

Naturkosmetik: Ein grünes WUNDER?

Der Markt boomt: In den vergangenen Jahren konnte sich die Naturkosmetikbranche über zweistellige Wachstumsraten freuen. Was dran ist an der grünen Pflege, wie sich Hoteliers auf den Trend einstellen und ob es sich lohnt, eigene Produktlinien zu entwickeln – diesen Fragen ist Top hotel nachgegangen

alter Theiner ist nicht der Typ Mann, der sich mal eben für eine luxuriöse Gesichtsbehandlung eine Stunde in den Wellnessbereich seines Hauses verabschiedet. Und doch war es ihm ein echtes Anliegen, bei Eröffnung seines Bio-Hotels den Gästen eine hauseigene Kosmetiklinie anzubieten.

Von HEIDI TIEFENTHALER

Für ihn eher eine Frage der Authentizität als möglicher Zusatzeinnahmen. »Wir wollten etwas Eigenes, Bodenständiges haben«, sagt er. Wer Theiner's Garten nahe Meran kennt, bezweifelt nicht, dass es ihm wirklich um ein glaubwürdiges Produkt passend zum konsequent

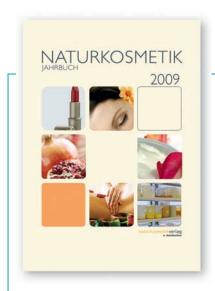
ökologischen Konzept des Hauses ging. Und was würde besser passen als die Äpfel und Pfirsiche, die in den familieneigenen Obstgärten seit 25 Jahren ohne Chemie reifen? »Wir wollten etwas verwenden, das von uns kommt. Etwas, was wir selbst angebaut und gepflegt haben.«

Doch von der Idee bis zur hauseigenen Bio-Vitalkosmetik waren einige Hindernisse zu überwinden. Das Kräuterschlössl — Theiners Partner bei der Kosmetikentwicklung — hatte bereits Erfahrung mit hoteleigener Kosmetik und wusste um den Trend der Regionalität. Für eine Südtiroler Hotelkette beispielsweise entwickelte das Unternehmen Pflegeprodukte aus Vinschgauer Marillen und Alpenrosen. »Im Handel bekommen die Menschen Tausende von verschiedenen Kosmetikprodukten. Im Hotel soll es etwas Besonderes, etwas Exklusives sein«, sagt Annemarie Gluderer vom Kräuterschlössl. Im Falle der Familie Theiner war sehr schnell klar, was drin sein sollte. Schwieriger war es mit den Stoffen, die nicht

drin sein sollten. In manchen Naturkosmetikrezepturen finden sich synthetisch hergestellte Farb-, Duft- oder Konservierungsstoffe. Und genau die wollten Theiners nicht in ihren Pflegeprodukten haben. Also wurde probiert und experimentiert; unerwünschte Zutaten wurden durch andere, natürliche ersetzt. Wie sich das letztlich auf die Haltbarkeit der Produkte auswirken würde, konnte niemand mit Sicherheit vorhersagen. Kleine Produktionsmengen und laufende Qualitätskontrollen sollten hier das finanzielle Risiko klein halten. Bisher sei der Verzicht auf chemische Inhaltsstoffe absolut problemlos verlaufen, berichtet Annemarie Gluderer. Die Kosmetiklinie ist mittlerweile von der unabhängigen Öko-Kontrollstelle Abcert als Bio-Kosmetik zertifiziert und kommt bei den Gästen gut an. Bald muss eine zweite Charge produziert werden. Doch auch, wenn die Urlauber gern eine Apfel-Bodylotion oder ein Pfirsich-Dusch-Shampoo mit nach Hause nehmen: Eine »Cashcow« sei die eigene Naturkosmetik nicht. Walter Theiner: »Wer darauf schaut, ist mit herkömmlichen Produkten besser bedient.«

Dabei boomt der Naturkosmetikmarkt. Laut Schätzungen der Branche wuchs er in Deutschland in den vergangenen fünf Jahren um jeweils zehn Prozent und hat mittlerweile die Fünf-Prozent-Hürde am Gesamtmarkt übersprungen. Das entspricht einem Umsatz von mehr als 672 Millionen Euro. Und – was viele aufhorchen lässt –

der Markt scheint krisenfest zu sein. Einer Trendanalyse zufolge rechnen die 15 wichtigsten deutschen Hersteller auch 2009 mit einem stabilen Wachstum von fünf Prozent. Das größte Problem der Branche: Es gibt im gesamten europäischen Markt keine einheitliche Definition bzw. keine gesetzliche Regelung, was unter Natur- oder Bio-Kosmetik eigentlich zu verstehen ist. Das öffnet zum einen Trittbrettfahrern Tür und Tor; lässt zum anderen den Konsumenten oder professionellen Anwender oft rat- und orientierungslos zurück. Zwar mangelt es nicht an Kontrollzeichen und Label – sie schießen mit dem Boom eher wie Pilze aus dem Boden. Doch da die entscheidenden Informationen meist im Kleingedruckten der Kriterienkataloge stehen und diese oft genug nur Experten verstehen, helfen sie auf den ersten Blick nur bedingt weiter.



BUCHTIPP:Naturkosmetik Jahrbuch

Das »Naturkosmetik Jahrbuch 2009« ist als grundlegende Informationsquelle für die Naturkosmetikbranche gedacht. Redaktionelle Beiträge beleuchten aktuelle Themen wie etwa die unübersichtliche Situation bei den Labels. Im umfangreichen Serviceteil finden sich Ansprechpartner, Adressen, Links, Termine und Literaturtipps. Über die reine Aufzählung hinaus fließt hier allerdings recht wenig Information. Insgesamt für die Akteure der Branche bestimmt eine interessante, mit 79,80 Euro aber recht teure Broschüre.

Elfriede Dambacher:
Naturkosmetik Jahrbuch 2009
Naturkosmetikverlag Dortmund
160 Seiten, 79,80 €
ISBN 978-394173601-6

In Deutschland hat sich in den vergangenen Jahren die Unterscheidung in konventionelle, naturnahe und zertifizierte Natur- oder Bio-Kosmetik herauskristallisiert. Konventionelle Kosmetik zum Beispiel von Vichy, Clinique oder Nivea greift auf etwa 5000 laut Kosmetikverordnung erlaubte Rohstoffe natürlichen und chemischen Ursprungs zurück. Die sogenannte naturnahe Kosmetik etwa von The Body Shop oder Yves Rocher nutzt ein ähnlich großes Rohstoffspektrum, betont aber in Namen und Werbung den Einsatz der verwendeten natürlichen Rohstoffe. Auf bekanntermaßen kritische Inhaltsstoffe wird häufig verzichtet. Pioniere der Naturkosmetik sehen hier die größte Gefahr der Irreführung, weil der Einsatz weniger natürlicher Inhaltsstoffe ihrer Meinung nach unverhältnismäßig stark beworben wird. Als dritte Kategorie hat sich die zertifizierte oder kontrollierte Naturkosmetik etabliert. Sie verzichtet ganz auf bestimmte Stoffe. Nach den Kriterien des Bundesverbandes deutscher Industrie- und Handelsunternehmen (BDIH) für »Kontrollierte Natur-Kosmetik« sind das beispielsweise organischsynthetische Farbstoffe, synthetische Duftstoffe, ethoxilierte - also durch chemische Reaktion wasserlöslich gemachte - Rohstoffe, Silikone, Paraffine und andere Erdölprodukte. Als problematisch gelten viele dieser Stoffe, weil sie im Verdacht stehen, Allergien auszulösen. Jenny Pohl vom BDIH hält natürliche Inhaltsstoffe für verträglicher und wirksamer. »Stoffe auf Erdölbasis erkennt der Körper nicht. Sie ziehen nicht ein und verstopfen die Poren«, erklärt sie. Pflanzenöle hingegen ähnelten in ihrer chemischen Struktur den Hautfetten und würden deshalb besser vertragen und aufgenommen. Vergeben wird das bislang in Deutschland wohl bekannteste Label von einem Verband von Kosmetikherstellern. 5000 Produkte im In- und Ausland tragen mittlerweile dieses Zeichen, darunter bekannte Marken wie Lavera, Sante, Speick oder Weleda.

Soweit so gut – doch taucht man tiefer in die Thematik ein, wird man feststellen, dass keine Einigkeit darüber herrscht, was unter »natürlichen Rohstoffen« zu verstehen ist. Deshalb setzt sich etwa der noch relativ junge Herstellerverband NaTrue für eine verbindliche Definition ein. »Durch das Fehlen einer rechtlichen Definition kommt es nicht nur zu irreführenden Behauptungen. Es besteht auch die Gefahr, dass Hersteller Naturstoffe durch synthetische Stoffe ersetzen«, befürchtet man dort. Zusammengetan haben sich unter dem Namen NaTrue einige Pioniere der Naturkosmetik wie Lavera oder Dr. Hauschka. Enttäuscht von den ihrer Meinung nach unklaren und zu laschen Kriterien der inzwischen veröffentlichten internationalen »Cosmos-Standards« für Natur- und Bio-Kosmetik, haben sie ein eigenes, dreistufiges Label für den internationalen Markt entwickelt. Es gibt klare, relativ gut verständliche Kriterien für Naturkos-

Wasser für die

Sinne



Bieten auch Sie Ihren Gästen das sanfte, haut- und augenverträgliche Schwimmbadwasser der Extraklasse von Ospa. Quellfrisch, sauerstoffreich und ohne Chlorgeruch dank Ospa-Hochleistungs-Filtration und Ospa-Elektrolyse-Desinfektion.

Die innovative Schwimmbadsteuerung Ospa-BlueControl® regelt und steuert alle Abläufe, die für den Betrieb eines Schwimmbades erforderlich sind, von einem zentralen Ort wie z. B. der Rezeption aus; das spart viel Zeit, schafft Sicherheit und entlastet das Personal.



Ospa – Technik, die sich rechnet

Gerne senden wir Ihnen unseren Prospekt kostenlos zu und nennen Ihnen unsere aktuellen Hotel-Referenzen.

Ospa Schwimmbadtechnik Telefon: +49 7171 7050 • Fax: 705199 www.ospa.info • ospa-top@ospa.info







Entwickelt wurden die hauseigenen Pflegeprodukte des Theiner's in Zusammenarbeit mit dem Kräuterschlössl (li.) – ein in Südtirol beheimateter Familienbetrieb, bei dem der Anbau von Kräutern, Blüten & Co. nach biologischen Richtlinien erfolgt

metik (ein Stern), Naturkosmetik mit Bio-Anteil (zwei Sterne) und Bio-Kosmetik (drei Sterne) vor. Genau definiert wird beispielsweise, was unter natürlichen, naturnahen und naturidentischen Stoffen zu verstehen ist, in welchen Anteilen sie enthalten sein dürfen bzw. müssen und wie viel davon aus Bio-Anbau bzw. Wildsammlung stammen muss. Weitere in Deutschland gängige Label für Natur- oder Bio-Kosmetik stammen

von der Öko-Kontrollstelle Ecocert oder von Bio-Verbänden wie Demeter. Dieser vergibt sein Zeichen für Kosmetik, deren Rohstoffe zwischen 90 und 100 Prozent aus Demeter-Vertragsanbau stammen. Hierzu zählen unter anderem die Linien Martina Gebhardt und Tautropfen.

Angesichts dieses Kriterien- und Labeldickichts wird sich mancher Hotel- bzw. Day-Spa-Gast Hilfe im Beauty- oder Wellnessbereich erhoffen. Hier jedoch bremst Angeli-

ka Baur-Schermbach zu hohe Erwartungen. »Es gibt natürlich Ausnahmen. Aber viele Kosmetikerinnen sind schlecht ausgebildet und haben in solchen Fragen überhaupt keine Ahnung«, meint die erfahrene und renommierte Beauty-Expertin. Hier seien gute Spa-Manager gefragt. »Wem wichtig ist, dass Natur und Nachhaltigkeit im Haus gelebt werden, der muss sich hierfür ganz bewusst einsetzen und sein Team entsprechend ausbilden.« Wie viel Naturkosmetik in den Wellnessabteilungen der Hotellerie bereits zum Einsatz kommt, kann sie nicht sagen. Dass der Trend hin zur Natur aber seit vielen Jahren anhält, daran lässt sie keinerlei Zweifel. Sie verweist auf stark wachsende Zielgruppen wie die sogenannten Lohas, die Wert auf Genuss, aber auch auf einen gesunden und nachhaltigen Lebensstil legen. Zahlreiche Hotels entwickeln mittlerweile ihre eigenen Kosmetiklinien mit regional geprägten Inhaltsstoffen.

> Ihrer Meinung nach ein stimmiges Konzept. »Wenn der Besitzer eines Berghotels bei der Kosmetik auf Asien macht, ist das meines Erachtens nicht sehr sinnvoll«, sagt die Wellnessexpertin.

Die »Schätze der Region« ins Kosmetikkonzept aufnehmen - eine Strategie, die auch für

Irmgard Sanwald aufgegangen ist. Die Gründerin der Schönheitsfarm des Wald & Schlosshotels Friedrichsruhe hat über sieben Jahre hinweg die Luxus-Kosmetiklinie San-Vino auf der Basis von kalt gepresstem Traubenkernöl und Extrakten des Hohenloher Weines entwickelt. Dornfelder und Trollinger sind die regionalen Weinsorten, aus denen sie den antioxidativen Wirkstoff OPC für ihre Anti-Aging-Kosmetik gewinnt, »Und ich bin froh, dass

das Produkt so wachsen und reifen konnte«, sagt sie heute. Überzeugung brauchte es dazu und die Bereitschaft zu investieren. Pro Produkt veranschlagt die Schönheitsexpertin 500 Euro für die Entwicklung; 5000 Euro, wenn die Rechte für die Rezeptur dem Labor abgekauft werden sollen. Inzwischen verfolgt sie ein schmales, exklusives Vertriebskonzept und bietet die Linie in 20 Vier- und Fünf-Sterne-Häusern sowie in Day-Spas an, allerdings nur nach vorheriger Schulung des Personals. Ob ihre Linie als »echte« Naturkosmetik eingestuft wird oder nicht, ist für sie nicht entscheidend. »Urteilen Sie selbst!«, sagt sie. Auf herkömmliche Konservierungsstoffe will sie bisher nicht verzichten. »Das funktioniert alles so gut, dass es mir wirklich schwerfällt, hier an der Rezeptur etwas zu verändern.« Zwar räumt sie ein, dass es immer mehr Allergien gebe, »ob das allerdings mit der Kosmetik zusammenhängt, die man verwendet ... ? « Aufgrund ihrer eigenen Berufserfahrung kann die Kosmetikerin keine bessere Verträglichkeit von Naturkosmetik feststellen. Ebensowenig wie Angelika Baur-Schermbach, selbst Betreiberin eines Day-Spas in München. Menschen mit sehr empfindlicher Haut vertragen Naturkosmetika sogar schlechter. Annemarie Gluderer vom Kräuterschlössl räumt ein, dass Menschen mit Allergien stark auf manche Inhaltsstoffe von Naturkosmetik wie zum Beispiel Korbblütler reagieren können. »Aber die Allergien selbst entstehen meiner Meinung nach ja erst dadurch, dass wir mit so viel Chemie in Berührung kommen.«

Weitere Informationen zum Thema unter www.natrue.de oder www.kontrolliertenaturkosmetik.de



Steht für natürliche Rohstoffe: das Label von NaTrue