

# Jo dyrere, jo bedre – eller?

Måske har du også tænkt tanken. Den med, om de dyre cremer i virkeligheden er de bedste. Nu er dyr selvfølgelig ikke en entydig størrelse, men lige præcis på dette punkt møder jeg to typer: På den ene side er der dem, der synes, at hudplejepriser er ublu galskab, og på den anden side er der dem, der får håb i øjnene – om et nyt ansigt.

Selv har jeg svært ved at forstå, at eksempelvis tøj og vin kan koste en hel eller en halv månedsløn. Måske er det bare den samme sang, som vi kender fra biler? Både en Renault og en Range Rover kan få os frem, men ingen kan gøre sig til prisherre over værdien af Range Roverens mærkbare hestekræfter og følelsen af at synke ned i figurformede sæder af blødt skind.

Hvor rigtig den pendant end må være, kan den umuligt overføres til hudpleje ifølge min kritiske veninde: "Vin, tøj, biler og møbler stiller mig ikke noget højtragende urealistisk i udsigt. De kostbare ting bryster sig måske nok af kvalitet, livsglæde og komfort, men de lover ikke en synlig fysiologisk forandring. I modsætning til en 4.000 kroners ansigtscreme."

Du har sikkert gjort dig din egen erfaring, når det gælder urealistiske hudplejeløfter. Når en creme lover at kunne gøre dig flere årtier yngre eller

være i stand til at opstramme og løfte huden, er det direkte skørt. Ingen ingrediens kan trodse tyngdekraften. Det kan kun en skalpel. Så måske handler vores prisskepsis snarere om, at nogen har overdrevet for længe og for tykt. Sælgere, der i flæng har oversolgt hudpleje med ord som ultimativ, unik, magisk, fantastisk og banebrydende, gerne generøst krydret med ferskenhudsbløde floskler. Problemet med for fede tillægsord er, at de får os til at holde op med at lytte. De støvsuger ethvert budskab for substans, mens de samtidig spænder ben for tilliden.

## **Forskellen på dyr og billig hudpleje**

Ofte bliver vi som forbrugere fanget mellem to lige ubrugelige modpoler: På den ene side den gamle skole af hudlæger, der ryster på hovedet, mens de med autopilot i stemmen siger, at ingen hudplejeprodukter virker. Måske lige bortset fra solbeskyttelsescreme. Og på den anden side en oversælgende hudplejebbranche, der smører for tykt på, mens vi bliver lovet noget, der minder om et nyt liv.

Helt galt går det, hvis vi sammen med svulstige tillægsord bliver præsenteret for "kliniske undersøgelser", hvor 84 procent af de adspurgte har oplevet eksempelvis en reduktion af rynker på 58 procent. Med mikroskopisk skriftstørrelse står der måske, at 34 personer har deltaget i undersøgelsen, hvis konklusioner består af de adspurgtes selvevaluering.

Come on. De to fløje er lige forfejlede. Vi vil vanvittig gerne inspireres, når det gælder hud, men lad det være faktabaseret frem for eventyrlystent. Hvis vi holder umuligheder som løft og opstramning ude af billedet, kan en creme eller et serum jo præstere ret så meget – lige fra at udglatte linjer (der jo ikke er det samme som at slette dem), til at fugtmætte, sikre glød, barriereforstærke, farveudjævne og beskytte.

Prisen afhænger af alt fra råvarepriser og til, hvor høj markedsføringslagkagen er, ligesom forarbejdning som eksempelvis fermentering, forskning og research, biodynamik og certificeringer er eksempler på valg, der kan koste fra lidt til meget.

Den nu afdøde skønhedspionér Estee Lauder sammenlignede tilblivelsen af en creme med et kunstværk, hvor tidsforbrug og sjælen bag er med til at fastsætte prisen. Mange nikkede nok og smurte gladeligt på, også selv om kunst i modsætning til creme sjældent bliver masseproduceret.

For mig handler det ikke om dyr versus billig hudpleje, men om at kende de ingredienser, der har uvildig dokumentation på netop at kunne udglatte, berolige, fugtmætte, lysne og beskytte huden.

## **Og hvad skal de så koste?**

Det kan være svært at svare på. Eksempelvis kan forskellen mellem almindelig fugtmættende hyaluronsyre og mikroniseret hyaluronsyre være betydelig, og ikke mindst for prisen. Den første lægger sig på hudoverfladen, mens den anden er i stand til at trænge længere ned i huden, men det er ikke nødvendigvis noget, der fremgår af emballagen.

Et andet eksempel: Kamilleolie fra råvareproducenten NHR Oils, som benytter sig af CO<sub>2</sub>-ekstraktion, koster 90 kr. pr. milliliter, mens gængs kamilleolie fra virksomheden Aviano Botanicals koster omkring seks kroner pr. milliliter. Trods pris- og kvalitetsforskellen vil der på en indholdsoversigt i begge tilfælde bare stå kamilleolie.

Og tag den endnu et skridt videre: Se på produktionsmetoder, medarbejderforhold og ikke mindst og igen: Dokumentationen bag ingredienserne.

Eksempelvis påvirker det mig positivt at se, hvordan eksempelvis danske Beauté Pacifique og Rudolph Care er arbejdspladser, der får de ansatte til at blive i årevis og begå sig på en vi-måde, som var det deres egen butik. Ligesom den forholdsvis nyansatte L'Oréal-medarbejder, der blev syg og uden nølen fik kærlig besked på at tage sig al den tid, hun havde brug for.

Omvendt er min lyst til at handle hos den Amazon-ejede amerikanske supermarkedskæde Whole Foods forsvundet efter afsløringerne af, at personalet i visse lande skal have tisseflasker med på arbejde. Fordi der ikke er tid til at gå på toilettet.

## **Besat af konsistens**

Endelig er der konsistens, duft, holdbarhed og emballage. Hvis fornemmelsen på huden ikke er behagelig, eller krukken ligner et samlesæt fra Jem & Fix, tæller det også.

”Den føles mærkelig sej og ubehagelig”, kan min mor finde på at sige om en ny creme. Hun er benhård, når hun bedømmer det, der for hende vægter ualmindeligt højt, nemlig konsistens.

Det kan også svinge til den gode side, som i sommer, da vi sad på terrassen, og hun fortalte om en ny, virkelig god creme, som hun lige havde taget hul på. Hvordan god? ville jeg vide. ”Bare god at fordele, meget blød i det og uden at føles fedtet,” lød svaret. ”Ved du egentlig, hvad du skal kigge efter i en creme?” spurgte jeg. ”Næh, men det regner jeg med, at du har styr på. Det interesserer mig ikke så meget, hvad de ingredienser hedder”, sagde hun og skiftede emne på sagen-er-uddebatteret-måden. Faktum for de fleste er da også, at noget, der er mindre behageligt, ikke bliver brugt, uanset hvor effektive ingredienserne end er.

Personligt vil jeg aldrig betale flere tusinde kroner for en ansigtscreme alene for udseendets skyld, eller hvis der kun er eksotisk-hemmelige ingredienser i. Nogle af mine produkter kan være så grimme, at de har en plads i badeværelsesskabet, hvor det kun er mig selv, der kan se dem. For virkningen er det vigtigste.

Sådan var det ikke for min venindes mor, Ulla, der for årtier siden investerede i en særlig ansigtscreme fra Christian Dior. Måske vejede den i nærheden af et halvt kilo, og prisskiltet havde også været tungt. Veninden og jeg var vidner til en forventningsfuld seance: Først blev skatten trukket op af en lamineret gavepose, derefter befriet for virkelig meget silkepapir og endelig en yderboks, som beskyttede den blanke æske, der omsluttede selve krukken. At der var tale om et badeværelsesmøbel stod klart, da indholdet var brugt op, og Ulla genopfyldte krukken med Nivea-creme. Og ikke bare én gang.

## **Farvel bling bling. Hudpleje skal se effektivt ud.**

Uanset hvor imponerende en hudplejekrukke eller tube er, fører det til stensikker skuffelse eller en kold afvisning, når jeg tjekker indholdsoversigten og ser, at de tre første ingredienser er vand, silikone og vaselineagtig petrolatum. Hvis der også er tilsat dyre og måske endda aktive ingredienser, kommer det hurtigt til at føles som at spise en god bøf med plastikbestik.

For vores luksusopfattelse er vendt på hovedet. Som i fuldstændigt på hovedet. Alene ordet luksus føles... uluksuriøst.

Jeg glemmer eksempelvis ikke den dag, jeg fik besøg på kontoret af en veninde, som bramfrit peger på et presseeksemplar af en ny ansigtscreme i en

skinnende guldagtig krukke: "Er den der til gamle damer?" lød det. Tal om at blive dømt på udseendet. Det kræver omstillingsevne at være hudpleje i en tid, hvor smagsløgene har ændret sig. Hvor lookalike-guld virker bedaget og minder om nyrige russere og frås. Fordi overforbrug og ødselhed er blevet det modsatte af luksuriøst. Vores tungestvejende møntfod er tid, ikke penge, og det giver et stramt forhold til alt, hvad der er for majet, som det hedder på min hjemegn.

Tilbage til Dior-cremen. Mange hudplejeprodukter har gennem tiderne fungeret som stilmærker, og det kan de for så vidt stadig være. Bare på en markant anden måde. For ødselhed er erstattet af omtanke, og det udfordrer det gamle luksusbegreb.

For nylig havnede det amerikanske mærke Glossier i en shitstorm, da de lancerede makeupserien Play. Debatfora var rødglødende, fordi alt fra eyeliner til læbefarver var pakket dobbelt ind. Først i cellofan-aluminium, så i en æske. Den slags kan et skønhedsmærke dø af i dag. Ifølge sociolog Eva Steensig ender det i forbrugerskandaler, når indpakning og staffage bliver overdrevet. Og det er den stik modsatte vej af at ville overforbrug til livs.

"Vi vil gerne lære mere og blive klogere på dette område, måske endda have lov til at være en smule håbefulde, men vi vil ikke finde os i, at nogen tager røven på os," lyder det fra sociologen.

Men med til det samlede billede hører også, at vi på dette område er konstant på jagt. Jeg mærker det på alt fra mig selv til veninder, kollegaer, naboer, Go'morgen Danmark-seere, Beautyspace- og Børsen-læsere. Vi er evighedsnysgerrige efter det bedste til vores hud. Det, der virker. Og derfor er forskning, research og dokumentation så interessant.

Jeg vil gerne have dig med på holdet af de kritisk nysgerrige. Stil det samme spørgsmål til ethvert hudplejeprodukt, som skuespiller Ghita Nørby insisterede på under et tidligere, nu famøst, Radio 24syv-interview: "Hvad vil du mig?"

---

## SÅ FORSKELLIGT NAVIGERER VI I HUDPLEJEJUNGLEN

**LOUISE STENBJERRE, 46 år.** Jeg går altid efter produkter, der giver masser af fugt og glød til ansigtet. Og så er jeg vildt optaget af at fylde de små, fine linjer ved øjnene ud med nærende cremer eller vækstfaktorproteinet EGF, så huden bliver fed og mættet. Med årene indbefatter min fugtbesættelse også halsen og den øverste del af brystet, som jeg smører med serum morgen og aften – altid i opadgående retning.

**JOHANNE DANSHØJ, 42 år.** Jeg går efter det, der fugter min hud bedst og længst. Kigger sjældent efter, om der er parfume i eller måske hudproblematisk ingredienser. Men kan jeg vælge samme produkt med eller uden parfume, så vælger jeg uden. Til mine børn er det dog konsekvent uden parfume og svanemærket. Jeg er storforbruger af SPF.

**JOSEPHINE GRØNNEGÅRD, 33 år.** Jeg går efter certificeringer, økologi og effekt som især glød og fugtmætning. Og ikke bare i ansigtet. Jeg har lært af min mor, der har den blødeste hud, at man skal huske at smøre sig ind i en god bodylotion dagligt. Min hud er sart og har forskellige behov: Om sommeren rækker det fint med serum og solcreme, hvorimod jeg har brug for mere olie og creme om vinteren. Fra marts til oktober går jeg ikke uden for en dør uden SPF-beskyttelse, og ikke bare i ansigtet. Under min sidste barsel fandt jeg nemlig ud af, hvor brune og tørre hænder, man får af at gå rundt med barnevogn.

**LAURA ASKHOLM, 18 år.** For mig er det vigtigt, at min creme kan gøre noget ved tør hud. Ellers strammer det hurtigt i hele ansigtet. Jeg går altid efter noget parfumefrit, noget uden parabener og noget, der ikke fedter. Det er det samme, min mor går efter, og hun er nok den, der har størst indflydelse på mine valg. Prisen er for mig ikke afgørende.

**INGER POULSEN, 79 år.** Først og fremmest skal emballagen se indbydende ud, gerne en glaskrukke, når der er tale om ansigtscreme. For mig indikerer det kvalitet. En ansigtscreme skal være nem at smøre ud, og den må ikke fedte. Cremer skal helst føles lette på huden.

**MARIANNE MILLER, 48 år.** Førhen skulle der stå Clarins på alt. ALT, og på en måde synes jeg, at jeg har prøvet det meste. Nu er jeg lidt mere til det, jeg ikke har hørt om før, noget ekstraordinært. Det kan være alt fra en ingrediens til en lækker flaske eller noget "bland-selv" – meget lidt fornuftigt jo. Det næste, jeg skal have, er den ansigtsmist med mælkesyrebakterier, jeg har hørt dig nævne.

**ANNE PEDERSEN, 47 år.** Jeg går efter produkter, der ikke lover for meget. Altså skal den ikke indeholde fugtgivende ingredienser, SPF, rødmereducerende, opstrammende, poreminimerende og antioxiderende stoffer ... og kunne lave kaffe samtidig. Min teori er nok den, at jeg kan få mere effektivitet med få fokuspunkter. Alle ingredienser fylder jo.

**CHRISTINA DUEHOLM, 31 år.** Når jeg køber hudplejeprodukter, går jeg efter noget, der giver masser af fugt og glød og uden for mange unødige tilsætningsstoffer. Jeg er fan af en enkel rutine med få, men effektive produkter. Det kan være forskelligt, hvad der giver mig den eftertragtede kombination af glød og fugt. Nogle gange er det en olie, andre gange et serum.

**VIBEKE LENTZ, 40 år.** Før i tiden gik jeg efter A-vitamin i høj koncentration, men jeg har fundet ud af, at kombinationen af niacinamid og salicylsyre er endnu bedre for min hud. Jeg har haft et helt år uden udbrud og med flot fugtmættet hud. Jeg har heller ikke haft skyggen af pigmentpletter det sidste år, og det har jeg ellers bøvlet med, siden jeg blev mor for 15 år siden. Det gode resultat skyldes nok også, at jeg er konsekvent med SPF hver dag.



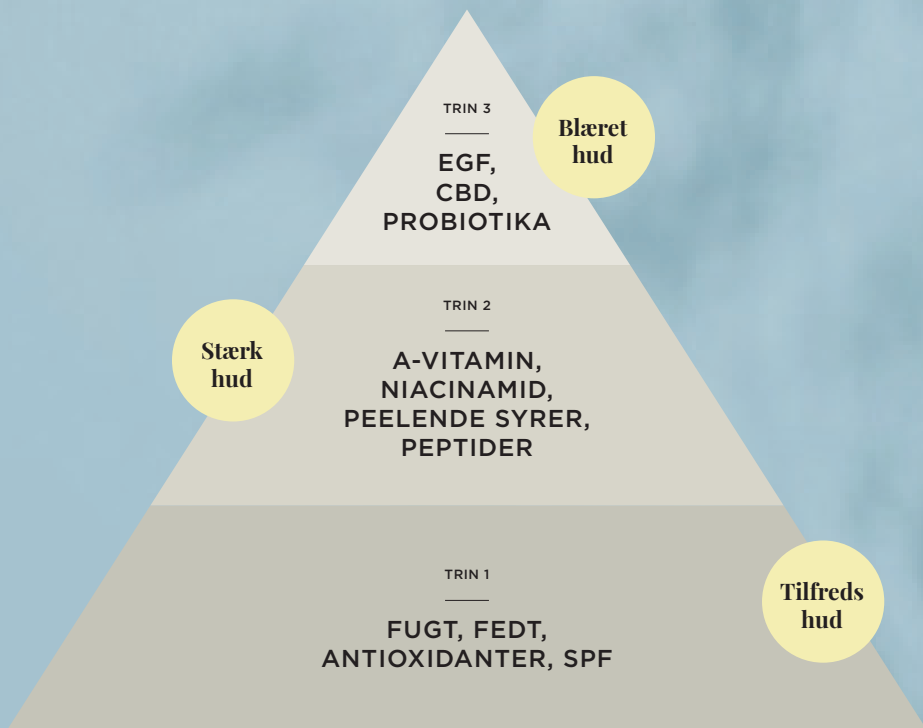
**VIVI LOLLESGAARD, 57 år.** Det vigtigste for mig er, at min hud aldrig må føles tør. Jeg skal føle mig fugtmæt hele dagen – og jeg skal kunne mærke, at jeg har noget på. Det er panik for mig, hvis tingene fordamper kl. 10.00 om formiddagen. Så jeg går efter lidt fedtede produkter og smører olie under alting. Følelsen af velbehag og konsistens er det vigtigste for mig. Jeg er ligeglad med mærker.

**SINE GINSBORG, 46 år.** Jeg går fortrinsvis efter noget parfumefrit, men er generelt ikke den bange type. Anti-age vægter for mig eksempelvis højere end at undgå parabener. Ting skal først og fremmest fungere. Jeg er meget optaget af fugtmætning. Det er vigtigt, at det, jeg smører på, også kan mærkes efter nogle timer og ikke er for let og for luftigt. Jeg er ret afhængig af øjencreme, som jeg smører på cirka fem gange om dagen. For mig gør det ikke noget, at jeg skinner lidt på huden omkring øjnene. Tværtimod. Det må gerne føles en anelse fedtet. Jeg går nemlig aldrig med så meget makeup, at det snasker sammen med øjencremen.

## Summa summarum

---

- Overdrivelse fremmer mistillid, ikke forståelse.  
Om ikke på kort, så på lang sigt.
- Glem alt om beauty secrets. Gå hellere efter de producenter, der lægger kortene på bordet.
- Gør dig klart, hvad der er vigtigst for dig. Lige fra økologi og konsistens til pris, samfundsinvolvering og etik.



## Hudplejepyramiden®

Bearbejdet i samarbejde med professor og hudlæge Peter Bjerring.

Inspireret af psykolog Abraham Maslow og kemiker Joseph Lewis.