

# To the roots!

Naturkosmetik boomt. Immer mehr Kunden legen Wert auf hochwertige Produkte mit natürlicher Rohstoffbasis. Eine Rückbesinnung, die auch für die Füße gilt.



Foto: Fotolia/Ilike

O bwohl Naturkosmetik eine lange Tradition hat, ist dieser Markt über viele Jahre in Vergessenheit geraten. Die ältesten erhaltenen Rezepte von wirksamen Pflegepräparaten aus der „reinen Natur“ – Öle, Cremes und Salben – stammen aus dem alten Ägypten. Heute geht man zurück zu diesen Pflege-Wurzeln, naturkosmetische Präparate haben Hochkonjunktur. Der Umsatz von Naturkosmetik macht heute etwa sechs Prozent des deutschen Gesamtkosmetikmarktes aus. In diesem Jahr soll dieser Anteil, Schätzungen zufolge, auf zehn Prozent steigen.

## Nachhaltiger Lifestyle

Das Geschäft mit der „grünen Kosmetik“ hat also auch für Sie als Fußpfleger Zukunftspotenzial. Denn die Nutzer von Naturkosmetik sind eben nicht mehr nur eine relativ kleine, ökologisch geprägte Gesellschaftsgruppe. Menschen, die ein steigendes Interesse für die Umwelt haben, dem Thema Gesundheit mit einem neuen Bewusstsein begegnen und sich selbst mit ihrem eigenen Wohlbefinden in den Mittelpunkt stellen, haben den Naturkosmetik-Markt verändert.

Der Begriff Kosmetik steht in seinem ursprünglichen Sinne für „harmonisieren und ordnen“. Daraus abgeleitet versteht sich Naturkosmetik als ganzheitlicher Ansatz: Es geht um die Herkunft und Auswahl der eingesetzten Rohstoffe, ihre schonende Verarbeitung und eine umweltgerechte Verpackung des fertigen Produkts, die Beziehungen der am Herstellungsprozess beteiligten Menschen – sowohl zueinander als auch zur Natur selber. Und letztendlich steht auch der spezifische Produktnutzen für den Verbraucher im Mittelpunkt: Die eingesetzten Wirkstoffe sollen langfristig der natürlichen Gesunderhaltung, der Pflege

und der Verschönerung des Körpers dienen. Neben einer verantwortungsvollen Schönheitspflege wird aber eben auch ein sinnvoller Beitrag zum aktiven Umweltschutz und zur Schaffung menschenwürdiger Arbeitsverhältnisse geleistet. Dies setzt konkrete Kriterien voraus, mit denen sich Naturkosmetik ganz klar von konventionellen Kosmetikprodukten abgrenzt.

## Eins mit der Umwelt

Dazu gehört z. B., dass man bei Naturkosmetik völlig auf hautreizende, allergisierende Inhaltsstoffe verzichtet oder die verwendeten pflanzlichen Inhaltsstoffe vorwiegend aus kontrolliert-biologischem (kba) und biologisch-dynamischem Anbau stammen. Zur Herstellung naturkosmetischer Produkte werden keine Tierversuche durchgeführt und auch keine in Auftrag gegeben. Die Verarbeitung genmanipulierter Pflanzen wird strikt abgelehnt. Auch auf chemisch-synthetische Duft-, Farb- und Konservierungsstoffe, auf ethoxilierte Rohstoffe (PEGs) sowie auf Rohstoffe aus der Erdölchemie wird u. a. bewusst verzichtet.

Auch in der Fußpflege mit Naturkosmetikpräparaten zu arbeiten, kann für Sie eine interessante und durchaus lukrative Zusatzschiene sein. Schließlich sind Füße als erdende Elemente bereits hauteng mit „Mutter Natur“ verbunden. Man denke z. B. nur einmal an die Barfuß-Parcours – auch sie sind quasi eine Art von Naturkosmetik, weil man dort bewusst auf naturbelassenen Böden geht. Der Markt hält viele Produkte bereit, mit denen Sie Ihre Kunden professionell bedienen können – speziell auch die Allergiker. Beispiele finden Sie auf S. 12/13.

In jedem Fall sind es naturreine Wirkstoffe, die Naturkosmetik u. a. ausmachen, z. B. naturreine Öle. Momentan sind es Granatapfel oder

## Mit eigenem Etikett

Ein individualisiertes Naturkosmetikprodukt für die Füße! Haben Sie schon einmal darüber nachgedacht, was Ihre Kunden zu einer solchen Überraschung sagen würden, die komplett auf Ihre Philosophie und die Bedürfnisse Ihrer Kunden ausgerichtet ist? Etliche Firmen, z. B. Bayua Naturkosmetik ([www.bayua.de](http://www.bayua.de)) bieten Ihnen hier ihre Dienstleistung an – auch schon ab kleinen Abnahmemengen (12 Stück). Das bietet Ihnen die Möglichkeit, sich mit einer eigenen Produktserie mit persönlichem Etikett vom Wettbewerb abzuheben.



Foto: Fotolia/Olga Lyubkina

auch die Früchte des Baobab-Baums, die man in Pflegeprodukten verschiedener Anbieter findet.

Glaubt man dem jahrtausendealten Wissen afrikanischer Mediziner, so ist der Affenbrotbaum, (Baobab), der zu den ursprünglichsten Bäumen des tropischen Afrikas zählt, ein wahrer Wunderbaum. In der Heilkunst lassen sich demnach Samen, Fruchtfleisch, Blätter und Rinde vielseitig für die Haut nutzen. In der afrikanischen Volksmedizin wird fast jeder Teil des Affenbrotbaums verwendet. Die Extrakte der Baobab-Früchte helfen etwa gegen Infektionen, die Samen werden als Herzmittel, bei Zahnschmerzen, Leberinfektionen und sogar bei Mala-

ria-Erkrankungen eingesetzt. Sie wirken auch stark antimikrobiell und pilzhemmend. Zudem sind die aus den Früchten gewonnenen naturreinen Essenzen besonders reich an Antioxidanzien, Vitamin C, B und Kalzium.

## Der Name ist Programm

Da der Baobab-Baum sein bizarres Wurzelwerk in die Luft streckt, wird er von den Afrikanern auch als „Seine Füße schauen nach oben“-Baum bezeichnet. Gute Voraussetzungen, ein naturkosmetisches Fußritual zu konzipieren, mit dem Sie in der Praxis für Afrika-Feeling sorgen:

■ Step 1: Empfangen Sie den Kun-

den mit einem wärmenden Fußbad. Zum Motto passt ein naturbelas- senes Gefäß, z. B. eine Bambus- schale. Richten Sie alle Arbeitsmate- rialien auf einem schönen Holzteller an, den Sie z. B. auf einer Bastun- terlage platzieren können. Führen Sie mit einer speziellen Naturseife

eine Fußwaschung durch. Beziehen Sie hier auch den Unterschenkel ein und gehen Sie hoch bis zum Knie. Naturseifen werden handgemacht – nach altbewährter Rezeptur aus hochwertigen pflanzlichen Rohstof- fen, angereichert mit ätherischen Ölen. Sie werden besonders wegen

ihrer wirksamen Pflege geschätzt. Da sie meist keine Detergenzien und Schaummittel enthalten, reini- gen sie nämlich sanft und versorgen die Haut mit Nährstoffen. Alternativ können Sie auch mit einem Badesalz arbeiten, z. B. Sahara-Badesalz, und das Wasser über eine Klangschale

## Produkte für einen schwungvollen Auftritt

**Martina Gebhardt** Happy Feet – die Ba- obab-Fußpflegeserie zeigt sich in neuem Gewand, mit bewährter Rezeptur. Rinde und Blätter des Affenbrotbaums bilden die antibakterielle, pilz- sowie entzündungs- hemmende Wirkstoff-Basis von Foot Cream, Balm, Spray, Bath und Leg Lotion. Kontakt: Tel. 08194 9321-0

**Dr.Hauschka** (Wala) weckt die Pflegelust mit dem Hand- und Fußpflegeset in Hand- taschengröße. Klar, dass die beiden Fuß- produkte nicht nur im Miniformat zu haben sind. Fitness Fußcreme z. B. spendet mit Johanniskraut, Schlehenfrüchten sowie Rosskastanie neue Kraft. Die Rosmarin

Beinlotion mit Borretsch belebt müde Beine. Kontakt: Tel. 07164 930-0

**Provida Organics** Keine Chance den Blasen und Druckstellen, so das Motto der Huflattich-Salbei-Fußcreme. Bienen- wachs, Pflanzenöl und Lanolin pflegen, Huflattich, Salbei und echter Japankamp- fer desinfizieren und desodorieren. Kontakt: Tel. 02942 7400

**Living Nature** Soothing Leg Gel sorgt mit seinem kühlenden Effekt für leichte Beine – gut für alle, die viel stehen oder sitzen müssen. Kontakt: Tel. 0871 9668516

**Weleda** setzt bei seinem Fußbalsam auf Auszüge aus Myrrhe und Ringelblumen.

Das pflegt, kräftigt die Haut und bindet Fußschweiß, was für ein angenehm tro- ckenes Hautgefühl sorgt.

Kontakt: Tel. 07171 919-0

**Pharmos Natur** Die Bein- und Fußpfle- gecreme enthält Öl des schwarzen Sesam, um die Haut reichhaltig mit Nährstoffen zu versorgen. Das Sport- und Beinkühlgel setzt auf Schafgarbe und hilft bei müden Beinen. Kontakt: Tel. 08846 9213-0

**Farfalla** Beim Basic Care Fußbalsam vitalisieren Zypresse, Salbei und Kiefer. Öle von Avocado und Johanniskraut halten die Fußhaut geschmeidig.

Kontakt: Tel. 08191 9859820



Martina Gebhardt



Dr.Hauschka



Provida Organics



Living Nature



Weleda



Pharmos Natur



Farfalla

in Schwingung bringen. Das zentriert den Kunden; er spürt seine innere Mitte. Zum Anschlagen können Sie afrikanische Hölzer als Klöppel verwenden.

■ Step 2: Trocknen Sie die Füße mit Handtüchern in Naturtönen von Creme bis Braun ab. Führen Sie an-

schließend eine Bürstenmassage mit einer Naturbürste durch. Alternativ können Sie auch Loofah-Schwämme oder Massageprodukte aus Hanf und Sisal verwenden. Die Bürstenmassage fördert die Durchblutung, regt den Stoffwechsel, den Blut- und Lymphkreislauf an und entwässert

das Bindegewebe. Das Abwehrsystem wird gestärkt. Vorsicht geboten ist jedoch bei Krampfadern.

■ Step 3: Jetzt geht es an die Hautpflege. Nach der anregenden Bürstenmassage freuen sich müde Beine über eine leichte Beinlotion, die die Beine erfrischt und ein samtig-

**Edelstein-Balance** Das Fußpflegeset umfasst Fuß- und Beinbalsam, Fuß-Spray und Salz-Fußbad mit echtem Ursalz. Enthalten sind spagyrische Beinwell- und Edelsteinessenzen, z. B. versteinertes Holz und blauer Chalcodon, was die Füße erfrischt. Kontakt: Tel. 09872 2999

**LCN/Wilde Cosmetics** An Omega-3-Fettsäuren reiches Inca Inchi Oil bildet die Basis der ognx Foot Care Serie. Foot Peeling, Cream und Balm verbessern u. a. den Feuchtigkeitsgehalt der Haut sowie ihre Elastizität. Kontakt: Tel. 06723 6020-0

**Sodashi** (Schnaitmann Services) bietet mit dem Mint Soother Foot Treatment eine

erfrischende Feuchtigkeitslotion für Beine und Füße: Krause Minze und Minze unterstützen die Durchblutung, Arnika und Speiklavendel helfen, Schwellungen zu reduzieren. Nur für Spas!

Kontakt: Tel. 0711 55346810

**Safea** (Daniela Kandrova Naturprodukte) Das Minze Anti-Gravitation Beingel gegen müde Beine spendet Feuchtigkeit und zieht schnell ein. Ätherische Öle erfrischen. Kontakt: Tel. 089 68093405

**epikurion** hat mit venuria eine Beinsalbe nach altem römischen Rezept im Programm. Roskastanie, Koffein und Ginkgo sowie Fucoidan aus einer Braunalge för-

dern u. a. die Durchblutung und entwässern das Gewebe – für frisch beschwingte Beine. Kontakt: Tel. 0711 797328-12

**Ahava** Mit der Mineral-Fußpflegecreme lässt sich etwas gegen rissige Haut tun. Ein Mineral Skin Osmoter, antibakterielles Teebaumöl und Pflanzenextrakte helfen, raue Haut an den Fußsohlen zu regenerieren. Kontakt: Tel. 06122 53689-0

**Bergland** Die Vitamobil Silber Fußcreme enthält Mikro-Silber und Feuchtigkeitswirkstoffe, um trockene Haut rundum zu versorgen. Bisabolol beruhigt die Haut, ein Bartflechtenextrakt wirkt desodorierend. Kontakt: Tel. 08335 982101



Edelstein-Balance



LCN/Wilde Cosmetics



Sodashi



Safea



epikurion



Ahava



Bergland

weiches Hautgefühl hinterlässt. Tragen Sie diese mit kreisenden Bewegungen vom Unterschenkel bis über das Knie hinaus auf. Das kräftigt die Beine angenehm.

■ Step 4: Während sich die Lotion tief in die Haut „einschmeichelt“, sollten Sie den Füßen Ihres Kunden jetzt die volle Aufmerksamkeit widmen. Gerade nach der winterlichen Schuhsaison sollte man diesen eine Extraportion Pflege gönnen.

Neigt Ihr Kunde zu schwitzenden Füßen, dann erfrischen Sie sie vorab mit einem wirkstoffreichen Fußspray. Danach tragen Sie einen wasserfreien Balsam auf, der z. B. Pilzinfektionen vorbeugt und auch bei spröder, schuppiger oder zu Entzündungen neigender Haut eingesetzt werden kann. Versorgen Sie hier besonders die Problemzonen und lassen diesen Balsam wie eine Maske einwirken. Durch vorgewärmte Naturlinien, die Sie um den Fuß schlingen, können die Wirkstoffe noch intensiver verteilt werden.

■ Step 5: Nach etwa zehn Minuten können Sie die Füße „abschminken“ und mit einer feuchtigkeitsspendenden Fußcreme abschließend nähren. Auch hier sollten Sie Präparate wählen, die rissige Hornhaut an den Fußballen gut versorgen. Eine Alternative bietet auch ein Fußbalsam, der sich gut zum Massieren eignet. Empfehlen Sie Ihren Kunden, das Präparat auch an anderen Stellen, die spröde und gereizt sind – z. B. Knie oder Ellenbogen – aufzutragen und über Nacht einwirken zu lassen, damit die Haut wieder weich und geschmeidig wird.

■ Step 6: Dieses Programm können Sie mit einer afrikanischen Massage abrunden. Vergessen Sie auch nicht die Serviceelemente, z. B. ein Baobab-Tee, der in afrikanischem Geschirr gereicht wird, oder afrikanische Musik.

Laden Sie Ihre Kunden gezielt zu „natürlicher Fußpflege“ ein. Erläutern Sie zum Start etwa, wie der Fuß von Natur aus beschaffen ist. Wie viele Knochen, Bänder, Sehnen, Muskeln hat er? Welche Fußbe- trachtungsweisen und welche Rede- wendungen gibt es rund um den Fuß? Welche Schuhformen unter- stützen den natürlichen Gehprozess? Und welche Einlagen helfen, den Fuß im Problembereich zu entlas- ten? Was kann und was muss getan werden, damit man möglichst lange gesund schreiten kann? Wie wichtig und wie gesund ist Barfußlaufen? Auf diese Weise sind Sie der Natur wieder ganz nahe und können Kun- den sensibilisieren. Klar, dass Sie mit dem passenden Sortiment auch die Pflege-Lust wecken müssen.

tern Sie zum Start etwa, wie der Fuß von Natur aus beschaffen ist. Wie viele Knochen, Bänder, Sehnen, Muskeln hat er? Welche Fußbe- trachtungsweisen und welche Rede- wendungen gibt es rund um den Fuß? Welche Schuhformen unter- stützen den natürlichen Gehprozess? Und welche Einlagen helfen, den Fuß im Problembereich zu entlas- ten? Was kann und was muss getan werden, damit man möglichst lange gesund schreiten kann? Wie wichtig und wie gesund ist Barfußlaufen? Auf diese Weise sind Sie der Natur wieder ganz nahe und können Kun- den sensibilisieren. Klar, dass Sie mit dem passenden Sortiment auch die Pflege-Lust wecken müssen.

## Zeigen, was man tut

Ein Schaufenster kann als einla- dende Visitenkarte dienen, etwa unter dem Motto: „Blick in die Na- tur“. Etliche Dekorationsanbieter unterstützen sie mit entsprechendem Dekorationsmaterial (z. B. [www.decorado.net](http://www.decorado.net), [www.dekovoerner.de](http://www.dekovoerner.de) oder [www.zaruba.at](http://www.zaruba.at)).

Neben den naturkosmetischen Fuß- Treatments, die Ihre Kunden bei Ihnen buchen können, sollten Sie auch an kleine Geschenke denken. Massageseifen, Peelings oder eine Göttersahne-Fußcreme etwa kö- nen Sie Ihren Kunden als Beigabe zum Programm schenken – in ein Naturstoff-Säckchen verpackt.

Einen schönen Einstieg in Ihre Fuß- Naturkosmetik könnte z. B. auch eine Fußbadebombe bieten: das Fußbad mit der persönlichen Bot- schaft. Hierzu lösen Sie eine spezi- elle Badekugel mit einer versteckten Botschaft im Wasser auf und lassen es sprudeln, bevor sich das Geheim-

## Ein Gaumenschmaus

Holunderblüten-Honigmelone- Bowle, Zitronenmelissen-Limona- de oder einen kalten Blütentee zu reichen, ist bei Naturkosmetik-Be- handlungen eine schöne Verwöhn- Alternative. „Blüten für die Küche“ beschreibt mehr als 50 essbare Blüten aus dem Garten oder der freien Natur und hält u. a. Rezepte



für Häppchen, Hauptgerichte, Desserts, Ku- chen und Ge- tränke bereit – kulinarischer Blütenzauber. (Hädecke, 22,80 €)

nis lüftet ([www.goettergaben.com](http://www.goettergaben.com)). Begegnen Sie Ihren Kun- den ganz „natür- lich“ – damit ist durchaus auch Ihr persönlicher Auftritt gemeint. Und bedienen

Sie Ihre Kunden mit zertifizierten Produkten. Das ermöglicht es, die Qualität der Produkte zu belegen und diese in „wertige“ Fußrituale einbauen. „Back to the Roots“ könnte Ihr Motto sein.

## Wissen, was man tut

Naturkosmetikprodukte einfach ins Sortiment aufzunehmen – damit ist es nicht getan. Wollen Sie in diesem Segment aktiv werden, sollten Sie sich vorab intensiv mit der Thematik beschäftigen, um Kunden Rede und Antwort stehen zu können.

Auch die Hersteller der Naturkosme- tik-Linien legen großen Wert auf die richtige Anwendung ihrer Produkte. Dieses Wissen und ihre jeweilige Philosophie geben sie gerne in Produktbroschüren und Fachschu- lungen sowie in Seminaren und Workshops weiter. Machen Sie sich also schlau.

Ohne Frage, dass Sie sich auch mit den Naturkosmetik-Labels vertraut machen sollten. Zahlreiche Zertifi- zierungsstellen, wie BDIH, Ecocert, NaTrue oder Naturland haben es sich zur Aufgabe gemacht, Standards für Naturkosmetik zu etablieren und Produkte entsprechend daraufhin zu prüfen. Das soll mehr Transpa- renz für den Verbraucher schaffen: Ist das Naturkosmetikprodukt auch wirklich „echt“? Im momentanen „Siegel-Dschungel“, der durch viele unterschiedliche Natur-Embleme und Bio-Siegel gekennzeichnet ist, kein leichtes Unterfangen, bei dem Sie im Zweifelsfall Orientierung

bieten müssen – daher eine kleine Auswahl an Labeln.

■ Das Prüfzeichen BDIH wurde 2001 vom BDIH und namhaften Naturkosmetik-Herstellern eingeführt. Das Prüfzeichen garantiert dem Verbraucher, dass zur Herstellung der zertifizierten Produkte ausschließlich Rohstoffe eingesetzt werden, die dem „BDIH-Standard“ entsprechen, was unabhängige Kontrollinstitute prüfen. Derzeit findet man das Siegel auf rund 2 800 Produkten. Infos: [www.bdi-h.org](http://www.bdi-h.org)

### Einheitliches Europa

■ Europäischer Cosmos-Standard: Dieser neue Standard wird sowohl Natur- als auch Biokosmetik berücksichtigen. Die gemeinsam beschlossenen Regeln definieren Mindestanforderungen, auf die sich die beteiligten Organisationen trotz ihrer sehr unterschiedlichen Ausgangslagen verständigen konnten. „Der Europäische Standard ist ein gemeinsamer Nenner, der die Vergleichbarkeit möglich macht und Mindeststandards setzt, ohne dabei die nationalen Systeme abzuschaffen“, so ist bei den Zielen zu lesen.

Infos: [www.cosmos-standard.org](http://www.cosmos-standard.org).

■ NaTrue-Label: seit 1.2.2009 bestehendes Naturkosmetiksigel mit internationalem Anspruch. Das Label

ist je nach Qualität und Zusammensetzung der Produkte mit einem bis drei Sternen gekennzeichnet und will für Transparenz und Einheitlichkeit in der Vielfalt der Naturkosmetik sorgen – und zwar weltweit. Oberster Grundsatz ist hierbei, dass so viel Natur wie möglich in Naturkosmetik enthalten ist. Die Zertifizierung erfolgt durch unabhängige Zertifizierer. Infos: [www.natrue.de](http://www.natrue.de), [www.natrue-label.de](http://www.natrue-label.de)

■ ECOCERT ist eine Organisation zur Bio-Zertifizierung (Bio-Siegel), die 1991 in Frankreich gegründet wurde. Sie hat ihren Sitz in Europa, führt allerdings in über 80 Ländern Inspektionen durch und ist damit eine der größten Bio-Zertifizierungsorganisationen der Welt. Bei der Zertifizierung von ökologischer Naturkosmetik unterscheidet man zwei Siegelarten. Bei der Naturkosmetik müssen mindestens 95 Prozent der Inhaltsstoffe natürlichen Ursprungs sein und mindestens 50 Prozent der Pflanzenstoffe aus Bio-Anbau stammen. Ökologische Naturkosmetik bedeutet ebenfalls 95 Prozent Natur, der Bio-Anteil der Pflanzenstoffe liegt aber bei 95 Prozent. Infos: [www.ecocert.com](http://www.ecocert.com)

■ Demeter bedeutet biologisch-dynamische Qualität. Seit seiner Einführung im Jahr 1928 steht das Demeter-Warenzeichen für eine ge-

prüfte Qualität von der Erzeugung über die Verarbeitung bis in den Handel. Auf Kosmetika garantiert das Demeter-Zeichen, dass die für das Produkt eingesetzten pflanzlichen Rohstoffe von höchstmöglicher Qualität sind. Vom Anbau bis hin zur Verarbeitung wird lückenlos überprüft, ob die Produzenten die Richtlinien des Demeter-Verbandes auch konsequent einhalten. Dem Verbraucher signalisiert das Demeter-Zeichen die biologisch-dynamische Qualität der Rohstoffe, während der Hersteller mit seinem Namen für die sorgfältige Verarbeitung bürgt. Infos: [www.demeter.de](http://www.demeter.de)

### Ohne Tierversuche

■ Der IHTK (Internationaler Herstellerverband gegen Tierversuche in der Kosmetik) macht sich seit vielen Jahren in enger Zusammenarbeit mit dem Deutschen Tierschutzbund dafür stark, Tierversuche in der Kosmetik endgültig zu verbieten. Alle Produkte, die seiner Richtlinie entsprechen, sind am Symbol „Hase mit schützender Hand“ zu erkennen. Infos: [www.ihtk.de](http://www.ihtk.de)

■ Das Siegel „Leaping Bunny“ („springender Hase“) wurde von internationalen Tierschutzorganisationen durchgesetzt. Infos: [www.leapingbunny.org](http://www.leapingbunny.org) *Ursula Maria Schneider*

## FUSSKOSMETIK FÜR DIE SINNE

- Fußkosmetik für Wellness & Beauty
- Hochwertige Inhaltsstoffe und edles Packungsdesign
- Das Fachhandelsortiment für ein belebendes Zusatzgeschäft

WEITE & BLAU BEI HAARSTILLEN

[www.haarsz-ambica.com](http://www.haarsz-ambica.com)

Informationen zu Saicara erhalten Sie unter: [www.saicara.de](http://www.saicara.de) oder Tel. 0 61 31-9 64 25 10

  
**saicara**  
heavenly care

