



# NACHHALTIGES HANDELN IN DER KÖRPER- UND SCHÖNHEITSPFLEGE-BRANCHE

EINE BESTANDSAUFNAHME

2021

SCHÖNHEITSPFLEGE"

KOMPETENZPARTNER IM IKW

# SCHÖNHEITSPFLEGE"

KOMPETENZPARTNER IM IKW

Herausgeber

Kompetenzpartner Schönheitspflege  
im Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e. V. (IKW)

Mainzer Landstraße 55  
60329 Frankfurt am Main

Telefon: 069 2556-1330

Internet: [www.ikw.org](http://www.ikw.org)

E-Mail: [info@ikw.org](mailto:info@ikw.org)

Twitter: [www.twitter.com/ikw\\_org](http://www.twitter.com/ikw_org)

Erstellt durch:

SPECTICAL

Internet: [www.spectical.de](http://www.spectical.de)

Gestaltung:

Format Allee

Internet: [www.formatallee.de](http://www.formatallee.de)

# INHALT

## 1 Einleitung

## 2 Der IKW und seine Bereiche Schönheitspflege und Haushaltspflege

## 3 Nachhaltigkeit in den Unternehmen – eine Umfrage

- 3.1 Nachhaltigkeit – ganz weit oben auf der Agenda
- 3.2 Den ökologischen Fußabdruck verkleinern
- 3.3 Gelebte soziale Verantwortung
- 3.4 Verantwortung beginnt vor der eigenen Tür
- 3.5 Verantwortungsbewusstes Handeln entlang der Lieferkette
- 3.6 Gute Unternehmensführung
- 3.7 Zusammenfassung & Ausblick

## 4 Nachhaltigkeit im IKW – Partner der Unternehmen

- 4.1 Kosmetische Inhaltsstoffe
- 4.2 Kosmetische Verpackungen
- 4.3 Kosmetische Produkte
- 4.4 Zusammenfassung & Ausblick

## 5 Der IKW als Partner für Wissenschaft, Fachöffentlichkeit und Gesellschaft

- 5.1 Zusammenfassung & Ausblick

## 6 Ökonomische Aspekte der Kosmetikindustrie

## 7 Anhänge

- 7.1 Begriffs- und Abkürzungsverzeichnis
- 7.2 Abbildungsverzeichnis
- 7.3 Referenzen
- 7.4 Umfrage zur Nachhaltigkeit unter den Mitgliedsfirmen, 2020 (zu Kap. 3.)

## 1. EINLEITUNG

Nachhaltigkeit beziehungsweise nachhaltige Entwicklung ist essenziell und hat alle Bereiche unseres heutigen Lebens erfasst – das Thema prägt im globalen Maßstab die politische, wissenschaftliche und gesellschaftliche Diskussion. Seine Bedeutung ergibt sich aus der immensen Herausforderung, wie heutige Bedürfnisse erfüllt und gleichzeitig die natürlichen Ressourcen zu Gunsten zukünftiger Generationen erhalten werden können.

2015 haben die Mitgliedstaaten der Vereinten Nationen mit der „Agenda 2030“ 17 globale Nachhaltigkeitsziele ([Sustainable Development Goals – SDGs](#)) verabschiedet, die einen allgemeingültigen Orientierungsrahmen für ein nachhaltiges Handeln setzen. Diese Ziele für eine ökonomisch, ökologisch und sozial generationengerechte Entwicklung gelten dabei für Entwicklungsländer, Schwellenländer und Industrienationen gleichermaßen wie auch für Regierungen, Zivilgesellschaft und Unternehmen.

Die Hersteller kosmetischer Produkte stellen sich dieser Herausforderung und wollen einen aktiven Beitrag dazu leisten, diese Nachhaltigkeitsziele zu erreichen. Unterstützt werden die Unternehmen dabei vom Bereich Schönheitspflege ([SP](#)) im Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e. V. ([IKW](#)).

Der vorliegende Bericht erfasst Umfang und Gewichtung von Nachhaltigkeitsaktivitäten der Kosmetikhersteller und beschreibt exemplarisch Maßnahmen des Kompetenzpartners Schönheitspflege im IKW (IKW/SP) in den Jahren 2019/2020, die ein nachhaltiges Wirtschaften der Unternehmen unterstützen und fördern.

Um festzustellen, welche Aspekte der Nachhaltigkeit beziehungsweise nachhaltigen Entwicklung bei den Herstellern kosmetischer Produkte Berücksichtigung finden, führte der Bereich Schönheitspflege im IKW im Herbst 2020 eine umfassende Bestandsaufnahme unter den Mitgliedern durch. Die Ergebnisse zeigen, wie vielseitig nachhaltiges Handeln in der kosmetischen Industrie praktiziert wird. Ungeachtet dessen wird die Kosmetikindustrie auch in Zukunft daran arbeiten, weitere Verbesserungen zu erreichen und neue Erkenntnisse umzusetzen.

## 2. DER IKW UND SEINE BEREICHE SCHÖNHEITSPFLEGE UND HAUSHALTSPFLEGE

Kompetenter Ansprechpartner für alle Fragen rund um Kosmetik, Experte in wichtigen Arbeitskreisen oder Vermittler von Wissen auf höchstem Niveau – die Aufgaben des Kompetenzpartners Schönheitspflege im IKW sind vielfältig und orientieren sich an den Herausforderungen, denen sich die Mitgliedsfirmen des Verbandes jeden Tag stellen müssen.

Seit mehr als 50 Jahren vertritt der Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e. V. die Interessen der Hersteller von kosmetischen Mitteln (SP) sowie von Wasch-, Pflege- und Reinigungsmitteln (WPR) – Produkte, die tagtäglich in jedem privaten Haushalt in Deutschland zum Einsatz kommen. Hierfür steht der Verband im engen Austausch mit unterschiedlichen Anspruchsgruppen, wie Behörden, Wissenschaft, Politik, NGOs, Medien oder Verbraucherinnen und Verbrauchern.

Seit der Gründung hat sich die Mitgliederzahl von anfänglich 106 Unternehmen auf derzeit 440 Unternehmen aus beiden Bereichen erhöht. Im Bereich der Schönheitspflege sind aktuell ca. 350 Unternehmen tätig. Davon stellen 24 Mitgliedsunternehmen Produkte aus den Bereichen Schönheits- und Haushaltspflege her. Mit einem jährlichen Umsatz von derzeit ca. 19,3 Milliarden Euro decken die Mitgliedsunternehmen ca. 95 Prozent des Marktes an kosmetischen Mitteln und Wasch-, Pflege- und Reinigungsmitteln in Deutschland ab und beschäftigen ca. 50.000 Mitarbeitende, in der Kosmetikindustrie alleine ca. 24.000.



19,3

Mrd.€ Umsatz



50.000

Mitarbeitende



95%

Marktanteil

Die Mitgliedsunternehmen im Bereich Schönheitspflege produzieren und vertreiben ein sehr vielfältiges Angebot. Kosmetische Mittel sind in der EG-Kosmetikverordnung definiert als „Stoffe oder Gemische, die dazu bestimmt sind, äußerlich mit den Teilen des menschlichen Körpers (Haut, Behaarungssystem, Nägel, Lippen und äußere intime Regionen) oder mit den Zähnen und den Schleimhäuten der Mundhöhle in Berührung zu kommen, und zwar zu dem ausschließlichen oder überwiegenden Zweck, diese zu reinigen, zu parfümieren, ihr Aussehen zu verändern, sie zu schützen, sie in gutem Zustand zu halten oder den Körpergeruch zu beeinflussen“.

Kosmetische Produkte reichen vom Duschgel und der Zahnpasta über die Gesichtscreme und den Lippenstift bis zum Sonnenschutzmittel und umfassen dabei Produkte aus den Bereichen der konventionellen Kosmetik wie auch der Naturkosmetik. Viele der Produkte sind für die private Anwendung bestimmt. Aber auch Friseurgeschäfte, Kosmetik- oder Nagelstudios haben einen großen Bedarf, welchen die Hersteller mit vielen professionellen Produkten bedienen. Im beruflichen Umfeld sind zudem spezifische Produkte zu Hautschutz, Hautreinigung und Hautpflege zu finden. Die gesamte Vielfalt dieser Produkte wird durch die Schönheitspflege des IKW vertreten. Unabhängig vom jeweiligen Produkt: Die Schönheitspflege des IKW vertritt eine sehr innovative und vielseitige Industrie, deren Produkte nicht nur zum Wohlbefinden beitragen, sondern auch für Hygiene und Gesunderhaltung stehen.

### 3. NACHHALTIGKEIT IN DEN UNTERNEHMEN – EINE UMFRAGE

Im Herbst 2020 wurde unter den Mitgliedsfirmen des Kompetenzpartners Schönheitspflege im IKW erstmalig eine Umfrage zu ihrem Engagement im Bereich Nachhaltigkeit durchgeführt. 51 Unternehmen haben sich daran beteiligt und Auskunft darüber gegeben, in welchen Bereichen der Nachhaltigkeit sie aktiv sind. Zur besseren Einordnung: Von den teilnehmenden Firmen haben acht mehr als 1000 Mitarbeitende, acht beschäftigen zwischen 500 und 1000 Mitarbeitende und 35 haben zwischen zwei und 500 Mitarbeitende in Deutschland.



8 Unternehmen  
**>1000**  
Mitarbeitende



8 Unternehmen  
**500-1000**  
Mitarbeitende



35 Unternehmen  
**2-500**  
Mitarbeitende

Die Umfrage hat eine hohe Aussagekraft – sie ermöglicht einen ersten Eindruck über die vielseitigen Aktivitäten der beteiligten Unternehmen, die einige von ihnen bereits seit längerem durchführen. Da dies die erste Erhebung dieser Art ist, können jedoch noch keine Entwicklungen über die vergangenen Jahre dargestellt werden. Die Umfrage deckt Fragestellungen zur ökologischen, sozialen und ökonomischen Verantwortung der Unternehmen zum Thema Nachhaltigkeit ab. Auf einzelne Aktivitäten kann an dieser Stelle nicht eingegangen werden – hierüber geben die Webseiten der Hersteller einen guten Überblick.

#### 3.1 NACHHALTIGKEIT – GANZ WEIT OBEN AUF DER AGENDA

Das Thema Nachhaltigkeit besitzt bei den Unternehmen eine hohe Priorität. Knapp 70 Prozent (68,6 %) der befragten Firmen haben mindestens einen verantwortlichen Mitarbeiter oder eine Mitarbeiterin im eigenen Unternehmen für das Thema Nachhaltigkeit.

Um das Thema Nachhaltigkeit in den Unternehmen fest zu verankern, setzen die Firmen hierbei mehrheitlich auf einen fest skizzierten Orientierungsrahmen.



Ca. 60 Prozent (60,8 %) der Unternehmen geben an, dass ein schriftlich fixierter Unternehmenskodex oder ein Leitbild zur gesellschaftlichen Verantwortungsübernahme existiert. Knapp 40 Prozent (39,2 %) veröffentlichen darüber hinaus einen Nachhaltigkeitsbericht, wobei mehr als ein Viertel (27,5 %) nach einem offiziellen Standard, wie beispielsweise dem [Deutschen Nachhaltigkeitskodex](#) (DNK) – einem branchenübergreifenden Transparenzstandard für die Berichterstattung unternehmerischer Nachhaltigkeitsleistungen – oder nach der [Global Reporting Initiative](#) (GRI), berichtet.

Und auch wenn es um die Quantifizierung von Zielen geht, sind die Firmen auf einem guten Weg: Fast die Hälfte der Hersteller (49,0 %) hat sich im ökologischen Bereich, 45 Prozent (45,1 %) im ökonomischen und knapp 30 Prozent (29,4 %) im sozialen Bereich Nachhaltigkeitsziele gesetzt.

Mehr als die Hälfte der Umfrageteilnehmenden (56,9 %) beteiligt sich darüber hinaus an globalen Nachhaltigkeits-Initiativen – wie zum Beispiel am [RSPO](#) (Roundtable on Sustainable Palm Oil) – oder befolgt globale Leitlinien.



Auch scheuen die Unternehmen nicht den Vergleich mit anderen: Mehr als 40 Prozent der Unternehmen (41,2 %) hatten sich in den letzten fünf Jahren auf Basis ihres nachhaltigen Engagements schon einmal für einen Nachhaltigkeitspreis beworben, wie zum Beispiel für den Deutschen Verpackungspreis oder den Deutschen Nachhaltigkeitspreis ([DNP](#)). Mehr als ein Drittel dieser Firmen war hierbei bereits erfolgreich und konnte einen Preis erhalten.

Von verschiedenen Firmen werden Standards genutzt, wie zum Beispiel der globale Umweltmanagementstandard [ISO](#) 14001, die ISO Norm 9001 für Qualitätsmanagement oder die ISO 50001 als Standard für Energiemanagement.

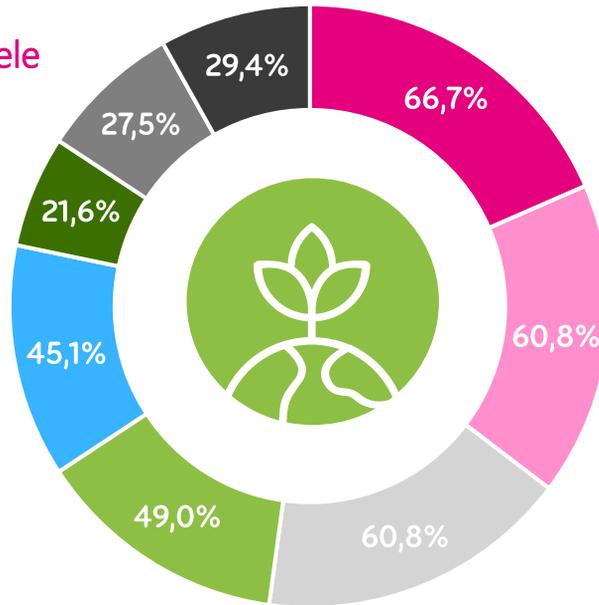
### 3.2 DEN ÖKOLOGISCHEN FUßABDRUCK VERKLEINERN

Wirtschaftlich erfolgreich Handeln und gleichzeitig die Auswirkungen auf Umwelt und Klima reduzieren – viele der Unternehmen setzen sich Ziele und analysieren die eigenen Aktivitäten, um Ressourcen zu schonen, Emissionen zu verringern und nachhaltiger zu produzieren. So hat etwas mehr als die Hälfte der beteiligten Unternehmen (52,9 %) in den letzten drei Jahren systematisch die Klimaauswirkungen ihres Unternehmens erfasst, beispielsweise in Form einer Klimabilanz.

Ein Großteil der an der Umfrage beteiligten Mitgliedsfirmen haben qualitative Nachhaltigkeitsziele für einzelne Bereiche definiert:

Zwei Drittel haben sich Ziele im Bereich Rohstoffe (66,7 %) gesetzt, 60 Prozent in den Bereichen Energie (60,8 %) und Abfall (60,8 %), knapp die Hälfte im Bereich Klima (49,0 %), 45 Prozent im Bereich Wasser (45,1 %), ca. 20 Prozent im Bereich Boden (21,6 %) und etwas mehr als ein Viertel im Bereich Luft (27,5 %) und knapp 30 Prozent im Bereich Biodiversität (29,4 %). Konkret geht es hierbei zum Beispiel um die Reduktion von CO<sub>2</sub>-Emissionen, den Bezug von zertifiziertem Palm(kern)öl, den Einsatz von **FSC®**-zertifiziertem Papier/Karton oder die Verwendung von Rohstoffen aus erneuerbaren Quellen.

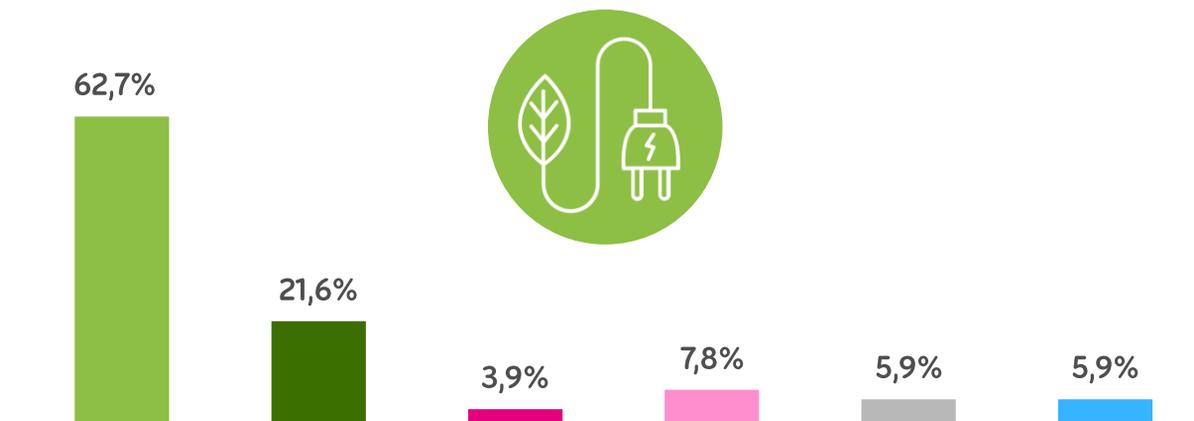
### Nachhaltigkeitsziele nach Bereichen



■ Rohstoffe ■ Energie ■ Abfall ■ Klima ■ Wasser ■ Boden ■ Luft ■ Biodiversität

Mehrfachnennungen

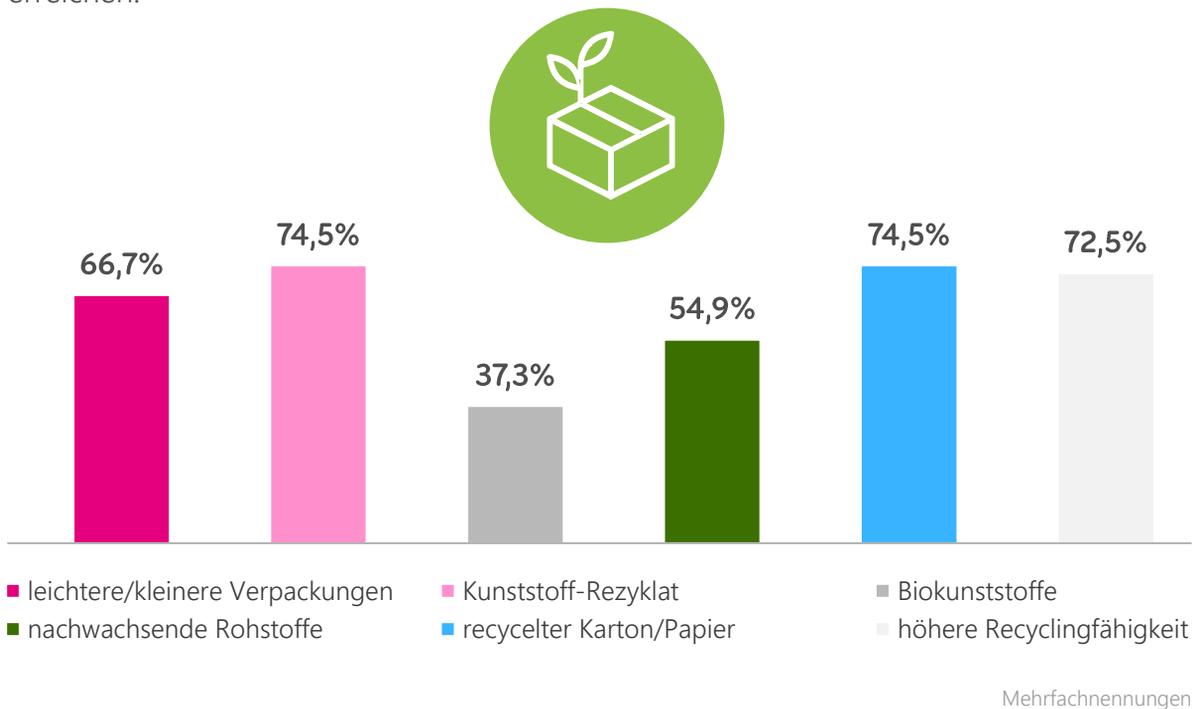
Knapp zwei Drittel der Firmen setzen auf Ökostrom (62,7 %) und bei mehr als 20 Prozent (21,6 %) wird der Ökostrom aus eigenen Solarflächen produziert. Andere erneuerbare Energiequellen werden bisher nur wenig genutzt: 4 Prozent (3,9 %) setzen auf Windkraft, 8 Prozent nutzen (7,8 %) Erdwärme und jeweils 6 Prozent (5,9 %) Biogas oder Wasserkraft.



■ Ökostrom ■ eigene Solarflächen ■ Windkraft ■ Erdwärme ■ Biogas ■ Wasserkraft

Mehrfachnennungen

Insbesondere das Thema Verpackung rückt bei den Herstellern zunehmend in den Vordergrund. Zwei Drittel der Unternehmen (68,6 %) haben qualitative Ziele zum Verpackungseinsatz definiert. Von diesen möchten wiederum zwei Drittel (66,7 %) leichtere oder kleinere Verpackungen und fast drei Viertel (74,5 %) vermehrt Kunststoff-Rezyklat einsetzen. Knapp 40 Prozent (37,3 %) wollen verstärkt Biokunststoffe verwenden. Außerdem möchte mehr als die Hälfte (54,9 %) Kunststoff durch nachwachsende Rohstoffe ersetzen, knapp 75 Prozent (74,5 %) recycelten Karton oder Papier einsetzen und über 70 Prozent (72,5 %) eine höhere Recyclingfähigkeit erreichen.



Vor allem in den Bereichen Reduktion und Ersatz von Kunststoffen sowie bei leichteren und kleineren Verpackungen wurden von den Firmen schon etliche Initiativen gestartet.

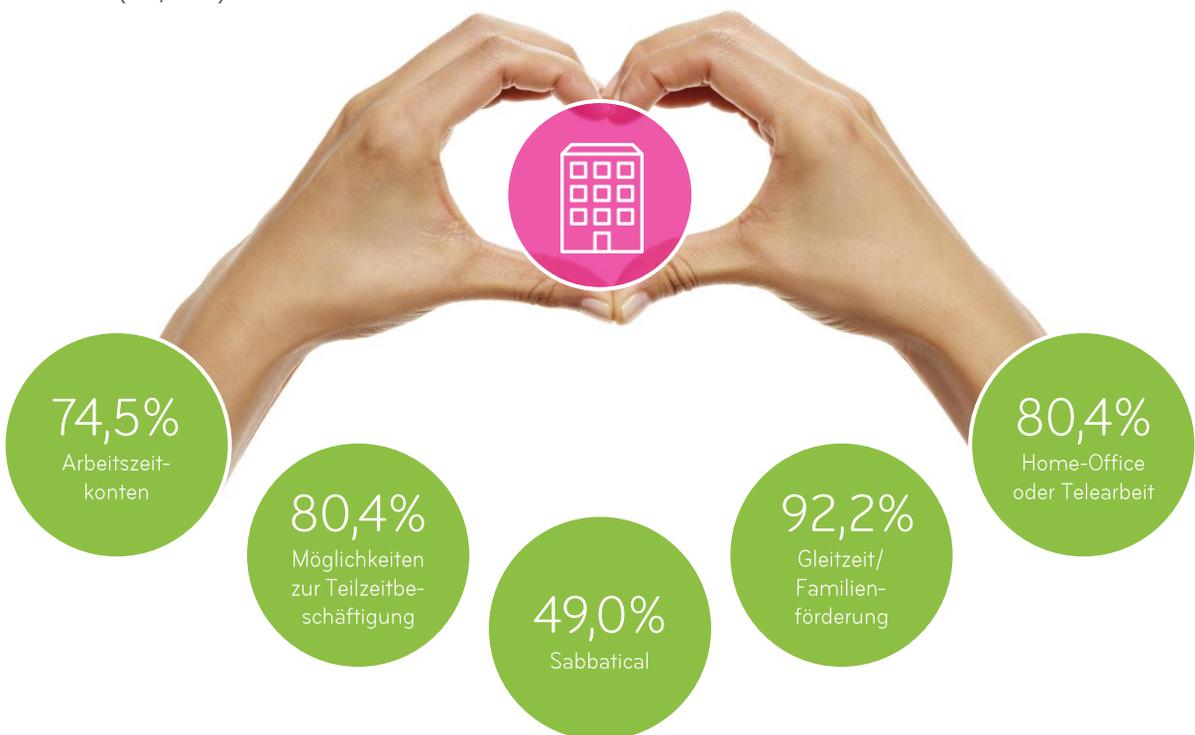
Und auch bei den Dienstreisen tut sich was: Bei mehr als der Hälfte der Unternehmen (54,9 %) werden Dienstreisen per Bahn denen per Flugzeug oder Auto vorgezogen bzw. sogar gefordert.

### 3.3 GELEBTE SOZIALE VERANTWORTUNG

Förderung der persönlichen Entwicklung, Investitionen in Weiterbildung, Stärkung des individuellen Engagements – das sind nur einige Felder, auf denen die Unternehmen ihre Mitarbeitenden unterstützen und soziale Verantwortung übernehmen. So schulen 70 Prozent der Unternehmen (70,6 %) alle Mitarbeitenden regelmäßig zu Themen wie Qualität, Anti-Korruption/Preisabsprachen, Health Care Compliance oder Meldung von Nebenwirkungen (adverse events). Und mehr als die Hälfte der Firmen bietet Angebote zur Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden zum Thema Nachhaltigkeit an (52,9 %).

80 Prozent der Unternehmen (80,4 %) denken auch an später und ermöglichen ihren Mitarbeitenden eine betriebliche Altersversorgung. Genauso viele gewähren besondere Zuwendungen (80,4 %), wie zum Beispiel Prämien oder Zuschüsse, und knapp 70 Prozent (68,6 %) führen einen Personalshop zum vergünstigten Einkauf von Kosmetika.

Auch beim Thema flexible Arbeitszeitmodelle haben die Unternehmen einiges zu bieten: Drei Viertel der Firmen führen Arbeitszeitkonten (74,5 %), 80 Prozent (80,4 %) haben Einstiegsmöglichkeiten zur Teilzeitbeschäftigung, wie beispielsweise Altersteilzeit, und fast die Hälfte bieten die unbezahlte Freistellung von der Arbeit an, wie es in Form eines „Sabbatical“ möglich ist. Fast alle Unternehmen, nämlich über 90 Prozent (92,2 %), ermöglichen familienfreundliche Arbeitszeitregelungen wie Gleitzeit oder die Förderung von Mitarbeitenden mit Kindern. Schon vor der Corona-Krise konnte in mehr als drei Viertel der Firmen Home-Office oder Telearbeit ausgeübt werden (80,4 %).



Auch in Sachen Gesundheitsvorsorge lassen die Firmen sich etwas einfallen: 60 Prozent (60,8 %) haben einen Fitnessraum, unterstützen die Mitarbeitenden finanziell bei einer Mitgliedschaft in einem externen Fitnessclub oder bieten selbst Gesundheitskurse an. Mit 90 Prozent gestalten fast alle die Arbeitsplätze ihrer Mitarbeitenden ergonomisch.

Beim Thema Altersstruktur achtet mehr als die Hälfte der Unternehmen (56,9 %) auf ein ausgewogenes Verhältnis. In den Bereichen Diversität und Inklusion haben hingegen nur wenige Firmen Ziele fest verankert. Der Anteil der Frauen in Führungspositionen ist sehr unterschiedlich: Hier gehen die Angaben weit auseinander, wobei der durchschnittliche Anteil von Frauen in Führungspositionen bei den teilnehmenden Unternehmen von ca. 39 Prozent im Jahr 2019 auf ca. 43 Prozent im Jahr 2020 angestiegen ist.

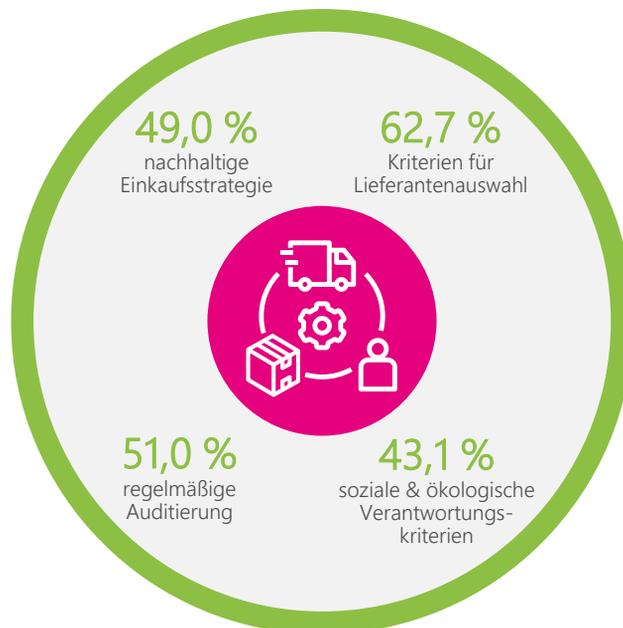
### 3.4 VERANTWORTUNG BEGINNT VOR DER EIGENEN TÜR

Gesellschaftliches Engagement gehört für viele Unternehmen ganz selbstverständlich zu einem verantwortungsbewussten Handeln dazu – insbesondere in den Regionen, denen sich die Firmen verbunden fühlen. Im lokalen CSR-(Corporate Social Responsibility)-Bereich engagieren sich 80 Prozent der Unternehmen (80,4 %) mit jährlichen Geld-, Sach- oder Dienstleistungsspenden. Die Spenden kommen hierbei ökologischen, sozialen, karitativen, regionalen bzw. bildungs- oder entwicklungspolitischen Zwecken zugute. Mehr als die Hälfte der Unternehmen (58,8 %) fördert Kultur oder Sport finanziell und 40 Prozent (41,2 %) stellen ihre Mitarbeitenden regelmäßig für gemeinnützige oder soziale Zwecke frei.

### 3.5 VERANTWORTUNGSBEWUSSTES HANDELN ENTLANG DER LIEFERKETTE

In den Prozessen der Wertschöpfung spielt die Lieferkette – angefangen von der Rohstoffbeschaffung bis zur Auslieferung des fertigen Produkts – eine wichtige Rolle. Die Unternehmen wurden befragt, inwiefern sie Ziele formuliert und Systeme zur Sicherstellung von sozialen und ökologischen Qualitätsstandards innerhalb ihrer Lieferkette etabliert haben.

Fast die Hälfte der an der Umfrage teilnehmenden Firmen (49,0 %) gab an, eine langfristig nachhaltige Einkaufsstrategie zu haben. Bei mehr als 60 Prozent (62,7 %) gibt es klare Entscheidungskriterien für die Auswahl von Lieferanten. Mehr als 40 Prozent der Firmen (43,1 %) haben Kriterien und Anforderungen an Lieferanten hinsichtlich sozialer und ökologischer Verantwortung bei der Herstellung sowie Beschaffung von Rohstoffen festgelegt. Bei der Hälfte der Firmen (51 %) wird die Mehrzahl der direkten Lieferanten regelmäßig auditiert.



Mehr als die Hälfte (56,9 %) der Firmen bestätigen außerdem, dass die Zusicherung der Einhaltung von Mindestsozialstandards, wie beispielsweise keine Kinderarbeit, keine Zwangsarbeit und die Einhaltung von Menschenrechten, durch alle Lieferanten erfolgt.

Schwieriger stellt sich die Lage entlang der weiteren Lieferkette dar: Nur knapp 12 Prozent der Unternehmen (11,8 %) bejahen die Frage, ob die Einhaltung der Sozialstandards von den Lieferanten bei ihren Vorlieferanten auditiert wird. Die Mehrheit kann dies nur teilweise bestätigen oder muss ganz verneinen. Mehr als ein Drittel der Firmen (35,3 %) nutzt andere Systeme zur Absicherung der sozialen Qualitätsstandards von Zulieferern, wie zum Beispiel die der Internationalen Arbeitsorganisation ([ILO](#)) – eine Sonderorganisation der Vereinten Nationen, die damit beauftragt ist, soziale Gerechtigkeit sowie Menschen- und Arbeitsrechte zu fördern – oder Fair Trade.

Wenn es um die Einhaltung von ökologischen Mindeststandards durch alle Lieferanten geht, kann dies ein Viertel der Unternehmen (25,5 %) vollständig bestätigen, ein anderes Viertel (25,5 %) nur teilweise.

Nur bei 4 Prozent (3,9 %) wird die Einhaltung der ökologischen Standards von den Lieferanten bei ihren Vorlieferanten auditiert. Bei einem Drittel der Unternehmen (33,3 %) gibt es soziale oder ökologische Initiativen gemeinsam mit ihren Partnern entlang der Wertschöpfungskette zur Steigerung der Nachhaltigkeit.

Um auf ihr verantwortungsbewusstes Handeln hinzuweisen, verwenden fast 50 Prozent der Unternehmen (49,0 %) lieferkettenbezogene Nachhaltigkeits-Label oder -Siegel auf ihren Produkten. Fast 60 Prozent (58,8 %) nutzen ein Zertifizierungssystem für Palm(kern)öl, meist [RSPO](#).

Ebenso wurde mit 41,2 Prozent bzw. 33,3 Prozent bejaht, dass die sozial bzw. ökologisch negativen Auswirkungen der Logistikaktivitäten – wie beispielsweise der Transport von Rohstoffen – reduziert würden. So wird vermehrt auf die Einhaltung von Arbeitsschutzstandards oder Mindestlöhnen sowie auf Umweltstandards auch bei den Logistikaktivitäten in der Lieferkette geachtet.

## 3.6 GUTE UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Geschäftliche Aktivitäten mit verantwortungsbewusstem Handeln zu verknüpfen, ist für die Mehrheit der Unternehmen an der Tagesordnung. Mehr als 60 Prozent (62,7 %) geben an, dass sie über die gesetzlichen Auflagen hinausgehende Initiativen zur Verbesserung der Produkt- und Prozessqualität verfolgen. Fast die Hälfte der Firmen (49,0 %) bejaht, dass sie Kooperationen mit externen Institutionen – wie beispielsweise verschiedenen Instituten der [Fraunhofer](#)-Gesellschaft oder dem Umweltforschungsinstitut „[Öko-Institut](#)“ – mit dem Ziel der Entwicklung nachhaltiger Produkte haben.

45 Prozent der Unternehmen (45,1 %) geben an, Vorkehrungen getroffen zu haben, um Korruption – auch in der Lieferkette – zu verhindern: Genauso viele Unternehmen sind es auch, die ein anonymes Meldesystem bei Verletzung von Menschenrechten, Gesetzen oder internen Vorschriften eingerichtet haben. Die Hälfte der Firmen bestätigt, dass es über die gesetzlichen Auflagen hinaus Ziele und Maßnahmen zur Verbesserung der Arbeitssicherheit gibt (52,9 %).

Knapp die Hälfte der Unternehmen (45,1 %) gibt außerdem an, dass sie in technischen oder wissenschaftlichen Gremien oder Arbeitsgruppen aktiv sind, wie zum Beispiel Forum Nachhaltiges Palmöl ([FONAP](#)), [Rezyklatforum](#) oder das Deutsche Institut für Normung ([DIN](#)), um Prozesse ökologischer, sozial gerechter oder effizienter zu gestalten.



Vor dem Hintergrund der demografischen Entwicklung der Gesellschaft wurde gefragt, ob Produkte explizit für die ältere Bevölkerung entwickelt werden, wie beispielsweise Hautpflegeprodukte für die reife Haut: 37,3 Prozent sagten ja, 41,2 Prozent nein, 17,6 Prozent nur teilweise.

Transparent und offen zu Produkten und Stoffen kommunizieren – zwei Drittel der Unternehmen (68,6 %) bejahen dies und geben an, dass sie beispielsweise ein kostenfreies oder kostengünstiges Kundentelefon anbieten, für Allergiker Informationen zur INCI-Liste bereitstellen, die INCI-Kennzeichnungen der Produkte im Internet veröffentlichen oder sich an der [COSMILE](#)-App beteiligen – einer App, die Auskunft darüber gibt, welche Inhaltsstoffe in einem Produkt enthalten sind und welche Funktionen sie haben. Darüber hinaus gibt es weitere freiwillige Initiativen zur elektronischen Vermittlung von Produktinformationen, wie zum Beispiel QR-Codes, Websites oder Links auf den Produkten.

### 3.7 ZUSAMMENFASSUNG & AUSBLICK

Die erste Nachhaltigkeitsumfrage ihrer Art unter den Mitgliedern des IKW im Bereich Schönheitspflege im Jahr 2020 zeigt: Das Thema Nachhaltigkeit besitzt in der Unternehmensführung bereits einen prägenden Einfluss. Ob es um die Fixierung eines Leitbildes, die Formulierung von Zielen im Bereich Ökologie, Maßnahmen für die Mitarbeitenden oder das soziale Engagement in der nahen Community geht –

**die Umfrage brachte ein sehr breites Spektrum an Initiativen und Aktivitäten zu Tage, die nachhaltiges Wirtschaften in der Kosmetikbranche dokumentieren und Vorbild in der Branche sind.**

Ziel für die nächsten Jahre wird sein, anhand der Ergebnisse die Entwicklungen in einzelnen Themenfeldern nachzuzeichnen und zu vertiefen, um die Aussagekraft der gewonnenen Daten zu erhöhen. Gleichzeitig gilt es, Lücken in Bereichen zu schließen, in denen die Datenlage noch nicht ausreichend ist.

Bereits jetzt besitzt die überwiegende Zahl der beteiligten Firmen ein schriftlich fixiertes Leitbild zur gesellschaftlichen Verantwortungsübernahme und engagiert sich bei globalen Nachhaltigkeitsinitiativen oder wissenschaftlichen Organisationen. Für die Mitarbeitenden wird viel getan – beispielsweise in Form von betrieblicher Altersversorgung, Arbeitszeitkonten sowie regelmäßigen Schulungen zu wichtigen Themen. Umfangreich und vielseitig sind die Aktionen zur regionalen Förderung von gemeinnützigen, kulturellen, wissenschaftlichen oder sportlichen Aktivitäten.

Im ökologischen Bereich nimmt der Einsatz von Ökostrom zu, Dienstreisen erfolgen vermehrt per Bahn und es gibt etliche Projekte zur Verbesserung der Verpackungen durch Rezyklateinsatz, weniger Material oder bessere Recyclingfähigkeit.

Die Umfrage ergab im ökologischen Bereich ein heterogenes Bild hinsichtlich der Formulierung von qualitativen und quantitativen Zielen, der Erstellung von Klimabilanzen sowie der Einforderung und Überprüfung von ökologischen und Sozialstandards in der Lieferkette. Das Lieferkettengesetz lässt erwarten, dass es hier zu verstärktem Engagement kommen wird.

Der Bereich Schönheitspflege im IKW wird die Umfrage in einem regelmäßigen Turnus wiederholen, um weitere Entwicklungen zu Nachhaltigkeitsaktivitäten der Kosmetikbranche in Deutschland aufzeigen zu können.

Die Hersteller kosmetischer Produkte tragen eine große Verantwortung: Da die Produkte am Körper angewendet werden, müssen sie in puncto Sicherheit und Verträglichkeit hohe Standards erfüllen. Gleichzeitig muss auch die ökologische Sicherheit gewährleistet sein. Der Kompetenzpartner Schönheitspflege im IKW unterstützt seine Mitgliedsfirmen, den hohen Anforderungen gerecht zu werden, beispielsweise durch die Beratung in federführenden Gremien, die Bewertung von Umwelteigenschaften besonders relevanter kosmetischer Inhaltsstoffe, die Durchführung wissenschaftlicher Studien oder die detaillierte Information der Mitglieder zu neuen Gesetzen. Das umfasst auch Informationen für Verbraucher, beispielsweise zur Anwendung kosmetischer Produkte oder zur Sicherheit von Inhaltsstoffen.

Etliche Leitlinien und Empfehlungen für die Hersteller konnten so aufgrund der umfassenden Expertise des Verbandes entwickelt werden. An dieser Stelle werden einige der Aktivitäten aus dem Berichtszeitraum exemplarisch vorgestellt.

### 4.1 KOSMETISCHE INHALTSSTOFFE

Kosmetische Inhaltsstoffe werden vielen wissenschaftlichen Untersuchungen und Sicherheitsbewertungen durch ausgewiesene Experten unterzogen, damit Verbraucherinnen und Verbraucher die Produkte unbesorgt anwenden können. Da viele Produkte bei der Reinigung mit Wasser abgespült werden, wie beispielsweise beim Duschen oder Haarewaschen, sind die Anforderungen an die Umweltverträglichkeit der Inhaltsstoffe dementsprechend hoch.

#### Der Schutz der aquatischen Umwelt

Der Bereich Schönheitspflege im IKW beteiligt sich bereits seit Längerem an einer Reihe von Maßnahmen, um den Eintrag von Stoffen, wie beispielsweise Spurenstoffe oder feste Mikroplastikpartikel, in Gewässer zu verringern.



Seit 2016 nimmt der IKW gemeinsam mit Herstellern und weiteren gesellschaftlichen Gruppen regelmäßig am vom [Bundesumweltministerium](#) und [Umweltbundesamt](#) organisierten Stakeholder-Dialog „[Spurenstoffe in der aquatischen Umwelt](#)“ teil, dessen Ziel es ist, den Eintrag relevanter Spurenstoffe in Gewässer zu reduzieren. Bei den Spurenstoffen handelt es sich um Stoffe, die sich in Kläranlagen nicht ausreichend zurückhalten lassen und daher in die Umwelt gelangen und dort die Gewinnung von Trinkwasser erschweren können.



Abb. 1: Teilnehmende am Dialog „Spurenstoffe in der aquatischen Umwelt“, 2019

Auch am „[Runden Tisch Meeresmüll](#)“, der 2016 federführend durch das Bundesumweltministerium unter Mitarbeit des niedersächsischen Umweltministeriums und des Umweltbundesamtes ins Leben gerufen wurde, nimmt der Kompetenzpartner Schönheitspflege im IKW regelmäßig teil. Am Runden Tisch Meeresmüll werden nationale Maßnahmenvorschläge gegen Meeresmüll in einem breiten Teilnehmerfeld von rund 130 Experten und Expertinnen diskutiert und konkrete Vorgehensweisen für ihre Umsetzung erarbeitet.

Die Diskussionen im Rahmen des Runden Tisches Meeresmüll gaben dem IKW auch wesentliche Impulse, die nachfolgend zum Verzicht auf Mikroplastik in kosmetischen Reinigungs- und Peeling-Produkten sowie zu einer Studie zum Umweltverhalten wasserlöslicher synthetischer Polymere in kosmetischen Produkten führten (siehe Seiten 17 und 18).

Im Rahmen des vom Bundesumweltministeriums mitinitiierten [Kosmetikdialogs](#) hatten die Kosmetikhersteller bereits frühzeitig zugesagt, Mikroplastikstoffpartikel in abzuspülenden Kosmetikprodukten bis Ende 2020 durch alternative Stoffe zu ersetzen. Aufgrund dieser Selbstverpflichtung hatte sich die Menge an festen, nicht abbaubaren Kunststoffpartikeln, die in abzuspülenden kosmetischen Produkten aufgrund ihres Reinigungs- und Peeling-Effekts eingesetzt wurden, laut einer [Umfrage von Cosmetics Europe](#), dem europäischen Dachverband der Kosmetikhersteller, bis 2018 bereits um 97 Prozent reduziert.

### Menge [t] an Mikroplastik mit den Funktionen Reinigung und Peeling in Rinse-off-Produkten in den Jahren 2012-2017

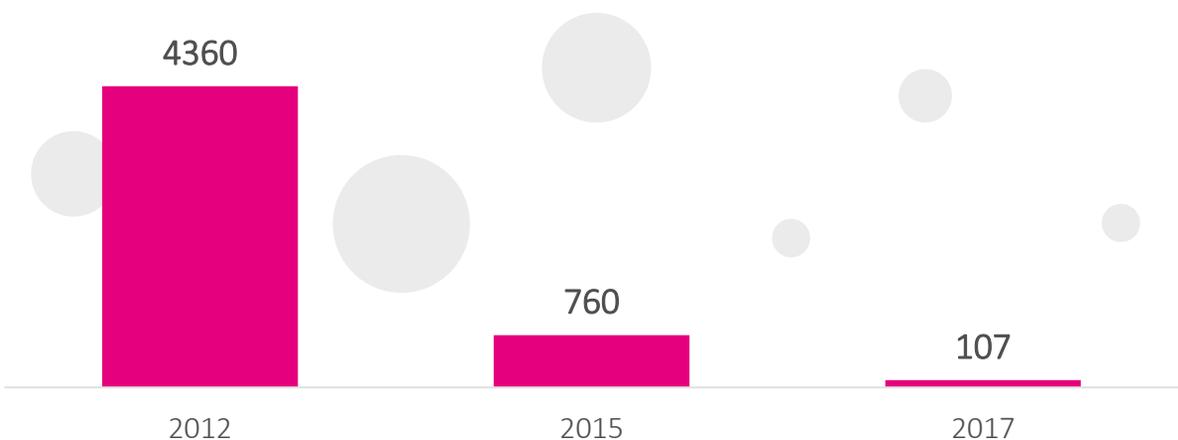


Abb. 2: Umfrage von Cosmetics Europe (2017)

Synthetische gelöste Polymere sind hingegen kein Mikroplastik. Die gelösten Stoffe unterscheiden sich sowohl durch Größe und Form als auch durch ihre physikalisch-chemischen Eigenschaften von den festen Mikroplastikpartikeln. Für viele kosmetische Produkte sind die gelösten Polymere von großer Bedeutung – sie übernehmen beispielsweise in Haarstyling- und Make-up-Produkten wichtige Funktionen. So wäre ein effektiver Hitzeschutz beim Haarstyling oder eine gute Abdeckungswirkung bei Make-up ohne diese Polymerverbindungen nicht möglich.

Um nähere Informationen – besonders zum Umweltverhalten sowie zu den Vorteilen der Verwendung der wasserlöslichen synthetischen Polymere – zu erhalten und den Mitgliedsunternehmen zur Verfügung zu stellen, beauftragte der IKW gemeinsam mit einigen Mitgliedsunternehmen und Rohstoffherstellern eine wissenschaftliche Studie beim Beratungsinstitut [ECT Ökotoxikologie](#) und führte im Frühjahr 2020 eine gemeinsame Veranstaltung mit dem europäischen Verband der Rohstoffhersteller [EFFCI](#) zum Informationsaustausch zu „Polymers in Cosmetic Formulations“ durch.

Schwerpunkt der wissenschaftlichen Studie ist das Umweltverhalten wasserlöslicher synthetischer Polymere, die in kosmetischen Produkten eingesetzt werden und durch das Abwaschen ins Wasser gelangen können. Die wesentlichen Ergebnisse wurden Anfang 2021 in der Zeitschrift „[Environmental Sciences Europe](#)“ veröffentlicht. Die Autoren kommen zu der Schlussfolgerung, dass bei den betrachteten Polymeren wahrscheinlich von geringen Umweltauswirkungen auszugehen ist. Einige der betrachteten Polymere sind biologisch abbaubar, andere hochmolekulare, schlechter abbaubare Polymere werden in der Kläranlage durch Sorption effektiv aus dem Abwasser entfernt und gelangen somit überwiegend nicht in die Gewässer (siehe Abb. 3).

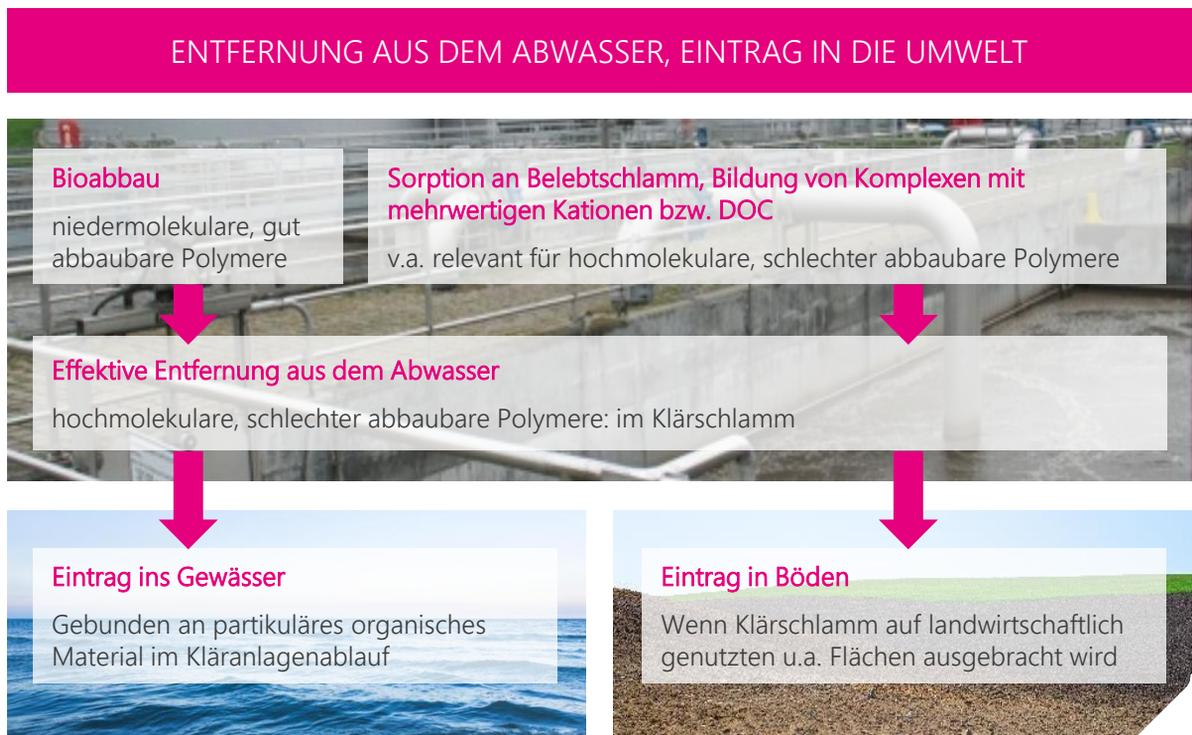


Abb. 3: Polymere in der Abwasserbehandlung (aus Duis et al. 2021)  
DOC: dissolved organic carbon, gelöster organisch gebundener Kohlenstoff

## Erhalt und umweltverträgliche Nutzung der Biodiversität

Hersteller von Kosmetikprodukten setzen zunehmend Inhaltsstoffe pflanzlichen, tierischen oder anderen biologischen Ursprungs ein. Daher sind auch sie häufig vom [Nagoya-Protokoll](#), einem internationalen Umweltabkommen zur Umsetzung der Ziele der UN-Konvention über biologische Vielfalt, betroffen. Der Erhalt und die umweltverträgliche Nutzung der Biodiversität ist dem IKW und seinen Mitgliedsunternehmen wichtig. Daher führte der Kompetenzpartner Schönheitspflege im IKW im Mai 2019 zusammen mit dem Bundesamt für Naturschutz ([BfN](#)) ein Praxisseminar zur Umsetzung des Nagoya-Protokolls (EU-Verordnung Nr. 511/2014) im Kosmetiksektor durch. Darauf aufbauend informierte die [UEBT](#) (Union for Ethical BioTrade) im digitalen Mitglieder-Briefing im November 2020 über die Bedeutung sowie den nachhaltigen Schutz der Biodiversität.

## 4.2 KOSMETISCHE VERPACKUNGEN

Verpackungen kosmetischer Mittel haben eine Vielzahl von Funktionen zu erfüllen. Sie sorgen nicht nur dafür, dass die Produkte sicher transportiert und gelagert werden. Sie erhalten auch die Qualität der Produkte und dienen beispielsweise dazu, dass Creme, Zahnpasta oder Duschgel richtig dosiert und angewendet werden können.

Verpackungen sind in den letzten Jahren in die Diskussion gekommen. Viele Tuben, Flaschen und Tiegel sind aus Kunststoffen – einer Stoffgruppe, die zwar hinsichtlich ihrer Materialbeschaffenheit viele Vorteile hat, durch ihre Langlebigkeit aber auch Probleme in der Umwelt verursachen kann, wenn Verpackungen nicht richtig entsorgt werden. Die Hersteller der Kosmetikindustrie unternehmen bereits viel, um den Verpackungsverbrauch so weit wie möglich zu reduzieren.

Die Verwendung dünnwandiger Packungen, der Einsatz von Refill-Systemen und Konzentraten, die kleinere Behälter und somit weniger Verpackungsmaterial erfordern, sind nur einige der Maßnahmen, mit denen die Hersteller den Einsatz an Verpackungsmaterial verringern.



Unternehmen der Kosmetikindustrie engagieren sich zudem sowohl individuell als auch in unterschiedlichen Foren, um die Recyclingfähigkeit ihrer Verpackungen immer weiter zu verbessern. Einige Firmen haben im Zusammenhang mit der von der Europäischen Kommission veröffentlichten Kunststoffstrategie hierzu auch konkrete Zusagen gemacht.

Gleichzeitig sorgt die zunehmende Verwendung von Rezyklat für zusätzliche Einsparungen an neuem Kunststoff. Dabei erweist sich aber die Verfügbarkeit geeigneter Qualitäten und Mengen an Rezyklat noch als besondere Herausforderung, da Verpackungen kosmetischer Mittel in Bezug auf die Produktsicherheit höchste Anforderungen an die Materialqualität stellen.

Der Kompetenzpartner Schönheitspflege begrüßt die vielfältigen Aktivitäten der Mitgliedsfirmen und unterstützt diese auf ihrem Weg zu einer weiteren Optimierung der Nachhaltigkeit im Verpackungsbereich.

## Unterstützung der Europäischen Kunststoffstrategie

Der IKW hat das Positionspapier des „Packaging Chain Forums“ ([“Packaging Supply Chain Guiding Principles on Options to reinforce the Essential Requirements for Packaging”](#)) mit unterzeichnet.

Damit hat sich der IKW dafür ausgesprochen, dass bis zum Jahr 2030 alle in der EU in Verkehr gebrachten Verpackungen für eine Wiederverwendung oder für das Recycling konzipiert sein müssen.

Der IKW unterstützt damit ausdrücklich das entsprechende Ziel der Anfang 2018 veröffentlichten Kunststoffstrategie der Europäischen Union.

## Orientierungshilfe bei Abfüllstationen für Kosmetik im Handel

Bei der Etablierung von Abfüllstationen für Kosmetik im Handel bietet der IKW Hilfestellung an. Da die Abfüllung der kosmetischen Mittel, die sonst während der industriellen Produktion unter hohen hygienischen Auflagen stattfindet, dabei in den Handel verlagert wird, sind durchdachte und umfassende Hygienekonzepte am Point of Sale gefragt. Darüber hinaus gibt es auf Seiten der Hersteller und des Handels eine ganze Reihe von Punkten zu beachten, welche beispielsweise von der Auswahl des jeweiligen Abfüllsystems, der Organisation des Abfüllprozesses bis zur Kennzeichnung der abgefüllten Produkte und der richtigen Wahl und Überprüfung der Abfüllbehältnisse reichen.

In der Veröffentlichung [„Wesentliche Aspekte zu Abfüllstationen kosmetischer Mittel im Handel“](#) haben Mitarbeitende des IKW gemeinsam mit Mitarbeitenden [des CVUA Rheinland](#) (Chemisches Veterinäruntersuchungsamt Rheinland), [des CVUA Karlsruhe](#) (Chemisches Veterinäruntersuchungsamt Karlsruhe), der [AGES](#) Wien (Österreichische Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit) und [des LAVES](#) Niedersachsen (Niedersächsisches Landesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit) detaillierte Empfehlungen für Hersteller und Händler zusammengestellt, damit die Selbstbedienung durch den Kunden oder die Bedienung durch das Personal erfolgreich und unter Berücksichtigung aller rechtlichen und hygienischen Vorgaben stattfinden kann.

## Verbrauchertipps zur Entsorgung von Verpackungen

Der IKW bietet Verbraucherinnen und Verbrauchern online [Tipps](#) zum Umgang mit Verpackungen nach der Benutzung an. Diese umfassen Hinweise zur Entleerung von Verpackungen, zur richtigen Trennung der restentleerten Verpackungen und zur richtigen Dosierung.

## 4.3 KOSMETISCHE PRODUKTE

### Früher Verzicht der Kosmetikbranche auf Tierversuche

Kosmetische Mittel aus Deutschland erfreuen sich bei Verbraucherinnen und Verbrauchern in der ganzen Welt einer hohen Akzeptanz. „Made in Germany“ steht auch bei Kosmetik für hohe Qualität und Sicherheit. Dies gilt auch insbesondere in Hinblick auf das in der gesamten EU geltende [Tierversuchsverbot](#) für kosmetische Produkte und deren Inhaltsstoffe. Der [IKW unterstützt das Tierversuchsverbot](#) für kosmetische Produkte bereits seit vielen Jahren.

Schon seit 1989, lange vor der europäischen Gesetzgebung zu Tierversuchen für Kosmetika, die in den letzten 20 Jahren in verschiedenen Stufen erfolgte, verzichtete die Kosmetikbranche in Deutschland auf Tierversuche mit Fertigprodukten.

Seit September 2004 sind diese EU-weit verboten. Tierversuche für Inhaltsstoffe von Kosmetikprodukten sind in der EU seit 2009 verboten. Auch ist seither die Vermarktung kosmetischer Produkte verboten, wenn die Inhaltsstoffe zur EU-kosmetikrechtlichen Absicherung im Tierversuch getestet wurden. Für drei Sicherheitsaspekte, so genannte Endpunkte, bestand bis zum 11. März 2013 noch eine Ausnahme. Seit diesem Datum ist zudem die Vermarktung kosmetischer Produkte in der EU verboten, wenn das fertige Produkt oder die Inhaltsstoffe zur EU-kosmetikrechtlichen Absicherung im Tierversuch selbst im Ausland getestet wurde.

Die Herangehensweise der Absicherung der Produkte ohne Tierversuche ist aber keine Selbstverständlichkeit. In einigen Ländern der Welt gibt es noch Gesetze zur Sicherheit von kosmetischen Fertigprodukten und deren Inhaltsstoffen, die Tierversuchsdaten erfordern. In China sind zum Beispiel für bestimmte Produktkategorien verbindliche Produkt-Registrierungsverfahren vorgeschrieben, so auch für kosmetische Mittel. Diese schrieben bis vor Kurzem die Durchführung experimenteller Untersuchungen einschließlich Tierversuchen zwingend vor.

Der IKW und die Kosmetikindustrie setzen sich auch in diesen Ländern dafür ein, dass alternative Testmethoden anerkannt werden und der lange Prozess bis zur Anerkennung beschleunigt wird. Erste Erfolge dieser Anstrengungen sehen wir zum Beispiel in China.

Für kosmetische Mittel gibt es seit kurzem ein vereinfachtes Registrierungsverfahren ohne Tierversuche. Der Kompetenzpartner Schönheitspflege im IKW begrüßt diese Entwicklung sehr und wird gemeinsam mit den Herstellern weiter daran arbeiten, dass [Alternativmethoden](#) als Ersatz für Tierversuche akzeptiert werden.

## Studie zur Ökobilanz am Beispiel von Shampoo

In Zusammenarbeit mit dem europäischen Dachverband Cosmetics Europe wurde 2016 eine **Pilotstudie** zur Ermittlung einer Ökobilanz am Beispiel eines Shampoos durchgeführt. Die Studienergebnisse wurden zur Reduzierung des Umwelt-Fußabdrucks von Shampoos und weiteren Rinse-off-Produkten verwendet. Die Ermittlung des Umwelt-Fußabdrucks ist sehr komplex und herausfordernd, besonders bei kosmetischen Produkten, die eine Vielzahl verschiedener Inhaltsstoffe enthalten. Lebenszyklusanalysen nach dem derzeitigen Stand der Technik erfassen ein breites Spektrum an Umweltauswirkungen, für die Informationen in Lebenszyklus-Datenbanken zur Verfügung stehen. Berücksichtigt wurden u. a. die Herstellung und der Transport der Rohstoffe, die Produktion des Shampoos und der Verpackung, die Distribution zum Handelspartner sowie die Einkaufsfahrt der Verbraucherinnen und Verbraucher, die durchschnittliche Anwendung zur Haarwäsche unter der Dusche und die Aufbereitung des häuslichen Abwassers und Verbrennung der Verpackungsmaterialien. Ein zentrales Ergebnis der Pilotstudie war: Die Nutzungsphase des Shampoos, also die Produktanwendung durch die Verbraucherinnen und Verbraucher, stellt einen wesentlichen Beitrag für alle Umweltindikatoren, wie beispielsweise Klimawandel oder Wasserverknappung, dar.

### Lebenszyklusprofil von Shampoo

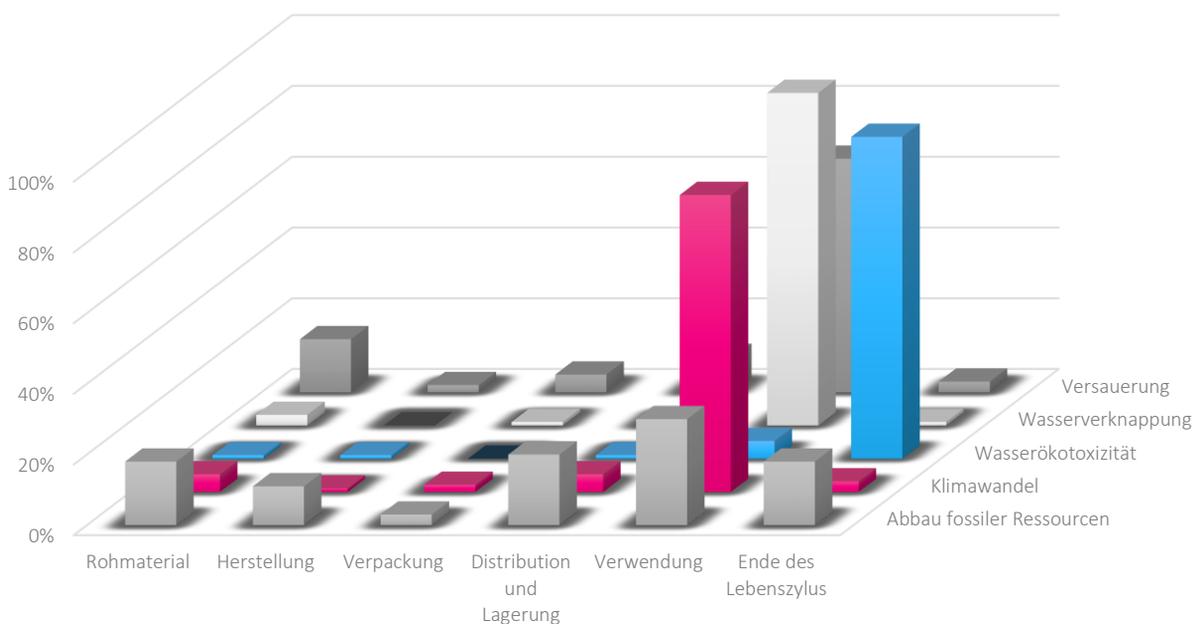


Abb. 4: Ökobilanz eines Shampoos für fünf Einflussbereiche (Pilotstudie, 2016)

Die Ergebnisse dieser Studie können zur Unterstützung interner Entscheidungsprozesse Verwendung finden. Basierend auf dem Lebenszyklusprofil gibt es verschiedene Möglichkeiten zur Verringerung von Umweltauswirkungen der Shampoos. Dabei liegen die Möglichkeiten zur Optimierung sowohl innerhalb als auch außerhalb des Einflussbereichs eines Shampoo-Herstellers.

Die Verringerung des Beitrags des Verwendungsstadiums hängt im Wesentlichen vom Verbraucherverhalten ab. Eine Reduzierung des Beitrags könnte zum Beispiel durch kürzere Duschzeiten und die Verwendung von Öko-Duschköpfen erzielt und durch Verbraucheraufklärung beeinflusst werden. So zeigt eine weitere aktuelle Umfrage des IKW zum [Duschverhalten](#), dass nur ein Drittel der Umfrageteilnehmenden beim Duschen die Temperatur des Wassers reduziert, um Energie zu sparen. Und nicht einmal die Hälfte der Befragten beeilt sich beim Duschen, um den Wasserverbrauch zu verringern. Die Kosmetikindustrie hat daher als eine Folgemaßnahme der Ökobilanz-Studie einen [Film](#) erstellt, der anschaulich die Ergebnisse der Studie darstellt und die Verbraucherinnen und Verbraucher darüber aufklärt, wie das eigene Duschverhalten zu mehr Nachhaltigkeit beitragen kann.

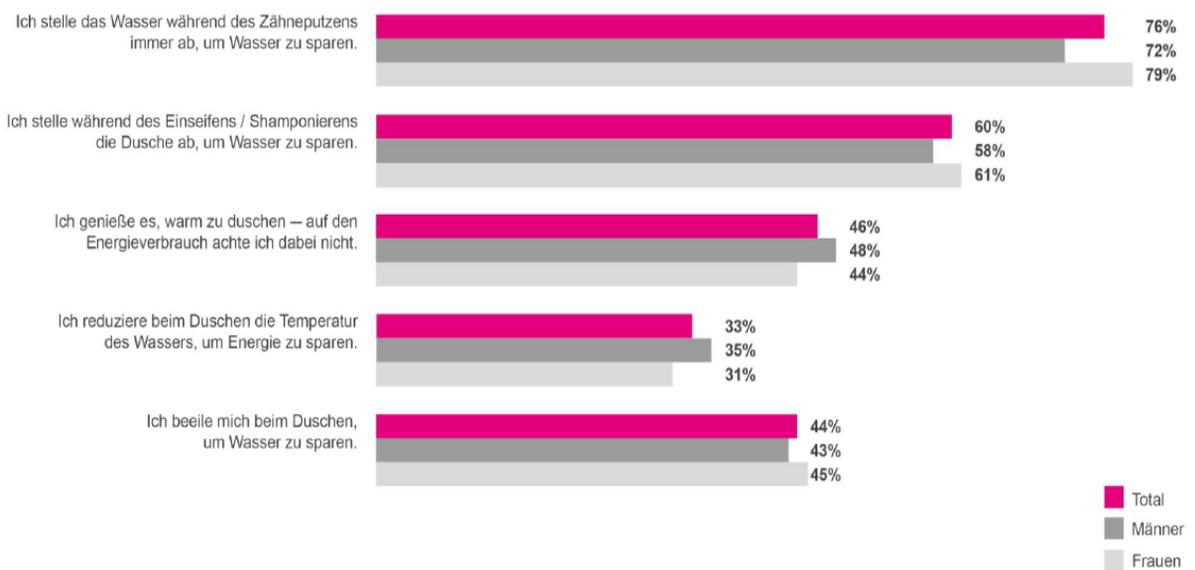


Abb. 5: Nachhaltiges Verhalten der Verbraucherinnen und Verbraucher im Bad

## 4.4 ZUSAMMENFASSUNG & AUSBLICK

Der Kompetenzpartner Schönheitspflege im IKW und seine Mitglieder sind sich ihrer Verantwortung gegenüber Umwelt, Natur und der Gesellschaft bewusst. Durch die Beteiligung von Vertretern des IKW, der Kosmetikindustrie sowie der Hersteller von Kosmetikinhaltsstoffen in wissenschaftlichen Fachgremien oder an Studien wird ein kontinuierlicher und konstruktiver Austausch gewährleistet und neue fachliche Erkenntnisse werden zeitnah wahrgenommen sowie ausgewertet. Sie bilden die Basis für zukünftige Maßnahmen – wie beispielsweise freiwillige Selbstverpflichtungen der Kosmetikbranche zur Nachhaltigkeit – mit dem Ziel eines effektiveren Umweltschutzes. Etliche Leitlinien und Empfehlungen für die Hersteller konnten so entwickelt werden, die teilweise den gesetzlichen Maßnahmen vorausgingen, diese übertrafen oder sogar erübrigten.

In Bezug auf die kommende Chemikalienstrategie für Nachhaltigkeit als wesentlicher Bestandteil des europäischen Green Deal wird sich der Kompetenzpartner Schönheitspflege im IKW gemeinsam mit seinen Mitgliedern und dem europäischen Dachverband Cosmetics Europe weiter intensiv fachlich und politisch einbringen – unter anderem, um den momentan geplanten Ansatz der gefahrenbasierten Bewertung von Kosmetik-Inhaltsstoffen bzw. der Bewertung der Relevanz von Produkten für die Verbraucherinnen und Verbraucher zu diskutieren sowie die Bedeutung funktioneller Inhaltsstoffe für den Schutz der Gesundheit hervorzuheben.

Ob es um Inhaltsstoffe und deren Funktionen, Sicherheit und Kennzeichnung kosmetischer Produkte oder um Allergien geht – die Experten und Expertinnen des Bereiches Schönheitspflege im IKW geben kompetent Auskunft, informieren fundiert und sind zuverlässige Partner zahlreicher Kooperationen und Initiativen. Sie leisten damit einen wichtigen Beitrag für mehr Transparenz und einen faktenbasierten Dialog.

### Dialog Kosmetik: Austausch mit Anspruchsgruppen



Der [DIALOG KOSMETIK](#) wurde im Jahr 2005 als themenoffene Plattform zum kritischen Dialog über diskussionswürdige Themen zwischen verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen initiiert. Ziel ist der regelmäßige, ergebnisoffene Austausch über Positionen und Haltungen zu gesellschaftlich bedeutsamen Aspekten aus dem Handlungsfeld der Kosmetik und Körperpflege. An den Treffen des DIALOG KOSMETIK nehmen – in Abhängigkeit vom Schwerpunktthema – zwischen 20 und 50 Akteure aus verschiedensten Bereichen teil, wie zum Beispiel Behörden, Hochschulen, Gewerkschaften, Industrie, Kirchen, Ministerien, Umweltorganisationen und Verbraucherverbände. Der Kreis der beteiligten Institutionen und Personen ist nicht festgelegt und nicht geschlossen. Die Arbeit des DIALOG KOSMETIK hat außerdem die Entwicklung der drei Plattformen COSMILE, [haut.de](#) und Tag des Sonnenschutzes mitinitiiert, die für das Verbraucherverständnis für Kosmetik sehr hilfreich sind.

### COSMILE-App: Verbraucher-App für mehr Transparenz



Die seit 2018 betriebene App [COSMILE](#) liefert transparente Informationen zu Inhaltsstoffen, wie deren Funktion und Bedeutung in den Rezepturen von Kosmetika, und bietet damit auch eine umfassende Hilfestellung für Allergiker. Stoffe, wie zum Beispiel Silikone, Parabene, Mineralöle oder Duftstoffe, werden ausführlich behandelt. Mittlerweile sind mehr als 100 Marken bei COSMILE vertreten.

### haut.de: Verbraucherinformationsplattform



Zusammen mit neun anderen Kooperationspartnern wurde 2010 das Wissensportal [haut.de](#) mit umfassenden Informationen zum Thema Kosmetik entwickelt. Dort erfahren Interessierte viel über die Zusammensetzung sowie Wirkung von Körperpflegeprodukten und finden Wissenswertes zu Themen wie Hautalterung, Ernährung, Anti-Aging, Sonnenschutz oder den Ursachen von Allergien und Unverträglichkeiten. Außerdem bietet [haut.de](#) einen Zugang zur [INCI-Datenbank](#), in der ca. 30.000 kosmetische Inhaltsstoffe aufgeführt sind. Durch die Suche nach INCI-Bezeichnung, Stoffgruppe oder Anwendungsbereich erfährt der Verwender etwas über Funktionen und Vorkommen der Stoffe in Kosmetika.



Der Infotag zum Sonnenschutz-Motto: „[Sonnenschutz? – Sonnenklar!](#)“ ist eine jährlich rund um den 21. Juni wiederkehrende Gemeinschaftsaktion einer Vielzahl von interdisziplinären Akteuren und Organisationen u. a. aus den Bereichen Gesundheitsschutz und -vorsorge, Medizin, Sport, Verbraucherschutz sowie des Fachhandels in Deutschland.

## Deutsche Gesellschaft für Wissenschaftliche und Angewandte Kosmetik (DGK)



Seit 1998 veranstaltet der Kompetenzpartner Schönheitspflege im IKW gemeinsam mit der Deutschen Gesellschaft für Wissenschaftliche und Angewandte Kosmetik e. V. ([DGK](#)) Fortbildungskurse für Sicherheitsbewerter. Sie sind die Expertinnen und Experten, die dafür verantwortlich sind, dass Kosmetika allen Anforderungen der Gesetzgebung entsprechen. Eine anspruchsvolle Aufgabe, die eine regelmäßige Fortbildung erfordert, damit die Sicherheitsbewerter immer auf dem aktuellen Stand der Wissenschaft und Gesetzgebung sind. Seit 2019 werden alle Kurse zusätzlich als Web-Trainings in englischer Sprache angeboten. Zudem werden zusammen mit der DGK regelmäßige Seminare zu verschiedenen Themen rund um die Sicherheit kosmetischer Mittel veranstaltet (national und international). Das Programm hat inzwischen zu weltweiten Kooperationen geführt. Gemeinsame Seminare mit den entsprechenden Industrieverbänden vor Ort gibt es in Indien, Südafrika, Polen, USA und in Südamerika.

## NATRUE



Das NATRUE-Label steht für echte Naturkosmetik. Es ist das Ergebnis einer Allianz zwischen dem Kompetenzpartner Schönheitspflege im IKW und der Interessengemeinschaft der führenden Naturkosmetikfirmen Europas ([NATRUE](#)), die mittlerweile über 70 Mitglieder zählt. Mit dem NATRUE-Label werden ausschließlich kosmetische Produkte gekennzeichnet, die überwiegend natürliche, mindestens aber naturnahe Rohstoffe enthalten. Das Label für Naturkosmetik wurde 2008 etabliert und ist international anerkannt. Das Siegel zertifiziert zwei Qualitätsstufen – Naturkosmetik und Biocosmetik.

## DKMS LIFE



Die gemeinnützige Gesellschaft [DKMS](#) LIFE hilft mit dem Programm "[look good, feel better](#)" Frauen und Mädchen, die sich in einer Krebstherapie befinden, ihr Selbstwertgefühl zu steigern und neue Lebensfreude zu gewinnen. Der Bereich Schönheitspflege im IKW und vor allem zahlreiche seiner Mitgliedsfirmen unterstützen diese Initiative mit viel Engagement, zum Beispiel durch die Bereitstellung von Produkten.

Der Kompetenzpartner Schönheitspflege im IKW ist seit vielen Jahren Partner der Friseurinnen und Friseure und unterstützt sie beispielsweise in ihrem Anliegen, das [Friseurhandwerk](#) positiv in der Öffentlichkeit darzustellen und den Arbeitsschutz im Friseurhandwerk stetig zu festigen. Als weitere Unterstützung sind während der Pandemie außerdem eine Reihe von Videos entstanden, um die neuen Regelungen bezüglich der Arbeitsschutzstandards schnell und verständlich zu erklären mit dem Ziel, die Sicherheit für Mitarbeitende und Kunden wie Kundinnen zu gewährleisten.

## Informationsverbund Dermatologischer Kliniken (IVDK)



Der IKW ist Kooperationspartner und Fördermitglied des Informationsverbunds Dermatologischer Kliniken ([IVDK](#)) und dort im Vorstand vertreten. Der IVDK sammelt Daten zu Allergien von ca. 50 Hautkliniken in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Dies dient insbesondere der Prävention: Werden bestimmte Risikofaktoren erkannt, kann dies bereits bei der Entwicklung von Produkten berücksichtigt und damit neue Sensibilisierungen verringert oder vermieden werden.

## Kooperationen mit dem Handel

In regelmäßigen Informationsveranstaltungen und Workshops in Kooperation mit dem Handelsverband Deutschland ([HDE](#)) werden die Aktivitäten des IKW sowie neue gesetzliche Entwicklungen erläutert. Teilweise resultieren daraus gemeinsame Maßnahmen zur Verbraucheraufklärung, wie zum Beispiel bei Ausgangsstoffen von Explosivstoffen.

Mit dem Bundesverband der Parfümerien ([bvpkw](#)) und dem HDE wurden während der Pandemie gemeinsame Verbraucherleitlinien zum Umgang mit Testern am Point of Sale entwickelt.



**Kosmetik-Tester auch während der Pandemie sicher & hygienisch nutzen.**  
*So geht's:*

- Produkt nicht auf Gesicht, Augen oder Lippen auftragen
- Waschen oder desinfizieren der Hände vor und nach der Verwendung
- Nur auf Handrücken oder Papierstreifen testen
- Hygieneregeln beachten & Mund-Nasen-Bedeckung tragen
- Vermeiden Sie die Berührung und Kontakt des aufgetragenen Produktes mit den Schleimhäuten

Die Benutzung erfolgt auf eigenes Risiko

 **BVPKW**  
Handelsverband  
Kosmetik

 **SCHÖNHEITSPFLEGE**  
Handelsverband  
Deutschland

 **IKW**  
Bundesverband  
Parfümerien  
Zusammenhang

## Kooperationen mit anderen Verbänden

Neben dem regelmäßigen Austausch mit dem Europäischen Dachverband der Kosmetikindustrie (Cosmetics Europe) und seinen Mitgliedern ist der Kompetenzpartner Schönheitspflege im IKW im intensiven Dialog mit den Verbänden der Rohstoffhersteller wie dem [VCI](#) (Verband der chemischen Industrie), [EFfCI](#) (The European Federation for Cosmetic Ingredients), [TEGEWA](#) (Verband der Hersteller von Prozess- und Performance-Chemikalien), dem Verband der [Mineralfarbenindustrie](#), [Plastics Europe](#), dem Deutschen Verband der Riechstoffhersteller ([DVRH](#)) und weiteren Verbänden wie beispielsweise der [A.I.S.E.](#) (International Association for Soaps, Detergents and Maintenance Products). So können auch Themen an der Schnittstelle verschiedener Verbände – wie beispielsweise die neue Kennzeichnungspflicht von Feuchttüchern für Schönheits- und Haushaltspflege – durch gemeinsame Positionspapiere und Q&A-Dokumente der betroffenen Verbände, in diesem Fall [EDANA](#) (European Disposables and Nonwovens Association), A.I.S.E und Cosmetics Europe, für die Mitgliedsunternehmen in optimaler Weise aufbereitet werden.

## Information und Weiterbildung

Das Informationsbedürfnis zu Themen rund um kosmetische Produkte, Inhaltsstoffe, Kennzeichnung oder Verpackungen hat in den letzten Jahren stetig zugenommen. Die Experten und Expertinnen des Bereiches Schönheitspflege im IKW stehen als Ansprechpartner für Interessierte zur Verfügung und informieren regelmäßig, wie beispielsweise:

- Zu vielen [Themen](#) gibt es Informationen in Form von Broschüren, die für Verbraucher, Hersteller, Friseure und Lehrkräfte sowohl im Internet abrufbar sind oder bestellt werden können.
- [Videos](#), die vom Kompetenzpartner Schönheitspflege im IKW produziert werden, bereiten auch komplizierte Sachverhalte verständlich auf. Parabene in Kosmetik oder Nanopartikel in Sonnenschutzmittel? Die Videos vermitteln anschaulich Hintergrundwissen und erläutern die wissenschaftlichen Fakten.
- „[Essentials for Daily Life: The people keeping cosmetics safe](#)“ – in Kooperation mit der BBC (öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt des Vereinigten Königreichs) erklärt das Video den etablierten Ablauf der stufenweisen Sicherheitsbewertung von Kosmetikprodukten.

## 5.1 ZUSAMMENFASSUNG & AUSBLICK

Der Kompetenzpartner Schönheitspflege im IKW engagiert sich seit Jahrzehnten durch verschiedenste Kooperationen mit wissenschaftlichen und fachlichen Partnern im In- und Ausland. Der Verband ist durch Veranstaltungen für seine Mitglieder und Externe wie Behörden, NGOs und Medien sehr aktiv und leistet durch wissenschaftliche wie gesellschaftsrelevante Studien und Publikationen einen wichtigen Beitrag. Verbraucherinnen und Verbraucher finden in Flyern und Broschüren sowie verstärkt auch online und digital in Datenbanken und Apps etliche Hilfsmittel zum besseren Verständnis der von ihnen benutzten Kosmetika.

Dadurch hat sich der Bereich Schönheitspflege im IKW seit Bestehen eine starke Rolle im Bereich des Kosmetikverständnisses in Deutschland und im Ausland erarbeitet, ist anerkannter Gesprächspartner für Externe sowie Ansprechpartner für seine Mitglieder. Diese Rolle wird der Bereich Schönheitspflege im IKW auch weiterhin kompetent ausfüllen und ausbauen, zum Beispiel durch weitere für die Branche relevante Studien und Umfragen. In der Corona-Krise hat sich explizit gezeigt, welche wichtige und begleitende Funktion der Kompetenzpartner Schönheitspflege im IKW für den Handel, das Handwerk und die Mitglieder eingenommen hat.

## 6. ÖKONOMISCHE ASPEKTE DER KOSMETIKINDUSTRIE

Kosmetische Produkte sind aus unserem Alltag nicht wegzudenken. Seifen zum Händewaschen, Zahncreme für gesunde Zähne und Sonnenschutzmittel gegen die schädlichen Strahlen der Sonne sind nur einige Beispiele. Die Bedeutung der Produkte zeigte sich in den vergangenen Jahren durch einen kontinuierlichen Umsatzzuwachs des Gesamtmarktes Kosmetik. Das Wachstum der letzten Jahre wurde Corona-bedingt allerdings ausgebremst. Nach Hochrechnungen des Industrieverbands Körperpflege- und Waschmittel betrug der Gesamtumsatz mit Schönheitspflegemitteln in Deutschland im Jahr 2020 14,0 Mrd. Euro und damit 0,1 Prozent weniger als im Vorjahreszeitraum. Geschlossene Geschäfte, Kontaktbeschränkungen, Home-Office und Kurzarbeit führten zu einer Stagnation oder teilweise Verringerung der Nachfrage nach einigen Kosmetikprodukten.

Händewaschen als eine der zentralen Hygienemaßnahmen beim Infektionsschutz sorgte jedoch 2020 für ein Umsatzwachstum von 77 Prozent bei Seifen und Syndets. Etwas stärker nachgefragt als im Jahr 2019 waren auch Haarpflegeprodukte (plus 2,5 %), Mund- und Zahnpflegemittel (plus 2,2 %) sowie Produkte zum Baden und Duschen (plus 1,4 %). Rückläufig war dagegen die Umsatzentwicklung bei dekorativer Kosmetik (minus 12,7 %) oder Düften (minus 7,3 %).



### Marktdaten 2019 und 2020

	2019* Mio EUR	2020* Mio EUR	Veränderung 2019/2020
<b>SCHÖNHEITSPFLEGEMITTEL</b>	<b>14.046</b>	<b>14.036</b>	<b>-0,1%</b>
davon			
Haarpflegemittel	3.220	3.300	2,5%
Haut- und Gesichtspflegemittel (m/w)	3.300	3.250	-1,5%
Mund- und Zahnpflegemittel	1.595	1.630	2,2%
Dekorative Kosmetik	1.810	1.580	-12,7%
Damendüfte	960	890	-7,3%
Bade- / Duschzusätze	882	894	1,4%
Deodorantien	780	756	-3,1%
Herrendüfte	500	464	-7,2%
Seifen / Syndets	357	632	77,0%
Rasierpflege, Pre- und Aftershaves (m/w)	200	191	-4,5%
Sonstige Schönheitspflegemittel	442	449	1,6%

\*IKW-Hochrechnung Gesamtmarkt auf Basis von GfK, IRI und eigenen Erhebungen  
Stand: 08.12.2020

Deutsche Kosmetikprodukte haben auch weltweit einen guten Ruf als hochwertige, wirksame und sichere Produkte. Daher ist auch der Export kosmetischer Produkte ein Wachstumsmotor für die deutsche Kosmetikbranche. 2019 wurde ein Exportumsatz von 7,8 Mrd. Euro erzielt. Damit ist der Exportumsatz mit 9,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr deutlich angestiegen. Bereits 2018 konnte eine Steigerung des Umsatzes im Bereich Export um 2,9 Prozent verzeichnet werden. Dagegen nahm der Exportumsatz 2020 durch die Corona-Pandemie bedingt mit 6,2 Mrd. € deutlich ab.

Kontinuierlich gewachsen ist der Bereich der Naturkosmetik in Deutschland – der größte Markt für Naturkosmetik in Europa. Der Umsatzzuwachs zwischen Oktober 2018 und September 2019 betrug bei zertifizierter Naturkosmetik 8,1 Prozent. Mit naturnaher Kosmetik wurde in Deutschland im gleichen Zeitraum eine Umsatzsteigerung von 9,5 Prozent erzielt. Das Wachstum im Vorjahreszeitraum (Oktober 2017 bis September 2018) betrug für Naturkosmetik 5,2 Prozent sowie für naturnahe Kosmetik 3,7 Prozent (Quelle: [Schönheits- und Haushaltspflege - IRI](#)). Im Gesamtjahr 2019 betrug der Umsatz mit Naturkosmetik ca. 1,4 Mrd. Euro.

## 7.1 BEGRIFFS- UND ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

AGES Österreichische Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit GmbH, <https://www.ages.at/ages/allgemeines/>

B Corp Nachhaltigkeitsmanagement für Unternehmen, <https://bcorporation.eu/about-b-lab/country-partner/germany>

BfN Bundesamt für Naturschutz, <https://www.bfn.de/>

BSCI soziale Nachhaltigkeitsbewertung in der Lieferkette, <https://www.amfori.org/content/amfori-bsci>

BOOK & CLAIM Bezugsmodell für Palm(kern)öl, <https://www.forumpalmoel.org/zertifizierung/handelsmodelle>

CDP Carbon disclosure project, <https://www.cdp.net/en>

CE Cosmetics Europe, <https://cosmeticseurope.eu/>

CITES Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora, <https://www.cites.org/eng/disc/what.php>

COSMETICS EUROPE European trade association for the cosmetics and personal care industry, <https://cosmeticseurope.eu/>

COSMILE App über die Inhaltsstoffe kosmetischer Produkte, <https://cosmile.app/>

CSR Corporate Social Responsibility

CVUA Chemisches und Veterinäruntersuchungsamt

Dialog Kosmetik <https://dialog-kosmetik.de/>

DIN Deutsches Institut für Normung, <https://www.din.de/de>

DGK Deutsche Gesellschaft für Kosmetik e. V., <https://dgk-ev.de/>

DKMS Deutsche Knochenmarkspenderdatei, <https://www.dkms.de/>

DNK Deutscher Nachhaltigkeitskodex, <https://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/de-DE/>

DNP Deutscher Nachhaltigkeitspreis, <https://www.nachhaltigkeitspreis.de/>

ECOCARE Nachhaltigkeitspreis der Zeitschrift LEBENSMITTELPRAXIS, <https://lebensmittelpraxis.de/>

ECOVADIS Tool zur Nachhaltigkeitsbewertung von Unternehmen, <https://ecovadis.com/de/>

EDANA Europäischer Vliesstoffverband, <https://www.edana.org/>

EMAS Umweltmanagementsystem (Eco-Management and Audit Scheme), <https://www.emas.de/>

EFFCI European Federation for Cosmetic Ingredients, <https://effci.com/>

FAIR TRADE Initiative zur Förderung des fairen Handels, <https://www.fairtrade-deutschland.de/service/ueber-transfair-ev.html>

FSC Forest Stewardship Council, <https://www.fsc-deutschland.de/de-de>

FONAP Forum Nachhaltiges Palmöl, <https://www.forumpalmoel.org/>

Fraunhofer ISI Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung, <https://www.isi.fraunhofer.de/>

GD Gesellschaft für Dermopharmazie e.V., <http://www.gd-online.de/>

GDCh Gesellschaft Deutscher Chemiker e.V., <https://www.gdch.de/>

GREEN DEAL Konzept mit dem Ziel, bis 2050 in der Europäischen Union die Netto-Emissionen von Treibhausgasen auf null zu reduzieren

GRI Global Reporting Initiative, <https://www.globalreporting.org/>

HDE Handelsverband Deutschland, <https://einzelhandel.de/>

IDENTITY PRESERVED Bezugsmodell für Palm(kern)öl, <https://www.forumpalmoel.org/zertifizierung/handelsmodelle>

IKW Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e. V., <https://www.ikw.org/ikw/>

IKW/SP Bereich Schönheitspflege im IKW, <https://www.ikw.org/schoenheitspflege/>

IKW/WPR Bereich Wasch-, Pflege- und Reinigungsmittel im IKW, <https://www.ikw.org/haushaltspflege/>

ILO International Labour Organization der UN, <https://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm>

INCI International Nomenclature of Cosmetic Ingredients

ISCC International Sustainability and Carbon Certification, <https://www.iscc-system.org/>

ISO International Organization for Standardization, <https://www.iso.org/home.html>

ISO 9001 Norm für Qualitätsmanagement

ISO 14001 Norm für Umweltmanagement

ISO 22716 Kosmetik – Gute Herstellungspraxis (GMP) – Leitfaden zur guten Herstellungspraxis

ISO 45001 Norm für Arbeitsschutzmanagement

ISO 50001 Norm für Energiemanagement

IVDK Informationsverbund dermatologischer Kliniken, <https://www.ivdk.org/de/>

LAVES Niedersächsischen Landesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit, <https://www.laves.niedersachsen.de/startseite/>

MASS BALANCE Bezugsmodell für Palm(kern)öl, <https://www.forumpalmoel.org/zertifizierung/handelsmodelle>

NAGOYA-Protokoll <https://www.bmu.de/themen/natur-biologische-vielfalt-arten/naturschutz-biologische-vielfalt/biologische-vielfalt-international/nagoya-protokoll/>

NAP Nationaler Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte, <https://www.auswaertiges-amt.de/de/aussenpolitik/themen/aussenwirtschaft/wirtschaft-und-menschenrechte>

NGO Non-governmental organization

Packaging Chain Forum <https://europen-packaging.eu/>

QR code quick response code

RA Rainforest Alliance, <https://www.rainforest-alliance.org/lang/de>

RSB Roundtable on Sustainable Biomaterials, <https://rsb.org/about/>

Responsible Care <https://www.vci.de/themen/nachhaltigkeit/responsible-care/uebersicht.jsp>

Rezyklat-Forum <https://newsroom.dm.de/tag/rezyklat-forum>

RINSE-OFF abwaschbare Körperpflegemittel wie Duschgel und Shampoo

RSPO: Roundtable on Sustainable Palm Oil, <https://rspo.org/>

SA 8000 Social Accountability Standard, <https://sa-intl.org/programs/sa8000/>

SASB Sustainability Accounting Standards Board, <https://www.sasb.org/>

SDG Sustainable Development Goals, <https://17ziele.de/>

SEGREGATION Bezugsmodell für Palm(kern)öl, <https://www.forumpalmoel.org/zertifizierung/handelsmodelle>

SOFW Seifen, Öle, Fette, Wachse, <https://www.sofw.com/de/>

TEGEWA Verband der Hersteller von Textil-, Papier-, ..., Tensiden, ..., Kosmetischen Rohstoffen etc., <https://www.tegewa.de/>

UEBT Union for Ethical BioTrade, <https://www.ethicalbiotrade.org/>

UNGC United Nations Global Compact, <https://www.unglobalcompact.org/>

VCI Verband der Chemischen Industrie e.V., <https://www.vci.de/startseite.jsp>

WPR Wasch-, Pflege- und Reinigungsmittel

ZV Zentralverband des Deutschen Friseurhandwerks, <https://www.friseurhandwerk.de/>

## 7.2 ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1: Teilnehmende am Dialog „Spurenstoffe in der aquatischen Umwelt“, 2019

Abb. 2: Menge [t] an Mikroplastik mit den Funktionen Reinigung und Peeling in Rinse-off-Produkten 2012-2017, Umfrage von Cosmetics Europe (2017)

Abb. 3: Polymere in der Abwasserbehandlung (aus Duis et al. 2021)

Abb. 4: Ökobilanz eines Shampoos für fünf Einflussbereiche (Pilotstudie, 2016)

Abb. 5: Nachhaltiges Verhalten der Verbraucherinnen und Verbraucher im Bad

## 7.3 REFERENZEN

### 1. Einleitung

<https://17ziele.de/>

<https://www.ikw.org/ikw/>

<https://www.ikw.org/schoenheitspflege/>

<https://www.ikw.org/haushaltspflege/>

### 2. Der IKW und seine Bereiche Schönheitspflege und Haushaltspflege

<https://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/>

<https://www.globalreporting.org/>

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/256940/umfrage/beschaefigte-in-der-deutschen-kosmetik-und-koerperpflegeindustrie/#:~:text=Die%20Statistik%20zeigt%20die%20Anzahl,dieser%20Branche%20in%20Deutschland%20angestellt.>

### 3. Nachhaltigkeit in den Unternehmen – eine Umfrage

<https://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/>

<https://www.globalreporting.org/>

<https://rspo.org/>

<https://www.nachhaltigkeitspreis.de/>

<https://www.iso.org/home.html>

<https://www.fsc-deutschland.de/de-de>

<https://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm>

<https://rspo.org/>

<https://www.fraunhofer.de/>

<https://www.oeko.de/>

<https://www.forumpalmoel.org/>

<https://www.gs1-germany.de/gs1-solutions/nachhaltigkeit/forum-rezyklat/>

<https://www.din.de/de>

<https://cosmile.app/>

<https://www.bmas.de/DE/Service/Presse/Meldungen/2021/lieferkettengesetz.html>

### 4. Nachhaltigkeit im IKW – Partner der Unternehmen

[https://www.ikw.org/fileadmin/ikw/downloads/Schoenheitspflege/Leitlinien\\_PID\\_0612.pdf](https://www.ikw.org/fileadmin/ikw/downloads/Schoenheitspflege/Leitlinien_PID_0612.pdf)

#### 4.1 Kosmetische Inhaltsstoffe

##### Der Schutz der aquatischen Umwelt

<https://www.bmu.de/>

<https://www.umweltbundesamt.de/>

<https://www.dialog-spurenstoffstrategie.de/spurenstoffe/index.php>

<https://www.muell-im-meer.de/>

<https://cosmeticseurope.eu/news-events/reduction-use-plastic-microbeads>

<https://www.ikw.org/schoenheitspflege/kooperation-dialog/dialog-kosmetik/>

<https://www.ikw.org/schoenheitspflege/themen/detail/mikroplastik-in-kosmetik-152/>

<https://ect.de/>

<https://www.efci.com/>

<https://enveurope.springeropen.com/articles/10.1186/s12302-021-00466-2>

<https://www.cbd.int/abs/doc/protocol/nagoya-protocol-en.pdf>  
<https://www.bmu.de/themen/natur-biologische-vielfalt-arten/naturschutz-biologische-vielfalt/biologische-vielfalt-international/nagoya-protokoll/#:~:text=Das%20%22Protokoll%20von%20Nagoya%20%C3%BCber,biologische%20Vielfalt%20im%20Jahr%202010>  
<https://www.bfn.de/themen/biologische-vielfalt.html>  
<https://www.ethicalbiotrade.org/>

## 4.2. Kosmetische Verpackungen

<https://www.ikw.org/schoenheitspflege/themen/detail/verpackungen-aus-kunststoffen-513/>

### Unterstützung der Europäischen Kunststoffstrategie

[https://www.pontoverde.pt/assets/docs\\_publicacoes/201910111570805983EP.pdf](https://www.pontoverde.pt/assets/docs_publicacoes/201910111570805983EP.pdf)

### Orientierungshilfe bei Abfüllstationen für Kosmetik im Handel

[https://www.ikw.org/fileadmin/ikw/Schoenheitspflege/Themen/2010\\_PDF\\_IKW\\_GER.pdf](https://www.ikw.org/fileadmin/ikw/Schoenheitspflege/Themen/2010_PDF_IKW_GER.pdf)  
<https://www.cvua-rheinland.de/wordpress/>  
<https://www.ua-bw.de/pub/default.asp?subid=2&Lang=DE>  
<https://www.ages.at/ages/allgemeines/>  
<https://www.laves.niedersachsen.de/startseite/>

### Verbrauchertipps zur Entsorgung von Verpackungen

<https://www.ikw.org/schoenheitspflege/themen/detail/verbrauchertipps-zu-verpackungen-598/>

## 4.3. Kosmetische Produkte

### Früher Verzicht der Kosmetikbranche auf Tierversuche

<https://www.ikw.org/schoenheitspflege/themen/fragen-antworten/tierversuche-und-alternativmethoden/>  
<https://www.ikw.org/schoenheitspflege/themen/detail/kosmetikindustrie-fuer-alternativmethoden-zum-tierversuch-270/>  
<https://www.ikw.org/schoenheitspflege/themen/detail/alternativmethoden-zu-tierversuchen-hintergrundinformationen-110/>

### Studie zur Ökobilanz am Beispiel von Shampoo

[https://www.ikw.org/fileadmin/ikw/Schoenheitspflege/Themen/CE\\_ProdEnvFootprint\\_Shampoo\\_Main\\_Report.pdf](https://www.ikw.org/fileadmin/ikw/Schoenheitspflege/Themen/CE_ProdEnvFootprint_Shampoo_Main_Report.pdf)  
<https://www.ikw.org/schoenheitspflege/pressebereich/detail/beim-duschen-einfach-mal-den-hahn-zudrehen-gar-nicht-so-einfach-763/>  
<https://www.youtube.com/watch?v=gWu3J2wIHAc>

## 4.4 Zusammenfassung & Ausblick

[https://www.ikw.org/fileadmin/ikw/downloads/Schoenheitspflege/SP\\_HP\\_Freiwillige-Selbstverpflichtungen.pdf](https://www.ikw.org/fileadmin/ikw/downloads/Schoenheitspflege/SP_HP_Freiwillige-Selbstverpflichtungen.pdf)  
<https://www.ikw.org/schoenheitspflege/themen/detail/chemikalienstrategie-fuer-nachhaltigkeit-der-europaeischen-kommission-727/>

## 5. Der IKW als Partner für Wissenschaft, Fachöffentlichkeit und Gesellschaft

<https://dialog-kosmetik.de/>  
<https://cosmile.app/>  
<https://www.haut.de/>  
<https://www.haut.de/inhaltsstoffe-inci/>  
<https://www.sonnenschutz-sonnenklar.info/>  
<https://dgk-ev.de/>  
<https://www.natrue.org/>  
<https://www.dkms.de/>  
<https://lookgoodfeelbetter.org/>  
<https://www.friseurhandwerk.de/>  
<https://www.ivdk.org/de/>  
<https://einzelhandel.de/>  
<https://www.vci.de/startseite.jsp>  
<https://www.effci.com/>  
<https://www.tegewa.de/>  
<https://www.vdmi.de/>  
<https://www.gkv.de/de/>

<http://duftstoffverband.de/>

<https://www.mwv.de/>

<https://www.aise.eu/>

[https://www.edana.org/docs/default-source/product-stewardship/edana-2nd-edition-code-of-practice-for-the-nonwoven-wipes.pdf?sfvrsn=b1756f4f\\_2](https://www.edana.org/docs/default-source/product-stewardship/edana-2nd-edition-code-of-practice-for-the-nonwoven-wipes.pdf?sfvrsn=b1756f4f_2)

## Informationen und Weiterbildung

<https://www.ikw.org/schoenheitspflege/publikationen/action/list/>

[https://www.youtube.com/channel/UCTzx\\_nf1k4F4\\_4U4oS\\_TfgQ/videos](https://www.youtube.com/channel/UCTzx_nf1k4F4_4U4oS_TfgQ/videos)

<https://essentialsfordailylife.cosmeticseurope.eu/films/a-skincare-solution-from-nature.html>

## 5.1 Zusammenfassung & Ausblick

<https://www.ikw.org/schoenheitspflege/veranstaltungen/>

<https://www.ikw-beauty-studien.org/>

## 6. Ökonomische Aspekte der Kosmetikindustrie

<https://www.ikw.org/ikw/der-ikw/fakten-zahlen/marktzahlen/>

<https://de.statista.com/themen/3747/naturkosmetik/>

[https://www.iriworldwide.com/IRI/media/IRI-Clients/International/de/Pressemappe\\_IKW-Prasentation-MAT-Sep-2019.pdf](https://www.iriworldwide.com/IRI/media/IRI-Clients/International/de/Pressemappe_IKW-Prasentation-MAT-Sep-2019.pdf)

<https://www.kosmetiknachrichten.de/2021/03/23/naturkosmetik-branchenmonitor-2020-naturkosmetik-bleibt-2020-marktgewinner/>



# UMFRAGE

## 7.4. UMFRAGE ZUR NACHHALTIGKEIT UNTER DEN MITGLIEDSFIRMEN, 2020 (ZU KAP. 3.)

### 1. Angaben zum Unternehmen

- 1.1 Anzahl der Mitarbeitenden (bei Mischkonzernen nur im Kosmetikbereich)
- 1.2 Anzahl der Auszubildenden / Trainees im Kosmetikbereich
- 1.3 Gibt es mindestens eine benannte Person für das Thema Nachhaltigkeit im Unternehmen?
- 1.4 Anzahl der Standorte in Deutschland
- 1.5 Diversität
  - 1.5.1 Anzahl der Nationalitäten im Unternehmen (optional)
  - 1.5.2 Wird auf eine durchmischte Altersstruktur in der Belegschaft geachtet?
  - 1.5.3 Bei Unternehmen mit mehr als 20 Mitarbeitenden: Wie hoch ist der Schwerbehindertenanteil in %?
  - 1.5.4 Gibt es spezielle Programme zur Inklusion von Menschen mit Behinderungen?
  - 1.5.5 Haben Sie konkrete Ziele zur Diversität und Demografie im Unternehmen?
  - 1.5.6 Prozent der Frauen in Führungspositionen (%)

### 2. Allgemeine Angaben zum Thema Nachhaltigkeit

#### 2.1 Berichterstattung

- 2.1.1 Existiert ein schriftlich fixierter Unternehmenskodex/Leitbild zur gesellschaftlichen Verantwortungsübernahme (CSR)?
- 2.1.2 Wird ein Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht?
- 2.1.3 Wenn ja, seit wann?
- 2.1.4 Wenn ja, in welchem Rhythmus wird berichtet?
- 2.1.5 Wenn ja, erfolgt die Berichterstattung nach z. B. GRI, DNK, UNGC, GWÖ, Chemie3 etc. (Mehrfachnennungen möglich)?
- 2.1.6 Sind quantitative Ziele für die drei Bereiche der Nachhaltigkeit definiert?
  - sozial
  - ökologisch
  - ökonomisch

2.1.7 Gab es Bewerbungen für Nachhaltigkeitspreise in den letzten fünf Jahren, zum Beispiel DNP, Ecocare, Responsible Care, Deutscher Verpackungspreis, Green Packaging Award etc.

2.1.8 Wenn ja, gab es einen Preis für Ihr Unternehmen/Produkt?

## 2.2. Standards/Rahmenwerke/Mitgliedschaften

2.2.1 Welche Standards (Qualität, Soziales, Arbeitssicherheit, Umwelt, Energie) nutzen Sie entlang der Wertschöpfungskette? (z. B. ISO 9001, 14001, 22716, 45001, 50001, SA 8000, IFS HPC, EMAS, etc.)

2.2.2 Werden zudem globale Nachhaltigkeits-Initiativen/Leitlinien befolgt oder ist das Unternehmen dort Mitglied? (z. B. CDP, UNGC, SDG, EMF, SASB, RSPO etc.)

2.2.3 Besitzt/en das Unternehmen/Mitarbeitende Mitgliedschaften in wissenschaftlichen Organisationen, z. B. DGK, SEPAWA, GDCh, SETAC, GD etc.?

## 2.3. Aus- und Weiterbildung

2.3.1 Gibt es Ziele und Angebote zur Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden zum Thema Nachhaltigkeit? (z. B. externe sowie interne Schulungen)

2.3.2 Werden alle Mitarbeitende regelmäßig geschult zu Themen wie z. B. Qualität, Anti-Korruption/Preisabsprachen, Health Care Compliance, Meldung von Nebenwirkungen (adverse events), Datenschutz etc.?

## 3. Soziale Verantwortung gegenüber den Mitarbeitenden

3.1 Über tariflichen Lohn hinausgehend weitere geldwerte Leistungen

3.1.1 Betriebliche Altersvorsorge

3.1.2 Beteiligungsmöglichkeiten am Unternehmen (z. B. am Eigenkapital)

3.1.3 Sonstige Zuwendungen (z. B. Prämien, Zuschüsse)

3.1.4 Personalshop

3.1.5 Andere

## 3.2. Flexible Arbeitszeitmodelle

3.2.1 Arbeitszeitkonten

3.2.2 Einstiegsmöglichkeiten zur Teilzeitbeschäftigung (z. B. Altersteilzeit)

3.2.3 Unbezahlte Freistellung von der Arbeit (z. B. „Sabbatical“)

3.2.4 Familienfreundliche Arbeitszeitregelungen (z. B. Förderung von Mitarbeitenden mit Kindern, Gleitzeit)

- 3.2.5 Home-Office oder Telearbeit (es gilt das Angebot vor der Corona-Krise)
- 3.2.6 Arbeitnehmervertreter oder institutionalisierte Form des Austauschs zwischen Geschäftsführung und Mitarbeitenden
- 3.3. **Weitere Förderung der Mitarbeitenden**
- 3.3.1 Betriebskindergarten
- 3.3.2 Fitnessraum oder finanzielle Unterstützung für externen Fitnessclub, Gesundheitskurse
- 3.3.3 Ergonomische Gestaltung der Arbeitsplätze

## 4. **Ökologische Aspekte der Nachhaltigkeit**

### 4.1. **Klima und Energie**

- 4.1.1 Haben Sie in den letzten 3 Jahren eine Klimabilanz durchgeführt bzw. erfassen Sie systematisch die Klimaauswirkungen Ihres Unternehmens?
- 4.1.2 Wenn ja, (a) nur für die Produktionsstandorte, (b) für das gesamte Unternehmen (einschl. Logistik/Verwaltung)
- 4.1.3 Setzen Sie Ökostrom ein? Wenn ja,....
  - vom reinen Ökostromanbieter
  - vom konventionellen Stromanbieter
  - durch eigene Solarflächen
  - durch eigene Windkraft
- 4.1.4 Wenn Sie Ökostrom verwenden, zu welchem Prozentsatz vom Gesamtbedarf?
- 4.1.5 Setzen Sie andere erneuerbare Energien ein?
  - Erdwärme
  - Biogas
  - Wasserkraft
  - andere Form, bitte benennen:
- 4.1.6 Werden Dienstreisen per Bahn denen per Flugzeug oder Auto bevorzugt/gefordert?

### 4.2 **Konkrete Nachhaltigkeitsziele**

- 4.2.1 Haben Sie qualitative Nachhaltigkeitsziele in den Bereichen.... ?
  - Klima
  - Boden

- Luft
- Wasser
- Energie
- Rohstoffe
- Abfall
- Biodiversität

4.2.2 Wenn ja, können Sie diese spezifizieren und wenn möglich konkrete quantitative Werte (z. B. Reduktion bis XX in %) angeben?

4.2.3 Andere ökologische Nachhaltigkeitsaktivitäten?

### 4.3 Verpackung

4.3.1 Haben sie qualitative Ziele zum Verpackungseinsatz? Wenn ja, welche bitte:

- leichtere/kleinere Verpackungen
- Einsatz von Kunststoff-Rezyklat
- Einsatz von Biokunststoffen
- Ersatz von Kunststoff durch nachwachsende Rohstoffe
- Einsatz von recyceltem Karton/Papier
- höhere Recyclingfähigkeit

4.3.2 Wenn ja, können Sie diese spezifizieren und wenn möglich konkrete quantitative Werte angeben?

## 5. Soziale und ökologische Verantwortung im lokalen Umfeld

5.1. Förderung von gemeinnützigen, kulturellen, wissenschaftlichen oder sportlichen Aktivitäten in der Region

5.1.1 Jährliche Geld-, Sach- oder Dienstleistungsspenden für ökologische, soziale, karitative, regionale bzw. bildungs- oder entwicklungspolitische Zwecke

5.1.2 Kultur- oder Sport-Sponsoring

5.1.3 Regelmäßige Freistellung von Mitarbeitenden für gemeinnützige/soziale Zwecke

5.1.4 Andere Nachhaltigkeits-Aktivitäten im Umfeld?

## 6. Soziale und ökologische Verantwortung in der Lieferkette

- 6.1. Ziele und Systeme zur Sicherstellung von sozialen und ökologischen Qualitätsstandards von wesentlichen Lieferanten
  - 6.1.1 Hat das Unternehmen eine langfristig nachhaltige Einkaufsstrategie?
  - 6.1.2 Wenn ja, sind alle Lieferanten bzw. ist die gesamte Lieferkette hierin eingebunden?
  - 6.1.3 Gibt es klare Entscheidungskriterien für die Auswahl von Lieferanten?
  - 6.1.4 Sind die Kriterien und Anforderungen an Lieferanten hinsichtlich sozialer und ökologischer Verantwortung bei der Herstellung/Beschaffung der Rohstoffe festgelegt?
  - 6.1.5 Wenn ja, sind diese öffentlich verfügbar?
  - 6.1.6 Wird die Mehrzahl der direkten Lieferanten regelmäßig auditiert?
  - 6.1.7 Wenn ja, wie oft finden die Audits bei den meisten bzw. wesentlichen Lieferanten statt?
  - 6.1.8 Werden soziale und/oder ökologische Nachhaltigkeitskriterien bei der Produktentwicklung berücksichtigt?
  - 6.1.9 Gibt es die Zusicherung der Einhaltung von Mindestsozialstandards durch alle Lieferanten? (z. B. keine Kinderarbeit, keine Zwangsarbeit, Menschenrechte)
  - 6.1.10 Wird die Einhaltung der Sozialstandards von den Lieferanten bei ihren Vorlieferanten auditiert?
  - 6.1.11 Nutzen Sie andere Systeme zur Absicherung der sozialen Qualitätsstandards von Zulieferern z. B. NAP, ILO, BSCI, Ecovadis, Fair Trade, B Corp etc.?
  - 6.1.12 Gibt es die Zusicherung der Einhaltung von ökologischen Mindeststandards durch alle Lieferanten?
  - 6.1.13 Wird die Einhaltung der ökologischen Standards von den Lieferanten bei ihren Vorlieferanten auditiert?
  - 6.1.14 Gibt es soziale oder ökologische Initiativen gemeinsam mit Ihren Partnern entlang der Wertschöpfungskette zur Steigerung der Nachhaltigkeit?
  - 6.1.15 Werden Nachhaltigkeits-Label oder -Siegel auf Produkten verwendet?

**6.1.16** Falls Sie Palm(kern)öl oder dessen Derivate verwenden, nach welchem Handelsmodell wird dies bezogen und mit welchem Anteil des Gesamtbedarfs?

Identity preserved (IP) in %:

Segregation, (SG) in %:

Mass balance (MB) in %:

Book & Claim (B&C) in %:

**6.1.17** Nutzen Sie ein Zertifizierungssystem für Palm(kern)öl?

**6.1.18** Wenn ja, welches? (RSPO, RA, RSB, ISCC etc.)

## **6.2 Soziale und ökologische Auswirkungen der Rohstoffe**

**6.2.1** Ist Ihr Unternehmen zunehmend mit Kundenforderungen und/oder Konsumentenerwartungen zu sozialen Auswirkungen Ihrer Produkte konfrontiert?

**6.2.2** Ist Ihr Unternehmen zunehmend mit Kundenforderungen und/oder Konsumentenerwartungen zu ökologischen Auswirkungen Ihrer Produkte konfrontiert?

**6.2.3** Reduziert Ihr Unternehmen die sozial negativen Auswirkungen seiner Logistikaktivitäten beim Bezug von Rohstoffen? (z. B. Mindestlohn, Arbeitsschutz)

**6.2.4** Reduziert Ihr Unternehmen die ökologisch negativen Auswirkungen seiner Logistikaktivitäten beim Bezug von Rohstoffen?

**6.2.5** Möchten Sie noch andere Nachhaltigkeits-Aktivitäten benennen, die nicht abgefragt wurden?

## 7. **Ökonomische Verantwortung**

### 7.1. Aktivitäten des Unternehmens

7.1.1 Gibt es Ziele und Maßnahmen zur Verbesserung der Produkt- und Prozessqualität? Anmerkung: Über die gesetzlichen Auflagen hinausgehende Initiativen

7.1.2 Besitzt das Unternehmen ein nachhaltiges Innovationsmanagement?

7.1.3 Gibt es Kooperationen mit externen Institutionen, die das Ziel von nachhaltigeren Produkten haben?

7.1.4 Gibt es Vorkehrungen, die Korruption, auch in der Lieferkette, verhindern können bzw. offenbaren würden?

7.1.5 Gibt es Vorkehrungen, die geistiges Eigentum, auch in der Lieferkette, ausreichend schützen können bzw. dessen Verletzung offenbaren würden?

7.1.6 Gibt es ein anonymes Meldesystem bei Verletzung von Menschenrechten, Gesetzen oder internen Vorschriften?

7.1.7 Ist das Unternehmen in technischen/wissenschaftlichen Gremien oder Arbeitsgruppen aktiv, z. B. FONAP, Rezyklatforum, Markenverband, DIN etc.?

7.1.8 Werden Produkte explizit für die ältere Bevölkerung entwickelt?

7.1.9 Gibt es Ziele und Maßnahmen zur Verbesserung der Arbeitssicherheit? Anmerkung: Über die gesetzlichen Auflagen hinausgehende Initiativen

### 7.2. **Informationspolitik, in welcher Form gegenüber...**

7.2.1 Verbrauchern (z. B. kostenfreies/-günstiges Kundentelefon, Informationen zu INCI/für Allergiker, INCI-Kennzeichnungen der Produkte im Internet, Beteiligung an der COSMILE-App, andere freiwillige Initiativen zur elektronischen Vermittlung von Produktinformationen (z. B. QR-codes, Websites, Links auf Produkten)

7.2.2 Industrieverbänden (z. B. Mitarbeit in Arbeitsgruppen, Erstellung von Stellungnahmen, Lieferung von Daten, Beteiligung an Umfragen)

7.2.3 Nichtregierungsorganisationen (z. B. Beteiligung an Fachbeiräten von Stiftung Warentest, Dialog Kosmetik, direkte Kommunikation)

7.2.4 Anderen Einrichtungen/Organisationen (z. B. Universitäten, Testinstituten, Behörden)

## 8. Corona-Krise

- 8.1 Welche Bedeutung hat das Thema Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen seit der Corona-Krise?
- so wichtig wie vor Corona
  - wichtiger als vor Corona
  - weniger wichtig als vor Corona
- 8.2 Was hat sich durch die Corona-Krise in Ihrem Unternehmen geändert?
- 8.3 Was ist die größte Herausforderung momentan?
- 8.4 Hat die Corona-Krise den digitalen Wandel in Ihrem Unternehmen beschleunigt?
- 8.5 Werden Mitarbeitende weiter verstärkt im Home-Office arbeiten?
- 8.6 Hat das vermehrte Arbeiten im Home-Office Auswirkungen auf die Ressourcennutzung an den Standorten?

# SCHÖNHEITSPFLEGE"

KOMPETENZPARTNER IM IKW

Herausgeber

Kompetenzpartner Schönheitspflege  
im Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e. V. (IKW)

Mainzer Landstraße 55  
60329 Frankfurt am Main

Telefon: 069 2556-1330

Internet: [www.ikw.org](http://www.ikw.org)

E-Mail: [info@ikw.org](mailto:info@ikw.org)

Twitter: [www.twitter.com/ikw\\_org](https://www.twitter.com/ikw_org)