besonders gefährdet ist der Internetauftritt von Händlern, da dieser weltweit problemlos eingesehen und beispielsweise das Impressum auf seine Vollständigkeit überprüft werden kann. Kein Problem für Sie, denn als MEL-Mitglied profitieren Sie von einer praxisnahen Sondervereinbarung mit dem in Düsseldorf ansässigen Wettbewerbsverein „Wirtschaft im Wettbewerb“.

Dieser wurde vor fast 35 Jahren von „markt intern“-Herausgeber Dipl.-Ing. Günter Weber gegründet und hat die Förderung der Interessen des mittelständischen Facheinzelhandels in seiner Satzung festgeschrieben.

Der Schwerpunkt der Tätigkeit des WiW liegt in der Wahrung des lautereren Wettbewerbs, beispielsweise durch die Beratung von Mitgliedern bei der Werbeplanung auf der einen und der Verfolgung von zur Kenntnis gebrachten Verstößen auf der anderen Seite. Dabei scheut sich der Verein nicht, auch Konzerne und Großfilialisten in ihre wettbewerbsrechtlichen Schranken zu verweisen, zahlreiche Verfahren wurden bis vor den Bundesgerichtshof geführt.

Ihre hieraus resultierenden Vorteile als MEL-Mitglied:

- Sie können Ihre Werbemaßnahmen vorab überprüfen lassen und vermeiden so weitgehend, dass Ihre Werbung abgemahnt wird.
- Unlauteres Wettbewerbsverhalten von Mitbewerbern kann überprüft und im Falle eines Verstoßes durch den WiW abgemahnt werden.
- Kommt es zu einem Prozess gegen unlauter agierende Mitbewerber, wird dieser bei begründeten Erfolgsaussichten vom WiW geführt und finanziert.
- Ihre Anonymität wird weitgehend gewahrt, Sie werden selbst niemals als Beschwerdeführer genannt, sondern treten allenfalls als ein Mitglied unter vielen in Erscheinung.
- Sollten Sie trotzdem einmal eine Abmahnung oder Einstweilige Verfügung erhalten, werden Sie umfangreich beraten, ob diese begründet ist und erhalten Tipps zur Schadensbegrenzung.

Das Beste an dieser Vereinbarung der MEL mit „Wirtschaft im Wettbewerb“: All diese Leistungen sind für Sie kostenlos! Sparen Sie also Zeit, Nerven und Geld und nutzen Sie die Leistungen des WiW!



Rolf Sigmund,
Geschäftsführer L'Oréal Luxe

Liebe MEL Mitglieder,

die ersten Monate des Jahres 2012 sind wie im Nu verfliegen, empfinden Sie das nicht genauso?

Was mich besonders freut: Nun stehen wir schon fast in der Jahresmitte und wir haben es gemeinsam geschafft, die positive Marktentwicklung und den Schwung aus dem vergangenen Jahr mitzunehmen. Dieses gute Gefühl ist sogar wissenschaftlich bewiesen: Mehr und mehr Studien belegen, dass die Deutschen dem „Luxus“ im allgemeinen immer positiver gegenüber stehen.

Das zeigt sich auch im selektiven Kosmetikmarkt, der seit dem letzten Jahr kontinuierlich stärker wächst als der Konsum-Kosmetikmarkt. Apropos Wachstum: Wir von L'Oréal Luxe sind mit Vollgas ins neue Jahr gestartet. Jede unsere Marken bietet dieses Jahr große Innovationen, die den Markt beleben werden. Bitte nutzen Sie diese herausragenden Innovationen, um neue Kunden zu gewinnen und Ihre Umsätze anzukurbeln.

Das absolute Highlight erwartet uns dann mit der MEL-Jahrestagung im Herbst: Ich hoffe sehr, dass besonders viele Mitglieder in der Türkei mit dabei sind und freue mich schon jetzt auf ein Wiedersehen.

Bis dahin wünsche ich Ihnen alles Gute, viele zufriedene Kunden und gute gemeinsame Umsätze.

Es grüßt Sie herzlichst aus Düsseldorf
Ihr Rolf Sigmund

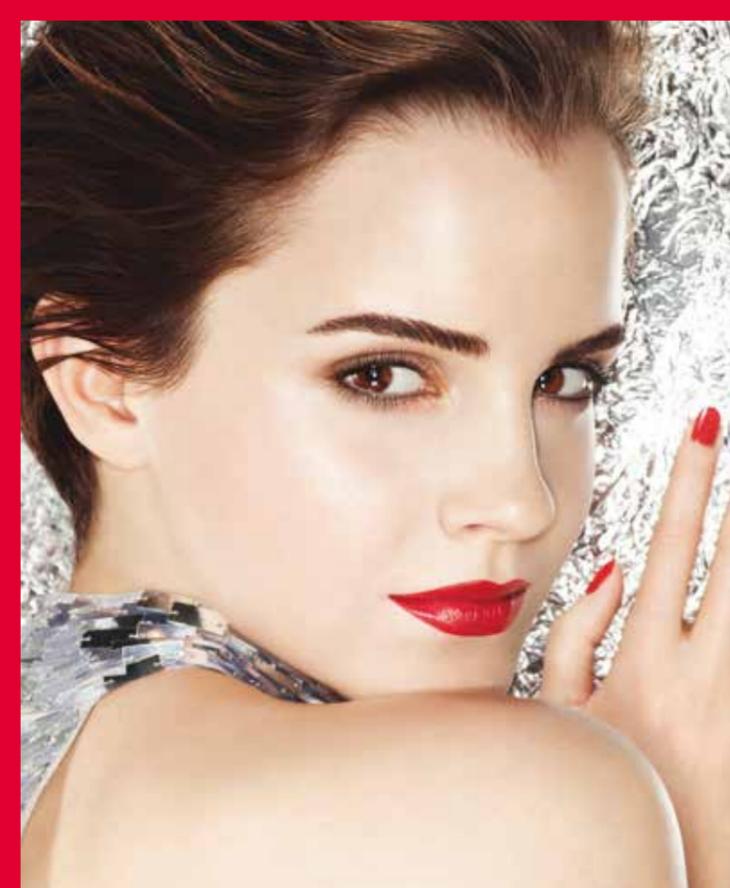
WIRTSCHAFT IM WETTBEWERB
VEREIN FÜR LAUTERKEIT IN HANDEL UND INDUSTRIE E.V.



Bild: fotobeam.de - Fotolia.com

RAIn Dr. Viola Huber
Grafenberger Allee 30
40237 Düsseldorf

Fon: 0211 – 6799408 Fax: 0211 – 6798637 E-Mail: info@wirtschaft-im-wettbewerb.de



Vernis IN LOVE

In love with colors bis in die Fingerspitzen

Im Frühjahr 2012 geht frau nicht mehr ohne ... Die Rede ist von Nagellack. Er ist das Trendaccessoire, das aus jedem Look einen echten Hingucker macht: VERNIS IN LOVE



Erleben Sie Ihre Nägel verführerisch wie noch nie in 24 strahlenden Farben, die sich besonders leicht auftragen lassen. Die Nuancen entsprechen den drei unterschiedlichen Stimmungen im Tagesablauf der modernen Frauen von der Fashionista bis zum It-Girl: Entdecken Sie selbst, was sich hinter JOLIS MATINS, BOUDOIR TIME und TONIGHT IS MY NIGHT verbirgt ...

EIN ECHTES ALLROUNDTALENT

Natürlich sieht VERNIS IN LOVE spektakulär aus, aber er überzeugt auch durch seine inneren Werte. Ein MULTI-POLYMER-KOMPLEX sorgt für perfekten Halt, Brillanz und Widerstandsfähigkeit. Das besondere Plus? Ein patentierter Pinsel, der den Unterschied ausmacht. Der Pinselschaft ist gerillt, damit der Nagellack direkt zur Bürstenmitte fließt. Der Pinsel selbst hat flache, extrem weiche Haare, die sich perfekt der Nagelform anpassen und somit ein gleichmäßiges Auftragen des Nagellacks mit einem einzigen Pinselstrich garantieren.

Die fließende Textur von VERNIS IN LOVE legt sich in einem unglaublich glatten Farbfilm ohne Streifen auf die Nägel. Sie ist absolut strapazierfähig, hält tagelang und die darin enthaltenen, lichtreflektierenden Pigmente brechen das Licht für einen strahlenden Glanz. Übrigens: VERNIS IN LOVE ist perfekt für alle die, die es eilig haben, denn er trocknet besonders schnell.



ROUGE IN LOVE In love with my lipstick

Im Frühling 2012 werden wir uns alle neu verlieben. In ihn: ROUGE IN LOVE. Er ist der Komplize für jeden Augenblick und für jede Gelegenheit, mit umwerfend leuchtenden Farben und in einer üppigen Auswahl von 24 unwiderstehlichen Farbnuancen. Was er kann? Er verwandelt Farbe in ein Spiel, macht sie zum puren Vergnügen und beflügelt die Fantasie. Er lässt sich individuell variieren, ganz nach Lust und Laune. Raffiniert und sophisticated an einem Tag, unbeschwert und verführerisch am nächsten ...

Die Fragen aller Fragen, wenn es um Lippenstifte geht, ist doch wohl diese: Welche Farbe steht mir? Ist der Hautton eher gelblich oder rosé, bin ich ein kühler oder ein warmer Typ... Es gibt jede Menge Ratschläge und Richtlinien LANCÔME macht mit ROUGE IN LOVE Schluss damit und präsentiert eine völlig neue Herangehensweise, die es den Frauen ganz leicht macht, „ihren“ Traumlippenstift zu finden. Die Idee? Die Farbpalette orientiert sich an den drei besonderen Stimmungen des Tages:

Los geht es am Morgen mit JOLIS MATINS zum Start in den Tag ... ROUGE IN LOVE hüllt die Lippen in frische, strahlende Farben, wie zum Beispiel „Coral in Love“, dezent und sinnlich wie „Beige Dentelle“, oder „Rose Pitimini“, mit dem Namen der kleinsten Rose der Welt.

Am Nachmittag ist die BOUDOIR TIME angesagt. Die schönste Zeit, sich mit seinen Freundinnen zu treffen, zum Shopping zu gehen und die kleinen und großen Geheimnisse des Tages miteinander auszutauschen. Dazu passen lebendige Farben, die auf Kontraste setzen. Sie haben die Wahl, zum Beispiel ein verführerisches „Rose Boudoir“, ein leuchtendes „Madame Tulipe“ oder lieber ein elektrisierendes „Violette Coquette“, das sofort gute Laune macht!

Die dritte Kollektion nennt sich TONIGHT IS MY NIGHT – der Name ist Programm. Die Lichter der Stadt, das Brodeln der „In-Locations“, die angesagten Clubs, in denen Privatkonzerne stattfinden ... ROUGE IN LOVE unterstreicht diese Stimmung mit intensiven Farben und Goldreflexen. Mit dabei das geheimnisvolle „Midnight Rose“, das strahlende „Rouge Valentin“ und „Violette Lamée“, so verführerisch wie der Einbruch der Nacht ...



HANAA BEN ABDESSLEM

Die neue Lancôme Botschafterin

LANCÔME freut sich sehr, die 22-jährige Tunesierin HANAA BEN ABDESSLEM als „Mitglied der LANCÔME-Familie“ und als neue Markenbotschafterin vorstellen zu dürfen. Innerhalb kürzester Zeit ist Hanaa zu einem der Must-see-Gesichter in der internationalen Modebranche geworden.

Mit ihrer Anmut und ihren mandelförmigen Augen verkörpert Hanaa alle Merkmale der typisch französischen Eleganz – gleichzeitig aber auch die sinnliche Weiblichkeit der LANCÔME-Frau. Neben ihrer Modelkarriere engagiert sich Hanaa in der Politik und für den Esmaani Verein, eine Einrichtung für benachteiligte, taubstumme Kinder im Libanon.

„Es ist unglaublich, wie sehr Hanaa mich an Isabella Rossellini erinnert“, erklärt Youcef Nabi, Präsident von LANCÔME International. „Ihre universelle Schönheit spiegelt die Einzigartigkeit, Stärke und den Charme einer jeden LANCÔME-Frau wider.“



Hanaa ist die perfekte Verkörperung der modernen Schönheit, strahlend und authentisch.

RÉNERGIE MULTI-LIFT

Die innovative Form des kosmetischen Liftings

Seit über 20 Jahren begleitet RÉNERGIE Millionen von Frauen, um sie dabei zu unterstützen, ihre individuelle Schönheit zu entfalten. RÉNERGIE ist die Nr. 1 Anti-Aging Linie weltweit. Alle drei Sekunden wird ein Produkt verkauft. In diese Pflegelinie fließen die neuesten wissenschaftlichen Erkenntnisse und Innovationen ein. Das Ziel: Den Frauen weltweit das Beste im Kampf gegen Falten und Straffheitsverlust der Haut zu bieten.

Heute vereint LANCÔME sein gesamtes Know-how in der neuen Pflegelinie RÉNERGIE MULTI-LIFT. Die Linie wirkt mit einer „Multi-Zonen-Aktion“ in 5 Hautschichten und gibt der Haut ihre Leuchtkraft und Ausstrahlung zurück. Sie strafft sie in der Tiefe – auch in den Partien, die bislang schwer zu erreichen waren. Eine maximale Verjüngung in 5 Gesichtszonen wird dabei erreicht. Die Lifting-Wirkung wird mit einem optischen Lichteffect kombiniert, sodass die Ausstrahlung verstärkt wird. So wirkt die Haut sofort wie geliftet und sieht strahlender in ihrem idealen Hautton.

Die Pflegelinie umfasst eine Tagespflege für die normale und trockene Haut, eine Nacht- und Augenpflege, sowie eine getönte Tagescreme.

RÉNERGIE MULTI-LIFT – STRAFFENDE TAGESPFLEGE

Die Tagespflege ist das Starprodukt der Linie. Sie wirkt glättend, straffend und hat eine Anti-Falten-Wirkung. Sie ist die stärkste Anti-Falten Creme mit Lifting-Effekt, die es auf dem Markt zu kaufen gibt. Sie ist für jede Frau, auf der Suche nach der neuesten Pflege-Innovation, mit dem Bedürfnis einer glatteren und strafferen Haut. Die Stirn erscheint schon nach 4 Wochen geglättet, die Wangen aufgepolstert, das Gesichtsoval neu definiert, Konturen remodelliert und die Halspartie gestrafft, wie geliftet. Als Schutz vor schädlichen UV-Strahlen hat RÉNERGIE-MULTI-LIFT einen Lichtschutzfaktor (LSF 15). Neben dem Lifting-Effekt an der Hautoberfläche durch den Multi-Tension Komplex wirkt die Pflege gezielt in den 5 verschiedenen Hautschichten.

Neben der klassischen Tagespflege bietet die Linie auch die RÉNERGIE MULTI-LIFT PEaux SÈCHES. Die reichhaltige, glättende und straffende Tagespflege ist wie ein Balsam für trockene und empfindliche Haut. Sie pflegt die Haut intensiv und schenkt ihr sofortiges Wohlbefinden schon beim ersten Auftragen.



Prix de Beauté
COSMOPOLITAN



Oscarreife Leistung: Preisregen bei Lancôme

Wenn das kein Grund zum Feiern ist: in den ersten drei Monaten des Jahres gewinnt Lancôme gleich vier Beauty Awards der Branche.

Der renommierte „Prix de Beauté“ der Zeitschrift Cosmopolitan ist der Auftakt: Das Erfolgsserum Visionnaire wird als beste Gesichtspflege des Jahres ausgezeichnet. Glamourös geht es weiter mit dem „Glammy“ der Zeitschrift Glamour. Die Fachjury und über 60.000 Leserinnen voten klar für den Mascara Hypnose Doll Eyes als beste Wimperntusche in der Parfümerie.

Die Erfolgsgeschichte von Visionnaire findet ihre Fortsetzung im Brenner's Park Hotel & Spa in Baden-Baden, wo es als größte Pflegeinnovation mit dem „Gala Spa Award“ ausgezeichnet wird. Das Erfolgsquartett komplettiert Teint Miracle, das mit dem „Innovationspreis des Parfümerie-Einzelhandels“ in der Kategorie dekorative Kosmetik prämiert wird. Große Freude bei Lancôme Geschäftsleiter Søren Hagh. Er ist sich sicher: „Nach diesem grandiosen Start steht auch der Rest der Jahres unter einem guten Stern“.



Von links nach rechts: Big Pony Women, Code Luna, Only the Brave Tattoo, L.I.L.Y.



GESCHÄFTE WERDEN VON MENSCHEN GEMACHT

Vera Breuer
Geschäftsführerin Designer Brands

Liebe MEL Mitglieder,

ein abwechslungsreiches und spannendes Jahr 2011 liegt hinter uns. Der Duftmarkt hat immens zum Wachstum beigetragen, wovon wir im Geschäftsbereich der DESIGNER BRANDS und YSL besonders profitieren konnten. Ihrer aktiven Unterstützung ist es zu verdanken, dass sich alle Marken sehr positiv weiterentwickeln konnten.

Dafür möchte ich mich, auch im Namen meines gesamten Teams, sehr herzlich bei Ihnen bedanken. Wir sehen zunehmend wie wichtig unsere Partnerschaft ist, denn nicht umsonst heißt es „Geschäfte werden von Menschen gemacht“. Daran möchten wir uns auch in 2012 orientieren.

Die ersten Monate haben verheißungsvoll begonnen und wir freuen uns Ihnen die aktuellen Lancierungen vorzustellen. Mit **RALPH LAUREN** Big Pony Women haben wir passend zum Ostergeschäft vier farbenfrohe Düfte ausgeliefert, nachdem im März der neue starke Mann im **DIESEL** Universum mit Tattoo die Parfümerie-landschaft betreten hat.

Freuen Sie sich auch im ersten Halbjahr auf zwei einzigartige **YVES SAINT LAURENT** Düfte mit Vapeur de Parfum und La Nuit Frozen. Unser Highlight im Sommer wird die Damenlancierung Luna von **GIORGIO ARMANI** sein, mit welcher wir uns auf eine verführerische Reise begeben werden.

Als besonderes Bonbon haben wir im April unseren **ersten exklusiven Duft** für den inhabergeführten Fachhandel lanciert: L.I.L.Y von **Stella McCartney**. Das emotionale und persönliche Gefühl, welches die Designerin in den Duft hat einfließen lassen, sehen wir bei Ihnen in den besten Händen. Paul McCartney hat seine verstorbene Frau Linda immer L.I.L.Y genannt; der Name steht für „Linda I Love You“.

Wir sind uns sicher, dass wir alle gemeinsam mit diesem neuen Konzept neben besonderen betriebswirtschaftlichen Anreizen insbesondere unsere Endverbraucher vom Duft überzeugen können.

Natürlich werden wir Ihnen auch wieder in diesem Jahr verstärkt exklusive MEL Angebote unterbreiten. Die positive Resonanz aus den letzten Jahren haben wir aufgenommen und somit ein attraktives Paket für 2012 geschnürt.

Ich freue mich Sie bald entweder bei der MEL on Tour oder spätestens im Herbst auf der Tagung wiederzusehen.



Herzlichst, Ihre Vera Breuer

ACQUA DI GIÒ ESSENZA

„Die Macht des Meeres und das Leuchten des Himmels sind die Elemente, die mich am meisten anziehen, wenn ich auf Pantelleria bin. Für Acqua di Giò Essenza wollte ich ein Konzentrat aus dieser Kraft und Sinnlichkeit schaffen.“

Giorgio Armani



Seit jeher liebt Giorgio Armani das Mittelmeer. 1996 inspirierte ihn die vulkanische, felsige Landschaft der Insel Pantelleria zur Schöpfung von Acqua di Giò: ein erfrischender, sinnlicher Duft, der sich zu einem Klassiker unter den Herrenparfums entwickelt hat. Mit seiner unwiderstehlichen Kombination von leicht salzigen Meeres-Akzenten, prickelnden Zitrusnoten, Moschus und Zedernholz verkörpert dieser außergewöhnliche Duft eine Männlichkeit in Harmonie mit der Natur, das Versprechen von Freiheit und Sinnlichkeit.

Mit dem Eau de Parfum „Acqua di Giò Essenza“, einer neuen und intensiveren Interpretation von Acqua di Giò, schlägt Giorgio Armani jetzt ein neues Kapitel dieser Erfolgs-Story auf.

Eine gravierte, versilberte Plakette am Boden des Flacons lässt den Duft wie ein Spiegel von innen heraus erstrahlen; die neue magnetische Verschlusskappe lässt sich bequem mit einem Klick öffnen und schließen – so wird auch die Anwendung zu einem sinnlichen Vergnügen.



„Mir gefällt die Vorstellung, seinen Körper zu signieren“...

Renzo Rosso

ONLY THE BRAVE TATTOO

DER DUFT Eine neue, frische und geheimnisvolle männliche Sinnlichkeit: Eine leidenschaftliche Kopfnote mit Granny Smith. Eine sexy Herznote mit Salbei und Bourbon-Pfeffer. Eine männliche Basisnote mit Ambrholz, Benzoe, Tabak und Patschuli.

DER FLAKON / DAS ETUI designed by Mister Cartoon Die geballte Faust, das Symbol für Selbstsicherheit und Entschlossenheit, enthält die ganze Kraft dieses fesselnden, verführerischen und einzigartigen Parfums. Der schwarze, geheimnisvolle und kraftvoll geschwungene Flakon ist mit weißen, leuchtenden Buchstaben geschmückt, die charak-

teristisch für den einzigartigen Stil von Mister Cartoon und für seine Vorliebe für edle und klare typografische Tattoos sind. Als wären sie direkt in das Glas hineingestochen, erinnern diese Buchstaben an den Erfahrungsreichtum eines ganzen Lebens, ganz so, wie es auch Tattoos auf der Haut tun.

Mister Cartoon hat viel mehr als nur eine äußere Verpackung erschaffen – sein freskoartiges, individuelles Design vereint alle symbolischen Elemente seines Stils: Clown und Engelsflügel. Daneben enthüllt sich einem auf den ersten Blick die wahre Geschichte dieses Parfums.



ARMANI CODE LUNA

Von jeher ein Symbol der Träume und des Unterbewusstseins, ist der Mond der ultimative Ausdruck von Weiblichkeit. Der Mond ist für Giorgio Armani eine immerwährende Quelle der Inspiration. Die Quintessenz der Weiblichkeit.

Ein Symbol der Verführung und geheimnisvoller Anziehung. Der Mond ist oft ein Thema bei seinen Werken in Form von Stickereien, Farben und dekorativen Elementen.

Und es ist einmal mehr der Mond, von dem sich der Designer für sein neues Elixier der Leidenschaft inspirieren lässt: ARMANI CODE LUNA.

ARMANI
code
luna

Fließende Weiblichkeit vermischt mit bezaubernder Verführung: die Inkarnation einer Frau, die man zu besitzen glaubt, obwohl sie schon wieder entgleitet... und nur einen Hauch ihres provokanten Parfums hinterlässt.

EIN SINNLICHES EAU DE TOILETTE

Für diese neue Interpretation von CODE, hat Dominique Ropion ein „Vanille Eau de Toilette“ kreiert. Frisch und floral hinterlässt es einen hypnotisierenden Eindruck. Helle zitrusähnliche und prickelnde Bergamotte-Noten bilden knackig wie frische Früchte den Auftakt des Duftes. Die Herznote ist eine Kombination von Orangenblüten-Absolut – der wahren olfaktorischen Signatur von CODE LUNA – und der atemberaubenden „Mondblume“, hauchdünn und leicht wie Luft.

Mit der botanischen Bezeichnung Ephyphyllum Oxypetalum, gedeiht die Mondblume in Licht- und Schattenzonen. In Indien kultiviert öffnet und blüht sie der Legende nach ausschließlich bei Vollmond. Selten und mysteriös, ist ihre Blässe eine Reflektion ihrer Reinheit. Bei Mondlicht wächst und blüht sie in ganzer Fülle.

Vanille- Absolut umhüllt die Orangenblüte mit zarter Sinnlichkeit, vermischt sich perfekt mit Osmanthus und gibt dem Duft einen Hauch von Leder- und sinnlicher Haut-Qualität. Verstärkt durch Tonkabohne und edler Zeder, hinterlässt es eine dauerhaft ultra-feminine Spur.

LICHT- UND SCHATTENSPIELE

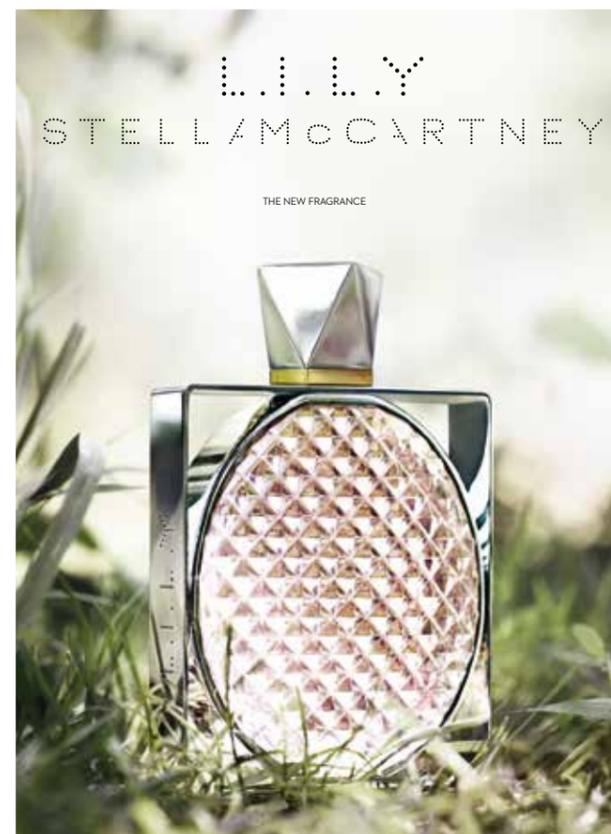
Das Flakon spielt raffiniert mit dem Licht. Die frostige Basis ruft die Frische und Mystik des Mondes in Erinnerung. Die weiche Oberfläche sorgt für ein sinnliches Gefühl während das typische Blumenmotiv der gesamten Linie das Licht durch die delikate hell-blaue Flüssigkeit schimmern lässt.

DIE KAMPAGNE

Die Kraft, mit einem Blick jemanden aus der Fassung zu bringen, der wagemutige Rückenausschnitt eines Kleides, der Glanz der Haut ...

In diesem neuen Kapitel von Code Luna wird Verführung unter den schillernden Strahlen des Mondes mit seinem verzaubernden Glanz träumerisch. Eine Frau ist gebannt von seinem hypnotisierenden, blassen Licht, gefangen zwischen dem Verlangen zu widerstehen und der Versuchung nachzugeben.

Die italienische Aktrice Valeria Bilello verkörpert die Code Luna Frau mit Intensität und Sinnlichkeit. Sie wird von Paolo Roversi gefilmt und fotografiert. Die Spontaneität dieser Fotos und ihr zart verwischter Halo – seine Signatur – verkörpern perfekt die Frische, Grazie und Emotion von Code Luna.



L.I.L.Y. by Stella McCartney

L.I.L.Y ist eine Entdeckungsreise der Sinne. Sie beginnt mit dem Duft eines Frühlingmorgens, mit den ersten Sonnenstrahlen, die durch das Laub der Bäume auf zarte Maiglöckchen fallen und das Unterholz zum Leben erwecken: den sanften Hauch von Moos und das intensive Aroma von Trüffeln. Eher männlich und eher erdig – doch unbeschreiblich sinnlich und verführerisch.

DIE INSPIRATION

„Das Schaffen eines neuen Dufts ist immer etwas sehr Visuelles; ich schließe die Augen und sehe eine Geschichte vor mir ablaufen. L.I.L.Y ist die Geschichte eines Mädchens, das zur Frau wird – der Auftakt zu einem neuen Kapitel ihres Lebens, das ganz allein ihr gehört“ erläutert Stella McCartney.

DER NAME

Eine Liebesgeschichte. Ein mit Glücksgefühlen verbundener Name, die Erinnerung an eine glückliche, ländliche Kindheit in England. „Der Name erinnert mich an meine Mutter: Mein Vater nannte sie immer L.I.L.Y – Linda, I love you.“

DAS DESIGN

„Die Schaffung des Flacons war eine Reise zu mir selbst, eine Geschichte aus visuellen und olfaktorischen Erinnerungen.“ Der von altenglischen Kristall-Vasen inspirierte Flacon ist wie ein liebevolles Erinnerungsbild eingefasst in einen doppelten, metallisch-silbernen Rahmen.

Ein Aufeinandertreffen von Vintage-Kristall und moderner Kunst, bei dem die Glasfacetten das zarte Grau-Rosé des Parfums im Inneren kunstvoll erstrahlen lassen.

DER DUFT

„Ich liebe die Vorstellung, dass sowohl Maiglöckchen als auch Trüffel nur einmal pro Jahr zu einer ganz speziellen Zeit vorkommen.“ Der Duft ist ein Balanceakt zwischen zwei Kontrapunkten: Die Reise führt von der strahlenden Helligkeit des Frühlings hin zu den dunkleren, erdigeren und maskulineren Noten des Herbstes.

Der Duft ist geprägt von einer intensiven, magnetisch-sinnlichen Struktur als Symbol für die Spannung von aufeinander prallenden Kontrasten.

Dennoch ist L.I.L.Y niemals aufdringlich – der Duft passt sich seiner Trägerin an. „L.I.L.Y ist kein Duft, der einem seine Präsenz, seine Marke aufdrängt. Nicht Sie gehören L.I.L.Y – sondern L.I.L.Y gehört zu Ihnen.“





TOUCHE
ÉCLAT
eine
Erfolgs-
story



„Ich liebe Gold – die Farbe der Sonne und eine magische Farbe für die Ausstrahlung der Frauen.“
Yves Saint Laurent

Als zeitloses Symbol für Reichtum und Perfektion übt Gold seit jeher seine ganz eigene Faszination aus. Bei YSL ist die Farbe Gold seit der Einführung von Yves Saint Laurent Beauté im Jahr 1978 ein fester Bestandteil aller Produkte der Marke.

1992 Yves Saint Laurent präsentiert erstmals TOUCHE ÉCLAT der Weltöffentlichkeit – Ein Quantensprung für die Beautywelt, denn TOUCHE ÉCLAT war der erste sogenannte Highlighter, der alle bisherigen Concealer-Produkte in den Schatten stellte.

Seine Erfinderin: Terry de Gunzburg, eine der bekanntesten Visagistinnen Frankreichs, die 15 Jahre lang sehr eng mit Yves Saint Laurent zusammengearbeitet hat. Sie war u.a. hauptverantwortlich für das Make-up seiner Haute Couture-Schauen und entwickelte die revolutionäre Formel von TOUCHE ÉCLAT, die bis heute unerreicht ist.

2012 Der goldene „Zauberstab“ ist eine wahre Make-up-Ikone. Der legendäre Highlighter und seine magische Formel setzen den Teint seit nunmehr zwei Jahrzehnten ins schönste Licht! Bis heute gilt die einzigartige Formel von TOUCHE ÉCLAT als unerreicht.

YVES SAINT LAURENT auf der Goldenen Kamera 2012/03/16

Wie bereits 2011 feierte Yves Saint Laurent auf der diesjährigen Goldenen Kamera einen grandiosen Make-up Lounge Auftritt. Prominente Stars wie Supermodel Franzi Knuppe, Xavier Naidoo und Hollywoodstar Scarlett Johansson ließen sich von den Visagisten des YSL Teams für den Roten Teppich galatauglich stylen.

Besonders Franzi Knuppe hatte großen Gefallen an den Produkten, die National Make-up Artist Michael Latus für ihr atemberaubendes Make-up verwendete. Für die Lippen wählte er, passend zu ihrem traumhaften Schneewittchenkleid von Basler, den neuen Rouge Pur Couture – Vernis à Lèvres in der Farbe N°14 Fuchsia Doré. „Franzi war so begeistert, dass sie ihn gleich behalten hat“, erzählt Michael Latus. Und nicht nur der Vernis à Lèvres hat es der Ur-Berlinerin angetan, auch Touche Éclat war für sie ein unverzichtbarer Ausstrahlungshelfer, der ihr

Gesicht im Scheinwerfer- und Blitzlicht der Kameras besonders erstrahlen ließ.

Und somit ging der Preis für das beste Make-up und die tollste Ausstrahlung an diesem Abend an Franzi Knuppe und das ganze YSL Make-up Team.



20 JAHRE TOUCHE ÉCLAT – FEIERN SIE MIT!!!

Wie schön, dass Du geboren bist....

...wir hätten Dich sonst sehr vermisst! Sie fragen sich wen? TOUCHE ÉCLAT natürlich! Die goldene Make-up Ikone ist der High-Tech-Komplize der Top-Visagisten dieser Welt, Stars und Millionen von Frauen weltweit wollen auf den Zauberstift nicht mehr verzichten. Dieses Jahr feiert TOUCHE ÉCLAT 20. Geburtstag – Feiern Sie mit!

Als der Zauberstift 1992 lanciert wurde, hatte er einen kometenhaften Erfolg, jeder musste den neuen Highlighter haben. Der Preis dieses Ruhmes? Kein anderes Produkt wurde so oft kopiert, imitiert, nachgemacht.

Durch TOUCHE ÉCLAT öffnete sich ein völlig neues Segment in der Branche – das Segment der Highlighter, die mehr können als nur Augenringe kaschieren. Mit seinen lichtreflektierenden Komplexen sorgt TOUCHE ÉCLAT im ganzen Gesicht für Highlights. Bis heute führt TOUCHE ÉCLAT die weltweiten Bestseller-Ranglisten unangefochten als N°1 im Markt an und wird weltweit alle 10 Sekunden einmal verkauft! Wir sagen herzlichen Glückwunsch TOUCHE ÉCLAT!

Ein paar Zahlen

- 10** Alle 10 Sekunden wird weltweit ein TOUCHE ÉCLAT verkauft.
- 12** In so vielen Nuancen ist TOUCHE ÉCLAT international erhältlich.
- 20** So viel Gramm wiegt ein TOUCHE ÉCLAT.
- 70** So viele Klicks liefert TOUCHE ÉCLAT als Minimum.



AUF ZU NEUEN UFERN

Wolfgang Lange
Geschäftsleiter Biotherm und Helena Rubinstein

Liebe MEL Mitglieder,

es ist schön zu erleben, dass die Marken Biotherm und Helena Rubinstein in den letzten Jahren so herzlich in die MEL-Familie aufgenommen wurden. Dafür und für die gute Unterstützung in den ersten Wochen dieses Jahres möchte ich mich ganz besonders bei Ihnen bedanken.

Die Marke Biotherm befindet sich im Aufwärtstrend und wir können am Ende des ersten Quartals ein Sell-Out-Wachstum verzeichnen. Zur Neupositionierung der Marke Biotherm mit dem neuen Slogan „Schönheit aus der Tiefe“ haben wir Ihrerseits viele positive Rückmeldungen erhalten. Auch die damit einhergehenden Veränderungen wie die „neue Welle“, ein intensiveres Blau und die Erläuterungen der Inhaltsstoffe direkt auf der Verpackung werden dazu beitragen, dass wir gemeinsam noch mehr zufriedene Kunden erreichen. Hilfreiche neue Regalsysteme, die den Verkäuferinnen und Konsumentinnen die Orientierung erleichtern, runden die „Verjüngungskur“ ab. Unser Außendienst wird Ihnen die zur Verfügung stehenden Elemente beim nächsten Besuch gerne vorstellen.

Sehr gefreut haben wir uns über Ihre äußerst positive Resonanz zur Star-Lancierung Eau Océane. Mit allen Kooperationen sind zentrale Promotions abgesprochen, so dass die Monate Mai und Juni ganz im Zeichen der aquatischen Frische stehen werden.



Zentral für Biotherm als Einstiegsmarke sind die Frequenz im Handel und die Natürlichkeit der Marke. Daher steht die inhabergeführte Parfümerie für uns immer im Fokus. Wir freuen uns, Sie auch weiterhin mit interessanten, MEL-exklusiven Angeboten zu unterstützen.

Der Konsolidierungsprozess der Marke Helena Rubinstein ist inzwischen abgeschlossen und wir sehen bereits die ersten positiven Ergebnisse. Das gestraffte Sortiment und eine sehr attraktive Platzierungslösung machen Helena Rubinstein für viele unserer Partner und Konsumentinnen wieder interessant. Dies freut uns besonders, da die Marke in diesem Jahr ihren 110. Geburtstag feiert. Innovative, technologische Pflegeprodukte und Top Mascaras waren und sind das Herz der Marke. Die Grande Dame Helena Rubinstein ist seit jeher Pionierin auf dem Gebiet der Schönheit und hält für dieses Jahr auch noch eine Geburtstagsüberraschung bereit!

Neuigkeiten gibt es bei Biotherm und Helena Rubinstein auch im Führungsteam. Seit September 2011 ist Alexander Freier neuer Vertriebsdirektor für die beiden Luxusmarken und Kerstin Höninger verstärkt als Schulungsleitung das Team. Die Geschäftsleitung habe ich Anfang dieses Jahres von meinem Vorgänger Werner Hirschi übernommen und in meiner bisherigen Funktion als Marketingleitung wurde ich am 1. März 2012 von Sophie-Mélida Vissing abgelöst.

Wir alle freuen uns auf ein spannendes zweites Quartal mit Ihnen und stehen bei Fragen und Anregungen immer gerne zur Verfügung.

Freundliche Grüße,
Wolfgang Lange

Neues Team für Biotherm & Helena Rubinstein –
von links: Sophie-Mélida Vissing, Marketingleitung; Alexander Freier, Vertriebsleitung;
Wolfgang Lange, Geschäftsleitung; nicht im Bild: Kerstin Höninger, Schulungsleitung

BIOThERM



SCHÖNH HEIT AUS DER TIEFE

Die Hautpflegemarke Biotherm beschreitet neue Wege in der strategischen Ausrichtung und ihrer Vision von Gesichtspflege



Journalisten tauchen ein in die aquatische Welt von Biotherm

Mit einer neuen globalen Plattform baut die Marke Biotherm ihre Expertise als Hautpflegemarke noch weiter aus: Weltweit machen sich Wissenschaftler auf die Suche nach verschiedenen aquatischen Mikro-Organismen und setzen die beeindruckenden Mechanismen ozeanischer Lebewesen in innovativen Produkten ein.

Biotherm baut damit auf 60 Jahren Hautpflegeexpertise auf, die mit der Entdeckung des Reinen Thermalplanktons begann: 1952 entwickelte die visionäre Biochemikerin Jeanine Marissal die Idee, Plankton aus den Thermalquellen

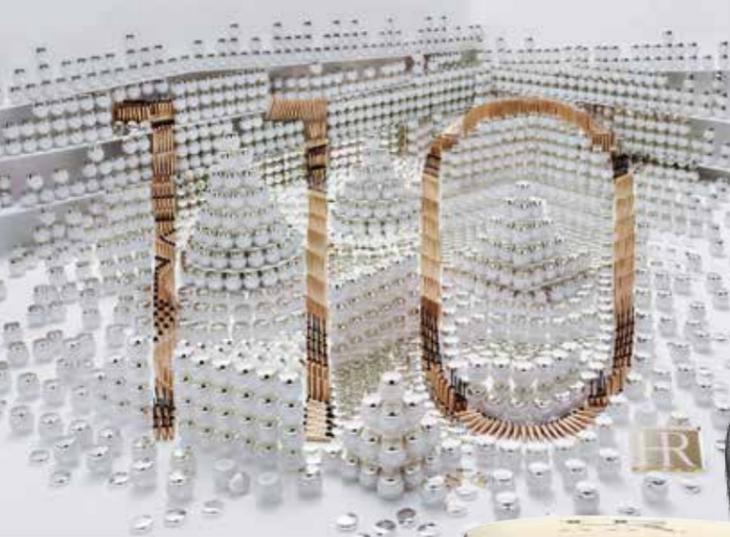
in den Bergen bei Mollitg-les-Bains in eine Hautpflege zu integrieren. Das war die Geburtsstunde von Biotherm.

Sechs Jahrzehnte Forschung und Wissenserwerb später erforscht Biotherm die aquatischen Mikro-Organismen und Pflanzen aus allen Arten von Gewässern und Tiefen und integriert sie in innovative Pflegeprodukte. Der neue Markenauftritt der französischen Hautpflegemarke Biotherm wurde erstmalig bei einer Pressekonferenz in Monaco präsentiert. Die internationale Beauty-Presse konnte hier die neue Nachtpflege AQUASOURCE NUIT sowie die neue Pflegelinie PURE.FECT SKIN kennenlernen:

In den Tiefen des Atlantiks vor der Antarktis haben die Biotherm Biologen den Mikro-Organismus P. Antarctica entdeckt, der die Fähigkeit besitzt, unter extremen Bedingungen Feuchtigkeit zu binden und zu speichern. AQUASOURCE NUIT ist als Weiterentwicklung der klassischen Gesichtspflege Aquasource in das Gebiet der Nachtpflege zu verstehen.

Die neue Pflegelinie PURE.FECT SKIN nutzt die antibakteriellen Eigenschaften der Makroalge Laminaria Digitata.

Angereichert mit Zink und Perlit, bekämpft die dreifach wirkende Formel Glanz, verstopfte Poren und Unreinheiten. Neben Reinigungsgel, Gesichtswasser und Pflege enthält die Pflegelinie außerdem eine S.O.S.-Lösung sowie eine Seife.



110 Jahre Helena Rubinstein, Installation
Schönheitssalon Helana Rubinstein
Helena Rubinstein, Portrait
Prodigy – die legendäre Anti-Aging Pflege
Valaze – die Creme, mit dem die Erfolgsstory
Helena Rubinstein anfang

110 Jahre HELENA RUBINSTEIN

Eine außergewöhnliche Frau im Dienste der Schönheit und Wissenschaft

Kühne Visionärin, erfinderische Intelligenz, inspirierte Schönheit: drei Eigenschaften, die die Philosophie von Helena Rubinstein zusammenfassen und die noch heute die Exzellenz und die Fortschritte der Produkte dieser legendären Marke auszeichnen.

Die Geburtsstunde der Marke, die auf den Namen ihrer kühnen Schöpferin Helena Rubinstein getauft wurde, schlägt 1902 in Melbourne. Im Alter von 24 Jahren war die mutige Polin allein nach Australien ausgewandert. Produkte für die Schönheitspflege waren kein Geheimnis für sie: Um ihre empfindliche Haut vor der beißenden Kälte des polnischen Winters zu schützen, pflegte ihre Mutter die Gesichter ihrer Töchter jeden Abend mit einer Creme, die ein befreundeter Chemiker herstellte. Ganz selbstverständlich packte sie bei der Abreise ihrer Tochter in die Neue Welt ein Dutzend kleine Tiegel dieser Creme in deren Koffer. Die Idee, die Creme zu verkaufen, kam Helena dann in Australien, wo Sonne und Trockenheit ihre Schäden auf den Gesichtern der schönheitsbewussten Australierinnen hinterließen.

Als die Frauen ihre Creme ausprobierten, hatte Helena Rubinstein auf Anhieb großen Erfolg. Nach einigen Jahren, in denen sie die Pflege-Formel weiterentwickelte, eröffnete Helena Rubinstein ihren ersten Schönheitssalon in Melbourne, wo sie die Haut ihrer Kundinnen pflegte und „Valaze“

verkaufte, eine Creme, die – von einem Ende des Landes zum anderen – alle Frauen begeisterte.

Was dann kam, ist Erfolgsstory, Saga und Märchen zugleich. Helena Rubinstein begründete die Kosmetikindustrie und verkaufte Produkte, die für alle erschwinglich waren. Überall stieß sie auf dieselbe Begeisterung für ihre Produktlinie, die unaufhörlich verbessert und erweitert wurde. Ihr verdanken wir mit Vitaminen angereicherte Kosmetikprodukte, hohe Wirkstoffkonzentrationen, die erste Waterproof-Mascara und später die erste Automatik-Mascara.

Mit ihrer Kühnheit unterstützt Helena Rubinstein die anspruchsvolle Frau von heute in ihrem Streben nach Schönheit, sowohl bei der wissenschaftlichen Suche nach Wirksamkeit als auch in dem Wunsch nach begehrten Texturen, die luxuriös präsentiert werden.

Zum 110-jährigen Jubiläum überarbeitet Helena Rubinstein die Hautpflegelinie PRODIGY und integriert so die Erkenntnisse aus molekularen Forschungsarbeiten in einer bahnbrechenden Anti-Aging-Pflege. Mit modernsten Analysetechniken extrahieren die Laboratorien von HELENA RUBINSTEIN einen besonderen Anti-Aging-Wirkstoff: Bio-Sève Moléculaire ist in konzentrierter Form in der Pflege PRODIGY eingebunden und dringt bis in die Tiefe der Haut ein.



IONTO Health & Beauty GmbH

Greschbachstraße 3 76229 Karlsruhe
Fon 0721 9770-891 Fax 0721 9770-290
sales@ionto.de
www.ionto.de www.sueda.de
www.caremore.de

10% Premium-Rabatt

exklusiv für MEL-PremiumClub Mitglieder

Beim Kauf von Institutsausstattung, kosmetischen Behandlungs-Basics und -Systemen der Marken IONTO-COMED, care&more und SÜDA. Nutzen Sie die marktführende Kompetenz, Markenqualität „Made in Germany“ und den bundesweiten Niederlassungs-Service der drei starken Marken zu exklusiven Vorteilspreisen.

IONTO-COMED

Seit über 30 Jahren eine der erfahrensten Marken für Institutsausstattung und führend im Bereich der apparativen Kosmetik. Mit zahlreichen Entwicklungen und Patenten prägt und gestaltet IONTO-COMED den Kosmetik-Markt aktiv und innovativ mit.

care&more

Das umfassende Verbrauchsartikel-Sortiment des care&more-Shops bietet Ihnen alles aus den Bereichen Basic, Beauty, Wellness, Nail und Foot, was Sie für Ihre tägliche Arbeit im Institut benötigen: Handschuhe und Desinfektion, Wachse und Wimpernfarben, ätherische Öle und Klangschalen, Nagellacke und Gelsysteme sowie Fräser, Instrumente und Spezialpräparate u.v.m. mit hervorragendem Preis- / Leistungsverhältnis und schneller Lieferung.

SÜDA

Seit knapp 90 Jahren steht SÜDA für Innovation und Qualität im Bereich der Fußpflege und Podologie. Mit einem außergewöhnlich breiten System-Spektrum – von Trocken- und Absaugtechnik über Nasstechnik und Kombi-Systemen bis hin zu Pneumatikeinheiten – sowie hochfunktionalen Ausstattungsvarianten bietet SÜDA für jeden Anspruch die passende Lösung.

Full-Service vor und nach dem Kauf – unser Anspruch für Ihren Behandlungserfolg

- Entwicklung und Produktion MADE in GERMANY
- Liefer-, Aufstell- und technischer Vor-Ort-Service
- Beratung und Ausstellung in Ihrer Nähe - bundesweit 6 Niederlassungen
- Umfassende Schulungs- und Weiterbildungsangebote

Ihre Bestellungen senden Sie bitte unter Angabe Ihrer MEL-PremiumClub Mitglieds-Nr. direkt an oben angegebene Adresse, Frau Sabrina Nöckel (s.noeckel@ionto.de, Tel.: 0721 / 9770 891).



MEL ... FOREVER YOUNG!

Dieter Dernen
38 Jahre L'Oréal Luxe
Ihr direkter Ansprechpartner

Liebe MEL-Mitglieder,

kaum zu glauben ... die Institution MEL ist fast 25 Jahre jung und besitzt immer noch eine magische Anziehungskraft. Dabei ist die Grundidee bis heute gleich geblieben: L'Oréal Luxe fördert die Wettbewerbsfähigkeit aller Mitglieder und setzt auf eine langfristige, emotionale Partnerschaft.

Ein Meilenstein ... MEL PremiumClub, vor gut 2 Jahren mit seinem exklusiven, markenübergreifenden Prämiensystem ins Leben gerufen. Ein breit gefächertes Programm garantiert Ihnen privilegierte Mehrleistungen, um Ihre Parfümerie zu beleben und Stammkunden stärker zu binden.

Aktuell bieten wir Ihnen eine Auswahl von fast 500 Prämien. Wir wollen Ihren MEL PremiumClub aber noch interessanter gestalten und interaktiver als zentrale Kommunikationsplattform nutzen.

Denkbar ist z.B. die regelmäßige Einstellung von Vertriebsinformationen, Newsletter Neuheiten, Events, Schulungstermine oder Category Management ... über Ihre Anregungen und Verbesserungsvorschläge zu unserem Prämienangebot würde ich mich freuen.

**Profitieren Sie von den Vorteilen.
Auf eine gemeinsame, noch erfolgreichere Zukunft!**

Ich wünsche Ihnen eine gute Zeit.

Beste Grüße

Ihr Dieter Dernen

P.S. Möchten Sie nicht auch Ihre Bestellungen per EDI übermitteln? L'Oréal Luxe gewährt Ihnen als einmaligen Anreiz zum Start 2.000 PremiumPunkte. Die Kooperationen sind informiert. Bei Interesse rufen Sie mich bitte einfach an.

Telefon 02131 66 11 552
Mobil 0176 1885 1596
Fax 02131 66 11 449
ddernen@de.loreal.com

PRÄMIENMENU

Alle Kategorien auf einen Blick ...

Profitieren Sie von den zahlreichen Prämien und Dienstleistungen!

<p>Professionelle Artikel</p>	<p>Kabinettware Lancôme und Biotherm</p>	
<p>Duft- und Schminkeinsätze</p>	<p>Duft-Coffrets und Treuegeschenke</p>	<p>MEL Tragetasche</p>
<p>Küche & Tafel</p>	<p>Gutscheinset</p>	<p>Spielzeuge</p>
<p>Testmuster und Probierrößen</p>		
<p>Technik & Multimedia</p>		<p>IONTO COMED</p>

MEL MITGLIEDER

Monheim GmbH Aachen | **Reinehr** Aachen | **Abens-Parfümerie** Abensberg | **Konstantin Rosopulo** Aichach | **Trudi Hannappel** Alsdorf | **Steinbach** Alsfeld | **Katja Schuck** Alzenau | **Loos Alzery** | **Barbara Summerer** Andernach | **Hickmann** Annaberg-Buchholz | **Peter Fritsch** Ansbach | **Beauty Oaze** Asbach | **Jäger** Aschaffenburg | **Atta-Droge** Attendorn | **Aurel-City-Parfümerie** Auerbach | **Eggert** Aumühle | **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 | **Weisbecker** Bad Orb | **Maren Bittroff** Bad Salzungen | **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** Belgitz | **P. Scheid** Bensheim | **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. Adrion** Binz Rügen | **Roth Birkenfeld** | **Christa Charlotte GmbH** Bleskastel | **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 & Hornung 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 | **Jochim Tomaschewski** Donauwörth | **Dr. Tillwich** Dornstetten | **Parfümerie Beauty Day** Dortmund | **Ulli Schäfer** Dortmund | **Borgmann** Dortmund | **Inh. Antje Kühle** Duderstadt | **Reichenbach KG** Duisburg | **FIGGE OHG** Duisburg | **Ohly GmbH** Duisburg-Buchholz | **Förster** Düsseldorf | **Nagelschmitz** Düsseldorf | **Steinforth** Düsseldorf | **Cornelia Sander** Düsseldorf | **Pia Bauer** Eichstätt | **Heike Taistra** Eisenhüttenstadt | **Monika & Hans Kilb** Emmelhäusen | **Schmid-Keiner** Emmendingen | **Eberts** Enger | **Christoph Günther** Erbach | **Howerka** Erding | **Cosmetic Live** Erfurt | **Kaufmann** 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 | **Gauls** Grevenbroich | **Gehrls** Grömitz | **Elena Ahrens** Gronau | **N. 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 | **Ilona Plett** Harsefeld | **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 | **Schnitker** Hilden | **Rennemann** Hildesheim | **Petra Jung** Hof | **Schäfer GmbH** Hofheim | **Ulla Trees-Kellerhaus** Hörh-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** Kappel | **Kramer** Karlstadt | **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 | **Dr. Lennartz 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 | **Bauer** Leipzig | **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** Ludwigsburg | **Vera Pieper** Lünen | **Hussong OHG** Mainz | **Ackermann GmbH** Mainz | **Ahrens** Marburg | **Christian Jäger** Marburg | **König** Marburg | **Och GmbH** Marktredwitz | **Robert Wolff** Meerbusch | **Hähnel** Meißen | **Brenner OHG** Melle | **Jakobs** Meppen | **Eva Huber** Mering | **Völker** Meschede | **Burkhard Rutten GmbH** Meitmann | **Fischer GmbH** Metzingen | **Diamantidis** Michelstadt | **Lochmann** Mörfelden-Walldorf | **Somogyi** Mosbach | **Bauer** München | **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 | **Kunzmann GmbH** Nördlingen | **Seifenzahn GmbH** Nürnberg | **Markus Binger** Oberstaufen | **Annegret Schneider** Oberursel | **Hake GmbH & Co. KG** Oelde | **Parfümerie im Ringcenter** Offenbach | **Weber** Offenbach | **Christina Renchen** Öhringen | **Ottmar Nöth** Olching | **Britta Benthien** Oldenburg | **Hild Ostfeldern** | **Brigitte Bensch** Otterndorf | **Bergner** Pfaffenhofen | **Menhorn OHG** Pfaffenhofen | **Renchen** Pfedelbach | **Georg Pollozek GmbH & Co. KG** Pfarrkirchen | **T. Höschele** Pforzheim | **Andrea Siede** Potsdam | **Krauses Parfümerie am Löwen** Preetz | **Jana Sz wajkowski** Prenzlau | **Petra Wiesenmüller** Quedlinburg | **Inh. Andrea Prösch-Jähniq** Quickborn | **Platen** GmbH Ratingen | **B. Hanke** Ratingen | **Willi Kappei** Ratzeburg | **Balle** Ravensburg | **Bittel OHG** Ravensburg | **Simone K. Regen** | **Rieß** Regensburg | **Heddeshheimer** Rengsdorf | **Marlies Sticking** Rheda-Wiedenbrück | **Parfümerie Balster GmbH** Rheda | **Sabina Richter** Riesa | **Renate Wölfle** Rodgau | **Philippi** Rodgau-Jügesheim | **Hannelore Bergfeld** Roding | **Ines Wendlandt-Borrmann** Rostock | **Wilhelm Reingruber OHG AH-NR.16064** Rothenburg | **Schäfer GmbH** Rüsselsheim | **Ludwig Pieper GmbH & Co.KG** Saarlouis | **Ende** Sandhausen | **Delos** Sangerhausen | **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 | **Haas** Schwetzingen | **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** Tettinng | **Riedner** Torgau | **Pierre GmbH** Trier | **Sommerfeld KG** Übach-Palenberg | **Yvonne Goodman** Usingen | **Karsten Wilde GmbH** Vechta | **Malinowsky GmbH & Co.KG** Verl | **Anke Nedelka** Viernsen | **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 Munieke-Solinas** Weissenburg | **Günter Trenkel** Weißwasser | **U. Müglitz + M. Horn** Werdaul | **Birgit Baumann** Wernigerode | **Fricke** Westerland | **Gerhard Bauer** Wiesbaden | **Wöhrl Parfümerien GmbH** Winnenden | **Ewald GmbH** Wirges | **Marianne Heinrich** Wismar | **Scherz** Wittenberg | **Marlies Völpel** Wittstock | **Walger & Co. KG** Witzhenhausen | **Sandra Kastner** Wolfach | **Waas GmbH** Worms | **Thomas Heeß** Worms | **Marietta Krakau** Wörth | **Rutten am Wall GmbH & Co. KG** Wuppertal | **Franke** Wuppertal | **Frank Müller** Wuppertal | **Dessloch GmbH** Würzburg | **Martina Röck** Zirndorf

Stand April 2012



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

PALOMA PICASSO PARFUMS

cacharel

VIKTOR & ROLF

GIORGIO ARMANI

RALPH LAUREN

Guy Laroche PARIS