

Auf und unter die Haut

Während männliche Karrieren oft in der Garage ihren Anfang nehmen, startete Anita Roddick ihren Weltkonzern »The Body Shop« am Küchentisch und verwirklichte damit eine Idee, die auf und unter die Haut geht. Text: Caroline Kleibel

Die Multimillionärin und Naturliebhaberin empfängt im legeren schwarzen Outfit. Zierlich, quirlig, immer ein bisschen außerhalb des Üblichen und von niemandem zu bremsen. Eine Begegnung mit Dame Anita Roddick gerät bald zum Treffen mit einer scheinbar guten Bekannten. Sie baut keine Barrieren auf. Sie rückt nahe, geht nicht auf Distanz. Interviews zu geben sei für sie fast so was wie eine Therapie, gesteht sie. Eine äußerst willkommene Gelegenheit, vieles, das ihr so im Kopf herumschwirrt, zu ordnen und ihre Gedanken in Worte zu fassen. Nicht immer solche, die eine Frage genau auf den Punkt beantworten würden, aber doch eloquente, erstaunliche und zuweilen weise Worte. »Body Shop«-Balsam, nicht nur für Haut und Haare eben, sondern auch für darunter. Für die von unerfüllbaren Schönheitsanforderungen schwer verunsicherten Seelen.

Roddick dabei nicht Italienisch, sondern gepflegtes Englisch spricht, tut dem keinen Abbruch. Und noch eine frühe Kindheitserinnerung in Bezug auf Schönheitspflege flackert auf. Die Mutter, die sich, weil es Wimperntusche ja noch nicht gab, mit Kerzenruß schminkte. Stärker als deren kosmetische Tricks haben sich der Tochter aber manche mütterlichen Worte eingeprägt. Zum Beispiel der für sie wegweisende Satz: »Alles im Leben ist der Veränderung unterworfen.« Damals, in den wilden 60er-Jahren, so Anita Roddick schmunzelnd, sei das wohl mehr auf die wechselnden Namen ihrer »boy friends« gemünzt gewesen. Der tiefere Sinn von Mutters Ausspruch offenbarte sich ihr erst später. So hielt zwar privat bald Stabilität in ihrem Leben Einzug – mit Ehemann Gordon ist Anita nunmehr seit fast 40 Jahren verheiratet –, ihr Berufsweg freilich war mehrfach von den vorhergesagten grundlegenden Veränderungen gekennzeichnet.

RASPELN UND MIXEN. Anita Roddick absolvierte zunächst eine »sehr erlebnisorientierte« Ausbildung zur Englisch- und Geschichtelehrerin, war viel in der Welt unterwegs und empfand diese Möglichkeit der Reisefreiheit als ihre »Universität ohne Mauern«. Umso enger wurde es dann, als ihr Mann beschloss, seinerseits die Welt zu erkunden, während sie mit den beiden Kindern zurück in England bleiben musste. »Mit dem Rücken zur Wand«, wie sie ihre damalige Situation eindringlich beschreibt. Doch wie heißt es so schön: »Not macht erfinderisch.« Und so besann sie sich der naturkosmetischen Fertigkeiten, die sie sich von Frauen auf ihren Fernreisen nach Afrika und Asien abgeschaut hatte. Sie raspelte und mixte,

»Für mich ist Schönheit Resultat gesunder Lebensführung. Sie hat in erster Linie mit Charakter zu tun, mit Neugier, Fantasie und Humor. Kurz, sie ist aktiver, weltläufiger Ausdruck all dessen, was wir an uns selbst mögen.«

NIMM ES PERSÖNLICH. Unverkennbar schlägt ihr südländisches Temperament durch, wenn sie von den Tomaten erzählt, die es in sich haben, glücklich zu machen. Oder von dem Zaubermittel ihrer Mutter, Olivenöl: »Wir haben es gegessen und uns damit eingeschmiert. Es hat unseren Körper gereinigt, von außen und von innen.« Dass Anita

Anita Roddick, 64 Jahre jung, hat mit der Firma »Body Shop« ein Kosmetikunternehmen mit eigenem Charakter geschaffen. Ihr Prinzip: »Nimm alles persönlich!«

Zur Person: Anita Roddick

Als Tochter italienischer Einwanderer wurde Anita Roddick 1942 im südenenglischen Littlehampton geboren. Die Außenseiterin fühlte sich zu Außenseitern hingezogen. James Dean war das Idol ihrer Jugendtage. Sie absolvierte eine Ausbildung zur Lehrerin, arbeitete für die »Herald Tribune« in Paris und für die Vereinten Nationen in Genf, wo sie sich besonders für Frauenrechte einsetzte. In den 60er-Jahren verbrachte sie einige Zeit in einem israelischen Kibbuz und unternahm ausgedehnte Forschungsreisen in Entwicklungsländer. Von dort brachte sie Inspirationen für Naturkosmetika mit, die gut in das Umfeld einer aufkeimenden europäischen Grünbewegung passten. Am Küchentisch dachte sich Anita Roddick das umweltbewusste Konzept für eine völlig neue Art der Kosmetikherstellung und des Vertriebes aus und verknüpfte erfolgreich ihre eigenen politischen Überzeugungen und Aktivitäten mit der Unternehmensphilosophie des Body Shop.

experimentierte und verfeinerte. In der kleinen Küche herrschten zuweilen chaotische Zustände. Sie verwendete für ihre Rezepturen Zucker, Meersalz, Honig, Hanf, Lavendel, Sesamsamen, Ananasschalen, Kakaobutter oder Eier. Das sensationelle Gefühl, mit den Fingern in den »Matsch« zu greifen, Fette zu erwärmen und Düfte zu riechen, liebt sie noch immer. »Frauen«, philosophiert sie,

»können sich viel besser konzentrieren auf das Wesentliche. Wissen ist Freiheit und davon kann man nie zu viel haben. Doch einmal gesammelte Informationen sollen zu Handlung führen und dazu, die Dinge, die einen stören, selbst zu verändern: »Take it personal!« Es persönlich nehmen, aktiv zu sein, sei denn auch die Essenz des Menschseins. Selbst zu handeln und nicht abzu-

Ein Bild aus den Anfangszeiten von Anita Roddick: Daheim im englischen Brighton begann sie mit der Produktion von Naturkosmetik. Es war der Beginn einer beispiellosen Karriere.



Fotos: The Body Shop

»Ich schätze die Gesellschaft von Frauen. Ich liebe ihr Lachen. Ihre Fähigkeit, überall auf der Welt Gemeinschaften zusammenzuhalten, beeindruckt mich immer wieder.«

warten, bis einem jemand anderer die Verantwortung abnimmt: »We are only limited by our own inspirations.« Grenzen setzt uns nur die eigene Vorstellungskraft, ist Anita Roddick überzeugt.

STRENGE PRINZIPIEN. Ihre Ahnungslosigkeit den ungeschriebenen Gesetzen des Marktes gegenüber sei im Nachhinein betrachtet ein Segen gewesen, meint Anita Roddick. Ihre Ahnungslosigkeit damals, als sie damit begann, aus der Not eine Tugend und aus natürlichen Materialien Pflegeprodukte für Haut und Haare zu machen. Was 1976 im englischen Brighton als ruhiger Nebenverdienst geplant war, entwickelte sich zu einer der außergewöhnlichsten Unternehmerin-

nenkarrieren unserer Zeit. Roddicks Idee, Kosmetika auf Basis von Naturstoffen in nachfüllbaren Recyclingbehältern zu verkaufen, hatte enormen Erfolg. Das Imperium, das mittlerweile an den französischen Konzern L'Oréal verkauft wurde, hört nicht auf zu expandieren und umfasst weltweit mehr als 2.000 Geschäfte in 50 Ländern. Was aber das Unternehmenskonzept des Body Shop so besonders auszeichnet, sind dessen strenge moralische Prinzipien: der konsequente Einsatz gegen Tierversuche, für einen fairen Handel mit der Dritten Welt, für Menschenrechte, für die Freilassung politischer Gefangener oder gegen gängige Schönheitsdiktate der Kosmetikbranche. Ethische Werte stehen für Anita Roddick vor Profit. Auch wenn sich die inzwischen 64-jährige aus der aktiven Arbeit im seit 1984 börsennotierten Konzern zurückgezogen hat, ist und bleibt The Body Shop ein Unternehmen, das auch und vor allem dem Gemeinwohl dient. Das beweist einmal mehr die im Herbst 2006 lancierte Informationskampagne gegen häusliche Gewalt.

GEGENSÄTZE MACHEN ANZIEHEND. Anita Roddicks Geschichte ist geprägt von Gegensätzen. In früheren Jahren nahm sie an Protesten gegen die Konferenzen der Welthandelsorganisation teil. Sie bereiste die Welt weit abseits ausgetretener Pfade, um sich selbst ein Bild von Ausbeutung und Kinderarbeit, von moderner Sklaverei und unhaltbaren Lebensbedingungen in Entwicklungsländern zu machen. Wie David gegen Goliath zog sie ins Feld gegen die Praktiken von Konzernen wie Esso, BP oder Coca-Cola. Gleichzeitig



»Welt der Frau«-Mitarbeiterin Caroline Kleibel beim Gespräch mit Anita Roddick in München.

»Die Vorstellung, Schönheit sei nichts als eine bestimmte Anordnung äußerer Merkmale, ist haarsträubend. Schönheit ist Vitalität, Lebhaftigkeit, Mut, Energie und Mitgefühl dazu – alles, was Frauen so positiv auszeichnet. Sie ist keine passive Eigenschaft und mehr als die Kombination von hohen Wangenknochen und schön geschwungenen Lippen.«



wurde sie als Unternehmerin mehrfach ausgezeichnet und von der Queen zur »Dame« geadelt. Roddicks Ansichten provozieren und werden bis heute kontrovers diskutiert. Für viele aber ist sie ein Vorbild, beweist sie doch, dass sich selbst scheinbar Widersprüchliches wie ökonomischer Erfolg und verantwortungsbewusstes Handeln, hartes Geschäft und soziales Engagement, bedingungsloser Einsatz für die Umwelt und ungetrübte Lebensfreude wunderbar vereinen lassen.

VERÄNDERUNG DER SCHÖNHEITSIDEALE. Auch wenn Anita Roddick allgemein an der Pharma- und Schönheitsindustrie, die sie übrigens noch immer fest in Männerhänden wähnt, kaum ein gutes Haar lässt, gesteht sie zu, dass in puncto Hautkrebsvorsorge einiges geschehen sei. Das sei es dann aber auch schon wieder gewesen an Positivem. Immer noch werde weit mehr über Falten geschrieben als über echte Gesundheitsanliegen von Frauen. Immer noch werde ein ausdrucksloses Gesicht, ein fader Einheitsstypus als weltumspannendes Schönheitsideal propagiert – in Japan wie in Ghana gleichermaßen und da wie dort gleichermaßen unpassend. Immer noch fokussiere die Branche zu sehr auf die Frau um 30 und lasse ihre Generation, die Frauen ab 60, links liegen. Dabei seien gerade diese eine der attraktivsten Zielgruppen. Attraktiv nicht nur vom Aussehen her, wie Susan Sarandon, Jane Fonda oder Diane Keaton eindrucksvoll vorführen. Sondern auch voller Selbstrespekt und Selbstachtung in ihrem Wissen um die eigenen Erfahrungen und ihr aktives, privat, beruflich und politisch engagiertes Leben. »Diese Frauen haben Geld und Bildung und lassen sich nicht mehr von der Schönheitsindustrie an der Nase herumführen.«

Anita Roddick selbst möchte keinen Deut jünger aussehen, manches Mal vielleicht etwas weniger müde, doch zu ihren Falten pflegt sie ein sehr entspanntes Verhältnis: »Hab Falten, sei lebendig«, postuliert sie. Und: »Wenn wir nie Falten hätten haben wollen, hätten wir schon vor Jahren mit dem Lächeln aufhören müssen.«

Sie lacht gern, ihre Fröhlichkeit wirkt ansteckend, ihr Engagement authentisch. Die Stärke und Kraft, die sie ausstrahlt, lassen an einen Satz

von Dorothy Sayers denken, die einmal gesagt hat: »Eine Frau in fortgeschrittenem Alter lässt sich von keiner irdischen Macht unterkriegen.« Anita Roddick ist dafür das beste Beispiel. **III**

Anita Roddick setzt sich für Menschenrechte und besonders auch gegen häusliche Gewalt an Kindern ein. Ihr Unternehmen, meint sie, müsse auch dem Gemeinwohl dienen.



»STOPPT HÄUSLICHE GEWALT«

Im Rahmen einer Kampagne haben sich The Body Shop International, UNICEF und die Vereinten Nationen für eine weltweit erste Studie über die Auswirkungen häuslicher Gewalt auf Kinder zusammengeschlossen. Es sollen dadurch Verfahren und Gesetze zum Schutz von Kindern initiiert, soziale Dienste unterstützt und Aufklärungsarbeit geleistet werden. Allein hierzulande seien 82.000 Kinder unmittelbar betroffen, sagt Sylvia Tresk von UNICEF Österreich. Spätfolgen häuslicher Gewalt könnten sich noch nach Jahren in beeinträchtigter Sprachentwicklung, erhöhter Reizbarkeit, Angst oder Schlafproblemen zeigen. Kinder aus gewalttätigem Umfeld lernten zudem, dass Gewalt ein Weg sei, den eigenen Willen durchzusetzen, und führen so einmal mit hoher Wahrscheinlichkeit diesen Kreislauf fort.

»Kinder sind immer Opfer von Gewalt«, betont Maria Rösslhuber, Geschäftsführerin des Vereins Autonomer Frauenhäuser, »auch dann, wenn sie selbst nicht misshandelt werden, aber Gewalt an Angehörigen miterleben müssen.« Der Erlös der Body Shop Kampagne aus dem Verkauf von Daisy-Seifen sowie pflegenden Minzlippenstiften soll deshalb den österreichischen Frauenhäusern zugutekommen, um dort entsprechend ausgestattete Räumlichkeiten und spezielle Angebote für Betroffene einrichten zu können.

Ein Teil des Geldes wird für einen Anti-Gewalt-Comic ausgegeben, der durch den Einsatz in Schulen und Jugendgruppen der Prävention dienen soll.