

Frauen, die etwas unternehmen!

Sheela Levy ist Präsidentin der The Body Shop Switzerland AG. Sie hat zusammen mit ihrem Mann Ivan Levy The Body Shop vor 26 Jahren in die Schweiz gebracht. Seit sieben Jahren ist sie Mitglied des Leadership Board der Kennedy School of Government in Harvard. Sheela Levy ist eine wahre Kosmopolitin: Sie hat in diversen Ländern gearbeitet und gelebt und spricht sechs Sprachen. Mit grosser Leidenschaft engagiert sie sich für das Wohlergehen von Kindern und unterstützt unter anderem das Kinderhilfswerk Children on The Edge, das Tumani Aidswaisenhaus in Kenia und den Magic Bus, ein HIV/Aids-Präventionsprojekt in Indien.

Wie kamen Sie dazu, The Body Shop in der Schweiz zu lancieren?

Ich habe The Body Shop in den frühen 80er-Jahren in London kennen gelernt. Ich war ein grosser Fan und habe sehr viel Zeit und Geld im Shop an der Kings Road investiert. Ivan, mein Mann, und ich waren damals jung, voller Abenteuerlust und bereit, überall hinzuziehen. Als ein enger Freund von uns den Vorschlag machte, in Kuwait ein Geschäft aufzuziehen, war ich Feuer

In einer losen Reihe stellt Ihnen das eva-Programm spannende Frauen vor, die durch ihre Einsätze besonders erfolgreich waren. Erfahren Sie heute mehr über Frau Sheela Levy, CEO von The Body Shop Schweiz



und Flamme, dort ein The Body Shop zu eröffnen. Leider wurde die Franchise für den Mittleren Osten 6 Monate zuvor an jemand anderen vergeben. Aus irgendeinem Impuls heraus haben wir dann gefragt, wie es für die Schweiz aussehen würde. Ich wurde schliesslich von Anita und Gordon Roddick zu einem Treffen eingeladen und nach einem 4-stündigen Interview nahm die Geschichte von The Body Shop Schweiz ihren Anfang. Am 15. August 1983 eröffneten wir unseren ersten Shop in der Stadelhofen-Passage. Es war ein kleiner 25-Quadratmeter-Shop mit einer Wendeltreppe, die hoch zu einem Coiffeursalon führte. Es waren wirklich sehr interessante Tage.

Wie konnten Sie Familie und Beruf in der Startphase unter einen Hut bringen?

Im Januar 1984 kam unsere Tochter Shaana auf die Welt. Bis zu diesem Zeitpunkt haben mein Mann und ich gemeinsam den Shop geführt. Nach der Geburt begann ich, Teilzeit zu arbeiten. Wir hatten das Glück, eine wundervolle ältere Dame aus Frankreich zum Babysitten gefunden zu haben. Als Shaana mit 3½ Jahren in die Inter Community School in Zumikon eintrat, wurde alles etwas einfacher. Viele Jahre habe ich während der Schulstunden gearbeitet und danach die Zeit mit meiner Tochter verbracht.

Inwiefern haben sich die Wertsätze von The Body Shop in den letzten 20 Jahren - beispielsweise durch den Tod von Anita Roddick, der Gründerin von The Body Shop, oder der Übernahme durch den französischen Konzern L'Oréal Group - verändert?

The Body Shop International ist von einem kleinen Familienunternehmen zu einem globalen Unternehmen mit über 2600 Shops geworden. The Body Shop Schweiz ist aber immer noch ein Familienunternehmen geblieben - mein Mann und ich sehen unsere Mitarbeiter als Teil einer grossen Familie. Auf globaler und auf lokaler Ebene ist The Body Shop strukturierter und organisierter geworden. Unsere Produkte sind in der Wirksamkeit und der Formulierung noch besser geworden. Unser grösster Stolz ist aber, dass wir noch nie so viele Community Trade Partner hatten wie jetzt. Anita Roddick war das Herz und die Seele von The Body Shop. Sie war jene, die immer darauf achtete, dass unseren Worten auch Taten folgten. Jetzt, zwei Jahre nach ihrem Tod, führen wir alle, vor allem auch L'Oréal, ihr Erbe weiter. An sämtlichen Fronten verstärken wir unsere Werte.

Was waren Ihre Glücksmomente beim Aufbau/bei der Arbeit bei The Body Shop? Hat Glück eine wesentliche Rolle bei Ihrem Erfolgskonzept mit The Body Shop gespielt?

Die letzten 25 Jahre waren die glücklichsten in meinem Leben. Wir haben das Glück, dass die Schweizer Bevölkerung unsere Produkte und unsere Werte sehr schätzt. Wir hatten immer auch mit unseren Mitarbeitern Glück. Einige von ihnen sind schon über 10 Jahre bei uns!

Was bedeutet für Sie Glück?

Für die meisten Menschen bedeutet Glück, in ein Casino zu gehen und mit einer einzigen Münze den grossen Jackpot zu knacken. Für mich hingegen bedeutet Glück, mit Gesundheit, einer liebenden Familie und guten Freunden gesegnet zu sein.



Was motiviert Sie, auch nach 26 Jahren nach Lancierung in der Schweiz sich immer noch für die Werte, für welche The Body Shop steht, zu engagieren?

Ich glaube an die Werte von The Body Shop und so ist es ein Leichtes, weiterhin engagiert zu bleiben. Wer könnte von einem Unternehmen, das so viel für Umwelt und Gesellschaft tut, nicht begeistert sein? Die The Body Shop Foundation, Children on The Edge, unsere Kampagnen - die Liste ist endlos und sehr beeindruckend.

Was ist Ihr persönliches Lieblingsprodukt bei The Body Shop? Was ist das meistverkaufte Produkt bei The Body Shop?

Mein Favorit ändert jedes Mal, wenn wir wieder etwas Neues in den Regalen haben. Wir erhalten so viele neue, geniale Produkte. Zu meinen Klassikern gehören die Vitamin-E-Feuchtigkeitscreme, die Buriti Body Butter und das herrlich duftende Moringa-Duschgel.

Was ist das Hauptmotiv, für Ihre Kundinnen und Kunden bei The Body Shop einzukaufen? Die hochwertigen Produkte oder die Werte, welche hinter The Body Shop stehen?

Unsere Kunden kaufen bei uns wegen der Werte und auch wegen der Qualität der Inhaltsstoffe und Produkte. Unsere Produkte tun gut und sind es in jeder Hinsicht auch.

Wo werden The-Body-Shop-Produkte produziert?

Unsere Produkte werden auf der ganzen Welt hergestellt. Wo immer wir ein gutes Community-Trade-Projekt mit einem genialen Rohstoff finden, produzieren wir den Inhaltsstoff direkt vor Ort, sodass die Gemeinschaften direkt davon profitieren können. Unser jüngstes «Community-Trade-Baby» ist aus Samoa. Von dort beziehen wir kalt gepresstes Biokokosnussöl, welches wir unter anderem in unserer Kokosnusslinie verwenden. The Body Shop produziert unter Einhaltung strengster Richtlinien. Sie gewährleisten, dass Natur, Mensch und Umwelt in jeder Hinsicht respektiert werden.

Was wünschen Sie sich für The Body Shop Schweiz?

Ich wünsche, dass The Body Shop Schweiz weiterhin etwas bewegen kann. The Body Shop soll einen aktiven Part einnehmen, wenn es darum geht, das Leben unserer Kundschaft und unserer Gesellschaft zu verbessern und zu verschönern.

Welche Herausforderungen sehen Sie für The Body Shop in der nächsten Zeit?

Erfolgsplanung! Wenn mein Mann und ich uns beruflich zurückziehen (obwohl ich mir das im Moment überhaupt nicht vorstellen kann...), möchten wir sicher sein, dass das Business mit denselben Werten und derselben Leidenschaft, Hingabe und Liebe weitergeführt wird, wie wir es in den letzten 25 Jahren getan haben.

Kontakt

evaline: 0800 811 810
eva@bankcoop.ch
www.bankcoop.ch/eva

Mehr über The Body Shop finden Sie auf: www.thebodyshop.ch