



Skønhedsforplejning

Når den sundhedsbevidste kvinde vil optimere sin skønhed, åbner hun munden: Kosttilskud, målrettet skønhedsproblemer, boomer. Både tabletterne, der kan det hele, og dem, der retter sig mod et problemområde, bliver flere. Men hvor skal de stå i butikkerne, for at forbrugerne opdager dem? Og hvorfor smelter sundhed og skønhed sammen lige nu? Kosmetik ser på nyheder, trends og undersøgelser.

Af Anne Absalonson, journalist (DJ)

Vi kan ikke altid bare spise os til det: glattere hud, fastere bindevæv, færre rynker, kraftigere hår eller stærkere negle. Vores kost er grundlæggende ikke helt god nok, heller ikke selvom vi ofrer tid og penge på at tilberede de økologiske råvarer eller den friske fisk selv, for der glider – ofte – også raffineret sukker, tilsætningsstoffer eller overfed fastfood med ned i løbet af en almindelig travl uge. Og fred være med det, for er der en ting, vi faktisk let kan gøre for den indre balance i hud, hår og negle, er det at tage målrettede kosttilskud med særligt fokus på skønhed.

I løbet af december og starten af januar undersøgte Kosmetik, hvor mange firmaer på det danske marked, der producerer skønhedskosttilskud. Disse kosttilskud skal være alment tilgængelige, og de skal være målrettet skønhedsbehov fx glattere hud, kraftigere hår og/eller stærkere negle. Vi spurgte i alt 43 skønheds- og kosttilskudsfirmaer, der alle

er væsentligt repræsenteret på det danske marked, og 28 firmaer heraf sælger kosttilskud særligt rettet mod skønhedsbehov. Blandt 15 adspurgte hudplejefirmaer, fandt vi ni firmaer, der også producerer spiselig hudpleje.

Og med god grund: Ifølge det seneste nyhedsbrev fra analysebureauet BW Confidential, der forudser trends på skønhedsområdet, vil wellness, mad og skønhed fremover smelte yderligere sammen, ligesom "spiselig skønhed" bliver (eller måske allerede er) en af de allerstørste trends.

Klassiske kosttilskud til sundhedsbevidste kvinder

Fra sin stol i Ragebøl ved Sønderborg har Susanne Schou et udmærket overblik over, hvad der rører sig på markedet for kosttilskud. Som underdirektør i Helsam, der er grossist med salg til over 100 butikker i Danmark, og som selv driver otte helsekostbutikker, får hun tilbagemeldinger om, hvad helsekostbutikkerne generelt oplever af efterspørgsel og udfordringer med de skønhedsrettede tilskud:

"I helsekostbranchen er det stadig de klassiske kosttilskud, der sælger bedst, dem der sigter mod generel sundhed og balance. For at sælge skønhedskosttilskud skal du have en stor faglighed som fx kosmetolog for at få salg i det. De af vores engroskunder, der kan sælge mange skønhedskosttilskud, er typisk dem, der i forvejen har kunder, som får skønhedsbehandlinger og køber skønhedsprodukter. I helsekostbutikkerne er det fortsat stadig målrettede kosttilskud til kraftigere hår og negle, kunderne køber, men det skyldes måske, at vores kunder i forvejen søger en balance i deres kost og deres øvrige kosttilskud, at de i forvejen tager multivitamin, fiskeolie, rosenrod eller andet for deres sundhed. Så har de måske ikke så meget brug for en tablet yderligere alene for hudens skyld", siger Susanne Schou.

Ofte er butikkernes hylder opdelt, så kosttilskud står for sig, te står for sig og kosmetik for sig, men når fx det britiske highend brand The Organic Pharmacy lancerer et kosttilskud i dråbeform, der både kan drikkes og kan blandes i serum eller creme, hvor skal det så stå, for at kunderne opdager det?

"Ifølge lovgivningen skal kosttilskud stå sammen med andre kosttilskud uanset, at det kommer fra et skønhedsfirma og er knyttet til en hudplejeserie. På samme måde står kosttilskuddet La Forte fra Beauté Pacifique ikke sammen med cremerne fra samme sted, men i afdelingen for kosttilskud. Men også fordi, det er lidt dyrere produkter, er det praktisk at have dem samlet på de samme hylder, man holder mest øje med", siger Susanne Schou.

Smuk hud er vigtig

I en undersøgelse lavet sidste år for Imedeen, der er en af de største og ældste producenter af spiselig hudpleje, erklærede 90% af de 505 adspurgte kvinder, at det er vigtigt at have smuk hud. Halvdelen af kvinderne, der var mellem 30 og 60 år, trænede også regelmæssigt, og to ud af tre spiste sundt.

Samtidig viste en anden undersøgelse, lavet af analysefirmaet J Walter Thompson Intelligence, at 82% af britiske og amerikanske forbrugere tror på, at det, de indtager, har større effekt på deres skønhed end det, de smører på huden.

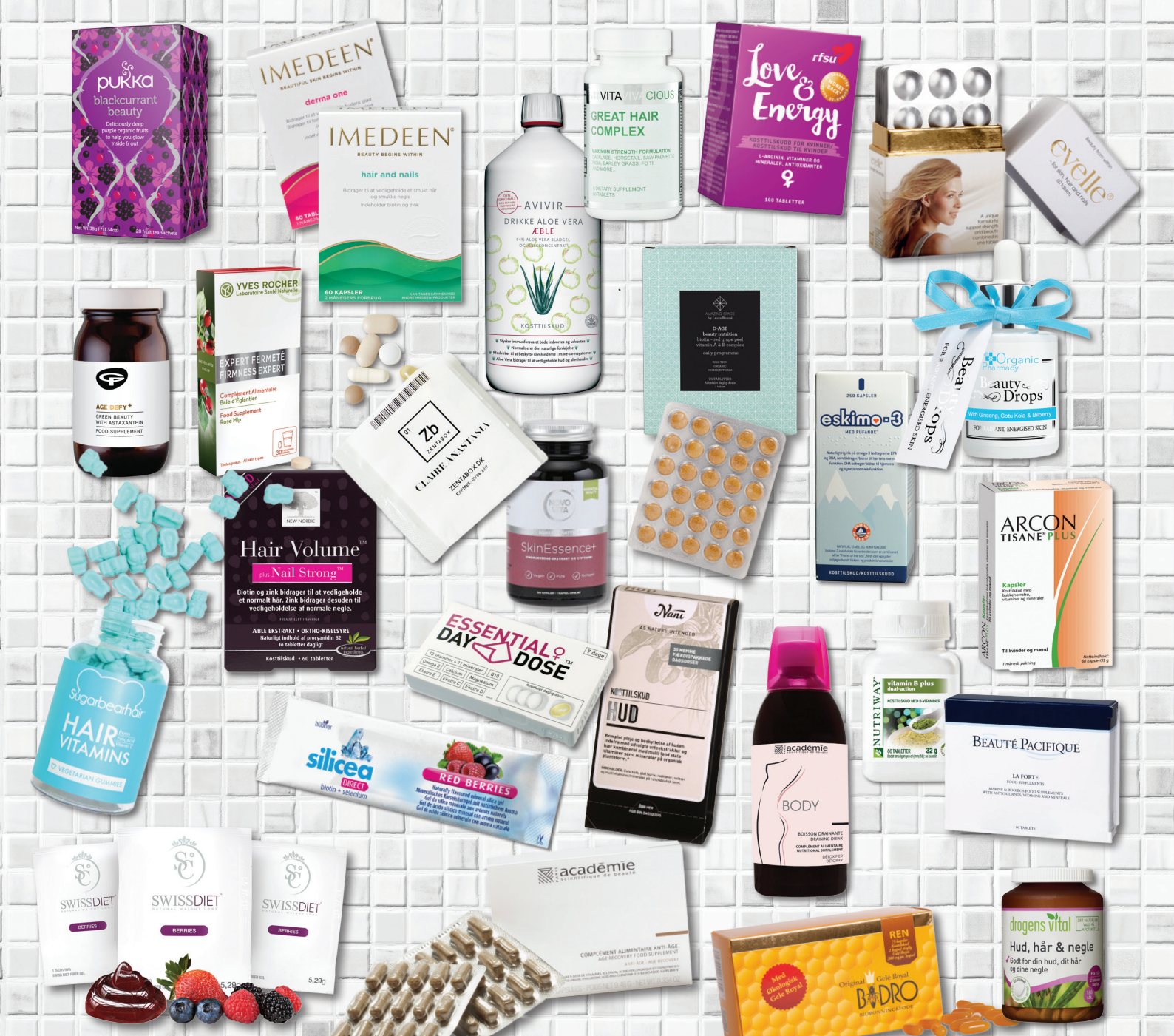
Imedeen er det skønhedskosttilskud, der er mest målrettet de forskellige behov, der er på forskellige alderstrin: DermaOne retter sig allerede mod kvinder i 20'erne, Time Perfection er til kvinder i 40'erne, og Prime Renewal til kvinder 50+ og består af to gange to tabletter, to til morgen og to til aften. Aftentabletterne indeholder også kamilleekstrakt, der giver en bedre søvn, og dermed kommer Imedeen rundt om alle de behov, huden har for at forblive i god stand.

Vitaminer og mineraler er fælles

Når vi ældes, aftager produktionen af nye hudceller, og de blodkar, der forsyner cellerne med vigtige næringsstoffer bliver mindre effektive. Huden mister sin elasticitet, sin fugtighed og tone. Ved at tilføre næring indefra, kan cellerne påvirkes. De fleste all-round skønhedskosttilskud indeholder vitaminer primært A, B, C og E samt zink, selen, kisel og magnesium. Der er stor forskel på sammensætning og forarbejdning.

Mindre

En særlig kategori udgør de mange detox, drænende eller slankende kosttilskud, der også finder vej til det danske marked. Et af de seneste er Swiss Diet, der er en slags svulmegel, der indtages cirka en halv time før et måltid og mindsker appetitten. Det indeholder et udtræk af konjak-planten, den vi i forvejen kender som effektiv rensesvamp, og som er testet for sin effekt på vægttab.



Sammensmeltning eller nedsmeltning?

Flere kilder i helsekostbranchen indrømmer, at der efterhånden er skønne kosttilskud nok at vælge imellem. Butikkerne skriger ikke just efter flere skønhedskosttilskud, men de afviser heller ikke at tage nye ind, heller ikke selvom firmaet er nystartet og ukendt.

Hanne Buchholtz og Kim Charles Nielsen, der mødte hinanden på Urteskolen i Aarhus, hvor de begge tog den treårige phytoterapeut-uddannelse, lancerede i 2016 kosttilskudsfirmaet NANI i en lang række helsekostbutikker, Matas, via Helsam, på webshops og hos terapeuter. NANI er danskproduceret og kendetegnet ved særligt to ting: brugervenlighed i form af såkaldte helsepakker og et grafisk design, der taler skønhedsbranchens sprog:

“Alle helsepakkerne er i terapeutiske doser, hvilket vil sige, at alle ingredienser er i de doser, en terapeut ville bruge, hvis man vil have effekt. For at gøre det nemt har vi pakket hele herligheden i nemme dagsdoser. Vores produkter når hele vejen rundt om det pågældende helseemne, fx huden, hvor vi har kombineret urter, bær og vitaminer i food state kvalitet

(vitaminer på fødevarerform som genkendes af kroppen med høj optagelighed som følge). Vores helsepakke Hud er ikke kun anvendelig som et skønhedsprodukt for den, der gerne vil give sin hud en god næring, men den er også anvendelig til problemhud”, fortæller Hanne Buchholtz. Det feminine grafiske design på tilskuddene Hud og Kvinde 45+ skulle gerne signalere noget eksklusivt:

“Forbrugeren må gerne kunne se, at de køber noget godt, for vi har jo gjort os max umage med at udvælge de absolut bedste råvarer. Så emballagerne må gerne signalere en blanding af naturlighed, lethed og elegance og være så smukke, at man eventuelt kan have dem stående fremme”.

Pilen peger på samspil, hår, genkendelige ingredienser og innovation

Hvis skønhedskosttilskud – og andre kosttilskud - skal have en effekt, skal der tid til, og mange producenter gør da også opmærksom på, at der godt kan gå en eller flere måneder, før forbedringerne anes.



Laura Bonné fra Amazing Space har netop udviklet Amazing Face Skin Feeding, der er et tre måneders behandlingsprogram, hvor klinikbehandlinger spiller sammen med et personligt kostprogram samt et hjem-mepleje-kit, bestående af blandt andet vitaminer, mineraler, sunde fedtsyrer og aloe vera-shots:

”Vi har alle årene produceret kosttilskud og faktisk var mit allerførste Amazing Space produkt et vitamin- og mineralprodukt til indvortes brug. Kosttilskud udgør cirka 20% af vores salg, og det er bare så nødvendigt for de gode resultater, for er du i underskud af mikronæringsstoffer, så kan du smøre dig nok så meget med gode cremer”, fortæller Laura Bonné og understreger, at ”fremtiden taler STORT for indre hudpleje og generel sundhedspleje som skønhedspleje”.

Hår og negle sælges mest

Som tidligere nævnt er de mest solgte produkter i helsekost-butikkerne dem, der styrker hår og negle. Klassiske produkter som Drogens Vital Hud, Hår & Negle, der består af blandt andet agerpaddeokke, C-vitamin, seks forskellige B-vitaminer og flere mineraler, har gennem de sidste 20 år bevist, at der er et marked for kosttilskud til hår og negle, og siden er mange kommet til. Et af de nyeste er så nyt, at Kosmetik ved redaktionens afslutning endnu ikke har set produktet, men ifølge en pressemeddelelse fra New Nordic, er der tale om en ny formel af HairVolume, der nu er tilsat orthokiselsyre, som er en biotilgængelig form af silicium. Derudover indeholder HairVolume æble-ekstrakt med procyanidin B2, biotin, kobber og zink.

Sammensætningen af vitaminer og mineraler i SugarBear-Hair er der ikke så meget nyt i (en kombination af bl.a. A, C, D, E, B6 og B12 vitaminer, folinsyre, pantotensyre, iod, zink, cholin, inositol samt biotin), derimod er de lyseblå vingummier nok det sjoveste kosttilskud til håret. De fotogene bamser, der tygges som en vingummi, er som skabt til de sociale medier, hvor kendte som Kylie Jenner og Kim Kardashian poster billeder med de små blå. Det er ungt, det er sjovt og det viser, at kosttilskud ikke kun er for 45+, men også er interessante for generation Z.

Single ingredients

En tendens blandt kosttilskud er, at de markedsføres på en primær ingrediens. Det har Anjo Eskomi-3 Fiskeolie gjort i årevis, men det er en klar tendens, når man kigger produkterne igennem. En specifik ingrediens er let at genkende og kommunikere, også grafisk, og samtidig er forbrugere velinformerede om deres sundhedsbehov, så de godt ved, at fiskeolie kan bidrage til en glattere og mere gennemfugtet hud.

Eskimo-3 er tilsat en kombination af antioxidanter bestående af naturlig E-vitamin, olieopløselig C-vitamin samt lecitin fra soja i en udforsket sammensætning kaldet Pufanox.

På samme måde er Aloe Vera også en ingrediens, forbrugere forbinder med sundhed og glat hud. Det aktive stof er polysacchariderne Acemannan, og det er det, AVIVIR Aloe Vera kosttilskud - der fås både som kapsler og drikke - anvender i en koncentration på minimum 10%. Aloe vera er en af de ingredienser, der er offentliggjort flest tests på, herunder af effekten på sårheling, rynkereduktion og forøget kollagenproduktion i huden.

Bidro, der er kendt for produkter med Gelé Royal, tog skønhedsskridtet fuldt ud sidste år, og lancerede også hud-

Super-te

En særlig kategori blandt kosttilskuddene er skønhedsteerne. Det er bestemt ikke nyt, at man nyder en sund te for hudens skyld, men britiske Pukka har som få andre sat te på skønhedsmenukortet. Blackcurrant Beauty, der kom på markedet i 2015, er en decideret skønhedste, der smager fint af solbær og citron. En af fordelene ved te er, at man derigennem får styrket væskebalancen, som også bidrager til en glattere, friskere hud.

Nettet

Yves Rocher, der er det største plantebaserede kosmetikfirma i Frankrig, laver naturligvis også skønne kosttilskud. Lige som cremerne og makeuppen købes kosttilskuddene over nettet, og hermed er Yves Rocher i den grad med på en trend: kosttilskud sælger nemlig fint på nettet, så længe der følger klar og tydelig rådgivning med.

Dobbelt-blind placebo-kontrolleret studie

Forskere fra Skin Investigation and Technology-Institutet i Hamburg har i en dobbelt blindtest udarbejdet en videnskabelig undersøgelse af kosttilskuddet Evelle. Forsøget foregik over tre måneder med 62 kvinder i alderen 45 til 73 år. Halvdelen fik Evelle, den anden halvdel fik virkningsløse placebo-tabletter. Med højspecialiseret måleudstyr og fotoscanninger af huden kunne forskerne følge ændringerne i hudens opbygning og elasticitet. Den gruppe, der havde indtaget Evelle, opnåede en hud, der var mere glat og elastisk. Desuden har produktet endnu to gode effekter: Neglene bliver stærkere og håret mere fyldigt og glansfuldt. Hvilket også var et faktum, som ”Journal of Dermatological Treatment” konkluderede.

og hårplejeprodukter, der bakker deres kosttilskud op. Bidro Ren, der er det mest skønhedsrettede kosttilskud, indeholder bl.a. B1, B2, B12 og zink, og virker på hår, hud og negle, mens Gelé Royal giver fugt indefra. Den er god til uren hud og god til at hele huden indefra.

Indefra-udefra-samspillet kunne godt gå hen at blive noget, der kommer mere af. Flere af de adspurgte kosttilskudsproducenter vil ikke afvise, at de kunne lancere fx hudpleje i forlængelse af deres eksisterende sortiment.

Innovation

DayDose modtog i juli 2016 den internationale designpris RED DOT for sin indpakning, der gør det svimlende let at få alle de vigtige mineraler og vitaminer. DayDose Essential til kvinder indeholder 23 vitaminer og mineraler, Q10, omega-3 og andre næringsstoffer samlet i en smart pakning, hvor man kan have syv-dages komplet kosttilskud med sig overalt, og hver dagsdosis er forsynet med ugedag. DayDose Essential til kvinder er et meget omfattende tilskud, der også sigter på at optimere søvn, styrke knogler og tænder samt regulere hormonaktiviteten.

”Udgangspunktet for DayDose er i virkeligheden medicin, for vi fandt ud af, at mange ældre mennesker, mennesker med gigt eller sklerose fx ikke kan åbne en almindelig blisterpakke. Vores pakning, som vi har testet sammen med Teknologisk Institut, kan let åbnes af alle. Snippen åbner desuden for en multikompartiment beholder, der gør det muligt at pakke både vand og fedtopløselige næringsstoffer i samme produkt. Og da vi stod med den pakkemulighed, begyndte vi at se på markedet for kosttilskud. DayDose Essential for Women er vores første produkt rettet mod inner beauty, men der flere på vej. Det næste, som jeg ikke vil sige så meget om endnu, lanceres den 1. juli”, fortæller Flemming Wagner, CEO i Abacus Medicine, der producerer DayDose.

