

Naturkosmetik im Hotel-Spa

# Ein zartes Pflänzchen



Naturkosmetik erfreut sich wachsender Beliebtheit bei den Konsumenten. Auch Wellnesshotels – vor allem solche mit ökologischen oder naturnahen Spa-Konzepten – arbeiten vermehrt mit einer »grünen« Kosmetik-Linie als Ergänzung zu den klassischen Marken. Doch welche Produkte fallen überhaupt unter den Begriff Naturkosmetik? Welche Inhaltsstoffe sind erlaubt und welche Prüfsiegel gibt es? Ein aktueller Überblick

von KIRSTEN POSAUTZ

**W**as haben Jennifer Aniston, Drew Barrymore, Kate Hudson und Julia Roberts gemeinsam? Sie sind Stars. Und sie stehen auf Cremes, Shampoos und dekorative Naturkosmetikprodukte »made in Germany«, was die Hersteller freut und womit sie gern werben. Bei Prominenten, aber auch bei Gutverdienern in den urbanen Gegenden der USA hat »green luxury« einen hohen Stellenwert. Laut einer Statistik des Branchenmagazins »Natural Foods Merchandiser« verzeichnete der Natur- und Bio-Kosmetiksektor 2012 ein Wachstum von fast zehn Prozent (Quelle: »eve« 1/14). Deutsche Naturkosmetik ist im Land der unbegrenzten Möglichkeiten wegen ihrer hohen Qualitätsstandards und der damit einhergehenden Zertifizierungen beliebt. Auch dass die Produkte ohne gentechnisch veränderte Organismen (GMOs) und ohne Tierversuche hergestellt werden, beeinflusst die Kaufentscheidung von ökologisch verantwortungsbewussten Konsumenten.

In der im Juli 2013 in Kraft getretenen neuen EU-Kosmetikverordnung, die für alle kosmetischen Mittel gilt, sind Tierversuche jetzt auch für Rohstoffe verboten; zudem werden Werbeaussagen um einiges strenger geregelt als bisher. So fordert die EU neue Wirknachweise und stellt noch höhere Anforderungen an die Sicherheit kosmetischer Präparate. Auch die Kennzeichnung ist ein wichtiger Punkt. Denn die Frage »Was ist drin?« beschäftigt immer mehr Konsumenten. Neben dem Namen und der Firma sowie der Anschrift der Personen, die für das Erzeugnis verantwortlich sind, gehört zu den Vorschriften eine Liste der Bestandteile des kosmetischen Mittels. Basis dafür ist die INCI-Liste (Internationale Nomenklatur für kosmetische Inhaltsstoffe), die Aufschluss über die verwendeten tierischen, pflanzlichen und synthetischen Rohstoffe liefert. Sie ist vor allem für Allergiker relevant, die vor dem Kauf ein Produkt auf bedenkliche Inhaltsstoffe prüfen möchten.

Bei Naturkosmetik geht es immer auch darum, was nicht drin ist. Tabu sind Inhaltsstoffe wie Polyethylenglykol (PEGs), Silikone, Parabene, synthetische Duftstoffe, Paraffine und andere Erdölprodukte. »Als Naturkosmetik werden Kosmetika bezeichnet, die dem Anspruch nach schonender für Mensch und Umwelt und aus »natürlicheren« Rohstoffen hergestellt sind als herkömmliche Kosmetika«, heißt die vorsichtige Umschreibung im Wikipedia-Beitrag. Denn der Begriff Naturkosmetik ist bislang nicht eindeu-

tig definiert und geschützt. Was dazu führt, dass einige Firmen ihren Produkten durch Visualisierungen wie Blätter oder Blumen bzw. vage Formulierungen wie »inspiriert von der Natur« ein grünes Deckmäntelchen umhängen, um vom Natur pur-Trend zu profitieren.

## »Werteorientierter Konsum«

Um Transparenz im wachsenden Markt bemühen sich Verbände und Organisationen wie beispielsweise der BDIH mit seiner Arbeitsgruppe Naturkosmetik, aber auch der naturkosmetikverlag e.dambacher aus Dortmund. Branchenkennerin Elfriede Dambacher hat bereits 2006 zusammen mit renommierten Marktforschungsunternehmen eine Basis geschaffen, um im europäischen Naturkosmetikmarkt aussagefähige Daten und Fakten generieren zu können. Die Entwicklung wird sowohl von Handelsseite als auch von Konsumentenseite aus analysiert; die Ergebnisse finden sich unter anderem im neuen »Naturkosmetik Jahrbuch« (ET April 2014) sowie im »Naturkosmetik Branchenreport« von 2012 wieder. Bei den Erhebungen zeichnet sich ein durchweg positiver Trend ab: Der deutsche Markt für natürliche Schönheitsprodukte erwirtschaftete im vergangenen Jahr 920 Millionen Euro und verzeichnete ein Wachstum von gut sieben Prozent.

Grundsätzlich ist der Begriff Natur positiv besetzt und hat für Konsumenten somit einen emotionalen Mehrwert. Elfriede Dambacher: »Naturkosmetik führt das Wachstum im Kosmetikmarkt an und postuliert einmal mehr, wie wertorientierter Konsum die Märkte beeinflusst.« Was viele gar nicht wissen: Der deutsche Naturkosmetikmarkt ist der größte in Europa und der zweitgrößte der Welt.

Grundlage der Markterhebung und laut Elfriede Dambacher »unerlässlich für eine differenzierte Betrachtung des Naturkosmetikmarktes« ist die Klassifizierung des gesamten Kosmetikmarktes in drei Segmente. Dazu haben GfK Panel Services (Consumerpanel) und die symphonyIRLgroup (Handelspanel) gemeinsam mit dem Beratungsunternehmen naturkosmetik konzepte bestimmte Kriterien entwickelt. Das erste Segment ist Naturkosmetik mit und ohne Siegel sowie Reformkosmetik nach der Neuform-Richtlinie für Kosmetik. Das zweite ist Naturnahe

Kosmetik (Pflanzen- und Phytokosmetik), wobei pflanzliche Wirk- und Rohstoffe zum Einsatz kommen, die Rahmenrezeptur aber nicht dem Standard zertifizierter Naturkosmetik entspricht. Zum dritten Segment, der Kosmetik, gehören alle Marken, die weder der Naturkosmetik noch der Naturnahen Kosmetik zugeordnet werden können.

### Internationaler Standard

Die Orientierung und damit die Kaufentscheidung erleichtern sollen die verschiedenen Siegel, die von europäischen Organisationen vergeben werden (siehe rechts). Neben der Art der Rohstoffe werden bei den Zertifizierungen auch Anbau, Gewinnung und Verarbeitung sowie zum Teil das soziale und ökologische Engagement der Firmen überprüft. Der BDIH (Deutschland), COSMEBIO (Frankreich), ECOCERT (Frankreich), ICEA (Italien) und die Soil Association (UK) haben 2010 den internationalen COSMOS-Standard AISBL gegründet, um bei aller Label-Vielfalt einheitliche Richtlinien für Bio- und Naturkosmetik zu erarbeiten.

Eine Sonderstellung im Naturkosmetikmarkt nimmt die vegane Kosmetik ein, die aufgrund des steigenden Interesses an veganer Ernährung und dem dazugehörigen Lebensstil nicht außer Acht gelassen werden sollte. Bekanntes Siegel ist die Veganblume, die von der Vegan Society vergeben wird und Nahrungs- und Reinigungsmittel sowie Kosmetikprodukte kennzeichnet, die keinerlei tierischen Substanzen enthalten. Das Logo signalisiert zudem, dass der Hersteller keine Tierversuche gemacht oder in Auftrag gegeben hat – auch nicht für die verwendeten Rohstoffe. Einige Hersteller kennzeichnen ihre Produkte mit eigenen Zeichen oder Aufschriften. Hier lohnt sich genaues Hinsehen, denn »vegan ist noch längst nicht bio«, wie das Internetportal [naturalbeauty.de](http://naturalbeauty.de) zu bedenken gibt. Parabene, Formaldehyd und PEGs gehören streng genommen zu veganen Rohstoffen für Kosmetik, – »denn auch pure Chemie hat keinen tierischen Ursprung« (Quelle: [www.naturalbeauty.de](http://www.naturalbeauty.de), März 2014, »Ein starkes Duo: bio und vegan«).

### Geprüfte Qualität:

# Naturkosmetik-Siegel & -Label

**BDIH Standard** Das BDIH-Prüfzeichen für kontrollierte Naturkosmetik wird seit 2001 vom Bundesverband der Industrie- und Handelsunternehmen für Arzneimittel, Reformwaren, Nahrungsergänzungsmittel und Körperpflegemittel vergeben. Der Standard beschreibt Anforderungen, welche sich auf die Gewinnung bzw. Erzeugung der Kosmetikrohstoffe sowie auf deren Verarbeitung beziehen. Hierbei werden die Belange des Tier- und Artenschutzes besonders berücksichtigt. [www.kontrollierte-naturkosmetik.de](http://www.kontrollierte-naturkosmetik.de)



**NATRUE** NATRUE ist ein nicht gewinnorientierter Verband für Natur- und Biokosmetik mit Hauptsitz in Brüssel, der 2007 von deutschen Herstellern von Naturkosmetik gegründet wurde. Im Gegensatz zu anderen Gütesiegeln zertifiziert NATRUE nicht selbst, sondern setzt die Standards bzw. sichert die Qualität der Kriterien. NATRUE erlaubt zudem eine Zertifizierung mit mehreren Standards. Es werden drei Zertifizierungsstufen unterschieden: Naturkosmetik, Naturkosmetik mit Bio-Anteil und Biokosmetik. Aktuell sind mehr als 3600 Produkte und 250 Rohstoffe NATRUE-zertifiziert.



[www.natrue.org](http://www.natrue.org)

**ECOCERT** Die Kontroll- und Zertifizierungsstelle für nachhaltige Entwicklung in Deutschland bietet in den Bereichen Biokosmetik und Wellness verschiedene Zertifizierungsmöglichkeiten, darunter zwei Label für Natur- und Biokosmetik. Beim Label Biokosmetik müssen mindestens 95 Prozent der pflanzlichen Inhaltsstoffe in der Rezeptur und mindestens zehn Prozent der gesamten Inhaltsstoffe (in Gewichtsanteilen) aus ökologischem Anbau stammen. Beim Label Naturkosmetik müssen mindestens 50 Prozent der pflanzlichen Inhaltsstoffe in der Rezeptur und mindestens fünf Prozent der gesamten Inhaltsstoffe (in Gewichtsanteilen) aus ökologischem Anbau stammen.



[www.ecocert.de](http://www.ecocert.de)

**demeter** Das Demeter-Warenzeichen steht für biologisch-dynamische Qualität. Die Kosmetik-Richtlinien sind Teil der Demeter-Anbau-, Verarbeitungs-, Verpackungs- und Kennzeichnungsrichtlinien. Sie gelten weltweit als die konsequentesten Vorschriften für hochwertige Bio-Produkte. Kosmetik-Produkte, die das orangefarbene Demeter-Markenzeichen tragen, enthalten immer mindestens 90 Prozent Demeter-Rohstoffe. [www.demeter.de](http://www.demeter.de)



**Naturland** Der Verband für ökologischen Landbau e.V. zertifiziert ausschließlich Kosmetikprodukte, die sich sowohl auf eine natürliche Herkunft als auch auf einen Herstellungsprozess nach ökologischen Grundsätzen beziehen. 95 Prozent der pflanzlichen Rohstoffe müssen aus Naturland-zertifizierter Landwirtschaft stammen; Nanopartikel und synthetische Inhaltsstoffe sind verboten. [www.naturland.de](http://www.naturland.de)



**COSMEBIO** Die französische Association Professionnelle de Cosmétique Ecologique et Biologique hat sich zum Ziel gesetzt, einen einheitlichen Standard für biologische Kosmetik zu definieren. Zur Kennzeichnung gibt es zwei Labels: Das BIO-Label wird für Produkte vergeben, die mindestens 95 Prozent natürliche Inhaltsstoffe, mindestens 95 Prozent der pflanzlichen Inhaltsstoffe aus kontrolliert biologischem Anbau und mindestens zehn Prozent der gesamten Inhaltsstoffe aus kbA enthalten. Beim ECO-Label ist das Verhältnis 95 Prozent, 50 Prozent und fünf Prozent. [www.cosmebio.org](http://www.cosmebio.org)



**Natural ICADA** Das Verbands-Prüfzeichen der International Cosmetic And Detergents Association (ICADA e.V.) mit Sitz in Düsseldorf sieht sich als »Premium Label für authentische Bio- und Naturkosmetikfirmen«. Zur Herstellung der Produkte dürfen ausschließlich Rohstoffe eingesetzt werden, die den strengen Vorgaben der Richtlinie entsprechen. Bevorzugt werden Pflanzen aus kontrolliert biologischem Anbau oder zertifizierter Wildsammlung verwendet. [www.zertifizierte-naturkosmetik.eu](http://www.zertifizierte-naturkosmetik.eu)



**NCS Natural Cosmetic Standard** Im NCS sind die Qualitäten der Inhaltsstoffe von Naturkosmetika geregelt. Eine Vorgabe über die prozentuale Zusammensetzung der Inhaltsstoffe in einem Produkt gibt es hierbei nicht. Inhaltsstoffe aus kontrolliert biologischem Anbau können mit Sternchen gekennzeichnet werden. Eine Kennzeichnung als Bio-Kosmetik (z.B. Bio-Seife) ist möglich, wenn mindestens 95 Prozent der Inhaltsstoffe landwirtschaftlichen Ursprungs (kbA) sind. [www.natural-cosmetics.cc](http://www.natural-cosmetics.cc)



**Austria Bio Garantie** In Österreich sind die Richtlinien für Bio-Kosmetik im Lebensmittelcodex festgelegt. Das ABG-Siegel darf nur von Betrieben verwendet werden, die von der Austria Bio Garantie zertifiziert sind – auf Produkten, die die Vorgaben für den relevanten Bio-Kosmetikstandard einhalten (Codexkapitel A8, Biokosmetik). [www.abg.at](http://www.abg.at)



## »Die Zeit ist reif«

**Unter diesem Motto** findet vom 27. bis 29. Juni im Spa Hotel Panorama Royal in Bad Häring/Tirol das erste NaturkosmetikCamp statt – der »kleine Bruder« des erfolgreichen SpaCamps. Die als BarCamp konzipierte Fachveranstaltung für grüne Naturkosmetik wendet sich auch an Spa- und Hotelbetreiber. 21 Themensessions sind geplant; unter anderem wurden folgende Themen eingereicht: »Wie viel Natur (-Kosmetik) braucht ein Spa?« und »Naturkosmetik«, »Naturkosmetik mit Bioanteil und »Biokosmetik«: Richtlinien und Siegel«. Keynote-Speakerin ist Spiegel-Bestsellerautorin Rebekka Reinhard – ihr Thema lautet »Natürliche Schönheit, Haltung und Einstellung«. Veranstalter und Organisator Wolfgang Falkner von Der Falkner Spa Marketing: »Im Handel ist grüne, zertifizierte Naturkosmetik nicht mehr wegzudenken. In der Vergangenheit spielte im Spa-Bereich der Hotels dieses Thema eine eher untergeordnete Rolle. Mittlerweile gibt es aber einige Hersteller, die sehr hochwertige Produkte anbieten – bei denen der Inhalt stimmt, aber auch die Verpackung und die Zeremonien. Die Zeit ist reif, hier etwas zu bewegen.« Info: [www.naturkosmetikcamp.com](http://www.naturkosmetikcamp.com)

