

# Duurzaamheidsonderzoek cosmetica: Weleda nummer 1

In samenwerking met StoereVrouwen onderzocht Rank a Brand dertig cosmetica-merken, naar de impact op gezondheid, arbeidsomstandigheden, diervriendelijkheid, milieu en klimaat. “Uit het onderzoek komt naar voren dat de overgrote meerderheid van de merken nog altijd slecht presteren. Van de 30 onderzochte merken komen 22 niet verder dan een score van 30%. Gelukkig zijn er echter wel verschillende uitzonderingen te vinden voor de ethische consument”, aldus Rank a Brand.

## DE WINNAARS

De dertig merken zijn gerankt in vijf labels met adviezen: Van A ‘kopen maar’ tot E ‘houd je portemonnee alsjeblieft bij je’. Met 65% is Weleda het best presterende merk. Deze score levert het merk een B-label op, wat betekent dat het merk goed op weg is richting duurzaamheid. Weleda doet het vooral goed op het gebied van milieu- en gezondheidsbeleid. Het merk gebruikt alleen natuurlijke ingrediënten voor zijn producten en maakt geen gebruik van mogelijk schadelijke stoffen zoals synthetische geurtjes. Weleda maakt ook geen gebruik van dierproeven, gebruikt voornamelijk hernieuwbare en/of biologisch gecertificeerde ingrediënten en laat een duidelijk beleid zien om het gebruik van water, materialen, afval en verpakkingen te verminderen. Met een score van 58% krijgen Dr. Hauschka, Logona en Santé ook het B-label. Deze merken presteren goed op het gebied van milieu en gezondheid door onder meer het verminderen van schadelijke stoffen, geen gebruik van stoffen die uit aardolie worden gemaakt en het minimaliseren van afval (inclusief het jaarlijks rapporteren over de jaarlijkse voetafdruk voor afvalmaterialen).

## VERBETERPUNTEN

Merken die hoog scoren, zijn voornamelijk goed op weg qua gebruik van natuurlijke ingrediënten en het wegblijven van schadelijke stoffen

en het beleid om de CO<sub>2</sub>-uitstoot te verlagen. Het publiceren van de CO<sub>2</sub>-uitstoot wordt nog gedaan door ongeveer een kwart van de merken, terwijl (het duidelijk informeren over) het gebruik van ten minste 25% groene elektriciteit slechts door één merk (Botanique) wordt bereikt. Verschillende merken zeggen wel gebruik te maken van groene energie, maar maken niet of onvoldoende duidelijk om wat voor energie het gaat en waar het vandaan komt. Bij diervriendelijkheid is o.a. gekeken naar het gebruik van testen op dieren. Veel merken staan testen op dieren toe in landen als China waar het wettelijk is toegestaan. Een ander gebied waar nog veel te verbeteren valt is arbeidsomstandigheden. Aangezien veel ingrediënten uit lagelonenlanden komen, is het noodzakelijk dat merken hun verantwoordelijkheid nemen om de ethische behandeling van arbeiders in deze landen te garanderen. Hoewel drie van de vier criteria, die zijn onderzocht binnen dit thema, door geen van de merken positief werd gescoord, laat een meerderheid van 23 van de 30 merken zien ingrediënten te kopen van plantages die geen gebruik maken van kinder- en slavenarbeid en betere werkomstandigheden voor de boeren kennen, tenminste tot op zekere hoogte.

StoereVrouwen is een platform en campagnebureau dat ‘bewust winkelen’ wil stimuleren door belangrijke duurzame thema’s onder de aandacht te brengen. Rank a Brand is een onafhankelijke en betrouwbare merkenvergelijkingssite die consumentenmerken in diverse sectoren beoordeelt en vergelijkt op duurzaamheid en maatschappelijke verantwoordelijkheid.



