

Anita Roddick

Es gibt drei Milliarden Frauen, die nicht wie Supermodels aussehen, und nur acht Frauen, die es tun!“ Anita Roddick strahlt übers ganze Gesicht, wenn sie diesen Slogan einer ihrer letzten großen Body-Shop-Kampagnen zitiert. Und sie liebt Ruby. Die dralle Rothaarige, die als Symbol für diese Kampagne steht. Ruby ist eine Puppe und das Gegenstück zu Barbie: Sie hat breite Oberschenkel und Hüften, einen Bauch, volle Brüste und ein rundes Gesicht. Ruby ist Anita Roddicks Symbol für „True Beauty“.

Vor 22 Jahren gründete Anita Roddick, Kind italienischer Einwanderer, in Brighton ihren ersten „Body Shop“, einen kleinen Laden mit selbstgemachter Naturkosmetik. Heute ist sie zusammen mit Ehemann Gordon Vorstandsvorsitzende des weltweiten Body-Shop-Unternehmens, das einen Jahresumsatz von 1,8 Milliarden Mark ausweist. Ihr Vermögen wird auf über 200 Millionen Mark geschätzt.

Doch Idealistin ist sie geblieben. Vor allem jungen Frauen und Mädchen möchte sie mit den regelmäßigen Kampagnen, die in allen 1 660 Filialen des Body Shop weltweit laufen, mehr Selbstbewusstsein vermitteln. Immer wieder prangert sie den Schlankheitswahn der westlichen Gesellschaften an: „90 Prozent aller jungen Frauen möchten gern abnehmen.

Woher kommt das? Vor 25 Jahren wogen Fotomodelle acht Prozent weniger als der Durchschnitt der Frauen. Heute wiegen sie 23 Prozent weniger. Heute sind sogar magersüchtige Patientinnen noch dünner, als sie es vor einigen Jahren waren. Die Diätindustrie legt derweil an Gewicht zu. Zur Zeit setzten sie allein in den USA rund 33 Milliarden Dollar um. Ich behaupte: Wer den Körper einer Frau kontrolliert, kontrolliert auch das Wesen einer Frau.“

Einer solchen Kontrolle hat sich Anita von klein auf entzogen. Sie galt als wildes Mädchen. In ihrem Buch „Body and Soul“ beschreibt sie: „Schon als kleines Kind in Littlehampton wurde mir bewußt, daß wir anders waren als englische Familien. Wir waren laut. Machten ständig Lärm, schrien und keiften herum, spielten laute Musik, aßen Nudeln und rochen nach Knoblauch.“

Dieses Anderssein, etwas Besonderes sein hat die Unternehmerin geprägt. „Ich wollte – mußte – anders sein. Es hatte etwas mit meiner ganz privaten Vorstellung von Unsterblichkeit zu tun. Für mich war Anonymität gleichbedeutend mit Tod. Ich verehrte James Dean bis zum Wahnsinn, und diese Verehrung war gleichsam ein Aufbegehren gegen meine Anonymität in dem verschlafenen Küstenstädtchen, in das mich das Schicksal verschlagen hatte.“



Nach der Schule, einer Ausbildung als Lehrerin und einigen Jahren im Schuldienst zog es Anita Roddick auf den „Hippie Trail“. Sie reiste um die Welt, verdiente sich ihr Geld in verschiedenen Jobs. „Ich liebte das Treffen mit jungen Leuten, die frei und ungebunden herumreisten, überall zu Hause waren, sich kennenlernten und wieder auseinandergingen, immer auf Achse waren, die Welt und ihre eigenen Fähigkeiten erforschten.“

Auf ihren Reisen nach Tahiti, Australien und Afrika kam sie das erste Mal mit Naturkosmetik in Kontakt, eine Erfahrung, die ihren weiteren Lebensweg prägte.

Doch erst einmal heiratete sie Gordon Roddick, einen stillen Romantiker. Sie bekam zwei Töchter

von ihm, das war erst mal das Ende ihres gemeinsamen Traums, nach Australien zu gehen und eine Ananasplantage zu gründen.

Sie kauften statt dessen ein heruntergekommenes Hotel in Littlehampton und schlugen sich mehr schlecht als recht durch. Dann erwarben sie ein Restaurant dazu, das prächtig lief. Doch nach drei Jahren waren sie ausgepowert. Sie verkauften das Restaurant, und Gordon beschloß, sich einen Traum zu erfüllen: Er wollte mit einem Pferd von Buenos Aires nach New York reiten.

Anita Roddick erinnert sich heute noch an den Moment, als er ihr seinen Plan gestand: „Ich war alles andere als begeistert darüber, zwei Jahre lang allein mit den Kindern zu bleiben. Andererseits habe ich ihn grenzenlos dafür bewundert, daß er so eine romantische, verrückte und mutige Idee hatte. Ich konnte ihm unmöglich böse sein. Ich habe immer Leute bewundert, die nach Außergewöhnlichem streben, die ihren Träumen und Leidenschaften folgen, die große und verrückte Dinge in Angriff nehmen.“

Jetzt hieß es, ihr eigenes Leben zu planen. Sie beschloß, einen kleinen Laden aufzumachen, mit Basiskosmetikprodukten in verschiedenen Größen: „Ich ärgerte mich nämlich schon seit Jahren darüber, daß man nirgends normale Kosmetiksachen in kleinen Mengen kaufen konnte.“ Sie nahm einen Kredit über 4 000 Pfund auf und mietete einen kleinen, feuchten Ladenraum in Brighton, 20 Kilometer von Littlehampton entfernt, den sie mit dunkelgrüner

Farbe ausmalte („weil nur diese Farbe die feuchten Stellen an den Wänden überdeckte“). Zusammen mit einem jungen Drogisten aus der Umgebung entwickelte sie die ersten 25 Produkte aus Kakaobutter, Jojobaöl, Mandelöl und Aloe Vera – alles Zutaten, die sie bei den Frauen auf Tahiti kennengelernt hatte. Die billigsten Behälter, die sie auftreiben konnte, waren Plastikflaschen, wie sie von Krankenhäusern für Urinproben verwendet wurden. „Ich hatte aber nicht so viel Geld, diese Fläschchen in größeren Mengen zu kaufen, deshalb kam ich auf die Idee, den Kunden anzubieten, leere Flaschen wieder auffüllen zu lassen.“

Das Body-Shop-Konzept war geboren. Noch heute zeigen sich alle Filialen in dem typischen grünen Design, werden die Produkte überwiegend aus Naturstoffen gewonnen, die Inhaltsstoffe werden auf dem Etikett genau erklärt und viele in Plastikflaschen verschiedener Größe angeboten, die zurückgegeben oder wieder gefüllt werden können. Die Zentrale des Weltkonzerns ist übrigens immer noch in Brighton – und natürlich in dunkelgrün.

Kann sie jungen Mädchen ihren eigenen Lebensweg empfehlen? Anita Roddick wirft ihre dunklen Locken zurück, überlegt und sagt: „Ich würde ihnen raten, shape your life. Also gestalte dein Leben! Ich selbst war ein Outsider, eine Immigrantin, ich hatte vor nichts Angst. Ich sah meine Mutter, wie sie unser italienisches Restaurant schmiß. Und ich lernte: Erfolg kommt nicht ohne Arbeit. Aber diese Arbeit

muß Spaß machen. Schauen Sie sich an, welchem Streß Mädchen und Jungs heute ausgesetzt sind. Die Ausbildung ist kein Vergnügen mehr, es ist reines Karrieretraining für Jobs, die gar nicht mehr existieren. Und Jugend ist zu einem Werbegag verkommen.“

„Enjoy yourself“ ist deshalb Anita Roddicks Botschaft. Erfolg bedeutet für sie:

1. Wichtig sein,
2. den eigenen Lebensunterhalt verdienen,
3. das eine Leben, das du hast, nutzen,
4. schon morgens lachen.

Für mangelndes Selbstwertgefühl junger Mädchen macht sie zehn gesellschaftliche Symptome aus: Sexismus, Rassismus, Gewalt, Einsamkeit, Abhängigkeit, fehlendes Selbstvertrauen, Drogenmißbrauch, Pessimismus, Depression, Neid. Und setzt zehn gesellschaftliche Symptome für ein hohes Selbstwertgefühl dagegen: Sexuelle Freiheit, Gemeinschaftsgefühl, Meinungsfreiheit, sozialer Fortschritt, Optimismus, Stolz, Vertrauen, Kreativität, Unabhängigkeit und Wohlbefinden.

Sabine Asgodom leitet bei der „Cosmopolitan“ das Ressort „Karriere, Multimedia, Finanzen“. Sie initiierte 1996 die „Mentoring-Aktion“ der Frauenzeitschrift, in deren Rahmen jeden Monat einer Leserin eine Mentorin vermittelt wurde. Sabine Asgodom ist daneben Buchautorin („Eigenlob stimmt“, „Reden ist Gold“), Management-Trainerin und Coach, vor allem für Frauen.