

Robin van Wechem

Het antirimpelcomplex

De achterkant van de cosmetica-industrie

Uitgeverij Balans

Deze publicatie is mede tot stand gekomen met steun van het Fonds
Pascal Decroos.

Copyright © Robin van Wechem/Uitgeverij Balans, Amsterdam

Alle rechten voorbehouden.

Omslagontwerp bij Barbara

Auteursfoto Leonoor Verplanken / The Green House, Amsterdam

Typografie en zetwerk Peter Verwey, Heemstede

Illustraties The Green House, Amsterdam

Druk Bariet, Meppel

ISBN 978 94 600 3623 3

NUR 740

www.uitgeverijbalans.nl



www.uitgeverijbalans.nl



facebook.com/uitgeverijbalans



twitter.com/balansboeken



instagram.com/uitgeverijbalans



uitgeverijbalans.nl/nieuwsbrief

Inhoud

<i>Proloog:</i> Ik smeer dus ik besta	7
<i>Inleiding:</i> De cosmetica-industrie zonder make-up	10
DEEL I: WAT STAAT ER IN MIJN BADKAMER?	19
1 Big (bio) Beauty	21
2 Tijd voor een shampoodieet	37
3 Smeren is hydrateren	53
4 Voor altijd jong	73
DEEL II: WAT ZIE IK IN DE SPIEGEL?	93
5 Vies Schoon	95
6 Mooi Lelijk	118
7 Dik Dun	142
8 Man Vrouw	168
DEEL III: WAT GEBEURT ER ACHTER DE SCHERMEN?	191
9 Herrie om hormoonverstoring	193
10 Wetenschap is ook maar een baan	225
11 Claims en proefdieren	257
12 Bio is niet (altijd) beter	276
<i>Slot:</i> Een wereld zonder plastic	300
<i>Epiloog:</i> En ik smeerde nog lang en gelukkig	307
Dankwoord	309
Noten	310

Proloog: Ik smeer dus ik besta

Ik kijk in de spiegel en zie twee gezichten. Twee halve gezichten eigenlijk. De linkerhelft van mijn spiegelbeeld is matglanzend en egaal; een gezond ogende huid. De rechterhelft ziet er vlekkerig en een beetje vaal uit, met hier en daar wat kleurverschil. Het is de huid waarmee ik vanochtend opstond en hiernaartoe kwam. Ik ben op de make-upafdeling van de Bijenkorf in Amsterdam, waar alle luxe cosmeticamerken zijn vertegenwoordigd. Het licht is kunstmatig en gedimd, het ruikt sterk naar parfum en overall bewegen zwaar opgemaakte vrouwen. Zijn ze op zoek naar perfectie, de ultieme vorm van schoonheid? Of zijn ze het uithangbord van het cosmeticamerk dat ze moeten verkopen?

Ik word opgemaakt door de enige man op de afdeling. Ook hij is tiptop verzorgd, zijn kuif een nonchalant kunstwerk. Ik ga weer op de kruk zitten en laat hem de nog naakte rechterkant van mijn gezicht bewerken. Hij doet een kloddertje foundation op de rug van zijn hand, veegt zijn kwast eroverheen en retoucheert de rode vlekjes op mijn wangen en voorhoofd. Nu ziet mijn hele gezicht er matglanzend uit. En een beetje geplamuurd, dat wel.

Als ik vraag of ik iets nodig heb om mijn wallen te maskeren, pakt hij een tubetje. 'Normaal gesproken gebruiken we daar concealer voor, maar dat heb jij vandaag niet nodig,' zegt hij. *Yes* denk ik. Vervolgens reikt hij naar de blush en vraagt of ik wil lachen. Weer doet hij eerst de linkerkant van mijn gezicht, wat me één frisse zachtroze appelwang oplevert, en dan de rechter. Vanuit mijn ooghoeken houd ik mijn zusje Jane in de gaten, die iets verderop zit. Een hoogblonde vrouw in een broekpak kwast over haar gezicht.

De make-upartiest pakt intussen bruine oogschaduw, die hij in één soepele vingerbeweging aanbrengt. Nu zie ik geen verschil tussen links en rechts. Bij de mascara wel. De tussenstand is één

stralend filmsterrenoog en één onbetekenend-gewoontjes-oog. Als ik twee filmsterrenogen heb, maakt de rode lippenstift zijn kunstwerk af. Verrast en licht ongemakkelijk bekijk ik het resultaat. Ik ben de gelikte versie van mezelf.

Jane staat me al op te wachten. Bij het restaurant op de bovenste verdieping bekijken we onze glossy hoofden in de spiegel bij de kappersafdeling. Op een armlengte afstand ogen ze gezond en egaal, maar van dichterbij lijken poriën en lijntjes duidelijker dan zonder make-up. Boven twee drankjes en een stuk taart bespreken we onze ervaringen. We wilden weten hoeveel producten we nodig zouden hebben om er net iets beter en toch nog zo natuurlijk mogelijk uit te zien. Jane heeft foundation en lippenstift op, ik heb maar liefst vijf verschillende producten op mijn gezicht.

Jane vertelt hoe de verkoopster de foundation aanpreeft: ‘Ze zei dat hij uv-straling en luchtvervuiling tegenhoudt. Alle negatieve invloeden van buitenaf heb je niet als je deze foundation gebruikt, zei ze. Daarom gaat hij ook huidveroudering tegen.’

‘En hoe oud ben je ook alweer?’ grinnik ik. ‘21.’

We nemen nog een slok bosvruchtensmoothie. ‘Zijn we nu mooi?’ vraag ik. ‘Mooier dan net?’

Jane haalt haar schouders op. ‘Wat is mooi?’

Ik prik in het taartje. ‘Een kwestie van smaak?’ mompel ik met volle mond.

Jane trekt één wenkbrauw op.

‘Een kwestie van geld?’ probeer ik.

‘Zou kunnen,’ zegt ze. ‘Of smaak en geld samen, dus status. Misschien is make-up, net zoals mode, wel een manier om je sociale status mee duidelijk te maken.’

‘Voel je je mooier met foundation tegen huidveroudering dan zonder?’ vraag ik.

Jane lijkt te aarzelen. ‘Ik weet het niet,’ zegt ze langzaam. ‘Jij?’

Ik denk even na. ‘Misschien wel, omdat ik ben opgemaakt door een professional. Maar ik weet niet of ik mezelf nu mooier vind dan net. Ik weet eerlijk gezegd niet of ik mezelf überhaupt wel mooi vind.’

Het is even stil, alsof we allebei geschrokken zijn van mijn bekentenis.

‘Is dat een probleem?’ vraagt Jane. ‘Moet je jezelf mooi vinden om gelukkig te zijn?’

‘Ik denk soms wel dat ik mooi moet zijn om vrouw te zijn,’ zeg ik. ‘Of, beter: dat ik, omdat ik vrouw ben, mooi moet zijn. Ik heb in ieder geval geen man in die make-upstoelen zien zitten. Ook al zijn er vast wel mannen die zich net zo obsessief bezighouden met hun uiterlijk en gewicht als sommige vrouwen.’

Het laatste hapje taart verdwijnt in Janes mond.

‘Misschien is schoonheid tegenwoordig wel een kwestie van prestatie,’ ga ik door. ‘Ik zorg voor mijn lijf, dus ik ben.’

Jane knikt. ‘Het gaat niet alleen om de vraag of we mooier zijn met of zonder make-up,’ zegt ze. ‘Stel dat het antwoord “ja” is, betekent dat dan dat we elke dag make-up zouden moeten gebruiken? Waarschijnlijk wel. Maar daar heb ik geen tijd voor en geen zin in. Te veel gedoe.’

Dat zouden we trouwens ook niet kunnen betalen. Jane heeft voor 120 euro aan producten op haar gezicht, ik voor 150 euro. Erg veel geld voor iets wat je ’s avonds weer met een watje van je gezicht haalt en in de prullenbak gooit. Bovendien hebben we geen idee van de *werkelijke* prijs die we voor ons gepolijste gezicht betalen. Welke effecten hebben deze producten op onze huid, gezondheid en het milieu? We weten het niet. En trouwens, we kunnen ook wel mooi zijn zonder de duurbetaalde hulp van de cosmetica-industrie. Toch?

Inleiding: De cosmetica-industrie zonder make-up

Is schoonheid te koop? Ben je pas echt een smaakvolle vrouw als je elke dag netjes opmaakt? Op de fiets van de Bijenkorf terug naar huis vraag ik het me af. Als ik langs de HEMA kom, ga ik naar binnen om hun make-up-assortiment te bekijken. Hoewel ik het al vermoedde, verbaast het me toch: dezelfde producten die mijn zusje en ik bij de Bijenkorf kregen geadviseerd, kosten hier samen tussen de tien en twintig euro. Heeft dat te maken met de inhoud en de kwaliteit, of eerder met de verpakking, marketing en fancy naam? Is cosmetica van luxemerken een statusproduct? En dat allemaal om er zo natuurlijk mogelijk uit te zien, ook al betekent ‘natuurlijk’ een opgepoetste versie van de werkelijkheid.

Ik vraag me af of ik elke dag een kwartier tot een halfuur extra aan mijn uiterlijk wil besteden. Jane heeft daar geen behoefte aan, maar ik twijfel weleens. Ben ik wel vrouwelijk als ik niet weet hoe ik mijn wimpers moet krullen? Ben ik wel aantrekkelijk als ik mijn haar niet föhn? Mag ik er zijn als ik niet *mooi* ben, of niet de mooiste versie van mezelf presenteer?

Het zijn vragen waar ik me een beetje voor schaam, alsof het een afgang is om niet ‘100 procent zelfverzekerd’ te zijn. Alsof het ijdel en oppervlakkig is om je bezig te houden met je uiterlijk. De Amerikaanse schaamteonderzoekster Brené Brown concludeerde uit haar onderzoek dat lichaam en uiterlijk voor bijna alle vrouwen in haar onderzoek een bron van schaamte vormen. Brown wijt dit aan de schoonheidsindustrie, die draait op het aanwakkeren en in stand houden van onzekerheid. En inderdaad, als ik me onzeker voel over mijn uiterlijk, is dat vaak bij het zien van gefotoshopte vrouwen in een vrouwenblad, als ik op straat bikini- of parfumreclames passeer of de etalages van winkels van chique merken bekijk.

Dat is geen overweldigende onzekerheid die mijn hele dag

verpest. Het is veel subtieler. Het is een knagend stemmetje dat maar een heel klein beetje schuurt, als een mug die je twee keer hoort en die dan weer verdwijnt. Het is genoeg om me alert te maken, of soms wat onbestemd geïrriteerd. Bij het zien van die perfecte vrouwen voel ik me vooral kwetsbaar. Ik noem het onzekerheid dat ik na het zien van zo'n beeld denk dat ik iets kan (en moet) doen om beter te worden: mooier, strakker, slanker, aantrekkelijker.

Mooi is manipulatie?

Maar het is niet alleen de reclameposter. Het instrument bij uitstek dat die onzekerheid aanwakkert of op zijn minst weerkaatst, is de spiegel. Spiegeltje, spiegeltje aan de wand, wie is de mooiste van het land? Vrouwen kijken per dag maar liefst 38 keer in de spiegel.¹ Mannen doen dat 'slechts' 18 keer. En daar horen jezelf bekijken op een telefoonscherm of selfies niet bij. Uit een ander onderzoek blijkt dat 'gezonde' vrouwen die tien minuten of langer in de spiegel kijken een vergelijkbare hoeveelheid stress ervaren als mensen met ingebeelde lelijkheid, een psychisch ziektebeeld rond de obsessie met een bepaald onderdeel van het uiterlijk. Ik heb het nooit geteld, maar ik zie mezelf heel wat keren per dag voorbijkomen.

De Amerikaanse onderzoekster Renee Engeln heeft iets vergelijkbaars aangetoond. Als vrouwen slechts enkele seconden worden blootgesteld aan plaatjes met bijvoorbeeld een lingerie-model, stijgen hun scores op schalen van depressie en lichaamschaamte terwijl hun lichaamstevredenheid en zelfvertrouwen dalen. En hoewel de proefpersonen in één onderzoek eerst allerlei rationeel commentaar gaven op een plaatje van een gefotostopt model – variërend van dat ze niet representatief is voor normale vrouwen tot dat ze wat meer mag eten – was hun commentaar in tweede instantie eerder iets als 'misschien moet ik vanavond maar een maaltijd overslaan'.

Een maaltijd overslaan is wel iets anders dan je elke ochtend opmaken, maar ik vraag me af of het niet in elkaars verlengde ligt. Want als je je elke dag moet opmaken om jezelf mooi te vin-

den, moet je dan niet ook iets (laten) doen aan de rest van je lichaam? Is de stap na een dagelijks cosmeticaritueel niet die naar het buikspierklasje in de sportschool, en de stap na het buikspierklasje in de sportschool niet die naar de plastisch chirurg? Is het straktrekken van beginnende rimpels niet de volgende stap na het maskeren van die rimpels met make-up? En is het opvullen van je borsten niet de logische vervolgstap in de wedloop naar ‘de mooiste van allemaal’?

Voor de meeste vrouwen blijft het waarschijnlijk bij opmaken, maar toch. Botox en schoonheidsoperaties lijken wel steeds normaler te worden. Ik ben benieuwd of ik zelf iets aan mijn overtuigingen over schoonheid en uiterlijk kan doen. Als de schoonheidsindustrie mij alleen maar manipuleert richting onzekerheid over mijn lichaam, kan ik niets anders dan als een willoos slachtoffer naar de winkel blijven gaan voor nieuwe potjes zelfverzekerdheid. Is er niet een andere, meer constructieve manier om naar uiterlijk en lichaamsbeeld te kijken? Zit schoonheid tussen mijn oren, of op mijn botten? En, misschien nog wel belangrijker, kan ik van iemand leren wat mooi is, of moet ik mijn eigen waarheid over schoonheid ontwikkelen?

Smeren is smerig?

Behalve dat ik me afvraag wat de effecten zijn van al die massale marketingcampagnes op het zelfbeeld van vrouwen en meisjes – en waarschijnlijk ook op dat van steeds meer mannen en jongens – wil ik weten wat cosmeticafabrikanten precies in hun producten stoppen. Loopt mijn masker van Bijenkorf-cosmetica in straaltjes van mijn gezicht als het gaat regenen? En zo niet, waarom dan niet? Welke stoffen zorgen ervoor dat cosmeticaproducten en make-up ons dat luxe en speciale gevoel geven? Want dagelijkse hygiene gaat allang niet meer over een stukje zeep. Het gaat om geur, gevoel, beleving. *Glitter and glamour*. Maar wat doen al die stoffen in al die producten? En zijn ze wel zo ongevaarlijk?

Vrouwen gebruiken dagelijks zo’n twaalf verschillende cosmeticaproducten met 168 unieke ingrediënten.² Mannen gebruiken dagelijks zo’n zes verschillende cosmeticaproducten, met 85

unieke ingrediënten. Zelfs bij een bescheiden cosmeticagebruik kom je elke dag dus al snel in aanraking met honderd stoffen waarvan je de naam waarschijnlijk niet kunt uitspreken.

In het filmpje *The Story of Cosmetics* uit 2010 vertelt de Amerikaanse milieu- en gezondheidsactiviste Annie Leonard over de effecten van ons dagelijks schoonheidsritueel. Minder dan 20 procent van de ingrediënten in onze cosmeticaproducten is getest op veiligheid, zegt ze quasi-opgewekt. Leonard liet haar lichaam testen op giftige stoffen en bleek kwik, lood en het antibacteriële triclosan met zich mee te dragen. Die waren te herleiden tot haar cosmetica.

Ook vertelt Leonard over een onderzoek uit 2005, waarin het bloed uit de afgeknipte navelstreng van tien pasgeboren baby's was getest op allerlei stoffen. Van de 287 chemicaliën die werden aangetroffen, zijn er 180 in verband gebracht met kanker in mens of dier. Van diezelfde 287 stoffen zijn er 217 giftig voor het brein en het centrale zenuwstelsel, en 208 kunnen bij proefdieren geboortefwijkingen of abnormale ontwikkelingen veroorzaken. En de effecten van een mengsel van al deze verschillende stoffen bij elkaar zijn nog niet eens onderzocht.³

Sinds 2011 schrijf ik als freelancejournalist voor dagblad *Trouw* over duurzaamheid en *greenwashing*, het groener laten lijken van producten en diensten dan ze zijn. Ik onderzoek wat er wel en niet klopt van claims over projecten en initiatieven rondom duurzaam en gezond leven. Dat doe ik omdat ik het belangrijk vind tegenwicht te bieden aan de alomtegenwoordige en goed geoliede marketingmachines. Want geloof me: veel klopt niet, maar de reclamewereld is zo geraffineerd en effectief dat het lijkt alsof er niks aan de hand is.

De cosmetica-industrie is enorm en invloedrijk. Marketingcampagnes en de producten die ze aanprijzen, bepalen in grote mate ons imago en zelfbeeld. Vaak zonder dat we het doorhebben, vertellen ze ons hoe we ons moeten voelen. Ook al weten we dat veel van de claims van de cosmeticafabrikanten te mooi zijn om waar te zijn, toch geloven we ze. Zelfs al is het maar een

beetje. Misschien weten we ook wel dat sommige ingrediënten of producten – zoals haarverf, aluminium en parabenen – in verband zijn gebracht met gezondheidsrisico's. Maar de berichtgeving daarover is karig, gesimplificeerd en vaak niet onafhankelijk. Mede daarom ben ik me gaan afvragen of er wel scherp genoeg wordt gekeken naar de risico's van ons dagelijks cosmeticagebruik, de optelsom van al die verschillende stoffen die we soppen, smeren en spuiten.

Jungle van onderzoek, opinie en onwetendheid

In mijn pogingen meer over de gezondheidsrisico's van cosmetica te weten te komen, stuitte ik steeds op hetzelfde probleem: schaarse en tegenstrijdige informatie die niet van toepassing is op Europa. De Amerikaanse journalisten Alexandra Spunt en Siobhan O'Connor willen bijvoorbeeld dat de Amerikaanse overheid een vergelijkbaar beoordelingssysteem voor cosmetica optuigt als de EU, omdat de regels hier strenger zijn dan in de vs. Maar in sommige van mijn cosmeticaproducten zitten dezelfde ingrediënten waar Spunt en O'Connor voor waarschuwen.

Is het systeem in Europa dan wel zo waterdicht? Ik kan er nergens iets over vinden. Het grote voordeel van Europa ten opzichte van de vs is dat ingrediëntenlijsten verplicht op het etiket moeten staan. Ik kan dus uitzoeken wat ik smeer als ik al die ingewikkelde termen leer ontcijferen.

Dat leidt weer tot nieuwe uitdagingen. In mijn woordenboek met cosmetica-ingrediënten staan duizenden stoffen opgesomd met hun mogelijke schadelijkheid, maar dat zegt nog niet zoveel over hun daadwerkelijke risico. Van sommige ingrediënten zit maar heel weinig in een product, van andere veel. Sommige stoffen zijn bij een extreem lage concentratie al schadelijk, van sommige kun je liters of kilo's smeren zonder een effect. Het onderzoek waaruit die schadelijkheid moet blijken is gedaan op dieren, een uiterst onzekere basis om uitspraken te kunnen doen over de schadelijkheid bij mensen. En dan reageren mensen onderling vaak ook nog eens anders op al die verschillende stoffen. Daar zeggen mijn handboeken en gidsen nauwelijks iets over.

Integendeel, de auteurs van mijn Engelstalige cosmeticagidsen en -handboeken verwijzen vaak naar dezelfde wetenschappelijke literatuur, of naar onderzoek dat door actiegroepen is gedaan. De Amerikaanse Environmental Working Group en de Campaign for Safe Cosmetics strijden in de vs voor veiligere cosmetica. Doordat ze er belang bij hebben te bewijzen dat cosmetica ‘gevaarlijk’ is, lijken hun publicaties niet altijd even neutraal.

Een voorbeeld: in 2007 werkten deze organisaties samen met het Breast Cancer Fund en de consumentenactivist David Steinman. Ze onderzochten baby-badproducten op de aanwezigheid van het kankerverwekkende dioxaan. Vijftien procent overschreed de norm van 10 deeltjes per miljoen. Volgens het persbericht ging het echter om ‘meer dan twee dozijn geteste producten’.⁴ In totaal waren dus ongeveer 24 producten getest, wat niet veel is voor een steekproef. Daarvan hadden drie of vier producten – 15 procent – een te hoge concentratie. Niet fijn, maar misschien niet zo’n groot risico voor de volksgezondheid als deze partijen deden voorkomen.

Nog een voorbeeld: de Amerikaanse Organic Consumer Organisation onderzocht in 2008 in samenwerking met eco-cosmeticamerk Dr. Bronner honderd producten van ‘biologische’ merken op de aanwezigheid van dioxaan. De producten van Dr. Bronner waren – hoe toevallig! – niet vervuild. Een jaar later bleek uit een vervolgstudie dat de andere fabrikanten uit de test zich achter de oren hadden gekrabbd. In 23 producten van 16 merken die in het eerdere onderzoek dioxaan bevatten, werden nu lagere of geen concentraties van de stof aangetroffen.⁵

Behalve dat dit onderzoek in de vs is gedaan, waar andere – volgens velen belachelijk lakse – regels gelden dan in de EU, laat het zien dat fabrikanten dioxaan betrekkelijk gemakkelijk uit hun producten kunnen halen en dat ze snel hebben gereageerd. Dat is geen vrijbrief voor slechte productiepraktijken, maar wel een relativering van de ‘alle cosmetica is slecht’-opvatting die mijn handboeken en gidsen bij vlagen lijken uit te dragen. Mede omdat ik geen gidsen en handboeken kon vinden die betrekking hadden op de Europese markt, ben ik zelf op onderzoek uitgegaan.

De waarheid over schoonheid

De ochtend bij de Bijenkorf heeft veel vragen bij me opgeroepen. Over de invloed van marketingcampagnes op schoonheidsidealen en zelfbeeld, over de jungle van ingrediënten en hun werking, over de onduidelijkheid van het gezondheidsrisico van cosmetica en de onafhankelijkheid van het onderzoek daarnaar. Die vragen bleken niet gemakkelijk te beantwoorden, maar fascineerden me steeds meer. Ik wilde onderzoeken wat er echt aan de hand is in de cosmetica-industrie.

Er waren drie redenen om dit boek te schrijven. De eerste reden was dat ik geen enkel onderzoek kon vinden waarin de producttechnische en de sociaalpsychologische kant van cosmetica worden gecombineerd. De tweede reden was dat ik geen publicatie kon vinden waarin deze twee kanten van cosmetica grondig en onafhankelijk zijn onderzocht. De derde reden was dat ik wilde laten zien hoeveel invloed de schoonheidsindustrie heeft op ons zelfbeeld, lichaamsbeeld en consumptiepatroon. Ik vond het tijd voor een kritisch geluid, voor de andere kant van het geijkte reclameverhaal.

Mijn belangrijkste voornemen was om niet bij voorbaat mee te trommelen op de alarmerende tamtam van de actievoerders. Maar ik wilde ook niet meezingen in de lofzang op plastic schoonheid van de industrie. Ik wilde kritisch en eerlijk onderzoeken wat cosmetica met huid, haar, gezondheid en milieu doet. Gezondheid vat ik hier trouwens op in fysieke en mentale zin. Geestelijke gezondheid is minstens net zo belangrijk als fysieke. Aangezien cosmeticareclames inspelen op ons geestelijk welzijn door ons angsten en aspiraties voor te spiegelen, leek het me cruciaal het effect van die reclames mee te nemen in mijn onderzoek.

Dit boek is geen zelfhulpboek over hoe je innerlijke en uiterlijke schoonheid (terug) kunt vinden, noch is het een simpele productgids voor 'groene' cosmetica. Er staan geen doe-het-zelf-recepten in en ook geen tips hoe je nagels te lakken. In mijn zoektocht naar de achterkant van de cosmetica-industrie probeer ik zo dicht mogelijk bij de waarheid te komen. Ik kijk achter het

gordijn van mooie reclamecampagnes en productbeloftes, maar ik beperk me niet tot de producttechnische kant. De emotionele kant van schoonheid en het gebruik van cosmetica is ook belangrijk. Hoe ik in de spiegel kijk, is misschien wel bepalender voor hoe ik me voel en wat ik uitstraal dan hoe ik er daadwerkelijk uitzie. Ik wil dus ook dichterbij de waarheid over mijn uiterlijk komen.

De reikwijdte van mijn onderwerp bleek nogal groot. Ik verdiepte me in scheikunde, dermatologie, toxicologie, ecologie, feminisme, psychologie en marketing. Ik sprak met tientallen experts en spitte me een weg door blogs en wetenschappelijke publicaties. Ik onderzoek mogelijke belangenverstrengeling van wetenschappers en beleidsmakers.

Het resultaat is dit boek. Het eerste deel gaat over cosmetica-producten, hoe ze werken, wat de stoffen erin doen en of dat slecht is voor mens en milieu. In hoofdstuk 1 onderzoek ik waar cosmetica precies van wordt gemaakt. In hoofdstuk 2 kijk ik wat er in mijn shampoo zit. In hoofdstuk 3 moet mijn dagcrème het ontgelden. En in hoofdstuk 4 neem ik de (loze) beloftes van antirimpelcrème onder de loep.

In het tweede deel ga ik dieper in op de sociale en psychologische kant van cosmetica. In hoofdstuk 5 wil ik weten of je ook te schoon kunt zijn. In hoofdstuk 6 richt ik mijn blik op de geschiedenis van make-up. In hoofdstuk 7 vraag ik me af of 'echte' vrouwen wel verstevigende bodylotion nodig hebben. En in hoofdstuk 8 onderzoek ik of mannen inmiddels niet onder net zulke hoge druk staan om er goed uit te zien als vrouwen.

In het derde en laatste deel kijk ik naar het Europese cosmeticabeleid en de gevolgen die bepaalde omstreden ingrediënten kunnen hebben. In hoofdstuk 9 richt ik me op de discussie over hormoonverstorende stoffen. Wat zijn ze, wat doen ze precies en waarom moeten we ons er zorgen over maken? Hoofdstuk 10 gaat over de macht van de chemielobby, waarmee wetenschappers kunnen worden 'gekocht'. In hoofdstuk 11 kijk ik naar de cosmeticawetgeving. Zijn we als consumenten in Europa echt zo

goed beschermd als de cosmetica-industrie claimt? Hoofdstuk 12 ten slotte gaat over alternatieven voor op aardolie gebaseerde cosmetica. Is 'groene' cosmetica beter voor mens en milieu en zo ja, waarom?

Tijdens het schrijven van dit boek kwam ik veel interessante mensen tegen. Ik interviewde wetenschappers, activisten, beleidsmakers en mensen uit de cosmetica-industrie. Kennis kan ook heel confronterend zijn. Ik keek in de spiegel en lachte, huilde, hoopte en wanhoopte. Ik scherppte mijn blik tot alle wazige vlekken waren uitgewist. Nu is het tijd om mijn verhaal te delen. Omdat je het waard bent om de waarheid te weten.