Verbraucherzentrale Hamburg

Pressemitteilung vom 31. Juli 2019

Naturkosmetik unter falscher Flagge

Marktcheck der Verbraucherzentrale entlarvt Greenwashing-Tricks der Kosmetikhersteller

Natur- und Biokosmetikprodukte liegen im Trend, weil sie oft haut- und umweltfreundlicher sind als konventionelle Pflegeprodukte. Um von der wachsenden Kauflust der Verbraucherinnen und Verbraucher zu profitieren, gestalten Hersteller herkömmlicher Pflegeartikel ihre Produkte zunehmend in Naturoptik und mit Bio-Wording, ohne sich jedoch an die Standards der Naturkosmetikbranche zu halten. Die Verbraucherzentrale Hamburg hat die Etiketten von 16 vermeintlichen Natur-Pflegeprodukten wie Cremes, Lotions oder Shampoos stichprobenartig überprüft und flüssige Kunststoffe und synthetische Inhaltsstoffe darauf gefunden. Die Verbraucherschützer fordern rechtsverbindliche und einheitliche Vorgaben für Naturkosmetik, um Greenwashing zu verhindern.

Greenwashing-Tricks der Kosmetik-Hersteller

„Greenwashing bei Kosmetik ist nicht neu, doch mit dem wachsenden Markt gibt es immer mehr Trittbrettfahrer“, sagt Silke Schwartau von der Verbraucherzentrale Hamburg. „In vielen Produkten, die natürlich und biologisch daherkommen, stecken Mineralölbestandteile, Parabene oder Silikone.“ Laut Einschätzung der Verbraucherschützerin sind drei Greenwashing-Tricks bei den Herstellern besonders beliebt.

1. »Bio« im Namen: Obwohl „Bio“ im Produkt- oder Markennamen vorkommt, sind die Inhaltsstoffe nicht „Bio“ und nicht natürlichen Ursprungs. Teilweise verweisen die Anbieter sogar darauf, dass „der Gesetzgeber BioKosmetik nicht weiter reguliert“ und sie daher freie Handhabe hätten.

2. Pflanzliche Inhaltsstoffe: Grün schimmernde Flaschen, angedeutete Blätter und Früchte, groß ausgelobte natürliche Pflegeöle sollen darüber hinwegtäuschen, dass die Produkte viele synthetische Stoffe enthalten. Da die Liste der Inhaltsstoffe, die sogenannte INCI-Liste, für Laien nur schwer zu entziffern ist, haben Anbieter ein leichtes Spiel. Besonders beliebt: „frei von"-Deklarationen, die jedoch selten vollständig sind. Ein Hersteller argumentierte, dass es sich bei seinem Produkt nicht um eine „zertifizierte Naturkosmetikmarke handele, sondern um eine von der Natur inspirierte, positive Lifestyle-Marke".

3. »Natürliches Wasser«: Mehr Wasser gleich mehr Natur, lautet die Devise seit September 2017. Dank einer europaweiten Iso-Norm dürfen Kosmetikhersteller seither die Zutat Wasser den natürlichen Inhaltsstoffen zuordnen. Viele Anbieter machen sich das zunutze und treiben die Zutaten natürlichen Ursprungs auf diese Weise in die Höhe, um die Prozentanteile werbewirksam auf der Verpackung auszuloben. So wird beispielsweise eine Feuchtigkeitspflege, die 63 Prozent Wasser enthält, mit „97 % Inhaltsstoffen natürlichen Ursprungs" beworben.

Gesetzliche Vorgaben erforderlich

„Wir müssen der Täuschung im Drogeriemarkt ein Ende setzen!", fordert Verbraucherschützerin Schwartau. „Der Gesetzgeber ist gefordert, in Form eines unabhängigen, kontrollierten Labels, rechtsverbindliche und einheitliche Vorgaben für Naturkosmetik zu schaffen. Nur wenn Natur oder Bio drin sind, darf es auch draufstehen." Ein vertrauenswürdiges Label könnte Verbrauchern beim Einkauf von Kosmetik- und Pflegeprodukten helfen, nicht auf die Maschen der Hersteller hereinzufallen. Das Wirrwarr der derzeit rund 30 unterschiedlichen privaten Siegel für Naturkosmetik hingegen gibt vielen Menschen kaum Orientierung.

Die konkreten Ergebnisse des Marktchecks mit zahlreichen Produktbeispielen zum Greenwashing bei Kosmetik sind veröffentlicht auf der Internetseite der Verbraucherzentrale Hamburg unter: www.vzhh.de/greenwashing-bei-kosmetik

Bitte beachten Sie, dass die Meldung den Stand der Dinge zum Zeitpunkt ihrer Veröffentlichung wiedergibt.

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

https://www.vzhh.de/presse/naturkosmetik-unter-falscher-flagge