

PRESSEINFORMATION

Wien, 15. Juli 2026

Kaffee-Kosmetika im VKI-Check: Viel Marketing, wenig Transparenz

VKI warnt vor fragwürdigen Werbeversprechen und problematischen Inhaltsstoffen

Koffein gilt als beliebter Wachmacher, zunehmend auch in Kosmetika. Der Verein für Konsumenteninformation (VKI) hat 30 Produkte einem Kosmetik-Check unterzogen. Die Ergebnisse zeigen: Viele als natürlich oder naturverbunden beworbene Kaffee-Kosmetika enthalten umweltschädliche oder gesundheitlich bedenkliche Inhaltsstoffe. Zudem bleiben die tatsächliche Wirkung von Koffein auf Haut und Haare häufig hinter den Werbeversprechen zurück. Die ausführlichen Ergebnisse gibt es ab 30.07.2026 in der August-Ausgabe der Zeitschrift KONSUMENT und auf www.vki.at/koffein-kosmetika-2026.

Cremes, Seren, Augenpads, Shampoos oder Körperpflegeprodukte werben mit Koffein aus Kaffee oder Guarana und versprechen straffere Haut, weniger Augenringe oder sogar stärkeres Haarwachstum. Ein aktueller Check von 30 koffeinhaltigen Kosmetikprodukten, durchgeführt gemeinsam mit Studierenden der Fachhochschule Wiener Neustadt, Campus Tulln, zeigt ein differenziertes Bild: Für Konsument:innen ist oft kaum nachvollziehbar, wie natürlich die Produkte tatsächlich sind und wie hoch die Wirkstoffkonzentration ist.

Umweltschädliche Stoffe in mehr als der Hälfte der Produkte

Besonders kritisch fällt das Ergebnis bei der Umweltverträglichkeit aus. 18 der 30 untersuchten Produkte enthalten problematische Stoffe. Dazu zählen vor allem synthetische Polymere sowie bestimmte Duftstoffe. Synthetische Polymere sind häufig schwer biologisch abbaubar und können sich langfristig in der Umwelt anreichern.

Während knapp die Hälfte der Produkte keine deklarationspflichtigen allergenen Duftstoffe enthält, fallen einzelne Produkte durch eine besonders hohe Anzahl solcher Stoffe auf. Darüber hinaus wurden in sechs Produkten Farbstoffe nachgewiesen, darunter in vier Fällen Azofarbstoffe. „Da Farbstoffe in Kosmetika ausschließlich optischen Zwecken dienen, sehen wir deren Einsatz kritisch“, kommentiert Birgit Schiller, Kosmetik- und Chemie-Expertin des VKI. Besonders problematisch: Vier Produkte enthalten potenziell endokrine Disruptoren, Stoffe mit möglicher hormoneller Wirkung. „Derartige Inhaltsstoffe, also hormonwirksame Substanzen, haben nichts in (Natur-)Kosmetika zu suchen“, so Schiller.

Koffein: Wirkung oft weniger spektakulär als versprochen

Der Check zeigt außerdem, dass die tatsächliche Wirksamkeit von Koffein in Kosmetika häufig überschätzt wird. Zwar sind durchblutungsfördernde, antioxidative und fettabbauende Eigenschaften von Koffein in Laborversuchen nachweisbar. Ob diese Effekte jedoch in fertigen Kosmetikprodukten unter realen Anwendungsbedingungen in gleichem Ausmaß auftreten, ist vielfach unklar. „Viele Werbeaussagen zu Anti-Aging-Effekten, Haarwachstum oder Cellulite-Reduktion stützen sich auf eine begrenzte oder uneinheitliche Studienlage. Koffein kann kosmetische Effekte unterstützen, stellt jedoch kein Wundermittel dar“, stellt Birgit Schiller klar.

Auffällige Werbeaussagen und fehlende Transparenz

Mehrere Produkte fielen durch fragwürdige Werbebotschaften oder unzureichende Informationen auf. So werden teilweise hohe Koffeinkonzentrationen beworben, ohne den tatsächlichen Gehalt klar offenzulegen. In einigen Fällen konnten Hersteller auf Nachfrage keine nachvollziehbaren Angaben zur enthaltenen Koffeinemenge machen.

Forderung nach mehr Transparenz und glaubwürdiger Naturkosmetik

Natürlichkeit ist kein Qualitätsnachweis. Auch Produkte, die mit Kaffee, Koffein oder Naturkosmetik werben, können problematische Inhaltsstoffe enthalten oder Wirkungen versprechen, die wissenschaftlich nur eingeschränkt belegt sind. „Konsumentinnen und Konsumenten sollten sich nicht von klingenden Werbebotschaften blenden lassen. Entscheidend ist, was tatsächlich im Produkt enthalten ist und wie transparent Hersteller darüber informieren“, betont Schiller. „Wünschenswert wären eine klare Kennzeichnung von Wirkstoffkonzentrationen, höhere Standards für als natürlich beworbene Produkte und ein stärkerer Fokus auf Umwelt- und Gesundheitsschutz.“

SERVICE: Die ausführlichen Ergebnisse gibt es ab 30.07.2026 in der August-Ausgabe der Zeitschrift KONSUMENT und auf www.vki.at/koffein-kosmetika-2026.

RÜCKFRAGEHINWEIS FÜR MEDIENANFRAGEN: VKI-Pressestelle, Tel.: +43 676 852270 256, E-Mail: presse@vki.at