



SPEICK

# *Geheimnis der Alpen*

Seiner Zeit voraus war ein junger Anthroposoph, der 1928 den deutschen Seifenmarkt revolutionierte. Wohin das letztlich führte? Lies selbst ...

AUTORIN: CARMEN SCHNITZER

Ihre optische Schönheit ist unaufdringlich, ihr markanter Duft dagegen umso intensiver. Vielleicht kommt er dir sogar bekannt vor – aus deinem Badezimmer. Aber dass die Körperpflege-Produkte der Marke SPEICK ihren Namen von der gleichnamigen Pflanze haben, wusstest du vermutlich nicht, oder? Der Echte Speick wird zwischen fünf und 15 Zentimeter groß, wächst auf 1800 bis 3300 Metern Höhe an kalkfreien, geschützten Stellen in den Alpen und zeigt dort zwischen Juni und August seine kleinen, doldenartig angeordneten blassgelb-violetten Blüten. Schon in der Antike wusste man um die Heilkräfte des Baldriangewächses, das unter anderem krampflösend sowie magen- und leberstärkend wirkt und eine Besonderheit aufweist: Sein Extrakt wirkt beruhigend auf das zentrale und gleichzeitig anregend auf das vegetative Nervensystem, insgesamt also ausgleichend, entspannend. Den herb-würzigen Duft des Speicks „mag man oder nicht, da gehen die Meinungen auseinander“, weiß Wihart Teuffel, der das Familienunternehmen in der dritten Generation führt (vgl. auch Interview auf S. 17).

Wer sich aber einmal in die SPEICK-Produkte verliebt hat, der bleibt ihnen häufig ein Leben lang treu. Das Geheimnis der Firma, die in diesem Jahr ihr 90-jähriges Jubiläum feiert, dürfte unter anderem in ihrer schwäbischen Bodenständigkeit liegen, die sich wie ein roter Faden durch die Unternehmensphilosophie zieht. Das Verpackungsdesign ist klassisch, die Mitarbeiter\*innenfluktuation gering, die Produktionsbedingungen transparent. Nachhaltigkeit war hier schon ein Thema, als das Wort noch kaum jemand kannte. Und so ist SPEICK mittlerweile gerade deshalb im Trend, weil man nie einem Trend nachgelaufen ist. „Es gab durchaus auch nicht so rosige Zeiten“, gibt Wihart Teuffel zu. „Seit einigen Jahren läuft es aber wieder sehr gut für uns.“ Dem größeren Umweltbewusstsein und dem Verbraucher\*innenwunsch nach fair gehandelter, tierfreundlicher Naturkosmetik sei Dank. Rund 130 Bio-Produkte umfasst das Sortiment mittlerweile, viele davon sind vegan und/oder COSMOS-NATURAL-zertifiziert.



#### DIE SPEICK-PRODUKTLINIEN:

- Natural:** Natürliche Pflege für die ganze Familie
- Natural Aktiv:** Bio-Kosmetik für alle, die sich viel bewegen
- Organic 3.0:** Ganzheitlich nachhaltig - bis hin zur Verpackung
- Thermal Sensitive:** Thermalkosmetik für ein natürliches SPA-Gefühl
- Men:** Pflege für eine vitale Ausstrahlung
- Men Active:** Natürlicher Anti-Stress-Energizer
- Made by SPEICK:** Duftende Vielfalt ohne Speick-Pflanze

### Wiederentdeckung eines alten Schatzes

Doch von vorn: 1928, mitten in Zeiten der Weltwirtschaftskrise, gründete der Großvater von Wihart Teuffel das nach ihm selbst benannte Feinseifenwerk Walter Rau. Als Sprössling des Stuttgarter Familienbetriebs Vereinigte Seifenfabriken war er mit der Seifenherstellung vertraut, träumte aber davon, mehr zu produzieren als die damals bekannte Kernseife zur Wäschereinigung. Der

Anthroposoph interessierte sich für ein ganzheitliches Leben im Einklang mit der Natur und liebäugelte mit der Idee einer sanften, natürlichen Seife zur Körperpflege. Dazu kam seine Faszination für die fast vergessene alte Heilpflanze, die wir hier eingangs kennengelernt haben: den Speick, lateinisch *Valeriana celtica*, der nur in den Kärntner Nockbergen (einem heutigen UNESCO-Biosphärengebiet) und Teilen der Niederen Tauern wächst, der aber in früheren Zeiten sogar bis in den Orient exportiert wurde. Dort



Almbauer bei der Speick-Ernte

schätzte man das wertvolle Speick-Öl als Körperpflege-Produkt sehr. Auch Königin Kleopatra soll regelmäßig Speick-Bäder und -Massagen genossen haben. Kaiser Mark Aurel dagegen hat wurde durch Speick von seinem Magenleiden erlöst.

Traditionell und visionär gleichermaßen war er also, dieser Walter Rau, der als Herzstück des Unternehmens schließlich die SPEICK-Seife entwickelte, deren charakteristische lachsfarbene Optik (verantwortlich dafür ist die Lebensmittelfarbe Carotinoid) zum Markenzeichen wurde. Revolutionär war diese Seife darum, weil sie nicht allein der Reinigung, sondern überdies der Pflege diente. Und damit nicht genug der Visionen: Neben der Natur hatte Walter Rau auch den Menschen im Fokus, seine Unternehmensphilosophie war von Beginn an ganzheitlich. Weiterbildungen, eine betriebliche Kinderbetreuung und die Schaffung von Naherholungsgebieten für Mitarbeiter\*innen sorgten für Arbeitsbedingungen, von denen sich so mancher Betrieb auch heute noch eine Scheibe abschneiden könnte. „Mensch bleiben und sich weiter entwickeln können“ ist auch die Devise des heutigen SPEICK-Chefs Teuffel. Eine

## VON HEXEN UND EHEBRECHERN - SPEICK IM BRAUCHTUM

Speick hat nicht nur als Heilpflanze eine lange Tradition: Im Mittelalter etwa räucher- te man mit ihm Almhütten und Ställe aus, um diese vor bösen Hexen zu schützen. Den charakteristischen, lang anhaltenden Duft des Speicks setzte man seinerzeit au- ßerdem zur Bestrafung ein: Wer gestohlen oder die Ehe gebrochen hatte, wurde in eine Scheune voller Speick gesteckt („Speick-Arrest“ oder „Speick-Sitzen“ genannt), sodass er oder sie im Anschluss wochenlang danach roch und sofort als Übeltäter\*in identifiziert werden konnte. Bis heute wird Speick an Mariä Himmelfahrt außerdem zu Sträußchen gebunden, die beim Almbtrieb Glück bringen sollen.

INFO

ganzheitliche Unternehmensführung be- inhaltet für ihn die Berücksichtigung von sozialen, ökologischen und wirtschaftli- chen Aspekten.

## Ausgezeichnet - im doppelten Sinne

Diese Firmenphilosophie wissen mitt- lerweile wieder viele Menschen zu schät- zen, was sich nicht nur in Verkaufszahlen ausdrückt. Nein, auch zahlreiche Aus- zeichnungen gab es in den letzten Jah-

ren für Wihart Teuffel und sein Team, darunter z.B. den Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2013, den CSR-Preis der Bundesregierung 2014, den Sustainable Beauty Award 2016 und den Green Product Award 2017. Langfristig setzt sich Gutes eben durch – SPEICK ist als Marke längst zum modernen Klassiker geworden. Und psssst, zum Schluss noch ein kleines Verlagsgeheimnis: Sobald es hier in der Redaktion mal SPEICK-Pro- dukte zum Testen gibt, kriegen wir im- mer zuuuufällig Besuch von Kolleg\*innen aus anderen Redaktionen ...

## „Manchmal half uns der Zufall ...“

Von klein auf gehörte SPEICK zu seinem Leben: Geschäftsführer Wikhart Teuffel über seinen Großvater, glückliche Umstände und das Geheimnis eines positiven Betriebsklimas.

### **Können Sie sich noch an Ihre erste Berührung mit SPEICK-Produkten erinnern?**

Nein, denn da war ich noch sehr klein. *(lacht)* Ich weiß aber, dass die Geburt meiner Wenigkeit Anlass war, eine Baby- und Kinderpflege-Serie zu entwickeln, die es mittlerweile allerdings nicht mehr gibt. Aber natürlich bin ich mit SPEICK-Produkten aufgewachsen, sie waren immer wieder ein Thema, auch am Esstisch.

### **War für Sie daher immer klar, dass Sie mal in das Unternehmen einsteigen?**

Nun ja, damit geht ja eine große Verantwortung einher. Ich habe durchaus auch über andere Möglichkeiten nachgedacht, interessierte mich z.B. für Tiermedizin. Allerdings hatte ich ein sehr gutes Verhältnis zu meinem Opa, der starb, als ich 14 war. Ich kannte und bewunderte seine Visionen, von daher stand die Entscheidung, sein Lebenswerk fortzuführen, für mich dann doch irgendwann fest.

### **Sie sprechen von Walter Rau, dem Gründer der Firma. Wie kam er eigentlich auf die Speick-Pflanze, war die zu seiner Zeit bekannter als heute?**

Nein, nicht unbedingt. Sein Schwager machte ihn darauf aufmerksam. Der war Mediziner und interessierte sich für Homöopathie. Speick, den man übrigens auch Alpen- oder Keltischen Baldrian nennt, hat als Heilmittel eine lange Tradition, die bis in die Antike zurückreicht.

### **Seit 1936 steht er unter Naturschutz. Erst behelfen Sie sich mit Zuchtpflanzen, seit 1986 jedoch haben Sie eine exklusive Sondergenehmigung für die Wildpflanzen-Ernte. Wie bekommt man denn so etwas, ich stelle mir das nicht so einfach vor?**

Ist es normalerweise auch überhaupt nicht, die ersten Verhandlungen waren zäh. Aber dann kamen ein paar glückliche Umstände zusammen. Ein Doktorand der Uni Wien forschte gerade in den Nockbergen und fand heraus, dass eine behutsame, kontrollierte Entnahme der Pflanze dem Speick nicht nur nicht schadet, sondern, im Gegenteil, sein Gedeihen sogar fördert. Seitdem dürfen wir ihn verwenden und arbeiten dafür mit Kärntner Almbauernfamilien zusammen, die den wilden Speick auf bio-zertifizierte Weise von Hand ernten und sich so ein wichtiges Zusatzeinkommen sichern. Eine langfristige Partnerschaft ist uns hier wichtig. Die geht über Generationen!

### **Langfristige Zusammenarbeit scheint bei Ihnen grundsätzlich ein Thema zu sein. Wer hier arbeitet, bleibt auch gern, kam mir zu Ohren. Was ist in ihren Augen die Basis für eine solche Zufriedenheit?**

Nun ja, das fängt natürlich bei einem freundlichen Umgangston an. Unsere Leute haben durchaus gut zu tun, so ist es nicht. *(lacht)* Aber der Stress soll ein positiver bleiben. Sonst verliert man die Freude an der Arbeit und dann droht ein Burnout. Damit ist niemandem geholfen. Darüber hinaus finde ich es wichtig, die Qualitäten des oder der Einzelnen zu erkennen und zu fördern. Anstatt jemanden also z.B. zu irgendeiner beliebigen Fortbildung zu verdonnern, kann man sagen: „Guck doch mal, was dich interessieren könnte ...“

### **Klingt gut! Apropos Weiterentwicklung: Dass Sie an Traditionen festgehalten haben, empfinden heute viele als Pluspunkt. Trotzdem - haben Sie manchmal die Verlockung gespürt, bewusst kurzlebige Trendprodukte auf den Markt zu bringen?**

Doch, natürlich gibt es diesen Reiz. Wenn Sie etwas sehr lange betreiben, kommt hin und wieder Langeweile auf, das ist ganz natürlich. Es gab und gibt ja auch durchaus mal Special-Editionen bei uns. Aber



Aus Tradition fortschrittlich: Wikhart Teuffel leitet das Familienunternehmen SPEICK in der dritten Generation

unser Partner ist letztlich der Verbraucher, und der schätzt an uns die Nachhaltigkeit und Transparenz, nicht schnelle Moderscheinungen. Dennoch bleiben wir in Bewegung, auch weil sich die Nachfrage entwickelt: Zurzeit besteht z.B. ein großes Interesse im Yoga- und Spa-Bereich. Auch die gestiegene Bedeutung des Veganismus kommt uns natürlich zugute, denn mehr als 90 Prozent unseres Sortiments ist vegan. Dieses bleibt insgesamt klein, aber fein. Genau wie unser Team: Bei rund 60 Mitarbeitern kennt jeder jeden.

### **Sehr sympathisch. Vielen Dank für das Gespräch!**