

EU-Kosmetikverordnung

Verbindliche Vorgaben zu Inhaltsstoffen

Das Kosmetikrecht der EU ist neu geordnet. Europaparlament und Ministerrat haben sich auf eine Fassung geeinigt. Zwar gelten die meisten Bestimmungen erst ab Mitte 2013. Doch ihre Wirkung entfalten sie bereits jetzt – vor allem zugunsten der Verbraucher. Für die Hersteller bedeuten die neuen Regeln vor allem mehr Arbeit. // Leo Frühschütz

Die neue Verordnung ersetzt die alte Kosmetikrichtlinie, die seit 1976 vielfach geändert und ergänzt wurde. Im Gegensatz zur Richtlinie muss die Verordnung nicht erst in 27 nationale Gesetze umgesetzt werden sondern gilt unmittelbar. Somit kann die EU schneller als bisher in den Kosmetikmarkt eingreifen, zum Beispiel um bedenkliche Zutaten zu reglementieren. Die wichtigsten Neuerungen:

- Krebserregende, erbgutverändernde oder die Fortpflanzung hemmende Stoffe sind in Kosmetika verboten. Das gilt bereits ab Dezember 2010 und sollte eigentlich selbstverständlich sein, war es bisher aber nicht. Dies zeigte die jahrelange Debatte um bestimmte Haarfarben.
- Wer Nanomaterialien einsetzt, muss vorab ausführliche Sicherheitsdaten vorlegen und die Nano-Zutaten kennzeichnen.
- Name und Werbung für ein Kosmetika dürfen keine „Merkmale oder Funktionen vortäuschen, die die betreffenden Erzeugnisse nicht besitzen“. Langfristig plant die EU-Kommission eine Liste zulässiger Werbeaussagen, vergleichbar den Health Claims für Lebensmittel.
- Die Hersteller müssen künftig die Sicherheit eines jeden Produkts vorab bewerten und einen ausführ-



lichen Sicherheitsbericht erstellen. Als Hersteller – und damit als Verantwortlicher gegenüber Behörden und Verbrauchern – gilt derjenige, der das Produkt unter eigenem Namen oder eigener Marke in Verkehr bringt. Auch dann, wenn er die Creme von einem Lohnhersteller anrühren lässt.

Greenwashing im Visier

Die *Verbraucherzentrale Hamburg* hat Kosmetikhersteller aufs Korn genommen, die in ihrer Produktauslobung mehr „Natur“ versprechen, als in ihren Tuben drin ist. Auf der unter www.vzhh.de abrufbaren Liste der Verbraucherschützer finden sich zahlreiche bekannte konventionelle Marken. Kritisiert werden unter anderem Haarfärbemittel, die mit pflanzlichen Substanzen wie Aloe vera beworben werden, tatsächlich aber ganz überwiegend synthetische Farb- und Hilfsstoffe enthalten wie zum Beispiel Azofarbstoffe, Parabene, Silikonverbindungen und synthetische Bleichmittel. Die ausgelobten natürlichen Pflegesubstanzen befinden sich im Zutatenverzeichnis dagegen oft an letzter Stelle. Weitere Beanstandungen der Verbraucherschützer betreffen vor allem Haarwaschmittel und -spülungen, Duschseifen und Bodylotions. Für die Untersuchung wurden 20 Kosmetikprodukte verschiedener Hersteller überprüft, die auf der Verpackung mit natürlichen Inhaltsstoffen warben.

Lavera sponsert Modeschauen

Der Veranstalter der Modeschauen der *Green Avantgarde*, die Berliner Firma *Catwalk Enterprises*, und die Naturkosmetikmarke *Lavera* haben eine strategische Zusammenarbeit vereinbart. Mit Unterstützung von *Lavera* sollen ökologische Modelabel die Chance erhalten, in professionellen Schauen ihre Kollektionen im In- und Ausland zu präsentieren. Den Auftakt machten die Schauen der *Green Avantgarde* im Rahmen der *Berlin Fashion Week* im Januar 2010.

Utopia-Award für Weleda

Der Arzneimittel- und Kosmetikhersteller *Weleda* ist vom Nachhaltigkeitsportal *Utopia* zum vorbildhaftesten Unternehmen in Sachen Nachhaltigkeit gekürt worden. Die Jury lobte Produktinnovationen, offensives Marketing für mehr Nachhaltigkeit, neue Dialogformen mit Lieferanten und aktuelle gesellschaftspolitische Initiativen des Unternehmens.

Auch die über 50.000 Mitglieder der *Utopia-Community* fanden dies beispielhaft. Sie verliehen in einer Online-Abstimmung dem Unternehmen zusätzlich noch den Publikumspreis.

IMPRESSUM

bio verlag gmbh
Magnolienweg 23, 63741 Aschaffenburg

Redaktion: Elke Achtner-Theiß (v.i.S.d.P.)
Tel.: 06021-4489-224
E-Mail: elke.achtner-theiss@bioverlag.de
Mitarbeit: Gisela Burger, Leo Frühschütz, Marc M. Galal, Charlotte Ruck

Gestaltung: Susanne Vollmar

Anzeigen: Ellen Heil / Silvia Michna
Tel.: 06021-4489-101 / 201
E-Mail: anzeigen@bioverlag.de

Bezug: Bis 10 Exemplare kostenlos.
Ulrike Fiedler
Tel.: 06021-4489-150 / Fax -350
E-Mail: vertrieb@bioverlag.de

Titelbild: F1online