

# Gemein- wohlbericht 2018



# Weil der Mensch und die Umwelt im Vordergrund stehen müssen

## Was ist „Gemeinwohl Ökonomie“?

„Ein gutes Leben für alle“ – das ist das angestrebte Ziel der Gemeinwohl Ökonomie. In dieser Form der Marktwirtschaft stehen weniger Gewinnmaximierung und Konkurrenz im Fokus, sondern das Gemeinwohl und die dazu notwendigen Kooperationen. Die Gemeinwohlbilanz gibt Unternehmen Auskunft über ihren Erfolg anhand definierter gemeinwohl-orientierter Werte.

## CULUMNATURA® und das Gemeinwohl

Wir gehen unseren Weg seit jeher konsequent, natürlich und ehrlich. Werte, die wir vertreten und leben, decken sich seit der Firmengründung im Jahr 1996 zu einem großen Teil mit jenen der Gemeinwohl Ökonomie. Daher war es für uns eine logische Konsequenz ein Teil dieses Wirtschaftssystems zu werden und für „ein gutes Leben für alle“ einzustehen.

.....



### A: LieferantInnen

- A1 Menschenwürde in der Zulieferkette
- A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette
- A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette
- A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

### B: EigentümerInnen & FinanzpartnerInnen

- B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln
- B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln
- B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung
- B4 Eigentum und Mitentscheidung

### C: Mitarbeitende

- C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz
- C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

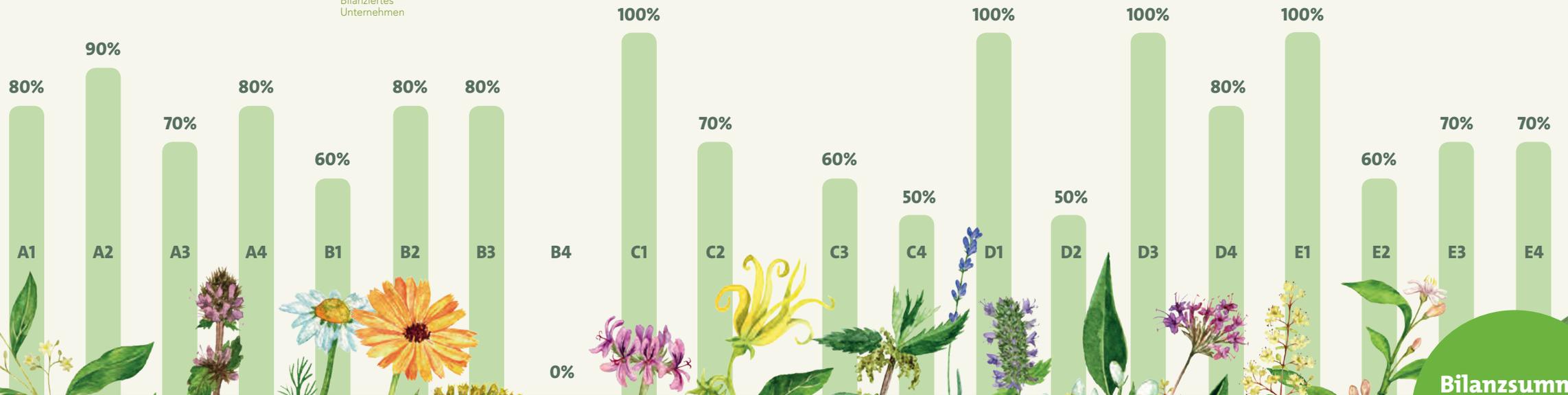
- C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden
- C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

### D: KundInnen & Mitunternehmen

- D1 Ethische KundInnenbeziehungen
- D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen
- D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen
- D4 KundInnenmitwirkung und Produkttransparenz

### E: Gesellschaftliches Umfeld

- E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen
- E2 Beitrag zum Gemeinwesen
- E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen
- E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung



Bilanzsumme

722

von 1.000

# Weil wir nur einen Weg kennen, uns der Natur zu verschreiben: Mit Haut und Haaren

Diesem Leitsatz bleiben wir auch im Hinblick auf unsere Lieferanten treu. Beste Qualität, fairer Einkauf, Natürlichkeit der Rohstoffe und Regionalität haben für uns oberste Priorität. So erfolgt der Zukauf von Rohstoffen oder im Lohnauftrag gefertigten Waren sowie von Büromaterial und Ähnlichem nach genau diesen Kriterien:

**Natürlich fair und partnerschaftlich**  
 Natürlich fair und partnerschaftlich. Lieferanten und Partner sind wichtige Bestandteile unseres Unternehmens, die unsere Philosophie verstehen und diese mittragen. Daraus ergeben sich geschäftliche Beziehungen, geprägt von gegenseitigem Respekt und Fairness.



**Biologischer Ursprung/  
Zertifizierung**



**Möglichst regionale  
Herstellung oder  
Verarbeitung**



**LieferantInnen sind  
langjährige Partner**

**Zusammen-  
arbeit nach  
dem Prinzip  
der Fairness**



**Qualität VOR  
Einkaufspreis**



## Qualität VOR Preis

Wir pflegen direkten Kontakt zu Erzeugern und Herstellern. Viele Rohstoffe für unsere Pflanzenhaarfarben beziehen wir direkt aus Indien. Somit entfällt der Preisdruck auf unsere Partner, da wir auf Zwischenhändler verzichten können. Hervorragende Qualität hat ihren Preis, das wissen wir und den bezahlen wir auch gerne. Dabei verzichten wir gänzlich auf unnötige Verhandlungen oder Forderungen auf Mengenrabatt.

## Auf Augenhöhe

Zumindest einmal jährlich finden Audits und Meetings statt, in denen faire, partnerschaftliche Beziehungen gefestigt und Anliegen besprochen werden können. Generell legen wir viel Wert darauf, unsere Partner persönlich zu kennen. Daher nehmen wir uns auch immer gerne die Zeit für Werksbesichtigungen oder Besuche bei Erzeugern und Herstellern.

.....

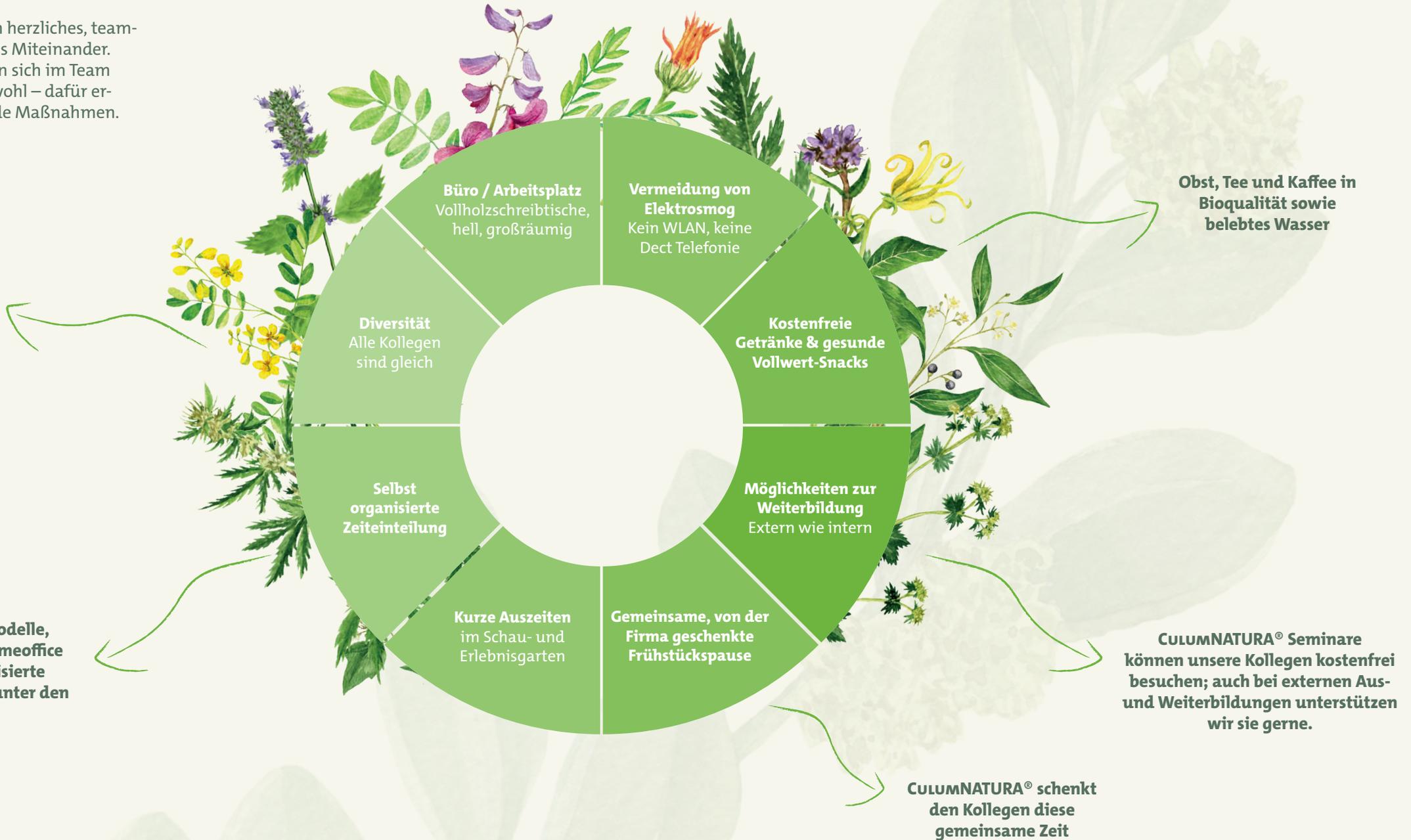
# Weil wir gemeinsam natürlich mehr erreichen

Wir legen Wert auf ein herzliches, team- und NATURorientiertes Miteinander. Unsere Kollegen fühlen sich im Team und am Arbeitsplatz wohl – dafür ergreifen wir umfassende Maßnahmen.

.....

Unsere Kollegen kommen aus Österreich, Deutschland, Polen und Kroatien.

Durch Gleitzeitmodelle, Möglichkeit für Homeoffice und selbstorganisierte Urlaubseinteilung unter den Kollegen



# Weil Fairness in unserer NATUR liegt

Vor allem faire Preisbildung ist uns wichtig. Denn wir wissen aus eigener Erfahrung, wie schwierig es sein kann, zu bestehen, wenn ein kleines Unternehmen im Gegensatz zu großen Konzernen nicht in den Genuss von Vorteilen wie einem Mengenrabatt kommt. Deshalb gilt bei CULUMNATURA®: **Gleicher Preis für alle.**

## Von NATUR aus stark

Wir stärken die Entwicklung der NATUR-friseure, daher beliefern wir ausschließlich den Fachbereich. Unsere Produkte gibt es nirgendwo sonst zu kaufen – auch nicht über Online-Shops. NATUR-friseure investieren Zeit und Geld in ihre Ausbildung sowie in Kundenberatung und -behandlung. Wir machen uns nicht selbst zum größten Konkurrenten unserer Kunden, sondern unterstützen und stärken sie durch exklusive Belieferung mit unseren Produkten.

**Neukunden** gewinnen wir durch Informationsveranstaltungen – wir verzichten bewusst auf einen Verkaufsaußendienst. Es gibt weder Vertriebskollegen noch umsatzabhängige Bestandteile im Gehalt.

**Stammkunden** werden mehrmals im Jahr zu einem Kundentreffen eingeladen. Darüber hinaus bieten wir für Fachfragen eine kostenfreie Infoline.

## Weil wir nachhaltig ökologisch weiterdenken

CULUMNATURA® Produkte sind reine NATURkosmetik in Bio-Qualität und können problemlos im Biokompost entsorgt werden. Wir legen Wert darauf, dass möglichst wenige Produkte viele Anwendungsbereiche abdecken (kleines Produkt-Portfolio) und dabei so effizient wie möglich eingesetzt werden können. So gibt es viele unserer Produkte in konzentrierter Form – sie werden einfach direkt vor der Anwendung mit Wasser verdünnt. Das wirkt sich positiv auf Umwelt, Verpackung und Transport aus.



# Verpackung, ganz natürlich

## Haut- und Haarpflegeprodukte

→ Verpackung: Glas oder Kunststoff – jeweils recyclebar

## Pflanzenhaarfärben

→ Verpackung: Einmalig eine Weißblechdose kombiniert mit wiederbefüllbarem Papiersackerl

## Holz- und Hornwerkzeuge

→ Verpackung: Holzkistchen, Korkfüllung bzw. Holzwolle

## Produktversand & Transport

→ Füllmaterial: Geschredderte Altkartons



Das Baukastenprinzip: Alle unsere Produkte sind untereinander mischbar. Somit kann individuell auf veränderte Kundenbedürfnisse reagiert und beim Produktkauf eingespart werden, was sich wiederum positiv auf die Umwelt (Abfallvermeidung, abwasserschonend) und auf die Lagerhaltungskosten unserer Kunden, speziell bei Kleinbetrieben, auswirkt.

## Jede Meinung zählt

Rückmeldungen und Ideen unserer Kunden finden bei CULUMNATURA® immer Gehör. Egal, ob zu Neuentwicklungen, Produkttests, Verpackungsmaterial oder Dienstleistungen – wir freuen uns, wenn Kunden den Weg gemeinsam mit uns gehen: Konsequenz, natürlich, ehrlich. Deshalb sind unsere Produktinformationen auch öffentlich zugänglich.

.....



## Weil wir nicht unseren Gewinn, sondern Wissen & Bewusstsein maximieren wollen

Wir verzichten auf eine Gewinnausschüttung und investieren stattdessen in arbeitserleichternde Maschinen und Geräte, notwendige Umbauten, aber auch in unsere Zukunft. So unterstützen wir unter anderem:

- Berufskranke Friseure
- Friseur-Berufsschullehrer
- Berufsschüler/Lehrlinge
- NGOs
- Behindertenwerkstätten

Darüber hinaus haben wir bereits zweimal ein halbes Stipendium für die AEMS Summer School für Wissen rund um

alternatives Wirtschaften vergeben. Eine besondere Freude ist die Kooperation mit der Behindertenhilfe „Pfiffikus“: Im Zuge derer übertragen wir diverse Fertigungs-, Verpackungs- und Sortierarbeiten und leisten so einen sinnvollen Beitrag.

Kunden, die sich für eine Umstellung oder Gründung eines Salons entscheiden, unterstützen wir in Form von Ratenzahlungsmöglichkeiten ohne Zinsen oder Bearbeitungsgebühren und stellen ihnen Werbemittel kostenfrei zur Verfügung.

.....

## Weil jeder Mensch das Recht auf Gesundheit und Natürlichkeit hat

Unser Beitrag für die Gesellschaft besteht aus vielen kleinen und großen Maßnahmen und Handlungen. Wir haben einen Weg gefunden, kosmetische, für Umwelt und Mensch wertvolle und unbedenkliche Pflegemittel in Bio-Qualität anbieten zu können. Und diesen Weg werden wir auch in Zukunft konsequent verfolgen.

### Die Ausgangspunkte unseres Weges

Den wichtigsten Punkt bildet die **Aufklärung**. Wir vermitteln unser Wissen weiter

und räumen mit gängigen Vorurteilen auf. Außerdem regen wir **kritische Blicke** auf Inhaltsstoffe in der Kosmetik an und bieten sowohl Konsumenten als auch Friseuren eine **natürliche, gesunde Alternative**. Unser Anspruch: **maßvolle Information statt manipulierender Werbung**.

.....

## Was uns natürlich noch am Herzen liegt

- Kooperation mit der Behindertenhilfe Korneuburg „Pfiffikus“
- Der CULUMNATURA® Sozialtag
- Internationaler Tag der NATURfriseurInnen am 09. Oktober
- Förderung der Berufsschulen





Impressum  
CULUMNATURA®  
Wilhelm Luger GmbH  
E-Werkgasse 13, A-2115 Ernstbrunn  
Tel.: +43 2576/20 89  
info@cumnatura.at

**cumnatura.com**



Der gesamte GWÖ Bericht kann auf [www.cumnatura.at](http://www.cumnatura.at) nachgelesen werden.