



Vom Küchentisch aus startete Anita Roddick 1976 ihren Weltkonzern „The Body Shop“. Sie verwirklichte damit Ideen, die auf und unter die Haut gehen. Schönheit hatte für sie in erster Linie mit Charakter zu tun, mit Neugier, Fantasie, Humor. Die 64-Jährige ist diese Woche verstorben.

Bild: SN/EPA

Schönheit, von innen

„Es wird Zeit für eine Neudefinition der Schönheit. Für eine ganzheitliche Betrachtung, die zugleich Körper und Seele, Geist und Charakter gelten lässt.“
So lautet ein Vermächtnis von Body-Shop-Gründerin Anita Roddick.

CAROLINE KLEIBEL

Während Geschäftsideen von Männern oft in der Garage ihren Anfang nehmen, startete Anita Roddick ihren Weltkonzern „The Body Shop“ vom Küchentisch aus. Ihre naturkosmetischen Fertigkeiten hatte sie sich in jungen Jahren auf Reisen von Frauen in Afrika und Asien abgeschaut. In ihrer kleinen Küche, „in der zuweilen chaotische Zustände herrschten“ (Roddick), raspelte, mixte und experimentierte sie mit Zutaten wie Zucker, Meersalz, Honig, Hanf, Lavendel, Sesamsamen, Ananasschalen, Kakaobutter oder Eiern. Sie liebte das sensationelle Gefühl, mit den Fingern in den „Matsch“ zu greifen, Fette zu erwärmen und Düfte zu riechen. Was die Mutter zweier Töchter 1976 im englischen Brighton zunächst als ruhigen Nebenverdienst begonnen hatte, entwickelte sich zu einer außergewöhnlichen Unternehmerinnenkarriere.

Ihre Ahnungslosigkeit den ungeschriebenen Gesetzen des Marktes gegenüber sei im Nachhinein betrachtet ein wahrer Segen gewesen, meinte die quirlige Multimillionärin und Naturliebhaberin noch unlängst in einem SN-Gespräch. Mehr aus Zufall denn aus kommerziellen Überlegungen traf sie mit ihren Kosmetikprodukten aus natürlichen Inhaltsstoffen in nachfüllbaren Recyclingbehältern exakt den Nerv der Zeit. Sie hatte enormen Erfolg.

Weltweit zählt das Unternehmen heute mehr als 2000 Geschäfte in 52 Ländern. Was Roddicks Konzept so besonders auszeichnete, waren von Anfang an die strengen moralischen Prinzipien. Konsequenz setzte sie sich gegen Tierversuche sowie für einen fairen Handel mit der Dritten Welt ein. Sie kämpfte für Menschenrechte und für die Freilassung politischer Gefangener. Und immer wieder prangerte sie gängige Schönheitsdiktate an. Ethische Werte standen für Anita Roddick vor Profit. Dass sie dennoch das seit 1984 börsennotierte Unternehmen im vergangenen Jahr an den französischen Kosmetikkonzern L’Oreal verkaufte, wurde von manch kritischem Kommentar begleitet. Selbst blieb Roddick freilich auch nach dem Rückzug aus der aktiven Arbeit ihrem hohen Anspruch treu. Ungebrochen fuhr sie fort, sich für das Gemeinwohl einzusetzen. Zuletzt im Herbst 2006 mit einer viel beachteten Informationskampagne gegen häusliche Gewalt.

Anita Roddicks persönliche Geschichte war geprägt von Gegensätzen. Als Tochter italienischer Einwanderer 1942 im südeingli- schen Littlehampton geboren, fühlte sie sich als Außenseiterin stets zu anderen Außenseitern hingezogen. Sie absolvierte eine Ausbildung zur Lehrerin, arbeitete als Journalistin 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 Kibbutz und unternahm ausgedehnte Forschungsreisen in Entwicklungsländer. Von dort brachte sie jene Inspirationen für Naturkosmetika mit, die so gut

in das Umfeld einer aufkeimenden europäischen Grünbewegung passten. Immer bereiste sie die Welt weit abseits ausgetretener Pfade, um sich selbst ein Bild von Ausbeutung und Kinderarbeit, von moderner Sklaverei und unhaltbaren Lebensbedingungen zu machen.

Als Konzernchefin nahm sie an Protesten gegen die Konferenzen der Welthandelsorganisation teil. Wie David gegen Goliath zog sie ins Feld gegen die Praktiken von Esso, BP und Coca-Cola. Gleichzeitig wurde sie als Unternehmerin mehrfach ausgezeichnet und von der Queen zur „Dame“ geadelt. Für viele war sie ein Vorbild, bewies sie doch, dass sich offenbar Widersprüchliches wie ökonomischer Erfolg und verantwortungsbewusstes Handeln, hartes Geschäft und soziales Engagement, bedingungsloser Einsatz für die Umwelt und ungetrübte Lebensfreude vereinen ließ.

Eine Begegnung mit Dame Anita Roddick geriet rasch zum Treffen mit einer scheinbar guten Bekannten. Sie baute keine Barrieren auf, ging nicht auf Distanz. Interviews zu geben sei für sie fast so etwas wie eine Therapie, gestand sie. Eine äußerst willkommene Gelegenheit, manches, das ihr im Kopf herum-schwirrte, zu ordnen und ihre Gedanken in Worte zu fassen. In erstaunliche und vielfach weise Worte. Body-Shop Balsam, nicht nur für Haut und Haare, sondern ebenso für von unerfüllbaren Schönheitsanforderungen verunsicherte Seelen.

Auch wenn Anita Roddick an der fest in Männerhänden befindlichen Pharma- und Schönheitsindustrie insgesamt kaum ein gutes Haar ließ, gestand sie doch zu, dass in der Hautkrebsvorsorge jüngst einiges geschehen sei. Das war es dann aber auch schon wieder an Positivem. Immer noch werde weit mehr über Falten geschrieben als über echte Gesundheitsanliegen von Frauen. Immer noch

Grenzen setzt nur die eigene Vorstellungskraft

werde ein ausdrucksloses Gesicht, ein fader Einheitstypus 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 im Aussehen, wie Susan Sarandon, Jane Fonda oder Diane Keaton – und nicht zuletzt Anita Roddick – eindrucksvoll vorführten. Anziehend auch, was Selbstrespekt und Selbstachtung betrifft, 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“, sagte Anita Roddick.

Sie selbst, die auf keinen Fall auch nur einen Deut jünger hätte aussehen wollen, pflegte zu ihren Falten ein sehr entspanntes Verhältnis: „Hab Falten, sei lebendig“, postulierte sie. Und: „Wenn wir nie Falten hätten haben wollen, hätten wir schon vor Jahren mit dem Lächeln aufhören müssen.“

Anita Roddick lachte gern, ihre Fröhlichkeit wirkte ansteckend, ihr Engagement authentisch. „Frauen“, philosophierte sie, „können sich viel besser konzentrieren auf das Wesentliche. Wissen ist Freiheit und davon kann man nie zu viel haben. Doch einmal gesammelte Informationen sollten zu Handlung führen und dazu, die Dinge, die einen stören, selbst zu verändern: Take it personal!“

Es persönlich zu nehmen, aktiv zu sein, sei die Essenz des Menschseins. Selbst zu handeln und nicht abzuwarten, bis einem jemand anderer die Verantwortung abnimmt: „We are only limited by our own inspirations“ – Grenzen setzt uns nur die eigene Vorstellungskraft.

