

# Abstracts

## Symposium *„Prüf- und Qualitätssiegel für Kosmetika - Pro und Contra“*



Gesellschaft für  
Dermopharmazie

Allgemeine Aspekte zum Labeling von Kosmetika

# Labeling von Kosmetika in Deutschland und Europa – Übersicht aus der Perspektive eines zertifizierenden Instituts

Dr. Sheida Hönlinger

SGS Institut Fresenius GmbH, Taunusstein



Als Zertifizierung bezeichnet man ein Verfahren beziehungsweise das Ergebnis eines solchen Verfahrens, mit dem die Einhaltung bestimmter Anforderungen seitens eines unabhängigen Testinstituts geprüft und bestätigt wird. Besonders wichtig ist hierbei eine sinnvolle Definition der Anforderungen, die sich auf die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften und Normen oder auf besondere Produktauslobungen (Sicherheitsbewertung, Naturkosmetik, Tierversuchsfreiheit, Testsieger im Vergleich mit anderen Produkten) beziehen kann. Hier ist die Expertise der jeweiligen Testinstitute, ihre Erfahrungen aus der Analytik, der aktuellen gesetzlichen Bestimmungen, der Produktion von kosmetischen Mitteln sowie dem Stand der Technik entscheidend für die Qualität und Aussagekraft des jeweiligen Siegels.

Zahlreiche Qualitätssiegel von Verbraucherorganisationen (Stiftung Warentest, Ökotest) sowie von unabhängigen

Testinstituten (zum Beispiel Geprüfte Sicherheit (GS) mit Bezug auf das Produktsicherheitsgesetz, TÜV geprüfte Qualität, SGS TÜV geprüftes Produkt, Institut Fresenius Qualitätssiegel), die generell für Verbraucherprodukte geeignet sind, werden auch für Kosmetika herangezogen. Diese sind nicht speziell auf die Zertifizierung von kosmetischen Mitteln ausgelegt.

Als Siegel speziell für kosmetische Mittel haben sich im Bereich der Naturkosmetik eine Reihe von qualitativ hochwertigen Siegeln, zum Beispiel „kontrollierte Naturkosmetik“ des BDIH, ECOCERT und Natrue auf dem Markt etabliert. Diese Siegel dienen der Bestätigung und Zertifizierung von Produktauslobungen zur Natürlichkeit des Produktes, seiner Inhaltsstoffe und Verpackung. Aus der Sicht eines zertifizierenden Instituts nehmen wir als Beispiel das derzeit in der EU etablierte Siegel „NATRUE“, um den Ablauf von Antragstellung bis zur Siegelvergabe zu durchleuchten.



Allgemeine Aspekte zum Labeling von Kosmetika

# Rechtlicher Hintergrund für die Vergabe und Verwendung von Prüf- und Qualitätssiegeln

RA Dr. Frank Pflüger

Baker & McKenzie Partnerschaft, Frankfurt a.M



## Vorab: Kurzüberblick rechtliche Einstufung von Prüfzeichen, Güte- und Qualitätssiegeln

Einige besondere Prüfzeichen sind spezialgesetzlich reglementiert und unterliegen staatlicher Kontrolle. Davon sind manche verpflichtend (zum Beispiel CE-Kennzeichen als Voraussetzung des Inverkehrbringens bei Medizinprodukten), andere freiwillig (zum Beispiel GS-Zeichen nach ProdSG für bestimmte technische Geräte, Bio-Siegel nach ÖkoKennzG, EU-Öko/Bio-VO 834/2007 für bestimmte Lebensmittel). Die meisten Zeichen sind als Gütesiegel, wie im Bereich der Kosmetik, nicht speziell staatlich beziehungsweise gesetzlich geregelt. Fraglich – wenn auch in der Regel zu verneinen – kann es aber sein, ob die Verbraucher mit bestimmten Zeichenclaims (zum Beispiel “Bio”) die Erwartung einer staatlichen Überwachung verknüpfen (“Bio-Mineralwasser” [OLG Nürnberg]). Güte- und

Qualitätssiegel werden in der Regel als Marken eingetragen und ihre Verwendung (bei Einhaltung der Verleihungskriterien) als Lizenz gestattet.

## Lauterkeitsrechtliche Anforderungen an Gütesiegel

Das Gesetz gegen Unlauteren Wettbewerb (UWG) statuiert, dass (auch) die Werbung mit Gütesiegeln keine Irreführung des Verkehrs (der Verbraucher) bewirken darf (§ 5 Abs. 1 Nr. 1 UWG). Unlauter ist ausdrücklich die Verwendung von Gütezeichen, Qualitätskennzeichen oder Ähnlichem ohne die erforderliche Genehmigung (Nr. 2 Anh. zu § 3 Abs. 3 UWG). Mit Genehmigung ist auch die Vergabe durch einen privatrechtlich organisierten Verband beziehungsweise eine Güte(zeichen)Gemeinschaft gemeint.

## UWG-Rechtsprechung zu Gütesiegeln und vergebenden Stellen (anwendbar auch auf Siegel für Kosmetika)

Es darf keine Irreführung über die Siegel vergebende Stelle erfolgen. Relevante Aspekte



sind Neutralität und Fachkompetenz. Eine (nicht offengelegte) Steuerung durch einen bestimmten Hersteller indiziert in der Regel eine Irreführung. Daneben dürfen nicht zu Unrecht bestimmte nicht vorhandene Verbandseigenschaften suggeriert werden (“Bundesverband für Partnersuchende” bei lokaler Vereinigung [OLG Hamm]).

Unlauter ist es, wenn das Siegel nicht aufgrund neutraler, objektiv vorgegebener, transparenter und von größeren Fachkreisen anerkannter Kriterien vergeben wird. Deren Einhaltung muss kontrolliert werden. Unterbleibt jegliche Kontrolle, kann die siegelbasierte Werbung schon aus diesem Grund irreführend sein (“Keine Kinderarbeit Logo” [LG Stuttgart]). Eine bloße Selbstverpflichtungserklärung zur Einhaltung der Kriterien kann, je nach den Umständen, als ungenügend beurteilt werden (so beim verbandseigenen “BVDVA-geprüft” Siegel [LG Darmstadt]). Die Entrichtung einer Gebühr für die Prüfung beziehungsweise Verleihung ist grundsätzlich gestattet (Fall “Blauer Umweltengel” [Bundesgerichtshof]), die Verleihung darf jedoch nicht “erkauft” werden.

Die Siegelvergabe darf nicht zu einer sogenannten Werbung mit Selbstverständlichkeiten führen. Dies ist insbesondere der Fall, wenn die Verleihungskriterien lediglich den gesetzlichen Mindeststandard beschreiben (zum Beispiel Siegel “Tiergerechte Haltungsform” für Hühner bei bloßer Befolgung der Haltebedingungen der TierSchNutZV [LG Oldenburg]). Bei Bewerbung von Kosmetika mit “frei von Tierversuchen” gilt eine europäische Sonderregelung. Unlauter und damit unzulässig ist es, mit einem – wenn auch ansonsten rechtskonformen – Siegel sogenannte Spitzenstellungswerbung zu betreiben (“Für ein Höchstmaß an Sicherheit: Achten Sie darauf, nur Produkte mit dem VDE/GS-Prüfzeichen zu verwenden” [OLG Hamm]).

### **(Gerichtliches) Wettbewerbsverfahren bei unlauterer Werbung mit Gütesiegeln**

Bei UWG-Verstößen drohen wettbewerbsrechtliche Abmahnungen durch Konkurrenten oder Verbände beziehungsweise Wettbewerbsvereine. Reaktionsmöglichkeiten sind grundsätzlich Abmahnungszurückweisung, gegebenenfalls mit Gegenabmahnung, immer Schutzschrift oder aber strafbewehrte Unterlassungserklärung (eventuell als Teilunterwerfung) und wenn möglich mit Aufbrauchfrist. Ohne volle Unterwerfung droht bei UWG-Verstoß eine einstweilige Verfügung (e.V.) durch das Gericht. Für deren Beantragung bleibt dem Angreifer – inklusive des ca. 1-2-wöchigen Abmahnverfahrens – nur ein ca. 4-6-wöchiges Zeitfenster nach Kenntnis vom Rechtsverstoß. Ansonsten geht die sogenannte Dringlichkeit verloren. Innerhalb von 6 Monaten kann dann nur noch Hauptsachklage erhoben werden. Das e.V.-Verfahren folgt eigenen Regeln; im Vorteil ist, wer sehr rasch notwendige Dokumentationen (wissenschaftliche Aufsätze, fachliche Stellungnahmen, eidesstattliche Versicherungen) zusammenstellen kann.

### **Kartellrechtlicher Exkurs**

Beschränkungen des Zugangs zu verleihenden Stellen beziehungsweise Gütezeichengemeinschaften können gegen das gesetzliche Diskriminierungsverbot beziehungsweise das Verbot unbilliger Behinderung (§ 20 Abs. 6 GWB) verstoßen. Unternehmen haben unter Umständen einen justiziablen Anspruch auf Aufnahme in Berufsvereinigungen oder Gütezeichengemeinschaften, um Gütesiegel für sich zu erlangen.



# Prüf- und Qualitätssiegel zur Kennzeichnung spezieller Produktmerkmale

## Das „Häschen-Emblem“ des Deutschen Tierschutzbunds für Kosmetika ohne Tierversuche

*Prof. Dr. med. Horst Spielmann*

*Fachbereich Biologie, Chemie und Pharmazie  
der Freien Universität Berlin, Berlin*

Alle in der Kosmetik-Positivliste des Deutschen Tierschutzbundes genannten Kosmetikhersteller haben die Richtlinien des Deutschen Tierschutzbundes in vollem Umfang erfüllt. Das bedeutet:

- 1) Abgabe einer rechtsverbindlichen Erklärung, dass
  - a) keine Tierversuche für Entwicklung und Herstellung der Endprodukte durchgeführt werden,
  - b) keine Rohstoffe verarbeitet werden, die nach dem 1.1.1979 im Tierversuch getestet wurden. Hierbei ist ausschlaggebend, dass die Substanzen vor dem 1.1.1979 auf dem Markt waren - unabhängig davon, ob sie vor diesem Zeitpunkt im Tierversuch getestet wurden. Substanzen, die nach diesem Zeitpunkt auf den Markt kamen, dürfen nicht im Tierversuch getestet worden sein. Allerdings können weder wir noch die in der Positivliste aufgeführten Hersteller verhindern, dass eine synthetische Substanz, die vor dem 1.1.1979 bereits auf dem Markt war, oder ein natürlicher oder essbarer Rohstoff später noch, nach dem Stichtag 1.1.1979, von Dritten im Tierversuch getestet wurde und wird. Sofern sie mit dem betreffenden Unternehmen in keiner Verbindung stehen, ist es den in der Positivliste aufgeführten Herstellern daher gestattet, die betreffende Substanz auch weiterhin zu verwenden,
  - c) keine Rohstoffe Verwendung finden, deren Gewinnung mit Tierquälerei (zum Beispiel Bäregalle) oder Ausrottung (zum Beispiel Moschus, Schildkrötenöl) verbunden ist oder für die Tiere eigens getötet wurden (zum Beispiel Cochenille, Seidenpulver). Rohstoffe, die von toten Tieren gewonnen werden, dürfen nicht verwendet werden. Rohstoffe von lebenden Tieren (zum Beispiel Milch, Eigelb, Lanolin, Bienenwachs, Honig usw.) sollen bevorzugt aus ökologischer Tierhaltung entsprechend der EG-Bioverordnung stammen,
  - d) keine wirtschaftliche Abhängigkeit zu anderen Firmen besteht, die Tierversuche durchführen oder in Auftrag geben (zum Beispiel Pharmaindustrie).
- 2) Abgabe einer detaillierten Rohstoffliste mit Lieferantenangabe.
- 3) Vollständige Angabe der Inhaltsstoffe aller Produkte auf der jeweiligen Verpackung oder in den Katalogen.
- 4) Sollte ein Hersteller bewusst falsche Angaben machen, so droht ihm eine Vertragsstrafe bis zu 10.000 Euro.



Prüf- und Qualitätssiegel zur Kennzeichnung spezieller Produktmerkmale

## Das BDIH-Prüfsiegel für kontrollierte Naturkosmetika

RA Harald Dittmar

*Bundesverband der Industrie- und Handelsunternehmen für Arzneimittel, Reformwaren, Nahrungsergänzungsmittel und Körperpflegemittel e.V. (BDIH), Mannheim*



Traditionsgemäß ist Deutschland einer der wichtigsten Märkte für Naturkosmetik. Die Umsätze mit Naturkosmetik haben sich von 2007 bis 2011 um ca. 200 Mio. € auf über 800 Mio. € gesteigert. Der Marktanteil von zertifizierter Naturkosmetik lag 2011 bei ca. 6,5 Prozent des Gesamtkosmetikmarktes\*. Dies ist ein weltweiter Spitzenwert. Hinzu kommen „naturnahe“ Produkte, deren Anteil denjenigen zertifizierter Naturkosmetik nochmals übertreffen dürfte. Auch „konventionelle“ Produkte werden werblich unter den Aspekten „Natur“ und „Grün“ vermarktet. Mangels gesetzlicher Definitionen war die damit verbundene Irreführungsfahrer bereits in den 90er-Jahren Grund für führende Naturkosmetikerhersteller, in einer Arbeitsgruppe des BDIH Kriterien für „echte“ Naturkosmetik festzulegen und eine unabhängige Kontrolle bei der Vergabe des Kontrollzeichens des BDIH einzurichten. Es handelt sich damit um das erste Kontrollzeichen für

Naturkosmetik in Europa. Mittlerweile wurden über 7.000 Erzeugnisse von über 180 Herstellern kontrolliert. Auf Grund einer inzwischen internationalen Verbreitung des Zeichens handelt es sich bei mehr als einem Drittel der Hersteller um ausländische Unternehmen aus allen Kontinenten.

Die Kriterien des BDIH-Standards regeln im Wesentlichen, welche Rohstoffquellen genutzt und welche „natürlichen“ chemischen Prozesse bei der Herstellung verwendet werden können. Bei Pflanzen, die zu zumutbaren Bedingungen auch in ökologischer Qualität beschaffbar sind, wird dies für bestimmte Ausgangsstoffe in einer Positivliste vorgeschrieben. Rohstoffe vom toten Wirbeltier sind verboten. Tierische Erzeugnisse wie Milch und Honig sind erlaubt. Tierversuche dürfen weder durchgeführt noch in Auftrag gegeben werden. Der Einsatz mineralischer Rohstoffe ist grundsätzlich erlaubt. Nicht erlaubt sind organisch-synthetische Farbstoffe, synthetische Riechstoffe, ethoxylierte Rohstoffe, Silikone, Paraffine und andere Erdölprodukte. Neben rein physikalischen Verfahren dürfen nur bestimmte definierte chemische Verfahren verwendet werden, die auch in der Natur vorkommen. Im Sinne des Verbraucherschutzes darf ausnahmsweise eine kleine Gruppe naturidentischer Konservierungsstoffe verwendet werden, was zu kennzeichnen ist. Bestandteile, die bereits positiv bewertet wurden, sind in einer allgemein zugänglichen





nicht abschließenden „Positivliste“ aufgeführt. Aussagen zur „Bioqualität“ von Produkten und Bestandteilen müssen den Vorgaben für irreführungsfreie Auslobung entsprechen. So setzt zum Beispiel die Bewerbung eines Produktes als „Biokosmetik“ voraus, dass der Bioanteil im Verhältnis zu allen in Bioqualität verwendbaren Bestandteilen des Erzeugnisses mindestens 95 % beträgt. Alle Detailinformationen zum BDIH-Standard für kontrollierte Naturkosmetik sind veröffentlicht unter [www.ionc.info](http://www.ionc.info).

Die Kontrolle erfolgt im Rahmen jährlicher Audits an den Herstellorten und damit gegebenenfalls auch beim Lohnhersteller durch die IONC GmbH, einem Tochterunternehmen des BDIH. Die Zeichenvergabe ist kostenpflichtig, aber nicht gewinnorientiert, da die Einnahmen ausschließlich dem BDIH und seiner Verbands- und Standardarbeit zufließen. Neben Endprodukten können auch Rohstoffe auf Standardkonformität geprüft und dann entsprechend beworben werden.

Der BDIH hat bereits vor 8 Jahren begonnen, mit anderen inzwischen in Europa entstandenen Standards für Natur- und Biokosmetik zusammenzuarbeiten, um die unterschiedlichen Kriterien zu harmonisieren. Die Zusammenarbeit mündete in die Gründung der COSMOS-standard AISBL seitens der Organisationen BDIH, Cosmebio, Ecocert, ICEA und SoilAssociation, die zusammen weltweit in über 50 Ländern mehr als 24.000 Produkte von über 1.400 Firmen nach ihren bisherigen Standards überprüft haben, was über 90 % aller weltweit bislang zertifizierter Naturkosmetik entspricht. Seit Kurzem steht für die Kontrolle der gemeinsame europäische COSMOS-standard zur Verfügung. Produkte, die diesem Standard entsprechen, können zusätzlich zu den weiterhin verwendeten Kontrollzeichen mit dem Hinweis „COSMOS-natural“ beziehungsweise „COSMOS-organic“ gekennzeichnet werden. Nach Ablauf des Jahres 2014 werden Neuentwicklungen von allen beteiligten Organisationen nur noch auf der Basis des gemeinsamen COSMOS-standard zertifiziert. Hierzu sind nähere Informationen verfügbar unter [www.cosmos-standard.org](http://www.cosmos-standard.org).



Prüf- und Qualitätssiegel zur Kennzeichnung spezieller Produktmerkmale

# Das EU-Ecolabel für umweltverträgliche Hautreinigungs- und Haarwaschmittel

*Dr. Peter Buttner*

*RAL gGmbH, Sankt Augustin*



Das EU-Ecolabel ist wie der seit 1978 bestehende „Blaue Engel“ ein TYP I- Umweltzeichen (DIN EN ISO 14024). Das EU-Ecolabel wurde im Jahre 1992 von der Europäischen Kommission ins Leben gerufen. Die Vergabe erfolgt an Produkte und Dienstleistungen, die geringere Umweltauswirkungen haben als vergleichbare. Mit dem EU-Ecolabel soll der Verbraucher die Möglichkeit haben, umweltfreundlichere und gesündere Produkte und Dienstleistungen identifizieren zu können. Das Spektrum reicht von Reinigungsprodukten über Elektrogeräte, Textilien, Schmierstoffe, Farben und Lacke bis zu Beherbergungsbetrieben und Campingplätzen. Ausgeschlossen von der Vergabe sind zum jetzigen Zeitpunkt Nahrungsmittel, Getränke, Arzneimittel und medizinische Geräte.

Die Auszeichnung erfolgt in den einzelnen Mitgliedstaaten der EU durch zuständige Stellen (CompetentBodies).

Das Umweltbundesamt (UBA) und die RAL gGmbH als Competent Body sind bei der Europäischen Kommission für Deutschland benannt worden. Dabei ist das Umweltbundesamt für die fachliche Seite bei der Neu- und Weiterentwicklung von Vergabekriterien zuständig und unterstützt die RAL gGmbH fachlich bei der Antragsbearbeitung. Die RAL gGmbH prüft eingehende Anträge auf Nutzung des EU- Ecolabels und schließt nach positiver Prüfung die entsprechenden Zeichenbenutzungsverträge mit den jeweiligen Zeichennehmern ab.

Die Gültigkeit dieser Verträge ist abhängig von der Laufzeit der jeweiligen Vergabegrundlage. Die Kriterien für die Produktgruppe der Seifen, Shampoos und Haarspülungen, -kuren (PG 30) ist nur noch gültig bis zum 31.3.2013. Derzeit läuft die Revision der Kriterien, wofür die EU-Verordnung (66/2010/EG) neue Rahmenbedingungen aufgestellt hat.

Die neuen Kriterien werden sich daher am Ende denen der bereits aktualisierten Produktgruppen der Reinigungsmittel anpassen. Dazu zählen (Details noch in Diskussion)

- Ausschluss von Substanzen anhand ihrer R-/H-Sätze (mit definierten Ausnah-men)





und SVHC

- Ausschluss beziehungsweise Begrenzung spezieller Substanzen (zum Beispiel APEO, definierte Biozide, definierte Duftstoffe (allergene), NTA/EDTA u.a.)
- Begrenzung des kritischen Verdünnungsvolumens KVV (Toxizität gegenüber Wasserorganismen)
- Aerobe und anaerobe Abbaubarkeit der Tenside, Begrenzung für alle sonstigen organischen Inhalte
- Bedingungen an Biozide/Farbstoffe (BCF/logKow)
- Begrenzung der Verpackung (GNV) sowie weitere Anforderungen an Verpackungen
- Neu: gegebenenfalls nachhaltige Gewinnung von Palmöl/Palmkernöl
- Gebrauchstauglichkeitstest

Diskutiert wird zugleich der Geltungsbereich, der nach Meinung von vielen Mitgliedsstaaten erweitert werden sollte (alle Kosmetika). Es wird aber wohl nur zu einer begrenzten Erweiterung kommen (weitere Rinse-off-Produkte: Rasier-schaum/gel/creme, Rasierseife, (Tiershampoos)).

Weiterführende Informationen zum EU-Ecolabel und zur Revision:

[www.ecolabel.de](http://www.ecolabel.de) (EU-Seiten)

[www.eu-ecolabel.de](http://www.eu-ecolabel.de) (RAL gGmbH)

[http://susproc.jrc.ec.europa.eu/soaps\\_and\\_shampoos/](http://susproc.jrc.ec.europa.eu/soaps_and_shampoos/) (Dokumente zur Revision)



Prüf- und Qualitätssiegel zur Kennzeichnung der Verträglichkeit

# Qualitätssiegel zur Hautverträglichkeit von Kosmetika – Übersicht und Bewertung

*Dr. med. Wolfgang Matthies*

*SBM Consulting, Düsseldorf*



Die Gesetzgebung für die Regelung des Verkehrs mit kosmetischen Mitteln stellt schon seit den 70er-Jahren die Grundforderung auf, nur verträgliche Formulierungen und Produkte in den Markt zu bringen. Nachdem die Rahmenbedingungen sich für die Hersteller und Vertreiber über die Jahre stetig verändert haben und die Überprüfung der Produktverträglichkeit nicht mehr obligat am Endprodukt stattfindet, sondern durch Kalkulation der toxikologischen Eigenschaften der Inhaltsstoffe nachgewiesen werden kann, sind auch Prüfungen der Endprodukte am Menschen nicht mehr als Basisuntersuchung zu verstehen, sondern werden als Sonderleistungen angesehen und in manchen Fällen dann auch entsprechend werblich positioniert.

Vor diesem Hintergrund ist im Markt eine Vielfalt von Auslobungsvarianten entstanden, die sich in Form und

Inhalt sehr unterscheiden und für den Verbraucher kaum verständlich sind. Im Gegenteil erwecken manche der Auslobungen durch Qualitätszertifikate und vergleichende Leistungsbeschreibung den Eindruck, wissenschaftlich begründet besondere Güte von Produkten darzustellen, ohne dass dieser Anspruch sich aus den dahinter stehenden Systemen und Konzepten beweisen ließe. Vielfach wird sogar auf die einfache Darstellung der durchgeführten Methodik durch den Auslobenden verzichtet, was es dem Leser und Kunden extrem erschwert oder unmöglich macht, auch nur ansatzweise die Bewertungen nachzuvollziehen. Dazu kommt, dass aus Kostengründen Prüfleistungen gern mit minimalem Aufwand betrieben werden, was natürlich die Aussagekraft einer Prüfung limitiert und die Generalisierung des Ergebnisses einer Studie unmöglich macht.

Wenn dennoch Ergebnisse aus Studien zur Auslobung besonderer Produktleistung werblich verwendet werden, kann das aus Sicht des Verbrauchers nur dann überzeugen, wenn die Bedingungen der Prüfung nachvollziehbar sind, im Ergebnis auch eine besondere Leistung bewiesen werden konnte und die Daten soweit dem Leser verfügbar gemacht werden, dass er den logischen Prozess vom Studienergebnis zum Auslobungstext nachvollziehen kann. Mit anderen Worten, Kommunikation mit dem Verbraucher findet nur dann sinnvoll statt, wenn er die Hintergründe der Auslobung komplett nachvollziehen und für sich selbst Vergleiche mit anderen



Produkten herleiten kann.

Dazu bedarf es festgelegter Konventionen für die Darstellung von Produktleistungen: wenn zum Beispiel ein Terminus wie „dermatologisch geprüft“ eine zusätzliche Information darstellen soll, muss dem Kunden klar sein, was genau er sich unter diesem Terminus vorzustellen hat. Das kann zum Beispiel per gesetzlicher Vorgabe, per branchenüblicher Definition, per Einzelfalldefinition durch den Auslobenden oder durch ein System von Auslobungssymbolen für Qualitätslevel (Klasse „A“ bis „X“) erfolgen. Ohne eine Vereinheitlichung bleibt jeder Versuch, mit Auslobungen zusätzliche Information „an den Mann“ zu bringen, ein individueller Versuch mit unklarem Erfolg und/oder Misserfolg.

Der Versuch, Zertifikate und Qualitätssymbole als zusätzliche „Versicherung“ der Hersteller oder des Kunden im Umgang mit kosmetischen Mitteln einzuführen, folgt der Logik der Differenzierung und der Werbung mit Qualität: hier stände der Nutzen außer Frage, wenn ein vollständig transparentes System der angelegten Kriterien dem Verbraucher die Vorteile beweisen würde.



Prüf- und Qualitätssiegel zur Kennzeichnung der Verträglichkeit

## Das DAAB-Prüfsiegel für allergikerfreundliche Kosmetika

*Dr. Silvia Pleschka*

*Deutscher Allergie- und Asthmabund (DAAB), Berlin*

Allergien gelten als Zivilisationskrankheiten. Kontaktallergien betreffen fast jeden Fünften in Deutschland. Da sie nicht heilbar sind, kommt der Karenz, also dem Meiden der Allergieauslöser in Kosmetikprodukten, aber auch in anderen Produkten wie Waschmitteln, medizinischen Salben oder Textilien eine große Bedeutung zu. Der Deutsche Allergie- und Asthmabund, die älteste Patientenorganisation Deutschlands, setzt sich dafür ein, die Lebenssituation der Allergiker, Asthmatiker und Neurodermitiker zu verbessern und unterstützt sie durch Aufklärung sowie individuelle Beratung dabei, den Alltag trotz Allergien möglichst beschwerdefrei zu gestalten.

Seit 1996 setzt sich der Deutsche Allergie- und Asthmabund (DAAB), basierend auf den Erfahrungen der täglichen Beratungspraxis, für die Entwicklung und Umsetzung neuer, besser verträglicher Produkte ein. Ein Beispiel sind die Duftstoffe. Sie gehören zu den häufigsten Auslösern einer Kontaktallergie - Platz 2 in der Hitliste der Kontaktallergie des IVDK (Informationsverbund der Dermatologischen Kliniken). Da Duftstoffallergiker und auch Personen mit hyperreagiblen Atemwegen auf Waschmittel oder Pflegeprodukte ohne Duftstoffe angewiesen sind, ist das Sortiment duftstofffreier Produkte für sie wichtig.

Da Termini wie „für Allergiker geeignet“, „Allergiker freundlich“ oder „Allergiker gerecht“ nicht geschützt sind, gibt es auf dem Markt Produkte, die mit einer Allergikereignung werben, ohne dem gerecht zu werden. Ziel unseres Engagements war und ist bis heute, dem Verbraucher mit Allergien, Asthma und Neurodermitis qualitativ überprüfbare Produkte zur Verfügung zu stellen, die er in der Apotheke, im Supermarkt oder im Drogeriemarkt zu akzeptablen Preisen bekommen kann und bei denen das Risiko allergischer Reaktionen minimiert ist.

Der Deutsche Allergie- und Asthmabund hat ein Label etabliert, das den Betroffenen eine Orientierung bei der Suche nach gut verträglichen Produkten geben soll. Die Labelvergabe basiert auf der Bewertung der Inhaltsstoffe in der Deklarationsliste und auf praktischen Erfahrungen der Allergiker, Asthmatiker und Neurodermitiker während der Anwendung dieses Produktes über einen längeren Gebrauchszeitraum.

Die Anforderungen an die Kosmetika und Waschmittel für eine Labelvergabe sind in einem Kriterienkatalog zusammengefasst. Unter anderem müssen die Kosmetik-rezepturen frei von Inhaltsstoffen mit hoher Allergierelevanz und stark irritierenden Inhaltsstoffen wie Natriumlaurylsulfat sein.



Prüf- und Qualitätssiegel zur Kennzeichnung der Verträglichkeit

# Das ECARF-Qualitätssiegel für allergikerfreundliche Kosmetika

*Prof. Dr. med. Dr. h. c. Torsten Zuberbier*

*Klinik für Dermatologie, Venerologie und Allergologie, Charité Universitätsmedizin, Campus Mitte, und Leiter Stiftung ECARF, Berlin*



Das ECARF-Qualitätssiegel für allergikerfreundliche Produkte und Dienstleistungen kennzeichnet Produkte und Dienstleistungen, die Allergikern das Leben nachweislich erleichtern und deren Lebensqualität verbessern. Es zeichnet Hersteller für Innovationsbereitschaft und hohe Produktqualität im Interesse der Allergiker aus und kann lizenzkostenfrei genutzt werden.

Das ECARF-Qualitätssiegel wird vergeben von der Stiftung ECARF, die sich dafür einsetzt, die Situation sowohl für Allergiker als auch für die Gesellschaft zu verbessern. ECARF steht für European Centre for Allergy Research Foundation. Die Stiftung ist gemeinnützig und europaweit tätig. Sie wurde im Jahr 2003 gegründet und vergibt seit 2006 das ECARF-Qualitätssiegel für allergikerfreundliche Produkte und Dienstleistungen.

Grundsätzlich kann jedes Produkt und jede Dienstleistung mit dem ECARF-Qualitätssiegel ausgezeichnet werden, wenn der Anbieter kontrollierte Qualität nachweisen kann. Produkte wie Lebensmittel, Kosmetika, Haushaltsgeräte oder Bettwaren können ebenso zertifiziert werden wie Dienstleistungen von Hotels, Restaurants oder auch Kommunen. Das Siegel ist zwei Jahre gültig und kann erneut vergeben werden, wenn die Voraussetzungen unverändert fortbestehen. Nicht ausgezeichnet werden medizinische Produkte wie Medikamente und Medizinprodukte und Dienstleistungen von Krankenhäusern oder Reha-Einrichtungen.

Die Vergabe erfolgt nach Begutachtung durch ECARF sowie ein internationales Expertengremium. Die Vergabekriterien basieren auf Ergebnissen der allergologischen Forschung und werden dem aktuellen Kenntnisstand und den technischen Analysemöglichkeiten regelmäßig angepasst.

Kosmetika werden dann als allergikerfreundlich ausgezeichnet, wenn der Hersteller eine quantitative Risikobewertung, eine klinisch durchgeführte Anwendungstestung von Probanden mit sensibler, zu Ekzemen neigender Haut sowie ein effektives Überwachungs- und Beschwerdemanagement nachweisen kann.

