

atento

Das Magazin für konsequent natürliche Achtsamkeit.

Ausgabe Herbst 2019

Vorbild Jugend

Weil man nie zu klein ist,
etwas zu ändern

.....

Internationaler Tag der NATURfriseur*innen

09. Oktober 2019

.....

Gesellschaft im Wandel

Gelebtes Gemeinwohl

.....

**NATURkosmetik
blüht auf!**

Mehr auf Seite 10.





Willi Luger
Firmengründer & Geschäftsführer

Hochachtung für unsere Jugend

Mit Freude lese ich jedes Jahr den Naturkosmetikreport. Wie bereits in den letzten Jahren, konnte die **NATURkosmetik wieder ihre Marktanteile erhöhen** (mehr dazu auf den Seiten 4-6). Was mich jedoch noch viel mehr freut: Es geht ganz klar hervor, dass die junge Generation immer mehr auf Inhaltsstoffe und vor allem auf Nachhaltigkeit achtet.

Wie wichtig der Jugend unsere Umwelt und Ökologie ist, zeigen uns Bewegungen wie „Fridays-for-future“. **Diese nächste Generation ist stark** – und das muss sie auch (notgedrungen) sein. Sie müssen all die Achtlosigkeit und das absichtliche Wegschauen von Verantwortlichen der letzten Jahrzehnte ausbaden. Doch ich bin zuversichtlich. Der Wandel im Denken und in der

Einstellung zur Umwelt wird immer größer – und das ist gut so!

Wir können viel von diesen jungen Menschen lernen. Sie sind die Vorbilder, die viele aus meiner Generation, wegen Gier und Rücksichtslosigkeit, nicht sein wollten. Unsere Unterstützung haben sie und **CULUMNATURA®** wird auch weiterhin im Bereich **konsequenter, ehrlicher NATURkosmetik** zum würdevollen Umgang mit Mutter Erde beitragen. **Mein Team und ich haben größten Respekt und volle Hochachtung für diese jungen Aufständigen – bleibt standhaft!**

.....

Gleich grün markieren – am 9. Oktober ist Internationaler Tag der NATURfriseurIn

NATURFRISEURINNEN STEHEN FÜR MEHR ALS NUR AUGENSCHENLICHER NATURKOSMETIK!

Der NATURkosmetikmarkt verändert sich rasant – viele neue Marken erscheinen plötzlich auf der Bildfläche, springen auf den „Trend“ auf, „Greenwashing“ ist in aller Munde und viele große Konzerne kaufen sich Know-how aus der Branche zu. Dem gegenüber stehen jedoch die Kunden, die kritischer als bisher auf die verwendeten Inhaltsstoffe achten, es kommt zu einer deutlichen Verschiebung zugunsten der Käufer. Leider verschwimmen noch immer die Grenzen zwischen naturnaher Kosmetik und zertifizierter NATURkosmetik. Doch diese beiden Segmente sind der Wachstumstreiber in der Kosmetikbranche – und das schon seit Jahren! Natürliche Produkte sind nur ein Teil des Großen und Ganzen.

NATURfriseurInnen sowie CULUMNATURA® Haut- und HaarpraktikerInnen, welche mit **konsequent natürlich und ehrlichen** Haut- und Haarpflegeprodukten und Pflanzenhaarfarben arbeiten, verfügen über eine fundierte Ausbildung in Theorie und Praxis. Sie arbeiten achtsam und vor allem nachhaltig, verwenden ökologische Materialien und bieten ihren Kunden eine professionelle, ganzheitliche Beratung und Behandlung an. Mal schnell eine Kopfwäsche dort und eine Haarpackung da, während die dritte Kundin unter der Trockenhaube sitzt, wirst du bei einem/einer überzeugten **CULUMNATURA® NATURfriseurIn** kaum finden, denn sie nehmen sich die benötigte Zeit für ihre Kunden.

Daher rufen wir auf:
Feiern wir am **9. Oktober alle NATURfriseurInnen dieser Welt**, die sich ganz bewusst für einen **KONSEQUENT NATÜRLICHEN UND EHRlichen** Weg entschieden haben.

.....



CULUMNATURA® Akademie

Alle Informationen zur ganzheitlichen Ausbildung zum/zur **CULUMNATURA® Haut- und HaarpraktikerIn** findest du auf Seite 12.



Vorbild Jugend

GANZ NATÜRLICH, GANZ UNKOMPLIZIERT

Von wegen „faule“ Jugend. Niemand interessiert sich so stark für Nachhaltigkeit, Umweltbewusstsein und damit verbunden natürlich auch NATURkosmetik. Die Jugend von heute ist offen und kritisch, Gegebenes zu hinterfragen. Aktiv und bewusst steuern sie in eine lösungsorientierte Ära.

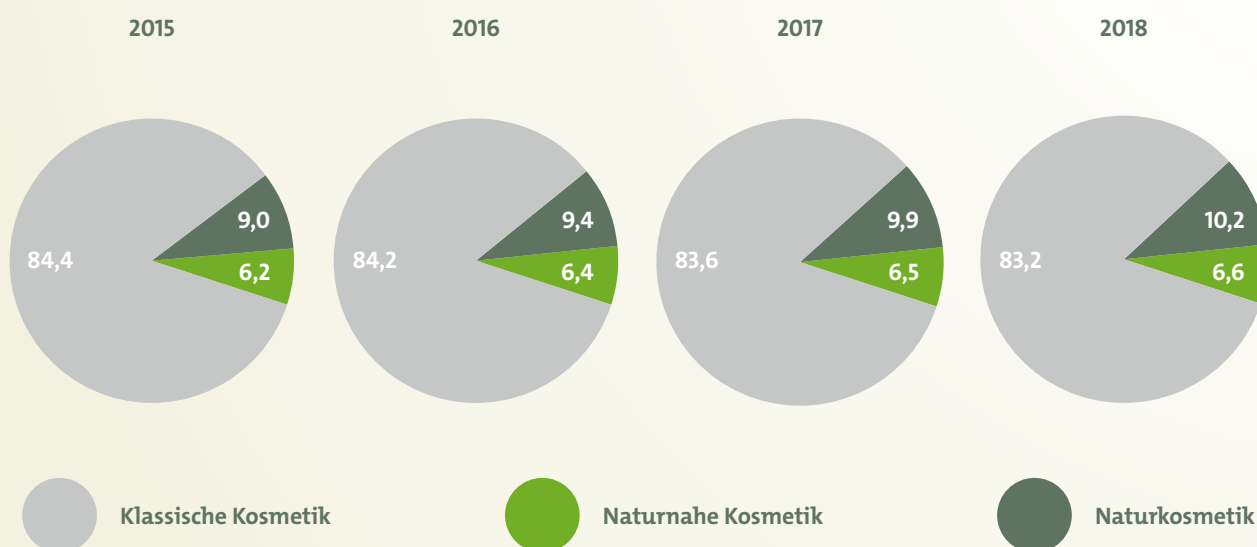


Und das an sich ist schon keine leichte Aufgabe. Denn in einer bunten Vielfalt an Marken können wir alle leicht den Überblick verlieren. Erschwerend kommt hinzu, dass der Begriff **NATURkosmetik** nicht **geschützt** ist und praktisch von jedem verwendet werden darf. Der Markt wird so in immer kürzeren Abständen von mehr oder weniger natürlichen Produkten überschwemmt. Formulierungen wie „mit 100 % Lavendelöl“ oder „frei von“ führen zusätzlich in die Irre. Glücklicherweise findet offenbar **bereits ein Umdenken** statt, denn Menschen, speziell die jungen, werden anspruchsvoller und sind

sensibilisiert für das Thema Nachhaltigkeit. Auch namhafte Kosmetik-Giganten sind sich dessen nun endgültig bewusst und möchten von dem ungebrochenen Megatrend hin zu NATURkosmetik profitieren. Allerdings nicht etwa durch Forschung oder natürliche Lösungen – große Konzerne gehen hier den einfachen Weg, indem sie sich „**grünes Know-how**“ kaufen und damit bestehende Produkte „aufhübschen“.

Umso wichtiger ist es, **bewusst zu kaufen** und einen genauen Blick auf die Kosmetikprodukte und deren Inhaltsstoffe zu werfen.

.....



Gesamtmarkt: Gesichtspflege, -reinigung & -masken, Körperpflege, Hand- & Nagelpflege, Duschbäder, Badezusätze
 Einteilung des Marktes nach naturkosmetik konzepte in Naturkosmetik, naturnahe und klassische Kosmetik.
 Quelle: IRI Handelspanel Infoscand Retailer; LEH≥200qm+DM+Parfümerien+KWH; YTD Q4 2017/18



*Quelle: Naturkosmetik Jahresreport 2018, Elfriede Dambacher

**„Ich habe gelernt,
dass man nie zu klein ist,
um einen Unterschied zu
machen.“**

Greta Thunberg, 16, Klimaaktivistin



Worin liegt der Unterschied zwischen konventioneller Kosmetik, naturnaher Kosmetik und zertifizierter NATURkosmetik?

Konventionelle Kosmetik kennen wir alle, bildet sie doch nach wie vor den Großteil des Sortiments in Drogerien und Supermärkten. Die Inhaltsstoffe, wie Tenside, Polyethylene uvm., sind nicht nur nicht natürlich, sondern **zum Großteil auch gesundheits- und umweltgefährdend!**

Naturnahe Kosmetik ist sozusagen ein Zwischenschritt hin zur NATURkosmetik. Es werden einige synthetische Inhaltsstoffe durch pflanzliche ersetzt – **ABER eben nicht alle.**

Zertifizierte NATURkosmetik ist – wie der Name schon sagt – geprüft und Produkte werden auch mit einem Siegel gekennzeichnet.

Allerdings ist auch hier Achtsamkeit geboten: Denn leider hat sich rund um eben diese Siegel in den letzten Jahren ein millionenschwerer Markt entwickelt, der zum Teil sehr unterschiedliche Kriterien für die Vergabe der Siegel aufweist. Unter Rücksichtnahme auf die konventionelle Industrie werden strenge Richtlinien „aufgeweicht“ – so wird es für Konsumenten auch hier immer schwieriger zwischen naturnaher und tatsächlicher NATURkosmetik zu unterscheiden.

Wenn du auf Nummer sicher gehen möchtest, hier findest du alle Siegel, auf die du dich natürlich 100% verlassen kannst:

<https://www.global2000.at/sites/global/files/Naturkosmetiksiegel.pdf>

Es ist zu beobachten, dass die **Grenze zwischen naturnaher Kosmetik und zertifizierter NATURkosmetik verschwimmt** – und tendenziell wird aktuell mehr zur naturnahen gegriffen. Umso wichtiger sehen wir unsere Aufgabe, über die Unterschiede und Auswirkungen aufzuklären, das Bewusstsein zu schärfen und unseren natürlichen Weg konsequent weiterzugehen. Die letztendliche Entscheidung liegt in der eigenen Verantwortung. Wir freuen uns aber darüber, dass gerade unsere Jugend hier ganz offensichtlich auf einem sehr guten Weg ist.

Nachhaltigkeit kennt kein Alter.

Tausende Jugendliche – allen voran und mittlerweile weltweit bekannt die junge Greta Thunberg – beweisen, dass unabhängig vom Alter jeder Einzelne etwas bewegen kann. Sie setzen Prioritäten, sehen die Notwendigkeit eines umfassenden Umdenkens und wollen **gemeinsam etwas bewegen.**

Hut ab vor allen, die jetzt bewusst Zeichen setzen und ihren Weg weitergehen. Wir wissen, was es heißt, an den eigenen Prinzipien festzuhalten und können nur sagen: **Es lohnt sich!** Also weiter so.

.....

Pilotprojekt NATURfriseur der Berufsschule Bruneck

VON MONIKA CICUTTINI

NATURprodukte im Kosmetikbereich erleben derzeit einen wahren Boom. Natürliche Haarpflege gehört dabei ebenso dazu, wie Kosmetik aus rein natürlichen Inhaltsstoffen. Dem Thema widmeten sich auch die Schülerinnen des **Berufsbildungszentrums Bruneck**. In einem Pilotprojekt, das sich ganz auf „NATURfriseure“ konzentrierte, testeten die Schülerinnen über sieben Monate an der eigenen Haut und am Haar natürliche Produkte aus – und waren begeistert!

Als Friseurlehrerin und Projektleiterin stellte ich den Mädchen zu Projektbeginn eine klare Aufgabe: Über die gesamte Laufzeit des Projektes sollen nur die zur Verfügung gestellten biozertifizierten NATURprodukte der Firma **CULUMNATURA®**, sei es Reinigungs-

oder Pflegemittel als auch die Bürste aus NATURmaterialien, mit Haaren und Kopfhaut in Berührung kommen. „Es war mir wichtig, die Schülerinnen für NATURprodukte zu sensibilisieren und ihnen somit einen sensiblen Umgang mit den Produkten zu lehren.“ Durch die Bank schwärmten die Mädchen nach Überwinden der Umstellungsphase, dass ihr Haar viel fülliger sei und mehr Glanz habe, zudem viel weniger gewaschen werden musste. Auch das tägliche Bürsten zeigte seine Wirkung: von weniger Juckreiz, weniger Schuppen, sogar weniger Haarspliss berichteten die Teilnehmerinnen. Zudem beschrieben sie das Bürsten als angenehm und entspannend.

.....

"Unterstützt wurde das Pilotprojekt von der Firma **CULUMNATURA®**, die die NATURprodukte sowie die Bürsten aus NATURmaterialien kostenfrei zur Verfügung stellte. Aus diesem Schulprojekt ziehen alle Beteiligten ein sehr positives Fazit - die Mädchen konnten für nachhaltige NATURkosmetik begeistert werden. Und das kommt ihrer Gesundheit, der NATUR und der gesamten Umwelt zu Gute.

Vielen Dank!"





Gesellschaft im Wandel – gelebte Gemeinwohl-Ökonomie schützt Werte

Die Werte der Gemeinwohl-Ökonomie - Menschenwürde, Solidarität, ökologische Nachhaltigkeit, soziale Gerechtigkeit und demokratische Mitbestimmung & Transparenz - sind **CULUMNATURA®** wie auf den Leib geschneidert und leiten uns in unserem täglichen Handeln mit Kunden, Lieferanten und Mitarbeitern.

Bereits zum zweiten Mal stellten wir uns nun den insgesamt 20 Gemeinwohl-Themen und fassten diese in der **Gemeinwohl-Bilanz 2018** zusammen.

Durch diesen Prozess der Erhebungen und Analysen in allen Firmenbereichen stärken wir nicht nur unser **Bewusstsein als wertorientiertes Unternehmen**, sondern schaffen Vertrauen und fördern die langfristige Zusammenarbeit mit allen Beteiligungsgruppen. Als **Leuchtturm-Unternehmen** der Gemeinwohl-Bewegung will **CULUMNATURA®** andere Unternehmen motivieren, sich dieser Thematik zu stellen und auf wirtschaftlicher, politischer und gesellschaftlicher Ebene Veränderungen zu bewirken.



© Robert Gortana

Christian Felber
Initiator und Gründer der
Gemeinwohl-Ökonomie

Wer in seinem Unternehmen nicht den Gewinn als oberstes Ziel verfolgt, sondern auf die Inhaltsstoffe seines Produktes achtet, die MitarbeiterInnen schützt und unterstützt, den Mehrwert für KundInnen im Blickpunkt behält, der verändert automatisch sein Umfeld. Seit 2010 wird das **Modell der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ)** entwickelt.

Gegründet in Österreich ist die GWÖ bereits in 30 Ländern weltweit aktiv. Ein **alternatives Wirtschaftsmodell**, das Unternehmen neben der verpflichtenden Finanzbilanz ermöglicht, eine Gemeinwohl-Bilanz zu legen.

Mit dieser Bilanz zeigt ein Unternehmen auf, in welchen Bereichen es bereits im Sinne des Gemeinwohls wirtschaftet. Gleichzeitig werden Bereiche bearbeitet, die vielleicht noch nie angedacht wurden. Das kann einen Prozess und weiteres

gemeinwohl-orientiertes Agieren auslösen. Die Gemeinwohl-Ökonomie forciert die klare Vision, dass gemeinwohl-orientierte Unternehmen bei öffentlichen Aufträgen, steuerlichen Abgaben, in der Wirtschaftsförderung oder auch im Freihandel bevorzugt werden. Gegenüber jenen, die Regeln umgehen, indem sie z. B. in der Zulieferkette die Umwelt schädigen und menschenunwürdige Arbeitsbedingungen dulden und so aus Externalisierung von Kosten und Schäden Wettbewerbsvorteile ziehen. „**CULUMNATURA® zählt zu den Pionier-Unternehmen der GWÖ** und trägt in einer chemiebelasteten Branche zu einem nachhaltigen Wandel bei. Das gute Ergebnis der Gemeinwohl-Bilanz spiegelt diese Verantwortung wider“, bestätigt Christian Felber, Initiator und Gründer der Gemeinwohl-Ökonomie, und gratuliert zur Vorbildwirkung in der Wirtschaft.

Weitere Infos auf www.ecogood.org





Wie die erste Bürste in die Welt kam

Am Hofe des Königs Chephren im Alten Ägypten lebte einmal eine junge Tänzerin mit Namen Neferet. Sie trug diesen Namen „die Schöne“ zu Recht, denn ihr Gesicht war lieblich, ihre Gestalt anmutig und ihr Tanz war unvergleichlich. Von besonderer Schönheit waren auch ihre langen, glänzenden, schwarzen Haare, die sie jeden Tag sorgfältig kämmt mit einem jener groben Kämmen, die es damals gab. Ein junger Schreiber am Hofe hatte sich nicht zuletzt wegen ihrer Haare in Neferet verliebt und so malte sie sich ihre Zukunft in den schönsten Farben aus. Aber eines Tages brach eine Seuche aus, an der

viele Menschen starben und auch Neferet lag in hohem Fieber. Dank der Pflege eines Heilers überlebte sie, aber büschelweise hatte sie viele Haare verloren – und wer wollte schon eine fast kahlköpfige Tänzerin tanzen sehen? Sie versuchte es mit einer Perücke, doch die fiel beim Tanzen herunter. Zuletzt war Neferet so verzweifelt, dass sie sich das Leben nehmen wollte, denn auch der junge Schreiber schaute nun entsetzt weg, wenn er sie sah...

HEIDI CHRISTA HEIM,
Märchenerzählerin und Autorin

Natürlich geht die Geschichte weiter, neugierig? Das erfährst du beim Erwerb einer **CULUMNATURA® Bürste.**

(Sachinformationen: Ausgrabungen und Abbildungen in den Pyramiden zeigen, dass die Frauen im Alten Ägypten tatsächlich schon Handspiegel aus Metall und Gefäße für ihre Schminke besaßen. Auch benutzten sie Kämmen und nachweislich sogar schon Haarbürsten. Auch bei den Indianern hatte das Bürsten der langen Haare früher einen hohen Stellenwert. Liebespaare der Sioux kämmten bzw. bürsteten einander die Haare als Zeichen ihrer Zuneigung. - Bei den Hopi-Indianern war es Teil der Hochzeits-Zeremonie, dass die Schwiegermutter ihrem Schwiegersohn die langen Haare mit einer Lauge aus Yuccafasern wusch und mit einer Bürste aus Yucca bürstete.)



Sabrina Bandinu
Referentin der Module
Kopfmassage und Beratungstraining

NATURkosmetik: Trend oder Megatrend?

Aus dem Trend zu mehr Nachhaltigkeit und dem bewussteren Umgang im Bezug auf Körperpflege, ist **bei Jung und Alt ein Megatrend** entstanden. Ein klares Indiz dafür, ist das wachsende NATURprodukte-Sortiment in den Drogerie- und Supermärkten.

Kürzlich in einem Drogeriemarkt in der Schweiz: Eine Kundin steht vor einem der meterlangen Kosmetik-Regale und schaut sich ein Produkt an. Ich bemerke Hilflosigkeit – und speziell dann, wenn es um „**vermeintliche NATURkosmetik**“ geht. Und da höre ich sie, die Stimme: „Wo NATUR drauf steht, muss doch auch NATUR drin sein!“. Kein Wunder, die Verpackungen locken mit prächtigen, farbenfrohen NATURbildern – was für eine Irreführung!

Oft möchte ich dann in der Sekunde Klarheit schaffen. Denn spätestens jetzt wird klar, dass ohne fundierte Beratung, in der man die KundInnen mit Achtsamkeit und Empathie, zu Inhaltsstoffen, Hautaufbau und -funktion in Kombination mit vitalstoffreicher Ernährung und bewussterer Lebensführung, die NATURkosmetik nicht den gewünschten Erfolg erzielen wird. Nur wenn wir die KundInnen in ihrer Ganzheit erfassen und dementsprechend beraten, entfalten die **NATURreinen Produkte**, ihre wunderbare und heilsame Wirkung.

Willkommen im Mega-Trend... der alles andere als eine Modeerscheinung ist! Denn die NATUR holt aus allem nur das Beste und das seit Anbeginn der Zeit.

.....

Weil die Haut das Spiegelbild der Seele ist

FACIALIS GESICHTSMASKE

Natürlich innovativ. Natürlich biozertifiziert. Die facialis GESICHTSMASKE gibt es in innovativer Pulverform: konsequent natürlich und praktisch zugleich. Keine Plastikflaschen, keine Dosen – einfach mit Wasser vermischen und auftragen.

Weil die Natur bereithält, was es braucht, um mit dem eigenen Spiegelbild um die Wette strahlen zu können, haben wir uns diesem Weg verschrieben – konsequent natürlich und das mit Haut und Haaren.

.....

**Erhältlich ab
02. Sept. 2019**



Für trockene & reife Haut Für fettige & unreine Haut

Erfrischender Alleskönner

PFEFFERMINZE (MENTHA PIPERITA)

Wer liebt den Geschmack von **frischer Pfefferminze** nicht? Was jedoch in der widerstandsfähigen Gewürzpflanze tatsächlich alles steckt, wissen die wenigsten. Durch ihre wärmende und zugleich kühlende Eigenschaft ist sie schmerzlindernd und beruhigend, weshalb man sie gerne zur **Schlafförderung und Nervenberuhigung** einsetzt. Zudem wirkt die balsamisch schmeckende Heilpflanze antibakteriell, keimtötend und entzündungshemmend.

Wenn sich die Pfefferminze mal heimisch gemacht hat, wächst sie Jahr für Jahr und verschafft sich über ihre Ausläufer viel Platz im Kräutergarten und wird bis zu 90 cm hoch. Bei verdorbenem Magen und Gallenbeschwerden verschafft Pfeffer-

minztee Linderung, da sie eine **krampflösende Eigenschaft** besitzt. Das ätherische Öl wird bei Migräne, Kopf- und Nervenschmerzen, sowie zum Inhalieren bei Erkältungskrankheiten eingesetzt. Der Einsatz von Pfefferminzöl bei Baby's und Kleinkindern, sowie der Kontakt mit Augen sollte vermieden werden. Durch die **antibakterielle Wirkung**, sowie dem Frischegefühl, das Pfefferminze verleiht, wird sie für **medendi ZAHNPASTE** verwendet.

.....

Enthalten in
medendi
ZAHNPASTE

ERBSE TRIFFT MINZE

Frische Minzblätter sehen nicht nur als Dekoration bei Süßspeisen oder Cocktails gut aus, sie schmecken auch hervorragend und erfrischen. Dieses Erbsen-Minze-Püree als Brotaufstrich ist eine willkommene Abwechslung und allein die knallig grüne Farbe ist ein richtiger Hingucker für kleine Partyhäppchen.

- 1 Knoblauchzehe
- 1 Zweig frische Minze, fein gehackt
- 1 EL Butter
- 450 g Erbsen
- 70 ml Wasser oder Gemüsebrühe
- 1 EL Frischkäse oder Schmand
- 1 TL Zitronenschale
- 1 TL Zitronensaft
- etwas Olivenöl
- Salz und Pfeffer

ZUBEREITUNG:

Knoblauch fein hacken und zusammen mit den Erbsen in Butter anschwitzen, mit Wasser oder Gemüsebrühe ablöschen und 5 Minuten köcheln. Danach fein pürieren und den Frischkäse bzw. Schmand, die Hälfte der fein gehackten Minze, die Zitrone und das Olivenöl untermischen. Mit Salz und Pfeffer abschmecken und mit der restlichen Minze anrichten. **Guten Appetit!**



Rezept von **Ulrike Bauszus**,
Referentin des Moduls
Vitalstoffreiche Ernährung

CULUMNATURA® Akademie

Ausbildung zum/r Haut- und HaarpraktikerIn

Haut- und Haarpflege

07.09.2019 - 09.09.2019, D-78112 St. Georgen

05.10.2019 - 07.10.2019, D-78112 St. Georgen

23.11.2019 - 25.11.2019, A-2115 Ernstbrunn

(ausgebucht)

Die Haut

16.11.2019 - 18.11.2019, A-2115 Ernstbrunn

Das Haar

19.10.2019 - 21.10.2019, A-2115 Ernstbrunn

Bewusst(er)leben

14.09.2019 - 16.09.2019, A-2115 Ernstbrunn

26.10.2019 - 28.10.2019, A-2115 Ernstbrunn

Vitalstoffreiche Ernährung

05.10.2019 - 07.10.2019, A-2115 Ernstbrunn

(ausgebucht)

05.11.2019 - 07.11.2019, A-2115 Ernstbrunn

(Zusatztermin)

CULUMNATURA® Pflanzenhaarfarben

19.10.2019 - 21.10.2019, D-78112 St. Georgen

(ausgebucht)

09.11.2019 - 11.11.2019, D-78112 St. Georgen

(Zusatztermin)

30.11.2019 - 02.12.2019, A-2115 Ernstbrunn

(Zusatztermin)

Kopfmassage

12.10.2019 - 14.10.2019, A-2115 Ernstbrunn

(ausgebucht)

07.12.2019 - 09.12.2019, A-2115 Ernstbrunn

(Zusatztermin)

Beratungstraining

21.09.2019 - 23.09.2019, A-2115 Ernstbrunn

02.11.2019 - 04.11.2019, A-2115 Ernstbrunn

CULUMNATURA®
Akademie

Kennenlernseminare

Zukunftschance NATURfriseurIn

01.09.2019, I-39012 Meran

10.11.2019, D-85622 Feldkirchen, München

01.12.2019, D-10787 Berlin

Weiterbildungsseminare

CULUMNATURA® Pflanzenhaarfarbe für Fortgeschrittene

01.10.2019 - 03.10.2019, A-2115 Ernstbrunn

(Zusatztermin)

09.11.2019 - 11.11.2019, A-2115 Ernstbrunn

(ausgebucht)

30.11.2019 - 02.12.2019, D-78112 St. Georgen

(ausgebucht)

NATURfriseurInnen schneiden anders

02.11.2019 - 04.11.2019, D-78112 St. Georgen

(ausgebucht)

Salonstempel



Impressum
CULUMNATURA® für Haut und Haar
Wilhelm Luger GmbH
E-Werkgasse 13, A-2115 Ernstbrunn
Tel.: +43 2576/20 89
info@culumnatura.at
Auflage: 240.000 Stk.

culumnatura.com

Für namentlich gekennzeichnete Artikel übernimmt die Luger GmbH keinerlei Verantwortung. Aus Gründen der einfacheren Lesbarkeit verzichten wir manchmal auf geschlechtsspezifische Formulierungen. Alle personenbezogenen Bezeichnungen beziehen sich gleichermaßen auf Frauen und Männer. Änderungen und Druckfehler vorbehalten!

