

KOSMETIK

Special 03/22 | 10,- € | 14 CHF

international

NATURKOSMETIK

Volle Entfaltung

Facettenreiche Konzepte
auf nachhaltiger Basis

Die Gesprächspartnerinnen:



Dr. Nini Nielson ist ausgebildete Hair & Make-up Artistin und international für Katalog-, Mode- und Werbekunden tätig. Die promovierte Kosmetikwissenschaftlerin (Uni Hamburg) ist Co-Founderin von Skoud Cosmetics, einer Beratungsagentur für die Kosmetikindustrie. Hier bringt sie ihre langjährige Erfahrung als Cosmetic Scientist und Skin Expert ein.

› www.skoud-cosmetics.com



Eine bunte Vielfalt

Mit **dekorativer Naturkosmetik** zu schminken, dafür steht heute eine breite Produkt- und Farbpalette zur Verfügung. Zu Anfangszeiten sah das Portfolio weit minimalistischer aus. Ein Blick zurück – und nach vorn.

Wie waren denn die Anfänge der dekorativen Naturkosmetik: Welche Schminkprodukte waren zunächst verfügbar?

Nini Nielson (N. N.): Im Grunde gehen die Anfänge der dekorativen Naturkosmetik zurück zu den alten Ägyptern. Bereits Cleopatra verwendete Schminksubstanzen u. a. aus tierischen Fetten und färbenden Pflanzenextrakten oder Mineralien. Wenn wir die Pioniere der dekorativen Naturkosmetik des 20. Jahrhunderts betrachten, sind diese vorwiegend aus Deutschland und kommen ursprünglich aus dem Bereich der Gesichts- und Körperpflege. Das erklärt die Schwierigkeiten, die es hinsichtlich der Texturen und des Images der ersten dekorativen Produkte gab; Make-up hat einen anderen Anspruch bezüglich seiner Performance auf der Haut. Im Unterschied zur Hautpflege dient es dem Schmuck, soll primär gut halten, das Hautbild korrigierend optimieren und außerdem einen gewissen Glamour verkörpern. Viele Naturkosmetikvorreiter fanden sich – auch aufgrund ihre Firmenphilosophie – in ländlichen Regionen, fernab vom urbanen Lifestyle und trenddefinierenden Szenen wie der Mode- und Musikbranche.

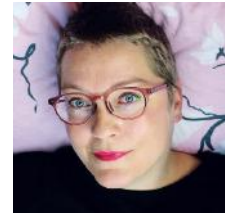
Erste Produkte waren beispielsweise mineralische Puder oder Puderfoundations und getönte Lippenpflegen. Generell war die Auswahl an Farben und Nuancen sehr stark begrenzt; die Texturen waren größtenteils pastös und fettig, was sie auf der Haut oft schwer und pappig erscheinen ließ.

Julia Keith (J. K.): 1981 kam die dekorative Kosmetik von Dr. Hauschka mit Lidschatten und Lippenfarben auf den Markt und gehörte damit sicherlich zu den ersten Anbietern von dekorativer Naturkosmetik. Lakshmi startete in den 1990er-Jahren mit handgemachten Kajals.

Wie war damals die erste Resonanz auf die Produkte hin: Konnte der Nutzer, sei es ein professioneller Make-up Artist oder der Endkunde, Anwendung Unterschiede spüren und benennen?



Ebenfalls mit dabei:



Julia Keith hat vor mehr als zehn Jahren ihren Naturkosmetik-Blog beautyjagd.de gegründet. Sie arbeitet auch als Beauty Industry Expert, Research Analyst für Beauty + Personal Care, internationaler Trend Scout, Beauty-Texterin und Marketing Consultant. Auf der Suche nach nachhaltigen Innovationen ist sie weltweit unterwegs, u. a. auf Fach- und Rohstoffmessen.

» beautyjagd.de

N. N.: Was die Pionierprodukte betrifft, war an einen professionellen Einsatz, meiner Meinung nach, nicht wirklich zu denken. Zum einen war die Auswahl an Farben und Texturen viel zu gering. Zum anderen war die Performance der Produkte auf der Haut zu wenig durabel und kalkulierbar. Gerade festere dekorative Naturkosmetikprodukte müssen zunächst auf der Haut warm werden, um zu spreiten und sich zu verbinden; mineralische Partikel müssen sich dem individuellen Hautton anpassen. Es ist eine andere Arbeitsweise als mit konventionellen Produkten, mit denen u. a. durch die Zugabe von Silikonen sehr schnell ein leichter, porenverfeinernder Schleier auf der Haut kreierte werden kann. Ein weiterer Aspekt, der gegen einen professionellen Einsatz sprach, waren auch das Image und die Verpackungen an sich, die früher wirklich alles andere als ansprechend gestaltet waren. Glücklicherweise hat sich heute immens viel getan. Es werden viel feinere Texturen angeboten, frische Farben und eine vielfältige Auswahl an Nuancen und Schattierungen. Viele etablierte Firmen durchlaufen einen Modernisierungsprozess, zudem erscheinen junge und hippe Brands, was mich sehr freut. Denn mittlerweile überwiegen die entscheidenden Vorteile: gesundheitliche und ökologische Verträglichkeit.

J. K.: Die Verpackung unterschied sich deutlich von konventioneller dekorativer Kosmetik. Die Sortimente waren außerdem viel begrenzter. Dazu kam, dass man sich in Biokreisen im Allgemeinen nicht so sehr für Make-up interessierte. Abgesehen davon waren die Kunden einfach bereit, Abstriche in der Performance hinzunehmen, um den Bereich zu fördern. Erst in den 2010er-Jahren kam das Thema dekora-

tive Naturkosmetik mehr in Schwung, als Anbieter wie RMS Beauty oder Ilia Beauty aus den USA, Couleur Caramel aus Frankreich oder Zuii aus Australien in Deutschland größere Verbreitung fanden. Aus den USA schwappte zudem der Trend der Mineralfoundations nach Deutschland. Performance ist weiter ein Thema, aber es gibt deutliche Weiterentwicklungen. Bis heute ist es allerdings schwierig, z. B. eine gut haltbare Mascara zu finden, die zugleich Volumen und Länge bietet.

Wie ging es weiter: Mit welchen Produkten ließ sich das Portfolio Schritt für Schritt erweitern? Auf welche Anforderungen und Bedürfnis wurde in der Folge reagiert?

N. N.: Derzeitig findet eine Transformation des Kosmetikmarktes statt, was sich durch eine Anhäufung globaler Krisen und auch die extrem schnell fortschreitende Digitalisierung erklären lässt. Konsumenten sind heute durch digitale Angebote wie Verbraucher-Apps oder soziale Medien sehr viel aufgeklärter über gesundheitliche Aspekte von Kosmetik – und dadurch auch kritischer. Nachhaltigkeit als Manifest der heutigen Zeit weckt auch in Verbrauchern einen anderen Anspruch an ökologische Verträglichkeit. Hinsichtlich dekorativer Produkte ist das aber knifflig, denn die Erwartungen an die Performance hat sich nicht gewandelt.

Ein entscheidender Schritt für die Etablierung dekorativer Kosmetik war, denke ich, der Imagewandel. Heute sind dekorative Naturkosmetikmarken auch in der urbanen Beauty- und Modewelt angesagt. Die Texturen wurden, einhergehend mit dem modernen natürlichen Schönheitsideal von gesunder Haut mit einem strahlenden Glow, viel leichter gestaltet. Auch die >>

Tipps für Teens sowie Twens



Zweifellos können Ihre Kunden im Internet und den sozialen Medien heutzutage eine Fülle an Schminkeanleitungen finden und sich Massen von Make-up Tutorials anschauen, um ihren favorisierten Lieblings-Look nachzumachen. **Aber Sie sind der Profil!** Und gerade junge Kunden interessieren sich verstärkt für naturkosmetische Alternativen. Nutzen Sie diese Nachfrage für Ihr Institut und organisieren Sie unterhaltsame Schminke-Workshops. Denn was beim Zuschauen über das Display zunächst so einfach erscheinen mag, erfordert dann meist doch ein wenig mehr Insiderwissen.

» Farbauswahl ist umfangreicher geworden und das Packaging wird heute von vielen Marken hochwertig und stylisch gestaltet.

J. K.: Die Sortimente wurden in den letzten Jahren deutlich erweitert und ahmen verstärkt die konventionelle Kosmetik nach. Es gibt mittlerweile weit mehr als Lippenstift, Kajal und Lidschatten: z. B. Foundations, Primer und Augenbrauenprodukte. Die Performance ist vielleicht noch nicht so gut, was Haltbarkeit oder Farbauswahl angeht, aber auch hier wird – soweit möglich – schrittweise aufgeholt. Seit den 2010er-Jahren wurden z. B. die Limited Editions von Dr. Hauschka, Alverde und Couleur Caramel von den Kunden sehnsüchtig erwartet – damals befeuert durch Blogs und Foren.

In den letzten Jahren ist das Thema Refill interessant geworden. Zero Waste und Plastikvermeidung sind auch für die dekorative Naturkosmetik immer wichtiger. Und auch der Aspekt „vegan“ führt zu neuen Anforderungen, weil Karmin als Farbstoff nicht erlaubt ist.

Wie lange dauert es, bis Rezepturen optimiert werden können? Wovon hängt das ab?

N. N.: Die Entwicklung von Naturkosmetik ist allgemein sehr viel komplexer und langwieriger als die konventioneller Produkte. Da auf eine Vielzahl von Inhaltsstoffen verzichtet wird, die ökologisch wie gesundheitlich als kritisch zu bewerten sind, etwa Silikone, Parabene, Inhaltsstoffe auf Erdölbasis, PEGs, synthetische Duft-, Konservierungs- und Farbstoffe oder Mikroplastik, stehen nicht nur weniger Rohstoffe zur Verfügung. Diese sind gerade in der heutigen Zeit auch nicht ständig in konstanter Qualität verfügbar. Darüber hinaus helfen gerade besagte kritische synthetische Stoffe sehr, eine Formulierung in der Haptik ansprechender zu entwickeln. Dekorative Naturkosmetik erfordert zudem eine feinmaschige Kontrolle der Produktmuster hinsichtlich Stabilität, Haptik, Geruch, Farbnuance und Performance. Der gesamte Prozess ist sehr aufwendig und dauert oft Monate bei einer Überarbeitung – oder Jahre bei der Entwicklung neuer Produkte.

Wo gibt es immer noch Limitierungen im Vergleich zur konventionellen dekorativen Kosmetik? Was wird sich niemals erreichen lassen?

J. K.: Schwierig sind Wimperntuschen. Denn die synthetischen Filmbildner sind schwierig zu ersetzen. Ebenfalls Nachteile hat Naturkosmetik bei Lidschattenbasis oder auch Foundations, wenn synthetische Polymere, flüchtige Silikone

oder schwere Öle in der Formulierung entscheidend sind. Auch die Pigmentauswahl ist eingeschränkt, Neonfarben sind kaum zu erreichen. Nagellack bleibt bisher letztlich Nagellack, auch wenn die Inhaltsstoffe auf natürlichen Ressourcen basierend hergestellt wurden. Wasserbasierte Nagellacke sind eine neuere Variante, aber ebenfalls nicht naturkosmetisch.

Ist dekorative Naturkosmetik für Make-up Artisten und Visagisten heutzutage eine ebenbürtige Alternative zum konventionellen Portfolio?

N. N.: Es gibt heute definitiv eine große Auswahl an Produkten, die auch in den Alltag eines professionellen Make-up Artisten aufgenommen werden können und aus gesundheitlichen sowie ökologischen Aspekten gute Alternativen darstellen. Toll finde ich z. B. cremige Multi-Use-Produkte für Wangen, Lippen und Augen. Außerdem gibt es sehr schöne Highlighting Fluids. Diese können ebenfalls auf unterschiedliche Weise eingesetzt werden, z. B. als Highlighter auf den Wangen aufgetragen. In Foundations gemischt machen sie diese strahlender und natürlicher. Zudem gibt es schöne Pudervarianten und viele Lippenstifte in leuchtenden Farbvarianten, die ins Arbeits-Kit integriert werden können. Modern ist heute auch in der Fotobranche ein sehr natürliches Hautbild. Der „No-Make-up“-Look oder auch „Dewy Skin“ – also eine strahlende, durchfeuchtete Haut – sind Trend. Das

lässt sich mit Naturkosmetikprodukten, die fast immer auch eine pflegende Komponente wie nährnde Öle oder natürliche Wirkextrakte beinhalten, sehr gut umsetzen. Voraussetzung ist hier allerdings ein guter Ausgangszustand der Haut.

Für den professionellen Gebrauch gerade bei problematischer oder öligiger Haut empfinde ich Foundations noch immer als Herausforderung und hinsichtlich Farbauswahl, Deckkraft und Textur weiterhin als optimierungswürdig.

„Performance ist weiter ein Thema, aber es gibt deutliche Weiterentwicklungen!“

Julia Keith



Wie kann sich die dekorative Naturkosmetik zukünftig noch weiterentwickeln. Was wünschen Sie sich als Make-up Artist etwa?

N. N.: Den Wandel des dekorativen Kosmetikmarktes und der Kosmetikindustrie im Allgemeinen empfinde ich als zeitgemäß und sehr positiv. Kritisch sehe ich noch immer das weit verbreitete Greenwashing, bei dem Verbrauchern durch unklare oder irreführende Kommunikation viel als Natur verkauft wird, was letztlich nicht der Produktrealität entspricht. In diesem Fall geben Naturkosmetiksiegel Verbrauchern Sicherheitsstandards und Orientierung. Die Auf-

klärung von Konsumenten muss transparenter werden und auch Naturkosmetikprodukte müssen stetig Kontrollen unterlaufen. Leider können auch sie gesundheitskritische Inhaltsstoffe wie Schwermetalle enthalten. Diese kommen natürlicherweise in der Erdkruste vor und belasten teilweise mineralische Rezepturträger wie Talkum oder Kaolin und auch Eisenoxide sowie Mica, die als Farb- und Glanzpartikel Einsatz finden. Was die Produkte angeht, würde ich mir eine weitere Verfeinerung von Nuancen wünschen, gerade im Bereich Foundations, und auch eine noch größere Farbauswahl.

Auch wenn sich bezüglich flüssigerer Texturen wie Liquid-to-Powder-Eyeshadows oder Lippenölen sehr viel getan hat, fände ich auch flüssige Liquid-Rouge-Varianten großartig – oder im Gegenteil pudrig-cremige Produkte mit neuen Applikationsoptionen wie Schwämmchen. Auch hier gibt es schon Naturlatexvariationen als Alternative zu Silikonschwämmchen. Wie schnell sich der Markt aktuell entwickelt, zeigen u. a. die ersten wasserfesten Mascaras – das war lange Zeit nicht denkbar, die jetzt bereits erhältlich sind.

J. K.: Ich hoffe, dass sich zunehmend nachhaltigere Alternativen von konventionellen Rohstoffen durchsetzen. Nicht nur in dekorativer Naturkosmetik, sondern in jeder Kosmetik. Und dann die Nachfrage entsprechend steigt, können sich auch Entwicklungen von neuen Rohstoffen für die Hersteller lohnen. Ein aktueller Trend sind pflanzliche Farbstoffe, auch hier wird die Auswahl größer und die Stabilität der Farben wird besser.

Auch an die Verpackung dekorativer Naturkosmetik werden besondere Anforderungen gestellt. Welche Tendenzen können Sie hier ausmachen? Womit wird experimentiert?

N. N.: Verpackungen von Naturkosmetik sollten generell so nachhaltig und umweltschonend wie möglich sein, was die gesamte Produktions- und Entsorgungskette betrifft. Hier gibt es unterschiedlichste Ansätze von maximaler Materialreduktion bis hin zur Verwendung recycelter oder recyclingfähiger Materialien wie beispielsweise Papier, Pappe, Leder, Holz, Kork, Glas, Aluminium oder Kunststoffe wie auch von hochwertigen Refill- und Mehrwegsystemen. Nachhaltige Verpackungen sollten nicht foliert und so wenig und so hell wie möglich bedruckt sein, was sonst Probleme in der Wiederverwertung oder der Abbaubarkeit verursachen kann. Experimentiert wird mit diversen interessanten Materialalternativen von Produktverpackungen, z. B. aus Pilz- und Algenfasern.

J. K.: Schon etwas länger arbeiten Naturkosmetik-Firmen an nachhaltigen Verpackungen – sie werden von den Siegeln ja auch gefordert. Das können Holzstifte sein für Lippen und Augen, aber auch Bambusdosen oder Refills. Auch Karton als Umverpackung kommt immer mehr: Couleur Caramel z. B. hat lange ein Refillsystem für Pappdosen angeboten. Aus dem Zero Waste-Bereich gibt es auch erste Ideen: Da werden multifunktionale Schminke etwa in Papier gehüllt. Wie nachhaltig die Systeme dann jeweils sind, ist ein komplexes Thema. Und ich bin gespannt, was hier noch alles kommen wird.

SILKE DETLEFSEN

„Den Wandel des dekorativen Kosmetikmarktes empfinde ich als zeitgemäß und sehr positiv.“

Dr. Nini Nielson



Das Rundum-Programm fürs Naturkosmetik-Make-up

Etliche Unternehmen und Marken aus dem Bereich der Instituskosmetik haben dekorative Naturkosmetik in ihrem Portfolio und bieten auch entsprechende Schulungen an – einige Beispiele.

› **Dr. Hauschka** Der Vorreiter für naturkosmetisches Make-up schaut mit Stolz darauf, dass seine Produkte mittlerweile weltweit für Film und Bühne verwendet werden. Limitierte Editionen, u. a. mit Künstlern und Designern, erregen stets Aufmerksamkeit. www.drhauschka.de

› **GG naturell** möchte mit seinem Schminkekonzept „für die natürlichste Betonung individueller Schönheit“ sorgen. Zu haben sind Produkte für Teint, Augen, Lippen und Nägel sowie das passende Schminke-

behör wie Pinsel. Fast alle Präparate tragen das Ecocert-Gütesiegel nach internationalem COSMOS-Standard. www.gg-naturell.de

› **Couleur Caramel** Die Puder der Marke entstehen durch Mikronisierung – ein Verfahren zur Verkleinerung von Partikeln mit Druckluft. So sollen die Puder neunfach feiner werden als herkömmliche Varianten und für ein samtiges Finish sorgen. Shea- und Kakaobutter sowie Vitamin sind als Pflegekomponenten enthalten. www.thalgo-cosmetic.de

› **Dr. Belter** Das GreenTec Make-up Concept basiert auf natürlichen Inhaltsstoffen wie Naturölen, Pflanzenextrakten und mineralischen Pigmenten. Ein Refillkonzept



für die Lidschatten und die Highlighter soll die Individualität in der Farbauswahl fördern und Ressourcen zu sparen helfen. Bei minimaler Produktanzahl sollen sich viele trendy Looks schminken lassen.

www.belter-cosmetic.com

› **Zuii Organics** Die Puderbasis der Produkte bilden zarte Bio-Rosenblättern, Bio-Kamillenblüten und Bio-Jasminblüten. Abgerundet werden die Rezepturen durch essenzielle Öle, Pflanzenextrakte und natürliche Mineralpigmente. www.meentzen.de