Verbraucherzentrale Hamburg

Pressemitteilung vom 19. April 2017

# Greenwashing mit Aloe vera

Verbraucherzentrale Hamburg prüft Kosmetik- und Drogerieartikel

Die Wüstenpflanze Aloe vera entfaltet ihre grünen Blätter auf Verpackungen von Drogerie- und Kosmetikartikeln. Doch in vielen Cremes, Duschbädern oder Hautgelen ist Aloe vera nur in geringen Mengen vorhanden. Das ergab eine Prüfung von insgesamt 21 Produkten durch die Verbraucherzentrale Hamburg. In einigen Artikeln mit Aloe fanden die Verbraucherschützer sogar umweltschädliches Mikroplastik.

**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“, erläutert Silke Schwartau von der Verbraucherzentrale Hamburg. Wie viel Aloe ein Drogerie- oder Kosmetikartikel tatsächlich enthält, ist für Verbraucher – anders als bei Lebensmitteln – nicht ersichtlich. Drei Viertel der Hersteller benannten nicht einmal auf Nachfrage der Verbraucherzentrale die genaue Menge an Aloe in ihrem Produkt.

**Aloe vera und Mikroplastik:** In fünf der 21 untersuchten Produkte fanden die Hamburger Verbraucherschützer trotz des vermeintlich grünen Images

umweltschädliche Plastikverbindungen. Die kleinen Plastikteilchen verbargen sich hinter langen chemischen Begriffen. „Ohne chemisches Insiderwissen sind die Stoffe kaum zu identifizieren“, warnt Schwartau.

**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.

„Die Ergebnisse unseres Marktchecks zeigen, dass auch bei Kosmetik- und Drogerieartikeln mehr Transparenz dringend geboten ist“, meint Verbraucherschützerin Schwartau. Ein unabhängiges kontrolliertes Label für Naturkosmetik würde vielen Verbrauchern helfen, schwarze Schafe besser zu erkennen. „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.“

Eine Aufstellung der untersuchten Aloe-Produkte mit Bildern und Bewertungen ist veröffentlicht auf der Internetseite der Verbraucherzentrale Hamburg unter www.vzhh.de.  Zu finden ist dort ebenfalls eine Liste mit 22 möglichen Bezeichnungen für Mikroplastik in Kosmetika.

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

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

https://www.vzhh.de/presse/greenwashing-aloe-vera