Verbraucherzentrale Hamburg

Aloe vera: Greenwashing bei Kosmetik

Wie grün sind Kosmetik- und Drogerieartikel mit Aloe vera wirklich? Wir haben uns über 20 Produkte genauer angeschaut. Vom natürlichen Blattgrün ist leider nicht immer besonders viel enthalten. Und in manchen Duschgelen haben wir sogar Mikroplastik gefunden.

© Verbraucherzentrale Hamburg

DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

1. Die begehrte Pflanze Aloe vera ist in vielen Kosmetikprodukten nur in geringen Mengen vorhanden.
2. In einigen Aloe-Produkten steckt auch umweltschädliches Mikroplastik, das für Verbraucher kaum zu identifizieren ist.

3. Anbieter können für Werbeaussagen zur Wirkung von Aloe vera oft keine ausreichenden Belege vorweisen.

Stand: 19.04.2017

Bitte beachten Sie, dass dieser Artikel den Stand der Dinge zum Zeitpunkt der Veröffentlichung wiedergibt.

Die Wüstenpflanze Aloe vera entfaltet ihre grünen Blätter auf vielen Verpackungen von Drogerie- und Kosmetikartikeln. Was so schön grün und natürlich aussieht, hat mit Naturkosmetik oft wenig gemein. In vielen Cremes, Duschbädern oder Hautgelen ist Aloe vera nur in geringen Mengen vorhanden. Wir haben uns insgesamt 21 Produkte genauer angeschaut und in einigen Aloe-Produkten sogar umweltschädliches Mikroplastik gefunden.

© Verbraucherzentrale Hamburg

Die genauen Ergebnisse mit Bildern und Bewertungen haben wir in drei übersichtlichen Tabellen zusammengefasst:

- Übersicht: Kosmetik mit Aloe Vera und Mikroplastik
- Übersicht: Hautpflegemittel mit Aloe Vera
- Übersicht: Drogerieartikel mit Aloe Vera

Große Bilder, wenig Inhalt

Während Bilder der Aloe-Pflanze bis zu 50 Prozent der Fläche auf der Schauseite der untersuchten Verpackungen ausmachten, betrug der Anteil im Produkt häufig nur wenige Prozent. Bei einer Feuchtigkeitsmilch und einer Pflegecreme war es jeweils lediglich ein Prozent. Gleichzeitig war häufig nicht klar zu erkennen, ob ein Hersteller Aloe vera als Direktsaft verwendet oder nur rückverdünntes Pulver- oder Saftkonzentrat einsetzt. Dem Direktsaft wird die größte kosmetische Wirkung nachgesagt.

Menge unklar

Kaum ein Hersteller machte auf der Verpackung oder im Internet konkrete Angaben zum prozentualen Anteil des Aloe-Saftes im Produkt. Die Anbieter nutzen eine Gesetzeslücke , wonach der Prozent-Anteil bei einer Auslobung in Wort und Bild nicht angegeben werden muss. Wie viel Aloe ein Drogerie- oder Kosmetikartikel tatsächlich enthält, ist für Verbraucher – anders als bei Lebensmitteln – nicht ersichtlich. Bei einem Nussjoghurt beispielsweise muss die Menge der zugefügten Nüsse deklariert werden.

Drei Viertel der Hersteller benannten nicht einmal auf unsere Nachfrage hin die genaue Menge an Aloe vera in ihrem Produkt und führten hierfür „Wettbewerbsgründe“ an.

Aloe vera mit Mikroplastik

In fünf der 21 untersuchten Produkte fanden wir trotz des vermeintlich grünen Images umweltschädliche Plastikverbindungen. Die kleinen Plastikteilchen oder flüssige Polymere verbergen sich hinter komplizierten chemischen Begriffen. Ohne chemisches Insiderwissen sind die Stoffe kaum zu identifizieren.

Zum Mikroplastik gehören kleinste Plastikteilchen (synthetische Polymere), die 5 mm und kleiner sind. Die Namen lauten beispielsweise: Polyethylene, Nylon, Polypropylene, Polystyrene, und Polyurethane. Sie kommen als wasserunlösliche Feststoffe vor, sind so gut wie nicht biologisch abbaubar und verbleiben teilweise mehrere 100 Jahre in der Umwelt. Gegen den Einsatz von Mikroplastik gibt es seitens der Industrie nur eine lückenhafte freiwillige Vereinbarung, die für abwaschbare Kosmetikprodukte gilt, also zum Beispiel nicht für Cremes.

Übrigens: Umweltorganisationen wie der BUND (Bund für Umwelt und Naturschutz) oder Codecheck veröffentlichen zum Thema Mikroplastik in Kosmetika regelmäßig aktuelle Informationen. Leider sind die Definitionen überall etwas unterschiedlich, so wird nicht genau genug zwischen flüssigen Polymeren und Mikroplastik unterschieden. Einige Organisationen, so auch die Verbraucherzenrale, arbeiten momentan an einheitlichen Definitionen.

Unbelegte Werbeaussagen

19 von 21 Unternehmen legten zu Auslobungen wie „feuchtigkeitsspendende Wirkung“ keine ausreichenden Belege vor. Fünf Anbieter führten Studien zur allgemeinen Wirkung von Aloe vera an, ohne sich jedoch auf die konkrete kosmetische Wirkung in ihrem Produkt zu beziehen. Auch die Stiftung Warentest hat bereits die allgemeine Wirkung von Aloe vera beurteilt.

UNSER FAZIT

Auf der „grünen Aloe-Welle“ schwimmen viele unseriöse Trittbrettfahrer mit. Die Ergebnisse unseres Marktchecks zeigen einmal mehr, dass auch bei Kosmetik- und Drogerieartikeln mehr Transparenz dringend geboten ist. Die Etiketten sind nicht informativ und verständlich genug. Ein unabhängiges kontrolliertes Label für Naturkosmetik würde vielen Verbrauchern helfen, schwarze Schafe besser zu erkennen.

Denn: Es kann nicht sein, dass sich in vermeintlich grünen Aloe-Produkten kleine Plastikpartikel verbergen, die unabsehbare Schäden in der Umwelt anrichten. Plastik aller Art in Cremes oder Duschgelen gehört schnellstmöglich auf die Verbotsliste der Kosmetikverordnung. Alternativen wie Zellulose, Reis- oder Bambusholzpulver gibt es.

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

https://www.vzhh.de/themen/umwelt-nachhaltigkeit/kosmetik/aloe-vera-greenwashing-bei-kosmetik