

Women's Health

**Toller Po,
super Beine!**
Das Blitz-Workout mit
Erfolgsgarantie

**Nie wieder
Zähne putzen?**
Geniale News der
Dental-Forscher

11 Fit-Geheimnisse
von Schauspielerin
Vanessa Hudgens

**Zucker
hat Pause**
7 süße und gesunde
Alternativen

Komme gleich!
So spielt auch Ihr Kopf
im Sex richtig mit

**3 Kilo runter
mit Laufen**

Wochenpläne ohne Stress
Für Einsteiger und Fortgeschrittene

Mit
Gratisheft



Das beste aus der
Fitness-Küche

**Sportkleidung
richtig pflegen**

**„Schatz, hol' die
Wärmflasche!“**
Wann Hitze
wirklich hilft

10/2017 Deutschland € 3,50
Österreich € 4,00 Schweiz sfr 5,60
BeNeLux € 4,10 Italien € 4,60
Spanien € 4,60 Griechenland € 4,60





FOTO BAARD LUNDE/TRUNKARCHIVE



Style | Naturkosmetik



Beauty mit grünem Touch

Jetzt steckt die geballte Power der Natur in Flaschen und Tiegeln: rein pflanzlich, zertifiziert, frisch zubereitet, nachhaltig und abfallvermeidend produziert. Hier lesen Sie alles über den Aufwind der Grünen

Text: Bettina Koch

Es klingt widersprüchlich – aber Öko ist das neue Schön. Der Giga-Trend in der Beauty-Szene hat sich längst aus dem Reformhaus in die Welt aufgemacht und steht bei stylischen Green-Glamour-Nischenmarken ebenso hoch im Kurs wie bei günstigeren Drogeriemarken. Dabei spielt nicht nur echte, zertifizierte Naturkosmetik eine Rolle. Der Markt ist bunter und individueller geworden. Das liegt zum einen einfach daran, dass die Verbraucher viel kritischer auf Inhaltsstoffe schauen. Wer braucht wirklich Mineralöle in der Lippenpflege oder Aluminium im Deo? Müssen

Peeling oder Whitening-Zahncreme Rubbelkörnchen aus Mikroplastik enthalten? Auch die Verpackung spielt eine Rolle: Die Luxusvariante sieht oft hübsch aus, aber nachhaltig geht anders.

NEUE STOFFE, MEHR NATUR

„Naturkosmetik hat in den letzten Jahren deutlich aufgeholt“, sagt Birgit Huber, stellvertretende Geschäftsführerin vom Industrieverband Körperpflege und Waschmittel. Ein weiterer Grund dafür sind einige neue Rohstoffentwicklungen: die Hersteller haben heute im

Vergleich zu früher mehr natürliche und naturnahe Rohstoffe für den Einsatz in kosmetischen Produkten zur Verfügung. „So sind die Produkte nicht nur wirksamer, sondern auch anwenderfreundlicher geworden“, erklärt die Expertin. „Auch die Verbraucherakzeptanz hat stark zugenommen, sodass die Kundinnen gern zu Naturkosmetik greifen.“ Öko-Beauty wuchs im Jahr 2015 von 9 auf 9,2 Prozent. Das mag zwar noch wenig klingen, aber dahinter verbergen sich große Zuwächse für Teile der Branche. Bei kleinen und trendigen Labels aus Deutschland oder exotischen

Ländern aus Übersee brummt der Onlinehandel, immer mehr Shops bieten grüne Kosmetik an.

NICHT NUR ÖKO, AUCH FRISCH

Da klingt es fast logisch, dass immer mehr Firmen bewusst auf frische Kosmetik setzen, also mit weniger Konservierungsstoffen. Schließlich kaufen wir unser Obst und Gemüse gerne vom Bio-Bauern, warum sollten dann Cremes voll mit lauter Haltbarmachern sein? Perfekte Beispiele für Öko-Beauty und Frischprodukte finden Sie auf den folgenden Seiten.



Reduziert die CO₂-Bilanz:
ECO-CHIC REFILL BODY CREAMS
von RITUALS, um 16 Euro



Mit Bambusgriff: NACH-
HALTIGE ZAHNBÜRSTE NATUR
von HYDROPHIL, um 4 Euro



Tube aus
Zuckerrohr:
ALL YOU
NEED IS ME
von TRUE
ORGANIC
OF SWEDEN,
um 26 Euro

Konzentrat schont
die Umwelt | LOVE
MY PLANET DUSCH-
GEL-KONZENTRAT
BOURBON-VANILLE
von YVES ROCHER,
um 7 Euro



Flasche aus 100 Prozent recyceltem
Kunststoff: RECOVER CONDITIONER
von BIOLAGE R.A.W., um 24 Euro



Mit recyceltem
Kaffeersatz:
RECOFFEE
MOISTURIZING
SHAMPOO von
O'RIGHT, um
21 Euro



Tiegel aus
Eschenholz:
GESICHTS-
PFLEGE SEN-
SIBLE HAUT
von LEO &
PINCKY, um
45 Euro



Ökologisch verpackt:
FRENCH KISS von
CAUDALIE, um 12 Euro

Neue Holz-
plastik-
flasche:
AUFBAU
SHAMPOO
von ÜBER-
WOOD, um
17 Euro



NATUR-FREUNDE

Schauen Sie ruhig einmal genauer hin, wenn es um Nachhaltigkeit geht. Vor allem bei der Verpackung wird sichtbar, wer es ernst meint: Positive Beispiele sind schnell nachwachsender Bambus statt Plastik, Esche aus nachhaltiger Forstwirtschaft. Bei O'right ist die Flasche kompostierbar und enthält Baumsamen. Größere Marken wie Überwood mischen dem Kunststoff über 25 Prozent Kiefernholz bei. Wer Body-Cream

von Rituals im Nachfüll-Tiegel kauft, reduziert den Wasserverbrauch um 45 Prozent, den CO₂-Ausstoß sogar um 70 Prozent. Oft lohnt sich der Blick hinter die Kulissen: So setzt sich die Foundation Yves Rocher für weltweite Wiederaufforstung ein und hat sich bis Ende 2020 verpflichtet, 100 Millionen Bäume zu pflanzen. Caudalie spendet 1 Prozent des jährlichen, weltweiten Umsatzes an Umweltschutzorganisationen.

Schön reichhaltig: VITAL BODY BALM von NUORI, um 50 Euro



Gesichtsmaske für ölige Haut: COSMETIC WARRIOR von LUSH, um 10 Euro



Bei irritierter Haut: ADDS REPAIR von RINGANA, um 40 Euro



Mit Bio-Aktivstoffen: FACE CREAM NR. 1 von LA CORFEEA, um 90 Euro



Mild und vegan: REINIGUNGSGEL von NATURTALENT, um 27 Euro

FRISCHE-FANS

Per Gesetz muss Kosmetik ein Verfallsdatum tragen, oft wird es mit einer Sanduhr oder einem geöffneten Tiegel gekennzeichnet. Eine große Herausforderung für Konzerne: Sie produzieren riesige Mengen, die allein schon aus logistischen Gründen sehr lange haltbar sein müssen. Darum stecken viele Konservierungsstoffe, Emulgatoren und Stabilisierungsmittel in den Produkten. Darauf kann frisch angerührte

Kosmetik größtenteils verzichten. Weiteres Plus: Aktive Wirkstoffe wie Vitamin C können besser wirken, die Antioxidans zerfällt innerhalb weniger Wochen. Oft unterstützen Airless-Pumpspender, dunkle Glasflaschen und Aluminiumtuben die Haltbarkeit. Damit das Frischekonzept funktioniert, wird die Kosmetik in kleinen Mengen im Direktvertrieb oder online verkauft. Wermutstropfen: Die Preise sind oft recht hoch.

ES GRÜNT SO GRÜN

Schon mal über Ihre Macht als Verbraucherin nachgedacht? Mit kleinen Schritten im Alltag können Sie große Dinge bewegen. Beherzigen Sie unsere drei Tipps und werden Sie zur kritischen Konsumentin:

TRAGEN SIE VERANTWORTUNG

Kaufen Sie nur Marken, die sich ihrer unternehmerischen, sozialen und ökologischen Pflicht bewusst sind und auch so handeln.

LESEN SIE DAS KLEINGEDRUCKTE

Kein Siegel? Lesen Sie zwischen den Zeilen. Wenn eine Marke probiert, Sie nur mit Modewörtern oder hübschen Werbeversprechen zu überzeugen sollten Sie sich woanders umsehen.

SEIEN SIE BEIM EINKAUF AUFMERKSAM

Brauchen Sie wirklich 5 Masken und 3 Feuchtigkeitscremes? Finden Sie lieber heraus, welche Produkte bei Ihrer Haut am besten funktionieren. Lassen Sie sich beraten oder Proben geben und benutzen Sie die Produkte, bis sie komplett leer sind.