

Authentisch gelebte Nachhaltigkeit bei PRIMAVERA LIFE – CSR am Beispiel Bhutan

Kurt Ludwig Nübling



PRIMAVERA®

30 Jahre Duft, Licht & Lebensfreude

PRIMAVERA LIFE ist führender Hersteller von Wohlfühlprodukten aus den Bereichen Aromatherapie und zertifizierter Bio- & Naturkosmetik. 2016 blickt das Unternehmen bereits auf eine 30-jährige Firmenhistorie zurück. Seit seiner Gründung 1986 setzt PRIMAVERA kompromisslos auf nachhaltiges Handeln und ökologische, soziale und wirtschaftliche Verantwortung. Das Herzstück des im Allgäu ansässigen Bio-Pioniers und Aromatherapie-Marktführers ist dabei die enge und faire Zusammenarbeit mit langjährigen Bio-Anbaupartnern weltweit.

Die PRIMAVERA Erfolgsgeschichte begann Mitte der 80er Jahre: Die Begeisterung für die Pflanzenkräfte der Natur, die in vielen Kulturen heilend für Körper, Geist und Seele verwendet werden, inspirierten Ute Leube und gleichgesinnte Freunde, zu denen auch Kurt Ludwig Nübling gehörte, sich mit der Wirkkraft ätherischer Öle intensiv zu beschäftigen. Öle aus hochwertiger, nachprüfbarer und bio-zertifizierter Qualität waren in Deutschland damals jedoch kaum verfügbar. So entstand der Wunsch, direkten Kontakt mit Anbauern und Destillateuren zu suchen und die Kontrolle vom

Saatgut bis zur Abfüllung in Fläschchen zu sichern. Die Frühlingsgöttin Primavera, dargestellt auf einem antiken Wandfresko aus Pompeji/Italien, wurde zum Firmenlogo. Mit kompromisslos hochwertigen, 100 % reinen zertifiziert biologischen Aromatherapie-Produkten sollten die Menschen mehr Lebensfreude, Gesundheit und Wohlbefinden erfahren können. Kurt Ludwig Nübling wurde Anfang der 90er Jahre neben Ute Leube Mitgesellschafter und Mitgeschäftsführer. Im Zuge dieser Inhaber-Veränderung wurde aus Primavera die PRIMAVERA LIFE GMBH.

Das Firmenlogo entwickelte sich zu einem Qualitätssiegel und versinnbildlicht gleichermaßen Anliegen wie Anspruch der Vision: Die Frühlingsgöttin Primavera steht für den respektvollen Umgang mit Mensch und Natur. Deren Gleichgewicht soll auch für nachkommende Generationen geschützt und erhalten werden. Die Kunden sind heute wie damals fasziniert von den sinnlichen Erfahrungen und den erstaunlichen Wirkungen ätherischer Öle. Die Wirkkraft der Aromatherapie ist wissenschaftlich belegt und in Krankenhäusern und Pflegeeinrichtungen, aber auch im privaten Bereich nicht mehr wegzudenken.

Bio-Pionier der ersten Stunde

Um die Rohstoffe so natürlich und unverfälscht wie irgend möglich zu erhalten, pflegt PRIMAVERA LIFE seit 1986 direkte Verbindungen zu Partnern weltweit. Faire Verträge mit Abnahmegarantien, Unterstützung bei Finanzierung, Umstellung auf Bio-Anbau, Schulung und Weiterbildung legten den Grundstein für langjährige faire Partnerschaften und damit für eine wahrhaftig grüne, transparente und damit nachhaltige Lieferkette aus Ländern wie z. B. Peru, Nepal, Bhutan, Türkei, Nordafrika oder dem mediterranen Raum. Die Grundsätze des respektvollen Miteinanders sind in der PRIMAVERA Unternehmensphilosophie verankert und werden tagtäglich pro-aktiv umgesetzt:

<http://www.primaveralife.com/ueber-uns/unsere-leitsaetze/>

Zertifizierte Bio- & Naturkosmetik – Pflanzenkräfte für die Schönheit

Seit 2002 gehört auch hochwertige zertifizierte Bio- & Naturkosmetik zum PRIMAVERA-Sortiment. Die kostbaren Öle und Essenzen der Natur für die Schönheit zu nutzen, war logische Konsequenz dieser neuen Produktsparte: Die volle Lebenskraft kontrolliert biologischer Pflanzen und die

langjährige Kompetenz aus der Aromatherapie wurden miteinander verbunden. Über den strengen Standard des international anerkannten NATRUE-Zertifikats (www.natrue.org) hinaus werden ausschließlich natürliche Rohstoffe hochwertigster Feinkost-Qualität verwendet, 90 % stammen aus kontrolliert biologischem Anbau. Mittlerweile umfasst das Naturkosmetik-Sortiment mehr als 50 wirksame Gesichts- und Körperpflege-Artikel.

Rechnet man die Bandbreite aus der Aromatherapie mit Einzelölen, Pflegeölen, Duftmischungen sowie Accessoires wie Duftlampen hinzu, kommt man insgesamt auf ca. 400 Artikel. Allein mehr als 140 ätherische Einzelöle in den für die Marke typischen grünen Fläschchen gehören dazu. Auch bei Verpackung, den Produktionsabläufen sowie in der Logistik wird umweltschonend gedacht und gehandelt. Der Anspruch „nachhaltiges Handeln und Wirtschaften“ reicht somit von der Ernte über Produktentwicklung und Herstellung bis zum Kunden.

Grüne Fakten & soziales Engagement

Globale und soziale Verantwortung sind elementare Säulen der PRIMAVERA Philosophie: Die Kooperationen im Sinne nachhaltigen Handelns geben insbesondere Menschen aus Entwicklungsländern wertvolle Hilfe zur Selbsthilfe. Beispielsweise wurde Anfang der 90er Jahren eine Partnerschaft mit Bhutan für die Herstellung von Lemongrassöl initiiert. Dies wurde damals in Wildsammlung geerntet und direkt auf dem Feld destilliert. Inzwischen ist es amtlich zertifiziert und als „biologisches Lemongrassöl“ bestätigt. Diese langjährige Kooperation ermöglichte den Partnern in Bhutan im Jahr 2012 den Bau einer Seifenmanufaktur, die neben Lemongrass ausschließlich Pflanzenrohstoffe aus Bhutan verwendet. Die Unterstützung dieser Seifenmanufaktur war somit ein weiterer Schritt dieser Zusammenarbeit. Im Rahmen des PRIMAVERA „Glück teilen“-Projekts wurden die Bio-Seifen in PRIMAVERA-Sondereditionen eingebunden. Diese zusätzliche Einnahmequelle ermöglicht heute mehr als 100 Familien ein selbstbestimmtes Leben.

Corporate Social Responsibility (CSR) wird bei PRIMAVERA umfassend und nachhaltig umgesetzt, so dass die Hilfe auf verschiedenen Ebenen greift und sich wertvolle Synergie-Effekte ergeben.

Ein weiteres Projekt, initiiert von der bekannten indischen Umweltschützerin Dr. Vandana Shiva, hilft Kleinbauern im Baumwollgürtel in Indien

beim Aufbau von Bio-Landwirtschaft und unterstützt junge Frauen beim Erlernen handwerklicher Fertigkeiten. So wurde für Vandana Shiva's Navdanya-Projekt eine Sonderedition aus dem Bereich Aromatherapie entwickelt. Die verflochtenen CSR-Aktivitäten können in der Kommunikation mit dem Kunden transparent, glaubhaft und nachvollziehbar vermittelt werden.

Naturparadies – gelebte Nachhaltigkeit

Das im Herbst 2010 bezogene, nach höchsten baubiologischen und damit Ressourcen sparenden Prämissen konzipierte Firmengebäude in Oy-Mittelberg, wurde von Kurt Ludwig Nübling zusammen mit dem Architekten Hans-Peter Meyer (Vitalarchitektur, Weitnau) geplant. Unternehmensmitgründer Nübling wirkte hier federführend aufgrund seiner umfassenden Baubiologie- und Feng-Shui-Kompetenz. Das Firmengebäude spiegelt die nachhaltige Philosophie und ökologisch orientierten Leitsätze von PRIMAVERA LIFE wider. Der Erdaushub des Gebäudes wurde zu 100 % landschaftsgärtnerisch wieder verwendet: So konnte der Natur bedeutend mehr zurückgegeben werden als zuvor vorhanden war. Ein Rosen- und Heilkräuter-Erlebnispark umfasst derzeit 55.000 Pflanzen auf 49.000 m² Fläche. Das begrünte Dach, als Bienen- und Schmetterlingswiese für zusätzlichen Lebensraum geschaffen, steht für die perfekte Symbiose aus Naturschönheit und ökologischem Nutzen. Diese Maßnahmen wurden mit dem Siegel „Soil & More“ zertifiziert.

GREEN BRANDS: CO₂-Neutralität um 500 % übertroffen

Durch die spezielle Bauart des Gebäudes, das sich in die alpenländische Landschaft einfügt, und die Gestaltung des Außengeländes wurde das Ziel einer vollkommenen CO₂-Neutralität gleich von Anfang an um 500 % übertroffen. Auf fossile Brennstoffe konnte konsequent verzichtet werden. Auch in der Innenausstattung wurde der Gedanke eines ökologisch konzipierten, aber gleichzeitig kosteneffizienten Feng-Shui-Firmengebäudes komplett fortgesetzt. Ein besonderes Lichtlenksystem beispielsweise spart 80 % der Stromkosten im Vergleich zu herkömmlicher Technik. Dies alles wurde mit dem Umweltsiegel GREEN BRANDS GERMANY 2017/2018 nun bereits zum dritten Mal mit einer Verbesserung der Werte um 6 % erneut bestätigt. Die Auszeichnung stellt im Zwei-Jahres-Turnus die relevanten Parameter immer wieder auf den Prüfstand. So soll eine kontinuierliche

Verbesserung erzielt werden. Im Firmengebäude sind die Abteilungen Forschung & Entwicklung, Produktion, Marketing, Vertrieb und Verwaltung untergebracht. Ein außergewöhnlich gestalteter Duft- & Naturkosmetikshop mit 600 m² Fläche gilt mittlerweile in der Region als attraktiver Anziehungspunkt für Events rund um die Themen Aromatherapie, zertifizierte Bio- & Naturkosmetik, Nachhaltigkeit und Umweltschutz. PRIMAVERA leistet hier eine wertvolle Wissensvermittlung zu den Themen Ökologie und Nachhaltigkeit.

Mit seiner durchweg „grünen“ Strategie hat PRIMAVERA LIFE ein zukunftsfähiges Unternehmen aufgebaut: Am Firmensitz in Oy-Mittelberg sind heute rund 200 Mitarbeiter beschäftigt. Die ausschließlich dort entwickelten und produzierten Wohlfühl- und Kompetenzprodukte werden in 32 Länder exportiert. Das ganzheitliche Engagement des Allgäuer Bio-Pioniers spiegelt sich auch im PRIMAVERA-Slogan „Die Liebeserklärung an Mensch & Natur“ wider.

CSR in Bhutan, dem Land des Donnerdrachens

Seit der Gründung vor 30 Jahren liegt den Unternehmensgründern besonders die vertrauensvolle Kooperation mit den Anbaupartnern in aller Welt am Herzen. Und so verdeutlicht auch die Zusammenarbeit zwischen PRIMAVERA und den Menschen in Bhutan dieses intensive Bestreben für nachhaltiges Denken und Handeln.

In den frühen 80er-Jahren hatte Bhutan die Wildsammlung und Ölgewinnung aus Lemongrass als ökologisches Projekt gestartet. 1990 erfuhren die PRIMAVERA-Gründer Ute Leube und Kurt Ludwig Nübling durch einen Kontakt mit dem bekannten Bergsteiger Heinrich Harrer davon und interessierten sich sofort für dieses besondere ätherische Öl, welches ausgezeichnete Raumlufthilfende Eigenschaften hat. Das Gras wächst im Osten des Landes an extrem steilen Hängen. Deren Ernte und Destillation zu ätherischem Öl stellt eine wichtige Einkommensquelle für die Landbevölkerung dar. Dass das Lemongrass nur mit der Sichel von Hand geschnitten, nicht aber ausgerissen wird, hilft zugleich dabei, einer Erosion des Bodens vorzubeugen. Nübling bahnte erste Kontakte über das Landwirtschaftsministerium an und schrieb einen Brief an die Regierung in Bhutan. Diese lud zu weiteren Gesprächen ein und stellte erste direkte Kontakte zu bhutanischen Bauern her. Einige Besuche und Gespräche später überzeugte Kurt L. Nü-

ling seine Ansprechpartner vor Ort von den Vorteilen des Bio-Anbaus dieses intensiv frisch-duftenden Grases.

So entstanden die Kontakte zur Kooperative BIO BHUTAN, PRIMAVERA-Bio-Anbaupartner. Die Mitglieder ernten vor Ort nun seit 26 Jahren das grüne, langstängelige Lemongrass immer noch von Hand, verarbeiten es in kleinen Destillen vor Ort zu ätherischem Lemongrassöl und liefern dieses direkt nach Deutschland zu PRIMAVERA! Dort wird es als naturreines ätherisches Öl zur aromatherapeutischen Anwendung in den Produkten angeboten und in den Rezepturen der zertifizierten Bio- & Naturkosmetik weiterverarbeitet.

Glück als Staatsziel

Das kleine Land Bhutan, am Rande der gewaltigen Bergmassive des Himalayas, hat mit Weitsicht und Klugheit bereits in den 70er Jahren ganz individuelle Ziele formuliert, die den Schutz der Natur und die Lebensweise der Menschen betreffen.

Bhutan legte das Glück als Staatsziel fest! Seitdem bestimmt das Wohlbefinden jedes einzelnen Bürgers die tägliche Regierungsarbeit und wird sogar Jahr für Jahr in Bevölkerungsumfragen neu bewertet.

Der Begriff „Bruttonationalglück“ wurde 1979 vom damaligen König Jigme Singye Wangchuck geprägt. Er wollte damit einem Journalisten verdeutlichen, wie wichtig für das Land das Bewahren der eigenen kulturellen Identität und der Werte des Buddhismus sind. Er grenzte sich damit vom westlichen Bestreben nach immer schnellerer und höherer Produktivität ab. Er formulierte damals das Ziel, dass jeder Mensch in Bhutan so glücklich wie möglich leben soll. Für die entsprechenden Rahmenbedingungen ist die Regierung zuständig. Seit 2006 setzt sich mittlerweile sein Sohn engagiert für Demokratie und Nachhaltigkeit ein. Anhand eines Wertekatalogs lässt er jährlich die Zielerreichung der Glücksformel im Rahmen einer Bevölkerungsumfrage überprüfen.

„Wir müssen uns immer daran erinnern, dass unser Land Bhutan in diesen stetig ändernden Zeiten vor immense neue Herausforderungen und Möglichkeiten gestellt wird. Welche Arbeit wir auch tun, welche Ziele wir auch haben – und egal, wie diese sich in der wandelnden Welt verändern mögen – ohne Frieden, Sicherheit und Freude haben wir nichts. Das ist die

Essenz der Gross-Happiness-Philosophie. Unser wichtigstes Ziel ist der Frieden und das Glück für unser Volk und die Sicherheit und Souveränität der Nation.“, so Seine Majestät Jigme Khesar Namgyel Wangschuck, der 5. König von Bhutan.¹

Diese 4 Säulen des Bruttonationalglücks definierte das Land:

- Vertrauensbewusste Regierungsführung
- Sozial gerechte Gesellschafts- & Wirtschaftsentwicklung
- Schutz der kulturellen Vielfalt
- Umwelt- & Naturschutz²

„Bioland“ Bhutan

Bhutan erstreckt sich über drei Klimazonen. Von Regenwäldern mit exotischen Pflanzen bis zu alpinen Hochlagen reicht das Klima- und Temperaturspektrum. Daraus ergibt sich eine beeindruckende Tier- und Pflanzenvielfalt. Bhutan ist ein Tier- und Pflanzenparadies am Himalaya. Die Menschen dort sind sich dessen bewusst und bringen der Natur großen Respekt entgegen. Wer heute in Bhutan einen Baum fällt, muss zwei dafür nachpflanzen. 60 % des Landes stehen unter Naturschutz. Auf den Erhalt der Pflanzen- und Tiervielfalt wird so sehr geachtet, dass Bhutan aktuell anstrebt, bis 2020 das erste Bio-Land der Erde zu werden, das seine Landwirtschaft komplett zu 100 % auf Bio-Anbau umstellt.

Umweltschutz und ökologischer Landbau sind damit als politische Richtlinien klar definiert. Dank der Initiative von PRIMAVERA wurde Anfang der 90er Jahre der Anstoß gegeben, in Bhutan auf ökologischen Landbau zu setzen.

Seifenprojekt des Bio-Anbaupartners

Das aromatisch-frische ätherische Lemongrassöl ist seit einiger Zeit für weitere Familien zur Lebensgrundlage geworden. Vor ein paar Jahre hörte Andrea Dahm, Produktmanagerin bei PRIMAVERA, von dem Plan, in Bhutan die Seifenherstellung einzuführen, um der örtlichen Lemongrass-Kooperative zusätzliche Einnahmequellen zu erschließen.

¹ Quelle: www.bhutan-horizonte.de.

² Quelle: www.bhutan-horizonte.de.

Man startete mit dem Aufbau einer Seifenmanufaktur. Das Ergebnis ist eine ganz besondere Naturseife, die sorgfältig nach traditioneller Handwerkskunst aus regionalen Heilpflanzen wie Senföl, Ingwer und Lemongrass hergestellt wird. Verpackt wird sie in handgeschöpftes Papier, das aus der Rinde des Daphnestrauchs hergestellt wird. Vom Verkaufserlös der ersten PRIMAVERA-Naturseifen Lemongrass Ingwer konnte der Bau der ersten Seifenmanufaktur Bhutans vorangetrieben und 2013 fertig gestellt werden. Seit diesem Zeitpunkt ist die Naturseife mit dem Namen „Glück teilen“ fester Bestandteil des PRIMAVERA-Sortiments.

Die Verwendung der heimischen Pflanzen unterstützt das Land in seinen Bemühungen zur wirtschaftlichen Eigenständigkeit und fördert die biologische Vielfalt der Pflanzenwelt. In der Verfassung Bhutans ist der Umweltschutz ausdrücklich berücksichtigt.

Die Naturseife wird zu 85 % von Frauen hergestellt und bindet diese so in das Wirtschaftsleben ein. Durch die Seifenherstellung erhalten die Familien eine zusätzliche Einnahmequelle. Mit diesem Zusatzeinkommen können sich die Familien leisten, ihre Kinder zur Schule zu schicken.

Weitere Projekte

2013 erfuhr PRIMAVERA durch seinen Anbaupartner BIO Bhutan von einem weiteren Projekt. In der Nähe des Lemongrassgebietes gibt es eine Schule, Dechenphodrang, die von bhutanischen Mönchen geleitet wird. 280 Kinder leben und lernen dort. Ihre Eltern sind oft sehr arm oder wohnen zu weit weg für den täglichen Weg zur Schule. Die Kinder schlafen auf dünnen Matten auf dem kalten Boden ihres Klassenzimmers. Draußen gibt es einen alten, brüchigen Steinwassertank mit kaputten Wasserhähnen. Dort waschen sich die Schüler und reinigen ihre Kleidung.

PRIMAVERA initiierte daraufhin die Aktion „Glück teilen“ zugunsten der Kinder und veranlasste dank der Erlöse aus der Weihnachtskollektion aus 2013 eine Spende für den Bau eines neuen Wassertanks und die Anschaffung von Stockbetten.

Diese Projekte machen deutlich, dass soziale Verantwortung (CSR = corporate social responsibility) nach der Werte-Definition von PRIMAVERA darauf ausgerichtet ist, eine kontinuierliche, auf Langfristigkeit ausgelegte

ganzheitliche Verbesserung und Weiterentwicklung im Sinne der Nachhaltigkeit zu unterstützen.