

sofw journal

Home & Personal Care Ingredients & Formulations

powered by **SOFW**



Orientierungshilfe „Naturnahe Kosmetik“

M. Aebersold, A. Borchard-Becker, J. Burfeindt,
H. Dittmar, S. Gehrig, B. Hirschmann, B. Huber,
B. Irrgang, A. Keck-Wilhelm, E. Kratz, L. Neumann,
A. Sättler, S. Schwartau

Orientierungshilfe „Naturnahe Kosmetik“

M. Aebersold, A. Borchard-Becker, J. Burfeindt, H. Dittmar, S. Gehrig, B. Hirschmann, B. Huber, B. Irrgang, A. Keck-Wilhelm, E. Kratz, L. Neumann, A. Sättler, S. Schwartau

1. Präambel

Kosmetische Mittel tragen zum Wohlbefinden der Verbraucher bei und sind aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. Dabei greifen Verbraucher in den letzten Jahren zunehmend auf Naturkosmetik oder naturnahe Kosmetik zurück. Naturkosmetik, naturnahe Kosmetik und klassische Kosmetik lassen sich aber oftmals nicht klar voneinander abgrenzen. Viele Produkte bestehen je nach Verwendungszweck aus mehr oder weniger natürlichen Inhaltsstoffen. Dabei können nicht alle kosmetischen Produkte allein aus Naturstoffen hergestellt werden, so etwa gewisse Sonnenschutzmittel und dekorative Kosmetika oder auch bestimmte Haarfarben. Grundsätzlich unterliegen aber alle kosmetischen Mittel den umfassenden Anforderungen der EU-Kosmetik-Gesetzgebung und jedes Produkt muss einer detaillierten Sicherheitsbewertung unterzogen werden.

Bei zertifizierter Naturkosmetik kann sich der Verbraucher heute an den verschiedenen Siegeln orientieren. Die Kriterien von NATRUE und COSMOS beispielsweise sind transparent im Internet zugänglich. Hier bekommt der Verbraucher Antworten auf seine Fragen, z. B. ob in entsprechend zertifizierten Naturkosmetika ausschließlich natürliche Inhaltsstoffe verwendet werden dürfen oder ob in gewissen Mengen auch synthetische Stoffe verarbeitet werden können.

Der Verbraucher erwartet heute Transparenz auf allen Ebenen: egal ob es um Inhaltsstoffe, Verarbeitung, Verpackung und Vertrieb geht. Alle diese Themen gewinnen an Bedeutung für die Kaufentscheidung und prägen damit die Erwartung des Kunden an ein Produkt. Gerade bei Produkten, die zwar mit natürlichen Inhaltsstoffen werben, aber kein Naturkosmetik-Siegel führen, ist der Verbraucher bisweilen verunsichert.

Nach einer umfassenden Diskussion des Themas im DIALOG KOSMETIK [1] waren sich alle Beteiligten einig, dass es sinnvoll wäre, eine Orientierungshilfe zu erarbeiten, die zunächst die Hersteller dabei unterstützen kann, sich in authentischer Weise mit ihren Produkten am Markt zu positionieren. Die dazu eingerichtete Arbeitsgruppe von Vertretern aus Behörden, Industrie und Verbraucherverbänden hat jetzt die hier vorliegende Orientierungshilfe erarbeitet, die dazu beitragen soll, die Produktvielfalt am Markt besser zu strukturieren. Da-

mit wird es natürlich auch für den Verbraucher mehr Klarheit geben und er kann sich beim Kauf besser orientieren. Dieses Dokument soll stetig weitergeführt werden und den aktuellen Entwicklungen am Markt angepasst werden – mit dem Ziel, eine bestmögliche Transparenz für alle zu schaffen.

2. Zielsetzung und Stellenwert

- Die vorliegende Orientierungshilfe wendet sich in erster Linie an Hersteller, Inverkehrbringer, Handel und Behörden.
- Das Dokument versteht sich als eine aktuelle, praxisorientierte Hilfestellung zur Unterstützung einer authentischen Kommunikation und Vermeidung von Greenwashing* bezüglich der verschiedensten Auslegungen von Naturkosmetik.
- Der Fokus liegt auf der nicht eindeutig positionierten Zwischengruppe „naturnaher“ Marken/Produkte**.
- Die Begriffe Bio- und Naturkosmetik sind auf Basis der öffentlich zugänglichen Richtlinien der etablierten Standards genügend klar definiert.

* Unter Greenwashing verstehen wir „die Verwendung visueller Elemente und textlicher Aussagen, welche – allein oder in ihrer Gesamtheit – dazu geeignet sind, dem durchschnittlich verständigen Verbraucher eine zertifizierte oder vergleichbare Naturkosmetik-Qualität vorzutäuschen“; vgl. Kapitel 4.

** Unter „naturnaher Kosmetik“ verstehen wir konventionelle Kosmetik mit gewissen, erhöhten Anteilen von Bio-, Natur- oder naturnahen Stoffen.

3. Rechtsgrundlagen

Allgemeiner Rechtsrahmen

Konventionelle, naturnahe und Natur- bzw. Biokosmetika sind gleichermaßen kosmetische Mittel im Sinne der **EG-Kosmetik-Verordnung** (Verordnung [EU] Nr. 1223/2009) [2] und müssen den Festlegungen dieser Verordnung in jedem Fall entsprechen. Verbindliche Vorschriften betreffen unter anderem die Zusammensetzung der Produkte, also die verwendbaren Inhaltsstoffe, die Sicherheit für den Anwender, die Informationen (Pflicht-Kennzeichnungselemente sowie Auslobungen) für die Verbraucher sowie das Vorhalten einer Produktinformationsdatei einschließlich Sicherheitsberichts zur Einsichtnahme für die zuständige Marktüberwachung.

Eine ergänzende „**Claims-Verordnung**“ (Verordnung [EU] Nr. 655/2013 zur Festlegung gemeinsamer Kriterien zur Begründung von Werbeaussagen im Zusammenhang mit kosmetischen Mitteln) [3] beschreibt detaillierter, dass die Anforderungen an Werbeaussagen zu kosmetischen Mitteln stets

- wahrheitsgetreu
- belegbar
- redlich und
- lauter

sein sollen. Je nach Zielgruppe sollen dem Verbraucher verständliche Informationen zum Produkt übermittelt werden, anhand derer er sich für oder gegen den Kauf entscheiden kann. Diese Verordnung wird durch ein so genanntes „**Technical document on cosmetic claims**“ [4] ergänzt. Dieses Papier wurde von einer Arbeitsgruppe von Vertretern der Mitgliedstaaten erarbeitet. Es ist rechtlich nicht verbindlich und enthält ausdrücklich keine Positionen der EU-Kommission. Insbesondere in Anhang I dieser Zusammenstellung von Interpretationen des Irreführungsverbots machen jedoch konkrete Beispiele die für Werbung kosmetischer Mittel festgelegten Kriterien anschaulich und nachvollziehbar.

Definition Bio- und Naturkosmetik

Als Naturkosmetika oder Biokosmetika werden im Rahmen dieses Dokuments in erster Linie solche kosmetische Mittel definiert, die den einschlägigen Anforderungen der in Deutschland relevanten Richtlinien für Natur- und Biokosmetik (z.B. NATRUE [5], COSMOS [6] und andere) entsprechen und auch nach diesen von einer akkreditierten Zertifizierungsstelle überprüft wurden. Diese Produkte können mit der zusätzlichen Bezeichnung „Naturkosmetik“, „Biokosmetik“ oder gleichsinnig ausgelobt werden; entsprechend der Vorgaben des jeweiligen Siegel-Herausgebers. Biokosmetik ist grundsätzlich auch Naturkosmetik; es müssen jedoch zusätzliche Anforderungen an die Herkunft der Rohstoffe aus kontrolliert biologischer Erzeugung erfüllt werden. Eine rechtsverbindliche Definition für den Begriff Bio- bzw. Naturkosmetik gibt es derzeit nicht.

Entsprechend den Erwartungen der Verbraucher an „echte“ Naturkosmetik lassen sich bestimmte grundlegende Anforderungen ableiten, die naturkosmetische Produkte erfüllen müssen, um dem Verbraucher eine informierte Kaufentscheidung zu ermöglichen. Diese Anforderungen leiten sich aus den in Europa bereits seit vielen Jahren etablierten, privaten Naturkosmetikstandards ab, die von den Verbrauchern bereits als vertrauenswürdige Orientierungshilfen wahrgenommen werden.

Nach den etablierten Naturkosmetik-Standards dürfen für Bio- und Naturkosmetik-Produkte grundsätzlich nur natürliche, mit physikalischen Methoden gewonnene Stoffe eingesetzt werden. Darüber hinaus ist zur Konservierung im Allgemeinen eine sehr begrenzte Liste von naturidentischen Konservierungsstoffen erlaubt. Der Einsatz naturidentischer anorganischer Pigmente, zum Beispiel für dekorative Natur-

kosmetik oder als UV-Filter, ist in der Regel ebenfalls erlaubt. Ob mineralische Partikel in ihrer Nano-Form für Naturkosmetik zugelassen sind, wird in den verschiedenen Standards unterschiedlich geregelt. Zur Herstellung von Naturkosmetik dürfen außerdem chemisch modifizierte Rohstoffe eingesetzt werden, die aber weitestgehend aus Naturstoffen hergestellt sein müssen. Dabei sind in der Regel bestimmte Reaktionstypen oder Zwischenstufen, wie z.B. Ethoxylierungen oder quaternäre Ammoniumverbindungen ausgeschlossen bzw. es wird eine Positivliste erlaubter Verfahren, wie z.B. Hydrolyse, Hydrierung und Veresterung, geführt. Auch biotechnologische Verfahren sind zulässig. Manche Standards setzen auch explizite Obergrenzen für den Gehalt an chemisch modifizierten Rohstoffen.

Die vorgeschlagenen folgenden 11 Punkte stellen den kleinsten gemeinsamen Nenner der etablierten Naturkosmetik-Standards und der Verbrauchererwartung dar und sollten daher von allen Produkten erfüllt werden, die den Eindruck erwecken, Naturkosmetik zu sein:

Ausgeschlossen ist:

1. Die Verwendung von NICHT vollständig biologisch abbaubaren Tensiden (nach Verordnung (EG) Nr. 648/2004).
2. Der Einsatz von Bestandteilen, die nach der Verordnung (EG) Nr. 1829/2003 als genetisch modifizierte Organismen gekennzeichnet werden müssen. Dies gilt analog für Bestandteile, die nicht in den Geltungsbereich dieser Verordnung fallen.
3. Die Verwendung von Bestandteilen, die aus toten Wirbeltieren gewonnen wurden.
4. Die Behandlung von pflanzlichen und tierischen Bestandteilen oder des Fertigprodukts mit ionisierender Strahlung.
5. Der Einsatz halogenorganischer sowie aromatischer Lösungsmittel.
6. Der Einsatz von Rohstoffen auf Mineralölbasis, z.B. Polymeren, mit Ausnahme von Punkt 11.

Ausdrücklich zugelassen sind:

7. Natürliche (NATRUE: „natural“; COSMOS: „physically processed agro-ingredients“), mit physikalischen und biotechnologischen Methoden gewonnene Bestandteile pflanzlichen, anorganisch-mineralischen oder tierischen Ursprungs.
8. Naturnahe Zutaten (NATRUE: „derived natural“; COSMOS: „chemically processed agro-ingredients“) als Reaktionsprodukte von Naturstoffen.
9. Der Einsatz von Mineralien, zum Beispiel für dekorative Naturkosmetik oder als UV-Filter.
10. Ausschließlich natürliche Riechstoffe nach ISO 9235 („Natürliche aromatische Rohstoffe – Vokabular“).
11. Eine sehr beschränkte Anzahl naturidentischer Konservierungsstoffe, welche auch aus Mineralöl hergestellt sein können, zur Sicherstellung einer ausreichenden Produktsicherheit (Positivliste entsprechend dem jeweiligen Naturkosmetik-Standard).

In als „Naturkosmetik“ bezeichneten Produkten ohne Zertifizierung ist eine Auslobung der „Natürlichkeit“ analog einer zertifizierten Naturkosmetik-Qualität nur dann sinnvoll und wahrhaftig, wenn die grundlegenden Anforderungen, welche in den in Europa relevanten Naturkosmetikstandards definiert sind, erfüllt werden.

Hinweis: ISO 16128

Bei der zweiteiligen Norm ISO 16128 [7] handelt es sich um eine international abgestimmte technische Richtlinie. Darin sind Definitionen für die Einteilung der Rohstoffe z. B. in „natürlich“ und „natürlichen Ursprungs“ enthalten und es wird beispielsweise vorgegeben, wie man den Bio-Anteil eines Produkts berechnen kann. Vorgaben, ab wann ein Produkt als „Bio-Kosmetik“ ausgelobt werden darf und in welchem Fall es sich um „Naturkosmetik“ handelt, liefert die ISO-Richtlinie aber nicht. Von daher ist der ISO-Standard nicht mit den etablierten Naturkosmetik-Siegeln vergleichbar. Sie kann dennoch als Hilfestellung für konkrete Werbeaussagen gemäß den gemeinsamen Kriterien der Verordnung (EU) Nr. 655/2013 dienen.

Österreichisches Lebensmittelbuch – Codex-Kapitel 33-1. „Naturkosmetik“

Dieses Codex-Kapitel [8] soll in Österreich die Grundlage für die Produktion und Vermarktung von Naturkosmetika schaffen, um einen lautereren Wettbewerb durch Transparenz, Kontrolle und Rückverfolgbarkeit zu gewährleisten und die Verbraucher vor Irreführung zu schützen.

Entscheidungen aus der deutschen Rechtsprechung zur Orientierung

- Nach einer Entscheidung des OLG Hamm [9] aus dem Jahr 2012 vermittelt die Bezeichnung „**Bio-Öl**“ für ein kosmetisches Mittel dem Verbraucher den Eindruck, dass das so bezeichnete Kosmetikum zumindest überwiegend, das heißt 50 % + X, aus natürlichen/pflanzlichen Inhaltsstoffen zusammengesetzt ist. Die Bezeichnung sei irreführend, wenn das kosmetische Mittel als überwiegende Bestandteile Paraffinum Liquidum (Paraffinöl) chemisch-industriellen Ursprungs sowie Triisononanoïn, Cetearyl Ethylhexanoate und Isopropyl Myristate enthält. Das Gericht ging allerdings davon aus, dass der Verbraucher damit rechne, dass zu einem gewissen Anteil auch chemische Substanzen in einem kosmetischen Mittel enthalten sein können, auch wenn dieses die Silbe „Bio“ in ihrem Namen trage.
- Die Bezeichnung einer Kosmetikserie mit den Begriffen „**pure & natural**“ wurde in einem Urteil des LG Hamburg [10] aus dem Jahr 2012 als irreführend beurteilt, wenn diese auch unter Verwendung von chemischen Zusatzstoffen hergestellt wird. In diesem Fall ging das Gericht davon aus, dass der Verkehr angesichts in grün gehaltener Gestaltungselemente der Verpackung mit Pflanzendarstellungen erwartete, dass die als „pure & natural“ bezeichneten Produkte aus rein natürlichen Inhaltsstoffen (naturrein) hergestellt werden.

Nach Auffassung des Gerichts erzeugte die Werbeaussage „**pure & natural**“ hier sogar eine weitergehende Erwartungshaltung als gegenüber einem Produkt, das als „Naturkosmetik“ beworben wird. Auch ein „Störer“ mit der Aussage „95 % natürlichen Ursprungs“ wurde hier nicht als ausreichend erachtet, diese Fehlvorstellung auszuräumen.

4. Orientierungshilfe zu „naturnahen“ Auslobungen von Kosmetika

1. **Grundsätzlich ist stets eine möglichst authentische Darstellung und Kommunikation der Marke, der Zusammensetzung und der Leistung des Produkts anzustreben, um dem Verbraucher eine fundierte Kaufentscheidung zu ermöglichen.**
2. Bei so genannter „naturnaher“ Kosmetik kann durch die Präsentation des Produktes, dessen Bezeichnung sowie der Auslobungen am Produkt und in der Werbe-Kommunikation ein irreführender **Gesamteindruck** entstehen. Visuelle Elemente und textliche Aussagen, welche – allein, oder in ihrer Gesamtheit – dazu geeignet sind, dem durchschnittlich informierten Verbraucher eine (zertifizierte) Naturkosmetik-Qualität vorzutäuschen, oder eine sonstige Fehlvorstellung zu den Eigenschaften des Produkts oder den darin enthaltenen Inhaltsstoffen hervorzurufen, sind daher zu vermeiden.
3. **Folgende Hinweise können helfen, ein Produkt mit natürlichen bzw. naturbasierten Inhaltsstoffen erfolgreich und authentisch am Markt zu positionieren, ohne dass eine Anlehnung an eine Naturkosmetik im engeren Sinn erfolgt:**
 - Produktbezeichnungen, Abbildungen oder individuelle (Phantasie)-Siegel mit starkem Bezug zu „Natur“ und/oder Natürlichkeit und/oder bestimmten Pflanzen(teilen) sollten stets mit Bedacht verwendet werden.
 - Eine Packungsgestaltung mit prominenten Abbildungen von Pflanzen, Pflanzenteilen bzw. Früchten kann eine Wahrnehmung des Produkts als Naturkosmetik begünstigen.¹ In diesem Fall ist auf eine insgesamt transparente Darstellung der tatsächlichen Eigenschaften bzw. des tatsächlichen Nutzens des/der hervorgehobenen Bestandteile/Bestandteile besonders zu achten.
 - Produkt-Auslobungen mit Bezug zur Natürlichkeit der Gesamtformulierung oder einzelner Inhaltsstoffe müssen im jeweiligen Einzelfall kritisch geprüft werden. Hierbei können die im Kapitel 3 aufgeführten Entscheidungen aus der deutschen Rechtsprechung [9,10] zur Orientierung dienen.
 - Insbesondere bei Produkten mit überwiegend konventionellen Haupt-Bestandteilen bzw. mit einem konventionellen Haupt-Wirkprinzip ist darauf zu achten, dass eine übermäßige Hervorhebung natürlicher bzw. naturnaher Nebenbestandteile eine entsprechende Fehlvorstellung hinsichtlich der Natürlichkeit des Gesamtprodukts beim Verbraucher auslösen kann.
 - Eine qualitative und ggf. auch quantitative Hervorhebung pflanzlicher Inhaltsstoffe respektive deren Bio-Qualität

¹ Sie kann aber – ebenso wie eine entsprechende „mit...“-Auslobung – grundsätzlich immer auch die Erwartung auslösen, dass die hervorgehobenen Zutaten als Wirkstoff(e) enthalten sind und das Produkt eine gegebenenfalls vom Verbraucher damit assoziierte Wirkung aufweist. Je nach Einzelfall können solche Abbildungen aber auch nur als Hinweis auf den Duft des Produktes verstanden werden oder im Zusammenspiel mit weiteren entsprechenden Hinweisen die Annahme natürlicher Eigenschaften des Produkts oder einzelner Inhaltsstoffe begünstigen.

kann grundsätzlich auf verschiedene Weisen erfolgen. Insbesondere dann, wenn diese Stoffe nur in geringen Anteilen im Produkt enthalten sind, sollte darauf geachtet werden, dass eine ausgewogene und transparente Gesamtdarstellung der Zusammensetzung des jeweiligen Produkts erreicht wird.

- Bei einer Hervorhebung des Gesamtanteils von Inhaltsstoffen „natürlichen Ursprungs“ (in %) ist bei Produkten mit typischerweise hohem Wassergehalt eine Erläuterung des Wasseranteils hilfreich, um denkbare Fehleindrücke zu vermeiden.
- Jedwede „Grüne Claims“ sollten nicht mit der Unterstellung verbunden werden, dass das Produkt „besser oder sicherer, weil natürlich“ sei. Insbesondere „Frei von...“-Auslobungen sollten nicht unterstellen, dass ein Produkt allein durch die Abwesenheit bestimmter Inhaltsstoffe „besser“, sicherer oder natürlicher sei als ein vergleichbares Produkt, das die betroffenen Stoffe enthält.
- Pauschale umweltbezogene Auslobungen und solche mit Bezug zu Nachhaltigkeit und Ethik wie z. B. zu
 - „ethischer“, „ökologischer“ bzw. nachhaltiger Rohstoffgewinnung und/oder Produktion
 - Naturschutz (Biodiversität, gefährdete Arten)
 sollten durch nähere Erläuterungen ergänzt bzw. entsprechend konkretisiert werden – z. B. durch Verweis auf nähere Informationen auf der Internetseite des Herstellers –, um etwaige unzutreffende Vorstellungen der Verbraucher zu vermeiden.

Referenzen

- [1] <https://www.dialog-kosmetik.de/>
- [2] Verordnung (EG) Nr. 1223/2009 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 30. November 2009 über kosmetische Mittel; <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/ALL/?uri=celex%3A32009R1223>.
- [3] Verordnung (EU) Nr. 655/2013 zur Festlegung gemeinsamer Kriterien zur Begründung von Werbeaussagen im Zusammenhang mit kosmetischen Mitteln; <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX%3A32013R0655>.
- [4] Technical document on cosmetic claims; <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/24847>.
- [5] <https://www.natrue.org/de/>
- [6] <https://cosmos-standard.org/>
- [7] ISO 16128-1:2016-02 – Guidelines on technical definitions and criteria for natural and organic cosmetic ingredients and products – Part 1: Definitions for ingredients; ISO 16128-2:2017 – Guidelines on technical definitions and criteria for natural and organic cosmetic ingredients – Part 2: Criteria for ingredients and products.
- [8] Österreichisches Lebensmittelbuch – Codex-Kapitel 33-1. „Naturkosmetik“; <https://www.verbrauchergesundheits.at/lebensmittel/buch/codex/kapitel.html>.
- [9] OLG Hamm, Urteil vom 27.03.2012, Az.: I-4 U 193/11.
- [10] LG Hamburg, Urteil vom 21.12.2012, Az.: 312 O 96/12.

Autoren

Moritz Aebersold (Contura Consulting)
 Alexandra Borchard-Becker (VERBRAUCHER INITIATIVE)
 Jens Burfeindt (IKW)
 Harald Dittmar (BDIH)
 Sven Gehrig (WALA Heilmittel)
 Brigitta Hirschmann (CVUA Rheinland)
 Birgit Huber (IKW)
 Bernhard Irrgang (Weleda)
 Andrea Keck-Wilhelm (CVUA Karlsruhe)
 Evamaria Kratz (CVUA Karlsruhe)
 Ludger Neumann (L'Oréal Deutschland)
 Andrea Sättler (Henkel)
 Silke Schwartau (Verbraucherzentrale Hamburg)