

One step ahead

Wo die Schönheit wächst

Isländische Wissenschaftler nutzen eine nobelpreisgekrönte Entdeckung und produzieren damit ein Anti-Aging-Serum, das sich blendend verkauft und die Beauty-Multis nervös macht

Text **Marion Genetti**

Foto: Francois Lacour

Fast wie im Chemieunterricht: Buchstaben, Ziffern und mathematische Zeichen erstrecken sich über drei Zeilen auf dem Whiteboard. Nie käme man auf die Idee, dass diese kryptische Aneinanderreihung einige Millionen Euro wert sein soll. Fünf Jahre lang wurde daran getüftelt, es wurde geprüft, verworfen, modifiziert, bis die Formel irgendwann aufging. Und was, wenn eine übereifrige Putzfrau sie einfach mal wegwischt? Björn Örvar, einer der Entwickler, lacht und zeigt auf das Schild unter der Schrift: „Nicht reinigen“ steht da, bis jetzt habe sich noch jede dran gehalten. Fotografiert

werden dürfe sie auch nicht, fügt der 54-jährige Wissenschaftler schnell hinzu. Überdies habe diese Kritzelei ja auch nur symbolischen Wert. Sie erinnere an die harten Jahre ab 2001, als er und sein Forscherfreund mit der Suche nach dem Heiligen Gral der Schönheit begannen – und nicht immer sicher waren, ob sie ihn je finden würden.

Der Zugangscode zum Jungbrunnen prangt nun in roten Lettern an der Wand des Besprechungsraums von Sif Cosmetics im Großraum Reykjavik, der Hauptstadt Islands, im Land der Elfen und Trolle, wo Märchen bisweilen wahr zu werden scheinen.

Und wo der junge Beautykonzern eine neue beachtenswerte Branche etabliert hat, neben der bodenständigen Fischerei, der Aluminiumindustrie und dem Tourismus. Während der Sonnenschein die Luft gerade auf die bisherige Jahreshöchsttemperatur von kaum glaublichen 13 Grad erwärmt und die nächste dunkle Nacht noch viele Wochen entfernt liegt, lässt sich der smarte Mikrobiologe in einen Stuhl fallen, faltet die Hände und beginnt zu erzählen.

Es waren einmal zwei junge Isländer, die im Ausland, der eine in Schweden, der andere in Kanada, ihr noch druckfri-



Fünf Jahre hat es gedauert, bis es dem Mikrobiologen Björn Örvar gelang, ein menschliches Protein so zu übersetzen, dass Gerste es verstehen und reproduzieren kann. Das daraus resultierende EGF wirkt hautverjüngend – und ist teurer als Gold und Diamanten

sches Diplom in die Tasche steckten und eine aberwitzige Idee hatten. Sie wollten nicht, wie es die meisten ihrer Kommilitonen taten, Organe reproduzieren oder sich sonst um die Leiden der Menschen kümmern. Sie wollten sie verschönern. Ihre Ausgangslage war die Entdeckung von Wachstumsfaktoren, 1986 mit dem Nobelpreis für Medizin ausgezeichnet. Die Forscher wollten ein Verfahren entwickeln, bei welchem sie in Gerste den menschlichen Wachstumsfaktor EGF (*Epidermal Growth Factor*) herstellen können, einen Botenstoff, der die Zellerneuerung ankurbelt. Dafür luden sie von der (frei zugänglichen) Gendatenbank das entsprechende Protein herunter und übersetzten es so lange, bis es vom Getreide verstanden, akzeptiert und reproduziert wurde. Das dauerte ein halbes Jahrzehnt, der Rest war ein Klacks, vergleichsweise. Dem hautstraffenden EGF aus der Gerste wurden acht weitere Inhaltsstoffe beigemischt – fertig war das revolutionäre Anti-Aging-Produkt, reinstes Schönheitselixier, das seit-

dem unter dem Sub-Label Bioeffect verkauft wird. Was es von der Konkurrenz unterscheidet? „Vergleichbare Produkte werden oftmals aus kleinen Organismen wie Bakterien hergestellt, aus Meeressalgen oder exotischen Pflanzen und Gesteinen, sie beinhalten zum Teil schädliche Chemikalien, meist bestehen sie aus über hundert Inhaltsstoffen“, weiß Björn Örvar.

Ihr Produkt sollte so rein und so wissenschaftlich sein wie möglich. Von Beginn an wurden klinische Tests durchgeführt, bis heute kommen täglich Frauen ins Haus, um ihre Hautveränderungen untersuchen zu lassen. Mit verblüffenden Ergebnissen. Bei Frauen zwischen 30 und 40 Jahren hat sich der Kollagenanteil, ein Gradmesser für die Elastizität der Haut, um 30 Prozent erhöht. Kein Wunder also, dass bereits gut ein Drittel der Isländerinnen über 30 nur mehr Wasser und Bioeffect an ihre Haut lassen. Die erstaunlichen Resultate bestätigen auch andere Untersuchungen. So hat Ronald L. Moy, damaliger Präsident der American

Academy of Dermatology und Professor für Dermatologie an der UCLA, 2011 bescheinigt: „Das Serum ist imponierender als alles, was mir in 30 Jahren Berufserfahrung für Anti-Aging in die Hände gekommen ist.“

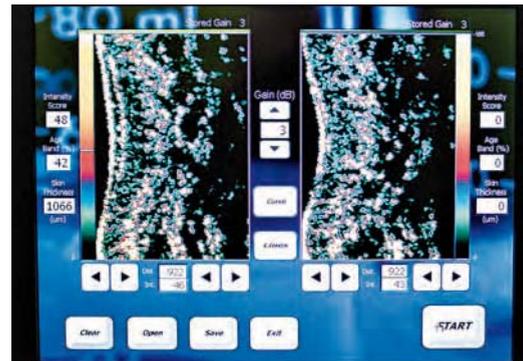
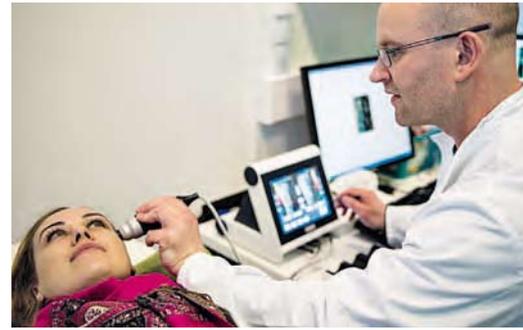
Aber nicht nur die Anzahl der Inhaltsstoffe, auch das Sortiment soll klein gehalten werden. Derzeit gibt es lediglich vier Bioeffect-Produkte. Der Bestseller ist das EGF-Serum. Nur wenige Tropfen der Flüssigkeit werden in die Haut massiert, die Verjüngung geschieht im Schlaf. Daneben finden sich im Regal ausgewählter Parfümerien noch eine 30-Tage-Intensiv-Kur, eine Bodylotion und eine Tagescreme. Alle Produkte werden in Reykjavík hergestellt. Damit sind 40 Mitarbeiter beschäftigt, davon 13 Wissenschaftler. Sechs Angestellte sind für das händische Verpacken und das Versenden zuständig. Die Anti-Aging-Pflege verkauft sich weltweit. Nicht selten kommt es zu Engpässen, weil die Isländer mit dem Produzieren (und dem Verschicken) nicht nachkommen. Im Pariser Nobelkaufhaus ▶

Fotos: Brooks Walker

Echte Abenteuer
passen in keinen
140-Zeichen-Tweet

 **stern**
Was uns bewegt





Die Wirkung des EGF-Serums von Bioeffect lässt die Konkurrenz alt aussehen. Klinische Tests ergaben, dass sich der Collagenanteil in der Haut der 30- bis 40-jährigen Probandinnen bei regelmäßiger Anwendung um 30 Prozent erhöht

Colette ist das EGF-Serum das meistverkaufte Pflegeprodukt. Auch unter den Stars spricht sich die Wirksamkeit der Wunderwaffe herum: Oscar-Preisträgerin Marion Cotillard und Schauspielerinnen Uma Thurman schwören darauf, bei Angelina Jolie soll angeblich auch ein Fläschchen im Badezimmer stehen. Vermutlich nutzt Brad Pitt ebenfalls die glasklare Flüssigkeit, denn das Produkt ist genauso für Männerhaut geeignet. „Das liegt an seiner Wirkweise, aber auch an der Geruchlosigkeit“, sagt Örvar, „zudem mögen Männer den wissenschaftlichen Background und das neutrale Design.“ Das schlichte Packaging entspricht dem Firmencredo, es ist in Weiß mit zarten grünen Streifen gehalten – Wissenschaft und Natur. Apropos Natur. War es allein der persönlichen Wurzeln wegen, dass sich die Forscher mit ihrem Unternehmen in Island niederließen? „Nein, das ist der perfekte Standort dafür“, meint Örvar, „die Energiekosten sind niedrig, da wir auf geothermale Energie zurückgreifen können, die oben-

Die Suche nach ewiger Jugend ist einer der stärksten Wirtschaftsmotoren überhaupt. Mehrere Milliarden US-Dollar Umsatz machen Kosmetikkonzerne jährlich mit dem Verkauf von Anti-Aging-Produkten. Strahlend, frisch, faltenfrei – die Versprechen ähneln einander, nicht jedoch die Wege dahin. Die einen sehen in Bakterien den Jungbrunnen, die anderen in exotischen Pflanzen oder Meeresalgen. Zwei isländische Forscher setzen erstmals auf die pflanzliche Herstellung eines menschlichen Botenstoffs – der Wachstumsfaktor EGF kurbelt die Zellerneuerung an.

drein umweltschonend ist. Es wird hierzulande kaum gegen Pestizide gespritzt, dadurch gibt es wenige Krankheiten bei den Pflanzen, zudem haben wir guten Zugang zu Wasser. Es gibt hochgebildete Menschen, wirtschaftspolitisch beste Strukturen sowie Offenheit gegenüber neuen Technologien.“ Vor ein paar Monaten hat Dorrit Mousaieff, die Frau des isländischen Präsidenten, das Gewächshaus besucht, das etwa 50 Kilometer von der Firmenzentrale ent-

fernt liegt. Am Ende der Besichtigungstour meinte sie begeistert: „Ich wünschte, ihr würdet das Serum in Literflaschen anbieten.“ Das Glashaus steht als Hightech-Betrieb inmitten einer kargen Landschaft, die an einen Mondkrater erinnert – Licht, Wärme und CO₂-Levels werden vom Computer gesteuert. Die kernigen Minifabriken, die in 3000 Jahre alter Vulkanerde stecken, produzieren rund um die Uhr den begehrten Botenstoff, der teurer ist als Gold und Diamanten. Rund 700 Samen werden benötigt, um ein 150-Milliliter-Fläschchen zu füllen. In den Wintermonaten leuchtet das 2000-Quadratmeter-Glashaus so hell, dass man es schon beim Landeanflug auf Reykjavik ausmachen kann. Abgesandte der internationalen Beauty-Multis zieht es nun immer öfter in den hohen Norden, um beim Kosmetik-Winzling anzuklopfen. Bisher brachte das Wedeln mit den Schecks keinen Erfolg. Örvar und seine Kollegen behalten ihre Formel erst mal für sich. Sie sorgen dafür, dass dieses isländische Märchen weitergeht. ■

Fotos: Brooks Walker

Wellen, Wind und weite Himmel: Die schönsten Hotels am Meer.

