



HAARPFLEGE __ SCHÖNHEIT

FRISCH GEWASCHEN

Früher gab es ein Shampoo im Bad,
mit dem sich die ganze Familie die Haare wusch.
Heute füllen Shampoos Drogeriewände.
Wie soll man da eine Auswahl treffen?
Ein Wegweiser durch den Haarpflege-Dschungel

PRODUKTION __ BIRGIT POTZKAI
FOTOGRAFIE __ KEITH SCHOEFIELD
TEXT __ KIRSTIN BOCK

Zum eigenen Gebrauch nach §42a UrhG.
Anfragen zu weiteren Nutzungsrechten an den Verlag oder Ihren Medienbeobachter.

BRIGITTE WOMAN | AUSGABE 09/2019

Es gibt es in Flaschen, am Stück, als Pulver, gesprüht, geschüttelt, gerührt – mit Zutaten aus dem Hightechbereich oder komplett natürlich. Früher war Shampoo vor allem ein Gebrauchsgegenstand. Heute hat es das Zeug, zum Haben-wollen-Produkt gehypt zu werden. Zwar verwenden fast 15 Millionen Menschen bei uns täglich Shampoo, etwa 40 Millionen mehrmals pro Woche. An den Waschgewohnheiten hat sich statistisch gesehen allerdings seit Jahren nichts geändert, am Angebot hingegen schon: Es wird immer größer. In Deutschland listet allein douglas.de rund 400 verschiedene Haarwaschmittel, knapp 300 bekommt man in Online-Drogeriemärkten und eine Auswahl von über 1300 im Friseurbedarf. Wie man aus dieser Masse heraussticht? Da gibt es ganz unterschiedliche Strategien.

1. OHNE ist das neue MIT

Sulfate, Parabene, Silikone – diese drei Wirkstoff-Clans sind bei Shampoos jeweils zuständig für Waschkraft, Konservierung und Geschmeidigkeit, stehen aber unter Verdacht, Mensch und Umwelt zu schaden. Deshalb prangt inzwischen auf fast jedem Shampoo ein „frei von“-Button. Während Sulfate die Haut austrocknen können, sollen sich Silikone im Haar und vor allem im Wasser anlagern. Wirklich geklärt ist Letzteres allerdings nicht. „Noch ist nicht vollständig bekannt, wie kosmetische Silikone stoffwechselt werden und welche Auswirkungen sie auf die Umwelt haben“, so eine Stellungnahme von Greenpeace. „Bei einigen Silikonverbindungen fehlen außerdem Daten bezüglich ihrer Freisetzung. Das macht es schwierig, Gefahren und Risiken realistisch einzuschätzen.“ Parabene, die im Ruf standen, Krebs auszulösen, wurden inzwischen wissenschaftlich entlastet. Das Bundesamt für Risikoforschung meint: „Viele der gegenwärtig verwendeten anderen Konservierungsstoffe haben ein deutlich höheres allergenes Potenzial als Parabene.“ Trotzdem haben viele Hersteller auf die

E

Verbraucherwünsche reagiert und die vermeintlichen Übeltäter aus dem Verkehr gezogen. Allerdings könnte per EU-Verordnung bald Schluss sein mit dem „ohne“-Trend. „Durch das Technical Document on Cosmetic Claims geraten sichere, bewährte Stoffe nicht länger durch ‚ohne‘-Auslobungen unberechtigt in Verruf“, erklärt Dr. Ludger Neumann, wissenschaftlicher Direktor von L'Oréal Deutschland. „Seit Juli 2019 darf das Wort ‚ohne‘ nur noch auf Produkten beworben werden, wenn damit eine tatsächliche Verbraucherentscheidung zusammenhängen kann. Ein Beispiel ist der Hinweis ‚ohne Alkohol‘, etwa auf einem Mundwasser, das für die ganze Familie und somit auch für Kinder geeignet ist.“

2. Das STATEMENT-Shampoo

Das „Hair Growth Shampoo“ von **Elisabeta Zefi** war eins der ersten, das von sich reden machte: ein Shampoo, dessen hübsche, minimalistische Flasche sich nicht nur gut im Bad und in den sozialen Medien macht, sondern das dank einer ausgeklügelten Kräutermischung auch noch das Haarwachstum anregt. Trotz des stattlichen Preises von 35 Euro entwickelte sich das Produkt einer PR-Beraterin und einer Stylistin vom Insidertipp zum Erfolgsgeschäft. Mittlerweile umfasst die Pflegelinie fast 30 Produkte. Aber auch internationale Marken setzen auf hochpreisige Haarpflege. Celebrity-Stylistin Jen Atkin machte nur drei Jahre nach Gründung ihrer Marke „Ouai“ (eine Flasche kostet schlappe 30 Euro) schon über 20 Millionen Dollar Umsatz. Sind Luxusshampoos ihren Preis wert? Das kommt darauf an: Zefi, Atkin oder Christophe Robin verwenden durchaus hochwertige Inhaltsstoffe, etwa pflanzliche Öle oder Extrakte, die besonders mild und pflegend sind. Sie investieren aber auch in eine hübsche Verpackung und hochwertige Düfte, die sich deutlich von denen der Massenprodukte unterscheiden. So verleihen sie der schnöden Alltagsprozedur Haarewaschen sofort eine Portion

EIN HAARWASCHMITTEL FÜR ALLE? Vorbei. Shampoos sind zu Luxusartikeln aufgestiegen
– und viele sind bereit, für eine Edelflasche so viel zu zahlen wie für zehn gewöhnliche



ROCK Set- TOP, Zimmerli, STROHHUT, 25, Offler, Stories

BRIGITTE WOMAN 77

Zum eigenen Gebrauch nach §42a UrhG.
Anfragen zu weiteren Nutzungsrechten an den Verlag oder Ihren Medienbeobachter.

BRIGITTE WOMAN | AUSGABE 09/2019

SCHAUMWELTEN produzieren auch Shampoos mit Naturkosmetik-Siegel. Allerdings belasten deren Inhaltsstoffe in aller Regel weder Umwelt noch (Kopf-)Haut. Und gesunden Glanz bringen sie zudem ins Haar



48 BRIGITTE WOMAN

09 _ 19

BIKINHOSE: Vito

Zum eigenen Gebrauch nach §42a UrhG.
Anfragen zu weiteren Nutzungsrechten an den Verlag oder Ihren Medienbeobachter.

BRIGITTE WOMAN | AUSGABE 09/2019

Glamour, was wiederum hervorragend in unsere Zeit passt, in der sich so viele danach sehnen, sich selbst zu belohnen. Wem hochwertige Inhaltsstoffe, ein besonderer Duft und eine schicke Verpackung wichtig sind, der bekommt also durchaus etwas für sein Geld.

3. TROCKEN ist das neue NASS

Einige kennen vielleicht noch die hellblaue Dose mit der Aufschrift „Frottee Trocken-shampoo“ – in den 70ern ein absolutes Muss in jedem Badezimmerschrank. Für lange Zeit verschwand das Trockenshampoo fast ganz, aber seit ein paar Jahren tut sich wieder einiges auf dem Markt. Von 2017 bis 2023 wird für Europa immerhin ein Wachstum von 5,4 Prozent prognostiziert. Eigentlich kein Wunder, schließlich macht es das Haar schön griffig und voluminös. Trotzdem sind Trockenshampoos nicht für jeden zu empfehlen, so der Dermatologe Dr. Christian Merkel: „Insbesondere bei empfindlicher Kopfhaut kann es allergische Reaktionen hervorrufen und aufgrund der Vielzahl an Konservierungsstoffen und Treibgasen sogar zu Ekzemen führen. Ist die Kopfhaut unempfindlich, spricht nichts gegen den gelegentlichen Gebrauch von Trockenshampoo.“

4. GRÜN – und zwar ohne Abstriche

Öko-Shampoos lassen sich schlecht verteilen? Und hinterher sehen die Haare wie mit Kernseife gewaschen aus? Das war einmal! Naturkosmetik-Marken haben in den vergangenen Jahren schwer aufgeholt. Sie punkten mit Tensiden und Ölen aus Pflanzen sowie natürlichen Haltbarkeitsmachern. Und abgesehen davon mit guten Ideen: Bei Ringana hat man das Verteil-Problem zum Beispiel mit einem Pumpspender gelöst, der das Shampoo in einen fluffigen Schaum verwandelt. Und auch Haarseifen sind eine echte – plastikfreie – Alternative geworden. Sie kommen ohne synthetische Konservierungsmittel aus, und ihre waschaktiven Substanzen werden meist aus Kokos, pflanzlichen Ölen oder Zucker gewonnen. Sie reinigen sanfter, sorgen für gute Kämmbarkeit und einen schönen Glanz.

5. Die Kopfhaut hat AUCH PFLEGE verdient

Klar, bei Shampoo geht es vor allem ums Haar. Aber inzwischen hat die Industrie erkannt: Dafür braucht es eine gesunde Kopfhaut. Deshalb setzen längst nicht mehr nur die üblichen Anti-Schuppen-Marken auf hautschonende, pflegende Shampoos. Und da Haut am Kopf eben auch Haut ist, greifen sie dabei auf bewährte Inhaltsstoffe aus der Körperpflege zurück. So lindert Urea jetzt trockene Kopfhaut, Salicylsäure mildert Schuppen und ein seborrhisches Ekzem, und Probiotika bringen die Hautbarriere wieder in Balance. „Wie häufig die Shampoos benutzt werden sollten, hängt von der Beschaffenheit der Kopfhaut ab“, so Dermatologe Dr. Christian Merkel. „Es empfiehlt sich, vor dem Verwenden eine professionelle Pflegeberatung durchführen zu lassen.“



Zum eigenen Gebrauch nach §42a UrhG.
Anfragen zu weiteren Nutzungsrechten an den Verlag oder Ihren Medienbeobachter.



TOP: Rabens Saloner, STRICKJACKE: Mariani

Zum eigenen Gebrauch nach §42a UrhG.
Anfragen zu weiteren Nutzungsrechten an den Verlag oder Ihren Medienbeobachter.

BRIGITTE WOMAN | AUSGABE 09/2019



TROCKENWÄSCHE
Das pudrige „Dry Shampoo“ frischt auf und gibt Textur.
Von Maria Nila, ca. 24 Euro



SCHONEND Aloe vera beruhigt empfindliche Kopfhaut und mindert Juckreiz.
„Sensitive Shampoo“ von Alcina, ca. 12 Euro



GRÜNDLICH
„Sensitives Mizellen Shampoo“ entfernt schonend Stylingrückstände aus dem Haar.
Von Nivea, ca. 4 Euro

E

ES IST WASCHTAG!
Von Pflegeleicht bis Schonwaschgang – für jedes Haar gibt es ein passendes Programm

EDEL Für das Haarwachstum: „Hair Growth Shampoo“ von Elizabeta Zefi, ca. 35 Euro



NATÜRLICH
„Delightful Detox Rosemary & Vetiver Shampoo“ erfrischt und reinigt.
Von Love Beauty and Planet, ca. 7 Euro



STARKES STÜCK und zertifizierte Naturkosmetik: „Shampoo Bar Zitrone Orange“ sorgt ganz ohne Plastik für Glanz. Von Jolu, je Stück ca. 9 Euro



GLANZLEISTUNG Im „Hydration Shampoo“ stecken Öle aus dem Amazonasdschungel, natürlicher Sonnenschutz und tropische Duftnoten. Von Rahua, ca. 36 Euro

REICHHALTIG
Pflegt trockenes Haar: „Öl Magique Jojoba“-Shampoo von L'Oréal Paris, ca. 3 Euro



KERNIG Partikel aus Aprikosenkernen befreien die Kopfhaut sanft von Schuppen und Stylingrückständen.
„Dercos Micro Peel Shampoo“ von Vichy, ca. 14 Euro



MODEL: Sai/Karin, Models Agency - HAARE + MAKE-UP: Agneshia Kollien
REDAKTIONSASSISTENZ: Isabell Fritsch

Zum eigenen Gebrauch nach §42a UrhG.
Anfragen zu weiteren Nutzungsrechten an den Verlag oder Ihren Medienbeobachter.