



# WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

[2019]

**LEBELAVANDA**  
GESUNDHEIT • ERNÄHRUNG • AROMA



# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Über uns</b> .....	<b>1</b>
<b>2. Die WIN-Charta</b> .....	<b>2</b>
<b>3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement</b> .....	<b>3</b>
<b>4. Unsere Schwerpunktthemen</b> .....	<b>4</b>
Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: "Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften." .....	4
Leitsatz 6: Produktverantwortung „Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen.“ .....	5
Leitsatz 5: Energie und Emission „Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral.“ .....	6
<b>5. Weitere Aktivitäten</b> .....	<b>8</b>
Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange.....	8
Umweltbelange .....	9
Ökonomischer Mehrwert .....	9
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption .....	10
Regionaler Mehrwert .....	10
<b>6. Unser WIN!-Projekt</b> .....	<b>11</b>
<b>7. Kontaktinformationen</b> .....	<b>13</b>
Ansprechpartner .....	13
Impressum .....	13

## 1. Über uns

### UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Die Firma Lebelavanda beschäftigt sich mit den Themen Gesundheit, Ernährung und Aroma. Schon im Logo ist die Nähe zur Natur spürbar. Das Grün soll dies symbolisieren. Das Blatt das auf die Natur hinweist ist gleichzeitig ein Tropfen, der auf Produkte hinweist, die wir anbieten, unter anderem ätherische Öle. Lavanda ital. Lavendel steht für Entspannung. Dies soll unser Slogan sein, Lebe entspannt in und mit der Natur. Dabei geht es primär um Nachhaltigkeit, nachhaltiges Handeln, Ressourcenschonung und Erhaltung der Natur. Wir legen größten Wert auf faire und nachhaltige Produkte. Ausschließlich solche nehmen wir in unser Sortiment auf. Wir prüfen sorgfältig und entscheiden welche Handelswege das Produkt nimmt. Kundenzufriedenheit, Kundens Schulung und Informationsvermittlung stehen in unserer Philosophie im Mittelpunkt. Dabei kommt auch immer wieder nachhaltiges Handeln und nachhaltige Verantwortung zur Sprache. Zu den Geschäftszweigen Seminar und Shop zählt auch der Versandhandel. Hier legen wir größten Wert auf nachhaltige Verpackungsmaterialien, verwenden bereits Gebrauchtes weiter und lassen Kunststoffe außen vor. Lebelavanda besteht in der Form seit 2016, da in diesem Jahr das Logo und der Name entwickelt wurde. Tatsächlich wurde die Firma Marketing & Vertrieb Michael Neuhauser bereits im Jahre 2003 gegründet.

### WESENTLICHKEITSGRUNDSATZ

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Nachhaltigkeitsarbeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Nachhaltigkeitssituation unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

## 2. Die WIN-Charta

### BEKENNTNIS ZUR NACHHALTIGKEIT UND ZUR REGION

Mit der Unterzeichnung der WIN-Charta bekennen wir uns zu unserer ökonomischen, ökologischen und sozialen Verantwortung. Zudem identifizieren wir uns mit der Region, in der wir wirtschaften.

### DIE 12 LEITSÄTZE DER WIN CHARTA

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Nachhaltigkeitsverständnis.

#### Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

Leitsatz 01 – Menschen- und Arbeitnehmerrechte: *"Wir achten und schützen Menschen- und Arbeitnehmerrechte, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen."*

Leitsatz 02 – Mitarbeiterwohlbefinden: *"Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter."*

Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen: *"Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen."*

#### Umweltbelange

Leitsatz 04 – Ressourcen: *"Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."*

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen: *"Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."*

Leitsatz 06 – Produktverantwortung: *"Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen."*

#### Ökonomischer Mehrwert

Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: *"Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."*

Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen: *"Wir fördern Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, welche die Nachhaltigkeit steigern und das Innovationspotenzial der baden-württembergischen Wirtschaft unterstreichen."*

#### Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

Leitsatz 09 – Finanzentscheidungen: *"Wir handeln im Geiste der Nachhaltigkeit vor allem auch im Kontext von Finanzentscheidungen."*

Leitsatz 10 – Anti-Korruption: *"Wir verhindern Korruption, decken sie auf und sanktionieren sie."*

#### Regionaler Mehrwert

Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: *"Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."*

Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken: *"Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeiter als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein."*

### ENGAGIERTE UNTERNEHMEN AUS BADEN-WÜRTTEMBERG

Ausführliche Informationen zur WIN-Charta und weiteren Unterzeichnern der WIN-Charta finden Sie auf [www.win-bw.com](http://www.win-bw.com).

## 3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: [2017]

### ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

	SCHWER- PUNKTSETZUNG	QUALITATIVE DOKUMENTATION	QUANTITATIVE DOKUMENTATION
Leitsatz 1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 2	x	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 3	<input type="checkbox"/>	x	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 4	<input type="checkbox"/>	x	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 5	x	x	x
Leitsatz 6	x	x	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 9	x	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 11	x	x	x
Leitsatz 12	x	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

#### NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

**Unterstütztes WIN!-Projekt:** Kostenfreie Schulungen im Bereich Anwendung und Einsatz ätherischer Öle. Seit dem letzten Bericht aus 2018, haben wir weitere 20 kostenfreie Vorträge und Workshops veranstaltet. Nachhaltiges Handeln steht bei jedem unserer Vorträge im Mittelpunkt. Verpackungsmüll vermeiden, zum Umdenken anregen und nachhaltiges Vertrauen in unsere Firma schaffen, sehen wir als tägliche Aufgabe.

#### Schwerpunktbereich:

- |  |                                      |                                       |
|--|--------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Energie und Klima | x Ressourcen                         | x Bildung für nachhaltige Entwicklung |
| <input type="checkbox"/> Mobilität         | <input type="checkbox"/> Integration |                                       |

#### Art der Förderung:

x Finanziell    x Materiell    x Personell

**Umfang der Förderung:** 1000€ + 80 Arbeitsstunden

**Projektpate:** Franz von Assisi gGmbH Kinderdorf St. Josef / Franz von Assisi gGmbH Sonnenhof / Radio 7 Drachenkinder / Samariterstiftung Altenhilfe Aalen / Samariterstiftung Altenhilfe Hospiz Ebnat / Lindenhof Seniorenheim Marienhöhe / Freundeskreis Naturheilkunde Mutlangen / Lindenhof Seniorenheim Mutlangen / Seniorennachmittag Elchingen / Ostalb-Klinikum Aalen

## 4. Unsere Schwerpunktthemen

### ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- Leitsatz 11: Regionaler Mehrwert: *"Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."*
- Leitsatz 6: Produktverantwortung: *"Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen."*
- Leitsatz 5: Energie und Emissionen: *"Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."*

### WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Wir möchten für unsere Region ein fairer Partner sein und als dieser auch gesehen und anerkannt werden. Dafür möchten wir nicht nur Produkte verkaufen, sondern auch durch kostenfreie Seminare und Schulungen Wissen und Information vermitteln. Uns liegt am Herzen, dass unsere Kunden mit uns und unseren Naturprodukten zufrieden sind und zu Stammkunden werden.

Wir setzen Qualität als oberstes Gebot. Wir haben bereits in jüngster Vergangenheit Produktionsanlagen besucht und geben unseren Herstellern Verbesserungsvorschläge weiter. Bei uns zählt Qualität mehr als die Gewinnmarge.

Wir versuchen bereits in verschiedenen Bereichen klimaneutral zu arbeiten. Dies gelingt uns noch nicht ganz. Unsere Stärke liegt weiterhin im Bereich Recycling und Müllvermeidung.

### **Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: *"Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."***

### ZIELSETZUNG

Wir möchten mit Aromarunden, Duftabenden, Workshops und anderen Veranstaltungen auf uns aufmerksam machen. Der Mensch steht bei uns im Mittelpunkt. Durch ein Jahresprogramm gelingt uns eine neue Art der Struktur. Durch kostenlose Angebote möchten wir ein Mehrwert für unsere Region sein. Der Name Lebelavanda soll bekannter werden und die Kunden uns finden. Kunden haben ein Einkaufserlebnis und erleben, dass dies auch mit nachhaltig gestalteten Räumen möglich ist.

### ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Seminare und Infoveranstaltungen ausgebaut. Monatliche Termine zu Infoveranstaltungen und Workshops.
- Werbewirksame Aktion mit ausschließlich Druckmaterialien der Umweltdruckerei.
- Erweiterung des Schaugartens um 30 Pflanzen.
- Teilnahme an den Naturheiltagen in Mutlangen mit kostenfreien Vorträgen und Messestand.
- Kostenloser Vortrag beim Seniorennachmittag in Elchingen.
- Kostenloser Workshop im Lindenhof Seniorenheim Mutlangen.
- Messestand bei den Aromatherpietagen des Ostalb-Klinikum Aalen.
- Tag der offenen Tür und Einladung der EinwohnerInnen Elchingen und Teilorte von Neresheim.

## ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Neukundengenerierung durch diverse Aktionen.  
Stammkundenfestigung durch Stammkundenaktionen.  
Aktionen in Elchingen brachten Laufkundschaft.  
Aktionen ausserhalb Elchingen brachten Folgeaufträge und Aufbau eines Netzwerkes.  
Jahresprogramm 2019 wurde nicht entwickelt.  
Am Kinderferienprogramm in Elchingen nahmen wir aus gesundheitlichen Gründen nicht teil.  
Das Kinderferienprogramm Mutlangen wurde durch eine Aktion unterstützt.

## INDIKATOREN

**Indikator 1:** Aktionen (Präsenz, Werbung und kostenlose Veranstaltungen) in Elchingen erbrachten Neukunden

- Höhere Kundenfrequenz im Geschäft.
- Ausbau des Netzwerkes.
- Zahlreiche Kunden haben uns weiterempfohlen.

**Indikator 2:** Teilnahme an den Naturheiltagen Mutlangen

- Phänomenaler Kundenbesuch am Messestand.
- Anfragen für Folgeveranstaltungen und Ausbau des Kunden- als auch Geschäftsnetzwerkes.
- Ausbau des guten Verhältnisses zum Verein für Naturheilkunde Mutlangen.

## AUSBLICK

Wir halten an diesem Punkt fest. Da uns die Region weiterhin wichtig ist und wir auch regional mehr Menschen erreichen wollen und langfristig dadurch noch mehr Kunden generieren werden und Menschen uns kennenlernen können.

- Veranstaltung eines Tags der offenen Tür / Adventsmarkt.
- Intensivierung des Schulungsprogrammes.
- Ausbau des digitalen Schulungsprogrammes.
- Höherer Bekanntheitsgrad durch Werbung.
- Unterstützung beim Kinderferienprogramm.
- Unterstützung sozialer Einrichtungen in der Region.

**Leitsatz 6: Produktverantwortung „Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen.“**

## ZIELSETZUNG

Wir sind ein kleiner Betrieb, der im Aufbau steckt. Unser Kundenkreis wächst stetig. Um zufriedene Kunden zu gewinnen und zu festigen möchten wir nachhaltige, faire und qualitativ einwandfreie Ware anbieten. Am liebsten arbeiten wir mit Herstellern und Anbietern aus Deutschland zusammen, da uns die regionale Komponente wichtig ist. Bei einer Firma ist es uns gelungen den Verarbeitungsprozess, Herstellung und faire Projekte und Kooperativen zu betrachten und zu erleben.  
Unsere Produkte erhalten wir von unterschiedlichen Firmen.

Wir geben den Unternehmen immer wieder Verbesserungsvorschläge weiter z.B. zum Thema Verpackung und Müllvermeidung. Dies wird sehr gerne angenommen.

Ein Großteil unserer Produkte sind naturrein, tierversuchsfrei und NATRUE zertifiziert.

- Qualitätsprüfung der Produkte einer jeden Firma, bevor sie in unser Sortiment aufgenommen wird.
- Überprüfung der Firmen auf Nachhaltigkeit, Müllvermeidung und faire Projekte oder Kooperativen.
- Wir möchten unsere Kunden sensibilisieren und fordern diese zu Feedback auf, wie unsere Schwerpunkte ankommen. Wir möchten ein Qualitätsmanagement anhand eines Fragebogens / E-Mail einführen, bei dem der Kunde nach Kontakt mit uns und unseren Produkten zu Wort kommt.
- Jede/r Kunde/Kundin erhält auf Wunsch Datenblätter zu unseren Produkten.

## ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Sortimentserweiterungen und Sortimentsbereinigung durchgeführt.
- Erstellung von Kundenfeedback-Fragebogen wurde an das Projekt Online-Shop angehängt.
- Start einer Produktdatenbank mit hinterlegten Informationen zu Herkunft, Handel und Verpackung der Artikel und Produkte.

## ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Steigerung des Kundenvertrauens durch Transparenz. Bei Vorträgen und im Verkaufsgespräch wird aktiv über die WIN Charta und über Handelswege und Herkunft unserer Produkte gesprochen.

Wir haben einige hundert Broschüren über Nachhaltigkeit verteilt, verschenkt und versendet.

Unsere Kunden sollen so aus eigener Initiative weg kommen von Billig-Ware ohne transparente Herkunft und qualitativ hochwertige Produkte erkennen.

## INDIKATOREN

**Indikator 1:** Teilnahme und Aktionen bei den Nachhaltigkeitstage 2019

- Brachte Beachtung zum Thema Nachhaltigkeit allgemein.
- Brachte Beachtung zum Betrieb Lebelavanda durch die Nachhaltigkeitstage.

**Indikator 2:** Start des Projektes Online-Shop + Homepage

- Feedbackformulare sollen digital sein, damit weitere Ressourcen (Papier/Toner) gespart werden
- Online Plattform soll auch über die Nachhaltigkeit Informationen/Content liefern.

## AUSBLICK

Prüfung der Sortimentserweiterung durch Young Living - Produkte.

Prüfung der Sortimentserweiterung durch Ringani - Produkte.

Ausbau positiver Kontakte zu unseren Kundendienst und Kundenbetreuern.

Online-Shop Projekt mit einem Schwerpunkt Nachhaltigkeit, Produktsicherheit und Content.

**Leitsatz 5: Energie und Emission „Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral.“**

## ZIELSETZUNG

- Ersatz des Firmenfahrzeug in ein Hybrid- oder Stromfahrzeug.
- Teilnahme an einer Baumpflanzaktion.
- Einsparung unseres Papierverbrauches, indem wir nur noch DIN A5 Seiten als Rechnung verwenden.
- Versand unserer Sendungen in folienfreien Umschlägen.
- Ausbau unserer Online-Vorträge und Seminare.

## ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Rechnungen wurden komplett in A5 umgestellt. 50% Papierersparnis.
- Online-Vorträge wurde um 30% gesteigert, sodass die Kunden nicht mehr zu uns fahren mussten. Die Teilnahme gestaltet sich je nach Thema hoch oder niedrig. Längere Online-Seminare fanden keine statt.
- Einholen von Angeboten für ein Elektrofahrzeug. Anschaffung oder Leasing auf 2020 verschoben.
- Aktuell wurde kein alternativer Hersteller gefunden um die Versandtaschen zu ersetzen. Wir bleiben aber dran.

## ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

### INDIKATOREN

Umstellung des Rechnungsformates auf DIN A5

- 50% Papierersparnis.
- Zudem wurde von Farbe auf Schwarz-Weiss umgestellt. Geringerer Tonerverbrauch.
- Umstellung von Original Toner-Kartuschen auf nachfüllbare Kartuschen.
- Durch beide Umstellungen arbeiten wir Ressourcen schonender und sparen Geld.

### AUSBLICK

Wir halten an diesem Schwerpunkt fest und möchten noch effizienter werden.

- Weitere Anstrengung bezüglich Elektrofahrzeug.
- Umsetzung folienfreie Versandtaschen.
- Aushandlung eines Vertrages mit Versandanbieter mit zusätzlicher Abholung.
- Weitere Anstrengung zum Thema Baumpflanzaktion.
- Umstellung auf papierlose Rechnungen.

## 5. Weitere Aktivitäten

### Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

#### LEITSATZ 01 - MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Intensivierung der Prüfung der uns beliefernden Firmen.
- Es stehen Personalentwicklungsgespräche an. Wir führen alle 2 Jahre ein Personalentwicklungsgespräch. In diesem gehen wir in den intensiven Dialog mit den MitarbeiterInnen. dDe MitarbeiterInnen erhalten Rückmeldung, zudem hat der Betrieb die Chance Rückmeldung des/der MitarbeiterIn zu erhalten.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Start der Entwicklung eines Profiles für beliefernde Firmen. Noch nicht abgeschlossen.
- Personalentwicklungsgespräche haben stattgefunden.

Ausblick:

- Durch das Online-Shop Projekt Einstellung neuer MitarbeiterInnen.
- Finanzierung von Fortbildungen für MitarbeiterInnen.

#### LEITSATZ 02 - MITARBEITERWOHLBEFINDEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- MitarbeiterInnenausflug in 2019 in Produktionsanlage ätherischer Öle.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Mitarbeiterausflug zur Firma Berglila nach Südtirol hat stattgefunden. Dort wurde in einer Latschenbrennerei eine Führung besucht. Direktes Erleben der MitarbeiterInnen wie ätherische Baumöle hergestellt werden.
- Prüfung der Geschäftsbeziehungen zur Firma Bergila.

Ausblick:

- Teamevent mit evtl. Übernachtung.
- Teamtagesseminar, vom Team gestaltet.

#### LEITSATZ 03 - ANSPRUCHSGRUPPEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Einführung Feedbackbogen für Kunden.
- Einführung kundenfreundlicher Interneshop.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Fragebogen eingeführt. Allerdings in Papierform zu aufwendig.

- Start des Projekts Online-Plattform mit Online-Shop.

Ausblick:

- Weitere Lösungssuche nach geeigneter Kundenbefragung.
- Go-Live des Online-Shops im Sommer 2020.

## Umweltbelange

### LEITSATZ 04 - RESSOURCEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Anmeldung bei Recyclingunternehmen.
- Registrierung beim Verpackungsregister.
- Versandtaschen in Papier tauschen. Kein Verbundmaterial mit Folie und Kunststoffen mehr.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Anmeldung beim Recyclingunternehmen ist erfolgt.
- Registrierung beim Verpackungsregister ist erfolgt.

Ausblick:

- Weitere Anstrengung um geeignete Verpackungen zu finden.
- Entwicklung einer Lösung zur Dokumentation für das Verpackungsregister.

## Ökonomischer Mehrwert

### LEITSATZ 07 - UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Bei Vergrößerungen unserer Firma Lebelavanda möchten wir auf lange Sicht auch Arbeitsplätze in der Region schaffen bzw. anbieten.

Da wir im Augenblick ein kleiner Betrieb sind, ist dies momentan nicht möglich.

Ausblick:

- Durch Start der Online-Plattform mit Online-Shop in 2020, Prüfung von Neueinstellungen.

### LEITSATZ 08 - NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Verbesserungen bei Verpackung.
- Offen sein für neue Wege.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Standart bei Verpackungen wurde beibehalten. Umstellung auf verbundfreies Material noch nicht erreicht.

Ausblick:

- Auseinandersetzung mit dem Thema ONLINE. Wie wollen wir auftreten, welche Technik wird benötigt?
- Drehen von Produktvideos.

## Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

### LEITSATZ 09 - FINANZENTSCHEIDUNGEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Prüfung der Paketfirmen auf Fairness bei Bezahlung und Arbeitsbedingungen der Zusteller. Umweltfreundliche Unternehmen wollen wir fördern.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Wir versenden zu 95% mit der „Deutsche Post/DHL“. Da wir diese als einen der fairsten Paketzusteller halten.

Ausblick:

- Einholen weiterer Informationen zum Unternehmen Deutsche Post. Sowie Versuch eines Vertrages inklusive Abholung. So sparen wir die tägliche Fahrt zur Postfiliale in den Nachbarort.

### LEITSATZ 10 - ANTI-KORRUPTION

Maßnahmen und Aktivitäten:

Ehrlichkeit und Transparenz sollen unsere Geschäfte begleiten. Denn nur solche Geschäfte schaffen Vertrauen, Zufriedenheit und Glück beim Kunden und in der Firma.

## Regionaler Mehrwert

### LEITSATZ 12 - ANREIZE ZUM UMDENKEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Teilnahme Nachhaltigkeitstage 2019
- Andere Gewerbetreibende überzeugen auch mit zu machen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

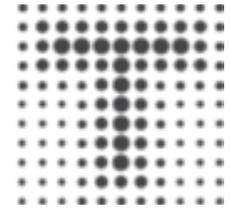
- Teilnahme an den Nachhaltigkeitstagen 2019 ist mit 3 Aktionen erfolgt.
- Flyer verteilt unter anderen Gewerbetreibenden, um sich der WIN-Charta anzuschließen.

Ausblick:

- Vortrag beim Gewerbeverein zur WIN-Charta.

## 6. Unser WIN!-Projekt

### franz von assisi • einrichtungen



In 2019 haben wir weiter an der Zusammenarbeit mit dem Kinderdorf St. Josef gearbeitet.

Viele Produktspenden im Wert von ca. 250.-€ fanden ihren Weg in die Wohngruppen.

Unentgeltliche Workshops mit Kindern und Jugendlichen wurden veranstaltet und das pädagogische Personal im Umgang mit ätherischen Ölen geschult.

Die Franz von Assisi Einrichtungen befinden sich in Bopfingen/Unterriffingen, Schwäbisch Gmünd und Donzdorf. Mittlerweile haben wir auch Schulungen und Workshops in Wohngruppen aus Schwäbisch Gmünd veranstaltet.

#### Kontakt:

Franz von Assisi gGmbH  
Heugenstraße 5  
73525 Schwäbisch Gmünd  
Telefon: 07171.1808-34

Franz von Assisi gGmbH  
Kinderdorf St. Josef  
Einrichtungsleitung Herr Staudenmaier  
Hohenloher Straße 10  
73441 Bopfingen-Unterriffingen  
Telefon: 07362.964410

### DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

Einführung und Fortführung der Aromapflege in der Jugendhilfe.

Hilfe bei der Erstellung einer Konzeption.

Schulung und Sensibilisierung der MitarbeiterInnen und Geschäftsführung.

### ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Zahlen zur Unterstützung des Kinderdorf St. Josef:

- mit Produktspenden (250€)
- mit Rabatten beim Einkauf (20% ca. 250€)
- Unentgeltliche Schulungen für pädagogisches Personal
- Unentgeltliche Workshops für Kinder und Jugendliche
- Teilnahme am Ferienprogramm mit Aromaworkshop

### ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Positiv zu sehen ist, dass viele soziale Einrichtungen mittlerweile zu unseren Kunden zählen.

Jede Einrichtung wird unterstützt und unentgeltlich beraten. Die Entwicklung zeigt, dass Einrichtungen die Firma Lebelavanda weiterempfehlen und schätzen.

Zu diesem Projekt mit der Franz von Assisi gGmbH haben wir auch wieder Kontakt zum Verein für Naturheilkunde in Mutlangen. Hier haben wir mit einem Workshop beim Ferienprogramm mitgewirkt.

Die Beziehung wurde wieder belebt und eine Buchspende für die Bücherei in Mutlangen getätigt.

Die Bücher hatten einen Wert von 180.-€.



## Freundeskreis Naturheilkunde

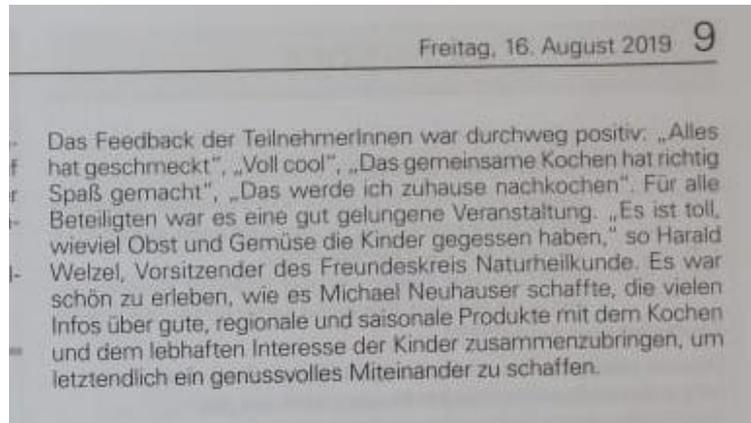
**Voll cooler Aprikosensalat, Nachhaltigkeit und Gemeinschaft**  
Der Ferienprogramm punkt „Leckere Gerichte aus regionalen Produkten“ des Freundeskreises Naturheilkunde war mit 17 statt 14 Kindern bestens ausgebucht. Das Treffen begann beim Mutlanger Wochenmarkt. Zunächst erläuterte der Ernährungsberater Michael Neuhauser mit Hilfe einer Entfernungsapp, wo Obst und Gemüse herkommen, Spielerisch und als Ratespiel verpackt, sollten die Kinder die Entfernung zu den Herkunftsländern der Produkte schätzen. „Manches Obst und Gemüse hat einen ganz schön weiten Weg“, bemerkte eine Teilnehmerin. Absolutes weitestes Obst kam aus Neuseeland - die Kiwi mit über 18.000 km Anreise. Den kürzesten Anfahrtsweg hatten die Sorten Marke „Eigenanbau“ der Gärtnerei Gruber aus Lautern mit knapp 13 Kilometern. Schnell wurde klar, was „REGIONAL“ bedeutet. Dann wurde eingekauft.



In der Schulküche der Grundschule wurde dann sofort begonnen zu werkeln, schnippeln und kreieren. Es entstanden tolle Speisen wie Aprikosensalat (Aprikosen aus Frankreich), dekoniert im Melonenmonster, Quark-Apfel-Dip als Brotlaibchen (Apfel vom Bodensee), Bruschetta mit Paprika (Paprika aus Lautern), Beerenspieße (Beeren ausschließlich aus Deutschland) mit Schokolade aus Waldenbuch (Nähe Stuttgart) und einige Speisen mehr.



Die Kinder waren mit Spaß dabei, fragten viel nach, gestalteten aber Vieles selbst. „Besonders aufgefallen ist, dass die Kinder beim Kochen nicht probieren“ - so Michael Neuhauser. Von ihm wurden sie immer wieder auch ermuntert, das Rezept selbstständig zu verändern, wenn nach ihrem Geschmack noch etwas fehle. Und auch der Einsatz von Gartenkräutern wurde vielfach genutzt.



Freitag, 16. August 2019 9



## PRESSETEXT BÜCHERSPENDE: BÜCHERSPENDE FÜR DEN FREUNDKREIS NATURHEILKUNDE

Im Zuge des Ferienprogrammen war Michael Neuhauser - Ernährungsberater und Aromafachberater zu Gast in Mutlangen. Es besteht eine langjährige Bekanntschaft durch Vorträge, Naturheiltage und Ferienprogramm punkte zum Freundeskreis Naturheilkunde.

„Bei den Naturheiltagen haben wir gute Geschäfte gemacht, deshalb wollen wir etwas zurückgeben“ so Michael Neuhauser.

Neben Fachbüchern zur Aromatherapie und Aromapflege wurde die Mutlanger Büchereiabteilung auch um ein Buch der Heilpflanze NONI und diverse Ernährungsbücher über Koksöl und gute Fette erweitert.

Herr Welzel und Frau Bosch nahmen die Bücherspende im Wert von 180€ entgegen.

## AUSBLICK

Weiter möchten wir sozialen Einrichtungen Hilfestellung bei der Implementierung der Aromapflege anbieten. Zur Einführung und zur Schulung von MitarbeiterInnen möchten wir ein Impulsvortrag gratis anbieten.

## 7. Kontaktinformationen

### **Ansprechpartner**

Michael Neuhauser  
Geschäftsführer Lebelavanda  
Tel.: 07367-3439987  
michael.neuhauser@lebelavanda.de

### **Impressum**

Herausgegeben am 28.11.2020 von

Firma Lebelavanda  
Gesundheit - Ernährung - Aroma  
Inhaber Michael Neuhauser  
Hindenburgstraße 27  
73450 Neresheim - Elchingen  
Telefon: 07367-3439987  
E-Mail: kontakt@lebelavanda.de  
Internet: www.lebelavanda.de

