

# Magnesium in cosmetica

## Hoe mooi wil je het hebben?

Het gebruik van magnesiumchloride in cosmetica is zeldzaam. Wellicht komt dat omdat een enigszins stroef aanvoelend mineraal zich moeilijk laat inpassen in de met hoop omgeven lekker smeerbare roze marketingwolk waarmee de meeste merken zich omgeven.

**R**egelmatig geef ik vanuit de aan Zechsal verbonden Magnesiumacademie cursussen en lezingen over de 'life essential' magnesium. Soms voel ik tijdens de opsomming over de prachtige, functionele eigenschappen van magnesiumchloride ( $MgCl_2$ ) in het lichaam de aandacht enigszins verslappen. Om de volledige aandacht dan weer te pakken vertel ik over het effect op de huid van een bad met 'onze' magnesiumkristallen. In tegenstelling tot natriumzout, waarvan de huid rimpelig wordt, maakt magnesiumzout de huid glad en strak. Het effect van die woorden glad en strak is opmerkelijk, er lijkt een opgewonden siddering door voornamelijk het vrouwelijke deel van de zaal te gaan. Plots is de lucht zwanger van hoop en gaan de blikken begerig naar de potten gevuld met de magnesiumkristallen.

### Definitie van cosmetica

Hoop, verbeeld in een rimpelloos uiterlijk, vitaal haar, glanzende nagels, frisse geur, een prachtige oogopslag en een stralende lach, is dan ook de belangrijkste belofte van cosmetica. Dit in tegenstelling van de nogal droge definitie van cosmetica die de Nederlandse beroepsvereniging van cosmeticafabrikanten hanteert: *"Alle stoffen en preparaten die bestemd zijn om in aanraking te worden gebracht met de verschillende delen van het menselijk lichaamsoppervlak (opperhuid, beharing, haar, nagels, lippen en uitwendige geslachtsorganen) of met de tanden en kiezen en de mondslimoliezen, met het uitsluitende of hoofdzakelijke oogmerk deze te reinigen, te parfumeren, het uiterlijk ervan te wijzigen of lichaamsgeuren te corrigeren of voornoemde lichaamsdelen te beschermen of in goede staat te houden."*

### Hoop en twijfel

Achter deze droge opsomming zit een miljardenindustrie. Alleen al in Nederland wordt er jaarlijks ruim 2,5 miljard euro uitgegeven aan cosmetische producten. Vrouwen gebruiken dagelijks 12 verschillende cosmeticaproducten met 168 unieke

ingrediënten. Mannen gebruiken dagelijks zes verschillende cosmeticaproducten met 85 verschillende ingrediënten. Stofjes, waarvan je in de meeste gevallen de naam nauwelijks kunt uitspreken, laat staan dat je een idee hebt waar ze uit bestaan. Behalve hoop is er ook steeds meer twijfel. Dat we al die gloedvolle beloftes op de etiketten en ronkende reclames met een korreltje zout moeten nemen, wisten we al langer, maar dat er ook ronduit schadelijke stoffen in veel cosmetica zitten, doet ons schrikken. En als je de inmiddels aanzienlijke stroom publicaties over de minder rooskleurige kanten tot je laat doordringen komt er een onthutsend beeld naar voren: vergiftiging in plaats van verfraaiing.

### Vet haar

In haar recent verschenen boek 'Het anti rimpel complex' legt de Trouw journaliste Robin van Wechem – zoals de ondertitel belooft de achterkant van de cosmetica industrie bloot. Ze doet dat grondig journalistiek, met hoor en weder hoor, of zoals ze zelf schrijft: "ik wil kritisch en eerlijk onderzoeken wat cosmetica met huid, haar, gezondheid en milieu doet". Dat eerlijke betreft ook haarzelf, haar eigen twijfel, angst en hoop. Dit vertaalt zich onder andere ook in persoonlijke (anti)cosmetische experimenten. Zo wast ze bijvoorbeeld een tijdlang haar haar niet. Na 8 dagen is het haar verworden tot vettig, muf ruikend touw en durft ze de straat niet meer op. Inmiddels weet ze dat in veel shampoo's schadelijke stoffen zitten, zoals Sodium Laureth Sulfate, schuimmiddel dat bewerkt is met een kankerverwekkende stof. Als ze het met natuurlijke alternatieven (natriumbicarbonaat en appelazijn) gaat wassen, wordt het wel wat beter, maar haar haar blijft dof en afgeragt. Ze snakt naar shampoo.

Ten aanzien van de schadelijkheid – vaak op aardolie gebaseerde stoffen, wordt er door de fabrikanten verwezen naar de strenge Europese wet en regelgeving voor cosmetica producten. Er wordt over ons gewaakt door internationale



onafhankelijke instituten, die zich baseren op wetenschap pelijk onderzoek. Dat dat onderzoek – net als bij de farmaceutische industrie veelal wordt betaald door de fabrikanten die het product op de markt willen brengen, geeft toch te denken. Inmiddels is er dan een sterk groeiende tegenbeweging ontstaan.

### Greenwashing

De eerste en kleinste beweging is die van de doe het zelve, de bewuste consument die zijn of haar eigen cosmetische ingrediënten koopt en ze zo nodig combineert tot een eigen product. Op internet wemelt het van de recepten. Een vaak genoemd ingrediënt is natrium bicarbonaat, ook wel zuiveringszout genoemd. Het is veilig, goedkoop en zeer functioneel als vervanger van shampoo, tandpasta of deo. Als het gaat om er beter uit te zien is Opti MSM een aanrader. Al na een week of twee merk je het aan je nagels, die worden harder en glanzender. Maar velen bemerken ook positieve effecten op de conditie van huid en haar. Dat MSM een natuurlijke ontstekingsremmer is en (samen met magnesium) een positieve invloed heeft op onder andere je spieren en gewrichten, is mooi meegenomen.

### Tandpasta en deodorant

Bij Zechsal stimuleren we dit gebruik van deze producten en geven regelmatig gebruikerstips aan onze nieuwsbrieflezers. Dat doen we natuurlijk ook met onze 'originals', de pure magnesiumproducten. Van dat gladde en strakke hebt u al gelezen, maar ook het gebruik van de magnesiumolie of magnesiumgel als tandpasta en/of als deodorant is zeer aan te raden: magnesium is een geweldige desinfectant en ongewenste geurbestrijder. Sowieso: als je in magnesium balans bent ruik je lekkerder. Daarnaast geldt – zeker voor magnesium dat veel mensen voor hun algehele welzijn en gezondheid wel wat extra's kunnen gebruiken. Toch willen

ook veel bewuste consumenten kant en klare, een beetje lekker ruikende, smeerbare producten, zonder kans op huidirritatie. Vanuit deze wens is de laatste 20 jaar een nieuwe cosmetische industrie ontstaan: groen, verantwoord, transparant, vol natuurlijke ingrediënten. Tenminste als je in staat bent om het kaf van het koren te scheiden. Lang niet alle eco merken zijn namelijk zo eco en ondanks de keurmerken als Ecocert en BDIH valt er op de groene kwaliteit en op de werking van veel producten nog wel wat af te dingen. Zeker als je beseft dat ook de traditionele cosmeticafabrikanten zich het predicaat 'natuurlijk' maar al te graag toe eigenen. Greenwashing wordt dat ook wel genoemd.

Ook bij Zechsal hebben we natuurlijke cosmetica ontwikkeld. De gedachte is daarbij als volgt: voor veel mensen biedt dagelijkse supplementie met magnesium voordelen. Niet iedereen neemt echter dagelijks een voetenbad of spuit de stroeve, vettig aanvoelende magnesiumolie op het lichaam. We helpen ze door de functionele en cosmetische eigenschappen van magnesium te verenigen in een reeks cosmetische producten die je dagelijks gebruikt. Het is cosmetisch effectief, prettig in het gebruik én je pikt dagelijks ook nog eens wat magnesium mee voor de interne mens. We hebben een voor iedereen inzichtelijke en begrijpelijke lijst van gebruikte stoffen beschikbaar en de kopers zijn zeer tevreden over de kwaliteit. Onze deodorant heeft een herhalingsaankoop percentage dat boven de 90% zit en ook de bodycream en hair&body wash doen het uitzonderlijk goed. Deze laatste schuimt trouwens ook nog. Dit dankzij het natuurlijke alternatief voor Sodium Laureth sulphate, een schuimvormer uit kokos en palmolie.

Gebruikte literatuur en sites:

Adler, Y: De huid, Amsterdam 2017

Wechem, R van: Het anti rimpel complex. Amsterdam 2018



tekst: : Jaap van Slooten  
[www.ncv-cosmetica.nl](http://www.ncv-cosmetica.nl)  
[www.zechsal.eu](http://www.zechsal.eu)