

Naturkosmetik – Fazit des Karlsruher Kosmetiktages 2009

Teil I

■ Einleitung

Naturkosmetik liegt im Trend. Neben den bekannten Naturkosmetikherstellern bieten inzwischen immer mehr Firmen außer ihren konventionellen Produkten auch Naturkosmetika an.

Was sind die Gründe hierfür? Ein Umdenken in Richtung Nachhaltigkeit ist sowohl bei Verbrauchern als auch bei Herstellern im Gange. Nicht wenige Verbraucher streben einen gesunden und gleichzeitig umweltbewussten Lebensstil an. Hierzu gehört auch die Verwendung von Naturkosmetika mit hochwertigen Inhaltsstoffen. Dem Verbraucher von heute genügt immer öfter nicht nur die »Natürlichkeit«, sondern er fordert hohe Produktleistung, genau wie bei den konventionellen Produkten. Diese Verbrauchergruppe, die als »LOHAS« bezeichnet wird (steht für »Lifestyle of health and sustainability«), ist durchaus bereit, für gute Ware etwas auszugeben. Neben dem Naturkosmetik-Markt klassischer Prägung ist deshalb der Naturgedanke auch in weitere Märkte eingezogen, von der preiswerten Discounterware bis in die Luxusmarken.

Die steigende Nachfrage führt automatisch dazu, dass sich immer mehr Hersteller mit der Produktion von Naturkosmetika beschäftigen (Stichworte: »Grüne Chemie« statt »Petrochemie«, »umweltschonende Produktion«).

Das Wissen um die Vorzüge der Naturkosmetik gegenüber herkömmlicher Produkte und eine wirksame Kosmetiküberwachung, die das Vertrauen der Verbraucher in die Naturkosmetikprodukte stärkt und dadurch den Markt stützt, sind Grundvoraussetzungen für einen weiteren Ausbau dieses Produktsegments.

Der Karlsruhe Kosmetiktag sollte den Sachverständigen der Untersuchungsämter, den Behördenvertretern des Bundes und der Länder sowie den Kosmetikexperten der Industrie als Informationsbörse und Forum dienen, um offene Fragen zu den Naturkosmetik-Standards, zur rechtlichen Situation, zur Toxikologie bestimmter Naturstoffe und zu alternativen Herstellungstechniken aus wissenschaftlicher Sicht zu diskutieren. Die Vorträge und Diskussionen waren in fünf Blöcke eingeteilt:

- **Was ist Naturkosmetik?** präsentierte die Verbrauchererwartung, die derzeit existierenden Naturkosmetik-Labels und die rechtliche Situation
- **Naturkosmetik näher** beleuchtet präsentierte Argumente pro und contra Naturkosmetik
- **Ausgewählte Inhaltsstoffe** informierte über ausgewählte Inhaltsstoffe und deren Anspruch auf Natürlichkeit
- **Naturkosmetik – Herstellung und Konservierung** informierte über Konservierungskonzepte für Naturkosmetik und über die Anforderungen an die Gute Herstellungspraxis
- **Naturkosmetik und Sonnenschutz.** Auch bei Naturkosmetik hat die Sicherheit des Verbrauchers höchste Priorität. Nicht alle kosmetischen Zwecke können mit natürlichen Wirkstoffen erreicht werden, z. B. bestimmte Sonnenschutzmittel.

Die Autoren stellen nachfolgend die einzelnen Themen zusammenfassend dar.

■ Was ist Naturkosmetik?

Was erwartet der Verbraucher?

Angelika Meiss, COSSMA, Karlsruhe

Gesetzlich ist der Begriff Naturkosmetik nicht geregelt, was schon allein die eindeutige Erfassung der Marktanteile erschwert. In Deutschland bedienen sich die Marktforschungsinstitute Information Resources (IRI), Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) und IMS Health seit 2008 erstmalig einer einheitlichen Markt-abgrenzung, die die Segmente Kosmetik, naturnahe Kosmetik und Naturkosmetik definiert und unterscheidet.

Der Naturkosmetikmarkt wächst seit 5 Jahren um durchschnittlich 10 % pro Jahr.

2008 betrug der Anteil an traditioneller Kosmetik 89,1 %, der an naturnaher Kosmetik 7,1 % und der an Naturkosmetik 3,8 %. Seit 2006 ist der Anteil der Naturkosmetik um 34,1 % gewachsen. Insgesamt wurde im Naturkosmetiksegment in Deutschland 2008 ein Umsatz von 672 Mio. € erzielt. Das waren 60 Mio. € Zuwachs im Vergleich zu 2007. Die Gewinnersegmente waren starke Handelsmarken und Premiumkonzepte.

Etwa ein Fünftel aller Deutschen, d.h. 12,3 Mio. Menschen, kauften 2008 mindestens ein reines Naturkosmetikprodukt. 2006 waren es nur 9,6 Mio. Interessanterweise kauften jedoch 54,6 % dieser Konsumenten Naturkosmetik kein zweites Mal.

Obwohl Kosmetikkäufer insgesamt 60 Kosmetikpackungen im Jahr kaufen, ist nur jede 12. Packung ein Naturkosmetikprodukt.

Besonders erfolgreich im Naturkosmetiksegment sind mit einem Anteil von

8,7 % Gesichtspflegeprodukte, gefolgt von Körperpflege mit 7,6 % und Dusch-, Bade- und Deoproducte mit einem Anteil von 4,3 % (Quelle: GfK).

Laut Nielsen Homescan Consumer Panel sagen 84 % der Konsumenten, dass Naturkosmetik besser für sie und ihre Haut ist. 69 % stufen Naturkosmetik als verträglicher ein. 61 % sind der Meinung, dass Naturkosmetik besser für die Umwelt ist. 26 % verwenden Naturkosmetik aus ethischen Gründen und 18 % schätzen die Wirksamkeit von Naturkosmetikprodukten.

Schaut man sich die Sinus-Milieus an, bekunden durchschnittlich 10,9 % aller Konsumenten ein hohes Interesse an Naturkosmetikprodukten. Ein überdurchschnittliches Interesse an dieser Produktparte haben die Konsumenten aus den Milieus Moderne Performer und die Etablierten aus der Oberschicht. Ein allgemeines Interesse an Naturkosmetik bekunden ca. 23,8 % aller Milieus.

Die GfK hat eine Naturkosmetikkäufer-Typologie erstellt, in der die 29 % der Kosmetikkäufer, die Naturkosmetik und naturnahe Kosmetikprodukte kaufen, in jeweils drei Gruppen eingeteilt ist. Mit 19 % haben bei den Käufern von Naturkosmetik die DM-Fans den größten Anteil, gefolgt von den Biofachhandelfreaks mit 17 % und den Aldi-Lidl-Shoppern mit 11 %. Bei den Konsumenten von naturnaher Kosmetik sind die Heavy User mit 21 % die größte Verwendergruppe, gefolgt von den Promo-Jägern mit 18 % und den Supermarktkäufern mit 14 %. Die DM-Fans sind mit 9 Packungen im Jahr intensive Naturkosmetikkäufer. Sie verfügen über ein überdurchschnittlich hohes Einkommen und sind offen für Natur-/Bioproducte und Innovationen. Die Bio-Fachhandelfreaks ziehen reine Naturkosmetik der naturnahen Kosmetik vor. Sie kaufen wenig und geben nicht viel dafür aus. Die Aldi-Lidl-Shopper haben eine starke Affinität zu Handelsmarken. Ihre Ausgaben für Naturkosmetik sind geringer als die anderer GfK-Naturkosmetik-Typen: Nicht einmal 1/10 der gekauften Kosmetikpackungen sind aus dem Segment Natur- bzw. naturnahe Kosmetik. Das liegt u.U. daran, dass es im Discounter nur sporadisch Naturkosmetikangebote gibt.

Insgesamt sind die Motive der Naturkos-

metikverwender sehr heterogen, auch was die Anforderungen an die Produktleistung angeht. Meist werden Naturkosmetik- und konventionelle Produkte parallel verwendet. Zu den Verwendern zählen sowohl Schnäppchenjäger als auch Big Spender. Der Zugang zum Produktsegment ist eher emotional-moralisch. Zwischen naturnaher Kosmetik und echter Naturkosmetik wird nur schwach differenziert. Die Zertifizierungsproblematik wird nur unscharf wahrgenommen. Während einige nach vertrauten Produkten und einem übersichtlichen Sortiment suchen, sind die anderen experimentierfreudig und ständig auf der Suche nach Innovationen.

Vergleichende Darstellung der Konzepte

Dr. Gerd Mildau, CVUA Karlsruhe

Bei Verbraucherprodukten gibt es unterschiedliche Formen von Labels, sowohl normierte als auch freiwillig vergebene Zeichen, die auch ganz unterschiedliche Aussagen haben.

Sicherheits-Labels: Medizinprodukte benötigen ein spezielles Label, und zwar das CE-Zeichen (Conformite europeene). Hierbei handelt es sich nicht um ein Gütesiegel, sondern eine Erklärung zur Produktsicherheit. Die Medizinprodukte müssen vor ihrer Vermarktung einer speziellen Konformitätsprüfung auf der Grundlage von EU-Richtlinien durch zugelassene Kontrollstellen (z. B. TÜV) unterzogen werden. Sie werden anschließend vom BfArM zugelassen.

Bei Spielzeug, rechtlich gesehen ein Bedarfsgegenstand, ist zwar das Sicherheitslabel (geprüfte Sicherheit) ebenfalls obligat, der Hersteller erklärt aber eigenständig, dass sein Produkt den Regeln der europäischen Spielzeug-Richtlinie entspricht. Die Produkte werden im Rahmen der amtlichen Lebensmittelüberwachung stichprobenartig auf ihre Sicherheit hin überprüft.

Bei Sonnenschutzmitteln sind sowohl der Lichtschutzfaktor als auch das neue UV A-Label keine gesetzlich vorgeschriebenen Kennzeichnungselemente. Diese Labels dienen ebenfalls der Sicherheit der Verbraucher. Sie werden in einer Leitlinie der Europäischen Kommission beschrieben und entsprechen dadurch ei-

nem Gutachten höchster Priorität, so dass ihre Verwendung im Grunde verpflichtend ist.

Qualitäts-Labels: Bei Lebensmitteln besteht die Möglichkeit, das sogenannte BIO-Siegel zu verwenden. Dieses Qualitätssiegel ist Lebensmitteln aus der ökologischen Landwirtschaft vorbehalten. Die Bedingungen für die Vergabe sind klar definiert. Die Überprüfung erfolgt durch staatlich anerkannte private Kontrollstellen. Beim BIO-Siegel steht also nicht eine besondere Sicherheit des Produktes gegenüber konventionellen Lebensmitteln im Vordergrund. Vielmehr drückt das Label eine besondere Anbauform und/oder Qualität aus.

Auch die diversen Naturkosmetik-Labels sind Qualitätssiegel. Sie werden von bestimmten, nicht staatlichen Zertifizierungsstellen auf Antrag der Firmen vergeben. Hierbei müssen die Produkte den Regeln entsprechen, die die jeweiligen Naturkosmetik-Zertifizierungsstellen vorgeben.

Welcher Verbraucher legt besonderen Wert auf welche Qualitätsmerkmale? Nun, den einen Verbraucher gibt es nicht. Die einen legen Wert auf ökologische Produkte (Rohstoffen aus Pflanzen aus kontrolliert biologischem Anbau oder kontrolliert biologischer Wildsammlung, Reduzierung des Energieaufwandes oder Wasserverbrauchs bei der Herstellung, umweltverträgliche Verpackung, biologische Abbaubarkeit, reduziertes Abfallaufkommen, fairer Handel), andere bevorzugen besondere Ausgangsstoffe (keine synthetischen Rohstoffe, keine Verunreinigungen/Rückstände, keine gentechnisch veränderte Rohstoffe, keine Bestandteile vom toten Tier), wiederum andere legen Wert darauf, dass keine Bestandteile vom toten Tier enthalten sind, andere bevorzugen Produkte, die eine besondere Wirkung versprechen (natürliche Schönheit, spezifische Wirksamkeit, Wellness-Produkte) und schließlich gibt es Verbraucher, die besonderen Wert auf »gesündere« Produkte legen, z. B. allergiker-freundliche oder besonders hautschonende Tenside.

Vor diesem Hintergrund stellen sich folgende Fragen:

Birgt die Vielfalt an Qualitätslabels eine besondere Täuschungsgefahr für den Verbraucher?

Brauchen wir ein zertifiziertes BIO-Siegel für Naturkosmetik unter Obhut der Behörden?

Kann man überhaupt die vielen unterschiedlichen Qualitätsansprüche in einem einzigen Siegel darstellen?

Rechtliche Situation

Dr. Bernhard Schuster, CVUA Freiburg

Der Markt für Naturkosmetik boomt. Neben den bekannten Naturkosmetikherstellern bieten inzwischen immer mehr Firmen außer ihren konventionellen Produkten auch Naturkosmetika an. Weder im europäischen noch deutschen Kosmetikrecht gibt es spezielle rechtliche Anforderungen an Naturkosmetik. Es gelten wie für alle anderen Kosmetika auch die Vorschriften des Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuches zum Schutz des Verbrauchers vor Gesundheitsgefahren und Irreführung. Auch die zahlreichen Stoffregelungen der Kosmetikverordnung für den vorbeugenden Gesundheitsschutz gelten für Naturkosmetik in gleicher Weise wie für die konventionellen kosmetischen Mittel. Als Beispiele für möglicherweise gesundheitsschädliche Produkte wurden genannt: Mikrobiologische Belastung von Naturkosmetika, da nicht konserviert. Ist ein ausreichender UV-Schutz von Sonnenschutzmitteln ohne künstliche UV-Filter gegeben? Enthalten die Produkte evtl. toxikologisch relevante Pflanzeninhaltsstoffe, beispielsweise genotoxisches Methyleugenol in Rosenöl oder Teebaumöl, stark haut-sensibilisierendes Perubalsam (rohes Öl aus der Rinde der Balsambäume), krebserzeugendes Safrol, phototoxische Furocumarine in Zitruspflanzen wie z. B. Bergamotte, Bildung von allergieauslösenden Peroxiden, z. B. in »Limonen« oder Teebaumöl (Terpene).

Weitere wichtige Regelungen zum Gesundheitsschutz sind die Verpflichtungen zur Erstellung der Produktunterlagen und der Sicherheitsbewertung. Besonders für Naturkosmetika können folgende Punkte von speziellem Interesse sein: Spezifikationen der Rohstoffe insbesondere bei Pflanzenextrakten (Vielfältige Extraktions- und Destillationsverfahren führen zu unterschiedlichen Rohstoffen), Prüfung von toxikologisch rele-

vanten Verunreinigungen der Rohstoffe (Qualität und Herstellungstechnologie der Rohstoffe), Sicherheitsbewertung z. B. bei »exotischen« Pflanzenextrakten, mikrobiologische Stabilität der Produkte.

Neben den Regelungen vor Gesundheitsgefahren sind die Regelungen zum Schutz der Verbraucher vor Irreführung von Bedeutung. Es gibt weder im europäischen noch nationalen Recht eine verbindliche Definition für »Naturkosmetik«. Deshalb ist Frage der Verbrauchererwartung von entscheidender Bedeutung. Da diese schwierig festzustellen ist, hat bereits 1993 das Bundesministerium für Gesundheit mit Vertretern der Bundesländer, der Wirtschaft und der Verbraucherschaft eine Empfehlung mit Anforderungen, die an Naturkosmetika zu stellen sind, erarbeitet. Einen ähnlichen Anforderungskatalog an Naturkosmetik wurde im September 2000 vom Expertenkomitee »Kosmetische Mittel« des Europarates erarbeitet. Diese Dokumente hatten jedoch keine rechtsverbindliche Wirkung für die Mitgliedstaaten. Obwohl diese Empfehlungen heute nicht mehr in allen Punkten aktuell sind, dienen sie immer noch als Grundlage zur Beurteilung für die Überwachungsbehörden. Durch fehlende rechtliche Vorschriften und einer unklaren Verbrauchererwartung ist eine Beanstandung aufgrund irreführender Werbeaussagen schwierig und in jedem Fall eine Einzelentscheidung. Viele Werbeaussagen lassen sich zudem nur durch Einsicht in Produktunterlagen überprüfen (»unser Produktversprechen...«). Als typische Beispiele für Irreführungen wurden genannt: Verbraucher setzt häufig »Bio« mit Naturkosmetik gleich, beispielsweise: Körperöl auf der Basis von Paraffin mit geringem Anteil an »Bio«-Kamille vermittelt den Eindruck eines Naturkosmetikums im Gesamten. Produkte werden als »...Kosmetik auf Naturbasis« bezeichnet und nur wenige Inhaltsstoffe sind natürlicher Herkunft. Durch die Werbeaussage wird jedoch der Eindruck erweckt, als handle es sich um ein Naturkosmetikum. Auch der Einsatz multifunktionaler Stoffe (z. B. Duftstoff und Konservierungsstoff) und die Auslobung »ohne Konservierungsstoffe« birgt ein Irreführungsrisiko, falls der Einsatz allein wegen konservierender Wirkung erfolgt ist und der

Verwendungszweck als Duftstoff nur vorgeschoben wurde.

Aufgrund der unklaren Situation bezüglich der Anforderungen an Naturkosmetika erarbeiteten in der Vergangenheit Verbände und Wirtschaft eigene Labels wie z. B.: Siegel »Kontrollierte Naturkosmetik BDIH«, »Neuform-Siegel«, »Natur-Siegel«, Ecocert u.a..

Die Überprüfung auf Einhaltung der hier jeweils vorgeschriebenen Kriterien ist nicht Aufgabe der staatlichen Überwachungsbehörden. Verantwortlich hierfür sind der jeweilige Verband sowie der Hersteller. Zusammenfassend lässt sich feststellen: Der Täuschungsschutz des Verbrauchers hat an Bedeutung verloren (anderes Verbraucherleitbild, bessere Informationen des Verbrauchers durch rechtliche Vorschriften), während der Gesundheitsschutz an Bedeutung gewonnen hat (verbindliche Vorschriften zu GMP und Produktunterlagen). Die Aufgaben der Überwachung verlagern sich verstärkt auf Überprüfung der eingesetzten Rohstoffe, ihrer Spezifikationen und Reinheit sowie der Sicherheitsbewertung. Die Überprüfung der Wirk-aussagen kann ebenfalls bei Überprüfung der Produktunterlagen vorgenommen werden.

Die Situation in Österreich

Dr. Karin Gromann, Bundesministerium für Gesundheit, Familie und Jugend, Wien

Naturkosmetik und die mit diesem Begriff verbundene Philosophie ist ein sehr komplexer und emotionaler Gegenstand, welcher sich darüber hinaus über Naturverbundenheit, Nachhaltigkeit und anderen sozioökonomischen Faktoren definiert.

Der Konsument erwartet sich eine hohe Qualität dieser Naturkosmetika mit überwiegendem Anteil an natürlichen Stoffen ohne negative Auswirkungen für die Gesundheit und Umwelt.

Um diese Verbrauchererwartung widerzuspiegeln, wurde das österreichische Codexkapitel für Naturkosmetik (1. Auflage – Naturkosmetik 1994) überarbeitet mit dem Ziel, eine Grundlage für die Produktion und Vermarktung von Naturkosmetika zu schaffen, um einen lautereren Wettbewerb durch Transparenz, Kontrol-

le und Rückverfolgbarkeit zu gewährleisten und den Verbraucher vor Irreführung zu schützen.

Das Natur-Codexkapitel ist Teil des österreichischen Lebensmittelbuches (Codex alimentarius Austriacus) und ist gesetzlich im Lebensmittelsicherheits- und Verbraucherschutzgesetz (LMSVG) verankert. Das Natur-Codexkapitel wird per Erlass vom zuständigen Bundesminister für Gesundheit kundgemacht, wobei es keine Gesetzes- oder Verordnungskraft hat.

Seine rechtliche Bedeutung ist die eines »objektivierten Sachverständigengutachtens« und spiegelt die allgemeine Verkehrsauffassung wider. Eine Abweichung von diesem Sachverständigengutachten ist daher nur bei entsprechender Kenntlichmachung (Kennzeichnung) möglich. Im Zuge der Überarbeitung des Natur-Codexkapitels wurde versucht, dieser Erwartungshaltung des Verbrauchers soweit wie möglich gerecht zu werden. Unter Bedachtnahme auf Umweltverträglichkeit der Rohstoffe und Produkte sollen daher ausschließlich naturreine und ökologisch hochwertige Rohstoffe zum Einsatz kommen.

Da aber viele Naturstoffe nicht unverändert eingesetzt werden können, sind für deren Gewinnung und Weiterverarbeitung bewusst nur klassische physikalische, mikrobiologische oder enzymatische Methoden erlaubt.

Dies hat zur Folge, dass auf den Einsatz von naturidenten bzw. synthetisch hergestellten Stoffen bewusst verzichtet wird, was bedeutet, dass u.a. synthetisch rekonstruierte Farb- und Duftstoffe nicht verwendet werden können.

Einzige Ausnahme sind lediglich bestimmte Konservierungsstoffe. Hier ist der Einsatz von naturidenten Stoffen aus Gründen des Verbraucherschutzes und der Produktsicherheit notwendig und auch zulässig. Dabei ist besonders zu beachten, dass Konservierungsmittel von vorkonservierten Inhaltsstoffen besonders zu beachten und entsprechend zu deklarieren sind und eine abweichende Handhabung durch die Auslobung »konservierungsmittelfrei« einem unlauteren Wettbewerb Vorschub leisten kann. Dies betrifft ebenso die Aussagen wie »tierversuchsfrei« oder »gentechnikfrei«. Hersteller, deren Produkte den Anforderungen dieses Codexkapitels entsprechen,

können mit der Bezeichnung »Naturkosmetik« oder gleichsinnig bezeichnet werden. Desweiteren haben die Hersteller die Möglichkeit, vor dem erstmaligen Inverkehrbringen ihre Produkte durch eine autorisierte Stelle überprüfen zu lassen, ob dieses den gesetzlichen Anforderungen und den Kriterien des Codex-Kapitels entspricht. Sie erhalten dadurch die Möglichkeit, das kosmetische Mittel als »Naturkosmetik – geprüfte Codexqualität« zu bezeichnen.

Für alle Interessierten – Verbraucher oder Hersteller – steht das »Natur-Codexkapitel« unter folgendem Link als Download bereit:

http://www.bmg.gv.at/cms/site/attachments/4/9/6/CH0832/CMS1167207128242/b_33_kosmetische_mittel.pdf
<http://info.bmg.gv.at/>

■ Naturkosmetik näher beleuchtet

Warum überhaupt Naturkosmetik?

Dr. Jörg Strähle, Weleda,
Schwäbisch Gmünd

Echte Naturkosmetik verfolgt einen ganzheitlichen Ansatz aus Pflege und Nachhaltigkeit.

Die Selbstregulationsprozesse der Haut werden gezielt angeregt, indem z. B. pflanzliche Öle eingesetzt werden, die sich in das natürliche Triglyceridgleichgewicht der Haut integrieren. Darüber hinaus findet man in vielen pflanzlichen Extrakten Antioxidantien, die in einem ähnlich synergistischen Verhältnis wie in der Haut wirken.

Die in der Naturkosmetik eingesetzten Rohstoffe sollen jedoch nicht nur einen kosmetischen Nutzen erfüllen, sondern auch ressourcenschonend gewonnen, schonend verarbeitet und biologisch abbaubar sein.

Für Weleda sind diese Nachhaltigkeitsaspekte kein neuer Trend, sondern in der Unternehmensphilosophie seit fast 90 Jahren fest verankert. So werden bei Weleda die Rohstoffe entweder selbst angebaut oder aber mit Anbauprojekten in aller Welt verfolgt. Durch langjährige Partnerschaften mit Vertragsanbauern wird eine gleichbleibende Rohstoffqualität sichergestellt und Einkaufssicherheit zu fairen Preisen geboten.

In dem momentan stark wachsenden Naturkosmetikmarkt verschwimmen die Grenzen zwischen echter Naturkosmetik und konventioneller Kosmetik mit einem gewissen Anteil an natürlichen Inhaltsstoffen immer mehr. Es gibt keine regulatorische Definition der Begriffe Natur- oder Biokosmetik in Europa, sondern eine Vielzahl von Labels mit z. T. völlig unterschiedlichen Kriterien. Die Verbraucher sind verwirrt oder werden bewusst in die Irre geführt.

Um die hochwertige Qualität von echter Naturkosmetik zu sichern, veröffentlichte NaTrue als die internationale Interessensvertretung der Naturkosmetikhersteller im Mai 2008 ihre Kriterien für Natur- und Biokosmetik. Diese wurden in Kooperation mit dem IKW von einem wissenschaftlichen Ausschuss erarbeitet, der sich aus Experten aus der kosmetischen Industrie zusammensetzt. Die Abwicklung der Zertifizierung erfolgt durch nationale, von Natrue unabhängige Labelmanagementpartner. Diese Organisationen haben die Aufgabe, entsprechend geeignete und unabhängige Zertifizierer einzusetzen, die regelmäßig auditiert werden.

Die Natrue-Kriterien bieten absolute Transparenz sowohl für Verbraucher als auch für Hersteller und Zertifizierer. Unter www.natrue-label.com sind sowohl die Kriterien als auch das Zertifizierungsverfahren und die zugelassenen Stoffe zu finden. Die Kriterien beschreiben sowohl die Anforderungen für Natur- als auch für Biokosmetik.

Für die erste Stufe der Naturkosmetik werden Minimalgehalte an Naturstoffen sowie Maximalgehalte an naturnahen Stoffen gefordert. Naturnahe Stoffe dürfen nur aus Naturstoffen über bestimmte zugelassene chemische Verfahren hergestellt werden. Dabei sind die chemischen Umwandlungsschritte möglichst gering zu halten. Synthetische Stoffe wie z. B. aus der Petrochemie sind dagegen nicht erlaubt – Ausnahmeregelungen gibt es nur für einige naturidentische Konservierungsstoffe und für einige naturidentische Mineralstoffe. Die zweite Stufe der Naturkosmetik mit Bioanteil muss als zusätzliche Anforderung mindestens 70 % der Naturstoffe aus kontrolliert biologischen Anbau enthalten. Die höchste Stufe der echten Biokosme-

tik enthält mindestens 95 % der Naturstoffe aus kontrolliert biologischem Anbau.

Zusammenfassend kann man festhalten, dass echte Naturkosmetik eine sehr lange Tradition hat und keinen neuen Markttrend darstellt. Echte Naturkosmetik verfolgt einen ganzheitlichen Ansatz aus Pflege, Wirkung, Nachhaltigkeit und sozialer Verantwortung.

Ist Naturkosmetik sinnvoll?

Dr. Karl Lintner, Sederma,
Le Perray en Yvelines

Der provokative Titel lässt dem Autor nur eine Möglichkeit offen: man übernimmt die Rolle des »advocatus diaboli«. Der Ausdruck stammt aus der Prozedur der Selig- oder Heiligsprechung in der katholischen Kirche und bezeichnet die Person, die eventuelle Argumente gegen die so zu ehrende Person vorbringen sollte. Generell ausgedrückt ist damit derjenige gemeint, der eine gegnerische Meinung verteidigt, ohne ihr unbedingt anzugehören.

Ist Naturkosmetik sinnvoll? Genauso gut könnte man fragen, ist Kosmetik sinnvoll? Die Frage sollte eher lauten: ist die Abgrenzung von sogenannter »Naturkosmetik« zur sogenannten »konventionellen« Kosmetik sinnvoll? Diese Frage kann nur von den Verfechtern der »Naturkosmetik« bejaht werden, denn wer in diesem Industriezweig will schon von sich behaupten, er mache »konventionelle« Kosmetik? Die Abgrenzung ist willkürlich und wurde einseitig in den Raum gestellt. Aus dem Bedürfnis, sich als eine eigene Linie herauszustellen, entstand die Notwendigkeit, »Natur« zu definieren, und folglich zu normieren und zu zertifizieren. Unzählige Bemühungen von Privatwirtschaft und Verbänden in Europa führten somit zum heutigen Dschungel der Etiketten und Stempel, die europaweit angeboten und verwendet werden, um ein »Naturkosmetikum« von den »anderen« zu unterscheiden. Wenngleich diesen diversen Labels einige Grundprinzipien gemein sind, existieren doch einige wichtige Unterschiede, die eine echte Harmonisierung zur Zeit verhindern. Ob der Durchschnittskonsument davon verwirrt oder ob er (oder sie)

daran wirklich interessiert ist und seine Kaufentscheidung von den Labels abhängig macht, ist unklar; neutrale Konsumentenbefragung (z. B. Stiftung Warentest, Fresenius Symposium, Sept. 2008) zeigt deutlich, dass »Natur« oder »Ökobel« gar nicht als spontane Antwort zur Frage: »was erwarten Sie von einem Kosmetikprodukt?« erscheint. Und dass der Konsument heute besser informiert sei und daher seine Produktauswahl rational trifft, ist nicht erwiesen und geradezu unwahrscheinlich. Auch hier ergeben Umfragen eher, dass emotionale Argumente und Begriffe (»natürlich«, »traditionell«, »paraben-frei«, sogar: »chemikalienfrei«!) den Vorzug haben vor »statistisch nachgewiesen« und »wissenschaftlich geprüft«.

Die Gründe, sich zu »Naturkosmetik« zu bekennen, eine Produktlinie als solches herauszustellen, mögen unterschiedlich sein: ein echtes Bedürfnis, nur nachwachsende Rohstoffe einzusetzen und deren Verarbeitung in ein Kosmetikum so umweltfreundlich wie möglich zu garantieren, ist ein hohes, schwer erreichbares, aber anerkennungswürdiges Ziel. Wenn es aber dann darum geht, in komplizierten Formeln zu berechnen, wie viele »Bio-Anteile« und wie viele »Öko-Prozente« in dem einen oder anderen Label (1 oder 2 oder 3 Sterne oder Blümchen oder auch Blätter) »gefordert« sind, ob Wasser in die Berechnung einbezogen wird und ob Inhaltsstoffe tierischen Ursprungs »natürlich« sind oder nicht, dann wird die Abgrenzung »Naturkosmetik« zur »Nicht-Naturkosmetik« äußerst willkürlich, technisch komplex, wissenschaftlich unhaltbar und wettbewerbsverzerrend. Wobei durchaus zugegeben werden muss, dass viele Produkte, die als »Naturkosmetik« angepriesen werden, obwohl sie – wegen der mangelnden »offiziellen« Definition des Begriffes – nur wenig »Natur« enthalten, ebenfalls wettbewerbsverzerrend agieren.

Die Frage nach den Gründen für die Erscheinungsform »Naturkosmetik« kann nur evtl. mit Zeitgeist, zunehmendem globalem Trend- und Umweltbewusstsein beantwortet werden. Obwohl im Internet, den Printmedien und anderen Informationsträgern die Vorzüge der »Naturkosmetik« gegenüber den Gefahren der »konventionellen« – sprich »chemi-

schon Kosmetik« herausgestellt werden, lassen sich diese Behauptungen, ein »Naturkosmetikum« sei besser, sicherer oder wirksamer als ein vergleichbares »Nicht-naturkosmetikum«, nicht so selbstverständlich nachweisen.

Wenn der Sinn eines »Naturkosmetikums« jedoch nur darin liegt, nachhaltige Entwicklung zu fördern (soweit dies nachweisbar ist), dann sollten die diversen Standards sich eindeutig daran orientieren und nicht willkürliche Kriterien in ihren Leitlinien enthalten (z. B. tierische Extrakte vom lebenden Tier: JA - vom toten Tier: NEIN; Titandioxid: JA - Nanopartikel und Fluor (in der Zahnpaste): NEIN; Veresterung: JA - Quaternisierung: NEIN; Hitzesterilisierung: JA - Radiokontamination: NEIN).

Um die Frage der Sinnhaftigkeit der zwangsläufig willkürlichen Abgrenzung von »Naturkosmetik« zu klären, wird vorgeschlagen, den Gebrauch von Worten wie »Natur«, »natürlich«, »Bio«, »ökologisch« etc. aus jeder Werbeaussage, aus jedem Etikett und Beipackzettel zu verbannen: stattdessen wird angeregt, eine NEUE Norm ins Leben zu rufen, die – ähnlich ISO 9001 oder ISO 14001 – nicht spezifische Listen und/oder Werte für diesen oder jenen Inhaltsstoff definiert, sondern die Prinzipien verantwortungsbewusster und nachhaltigkeitsorientierter Chemie als Maßstab nimmt. Diese neue Norm würde vom Hersteller Beweise über sein kontinuierliches Fortschreiten und Verbessern seiner Produkte, seiner Herstellungsverfahren, seiner Einbeziehung der Umwelt, der Verbraucherwünsche und der Konsequenzen seiner Tätigkeit, fordern. Dies wäre ein dynamischer Prozess im Gegensatz zur heute üblichen statischen Zertifizierung einer Rezeptur nach willkürlich festgelegten Kriterien und Prozentsätzen, die sich je nach Grad der Harmonisierungsannäherung in kurzer Zeit ändern können. Der »advocatus diaboli« steht für ehrliche, rationale Diskussion zur Verfügung.

(Fortsetzung folgt)