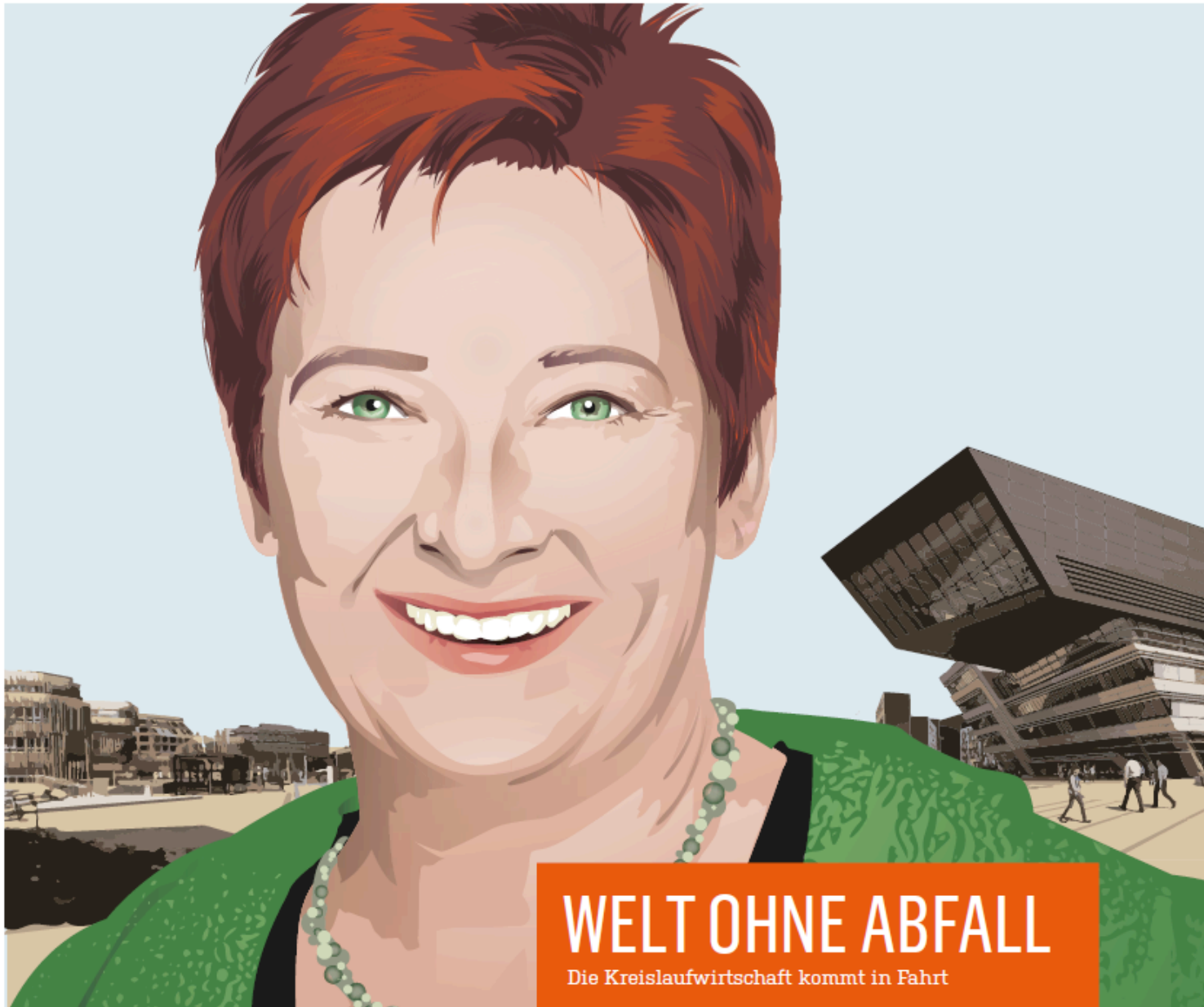


BUSINESSART

WIRTSCHAFT MIT WEITBLICK

02 | 2021

BUSINESSART 2/2021, Österr. Post AG, MZ 132039642M, Lebensart Verlags GmbH, Wiener Str. 35, 3100 St. Pölten, Ö. € 6,-



WELT OHNE ABFALL

Die Kreislaufwirtschaft kommt in Fahrt

Sigrid Stagl/WU-Wien

MINUS 55 PROZENT: Es braucht Gesetze, die beißen

GEMEINWOHL-ÖKONOMIE: Sinnmaximierung statt Gewinnmaximierung

PARADOXER ARBEITSMARKT: Fachkräftemangel trotz Rekordarbeitslosigkeit

WENN DIE NORM NICHT MEHR PASST: Wie wir uns nach Corona neu (er)finden



GEMEINWOHLÖkonomie

Sinnmaximierung statt Gewinnmaximierung

BEATE STEINER

Wer kennt sie nicht, die Kräuter, Gewürze und Tees mit dem Sonnenlogo? Mit regionalen Produkten aus der heimischen Landwirtschaft baute Johannes Gutmann im Waldviertel „Sonnentor“ auf. 1988 startete der Bio-Pionier das Unternehmen mit drei Bauernfamilien als Lieferant*innen als „Kooperation auf Augenhöhe“. Das war zwölf Jahre bevor sich die Gemeinwohl-Ökonomie, wie Gutmann sie vorlebt, als Wirtschaftsreformmodell ausbreitete, mit dem Buch „Gemeinwohl-Ökonomie“ von Christian Felber als Grundlage. In der Marktwirtschaft nach Felbers Konzept gibt es kein Streben nach maximalem Profit und keinen Wachstumszwang, Konkurrenz ist von Kooperation abgelöst. Ziel dieser ethischen Marktwirtschaft ist also nicht die Vermehrung von Geldkapital, sondern das gute Leben für alle. Dabei sollen das Gemeinwohl-Produkt, die Gemeinwohl-Bilanz und die Gemeinwohl-Prüfung das Brutto-Inlandsprodukt, den Finanzgewinn und die Finanzrendite als rein monetäre Erfolgsmaßstäbe ablösen. Langfristig sollen nur wirtschaftliche Aktivitäten rentabel sein, die keine ökologischen und sozialen Schäden anrichten. Wirtschaftliche und gesellschaftliche Krisen sollen durch eine freiwillige Koordination der Unternehmen verhindert werden.

Die Gemeinwohl-Ökonomie baut auf Grundwerten auf, die eigentlich in unserer Verfassung verankert sind – von der Menschenwürde über die Solidarität, Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit bis hin zur Demokratie. Kritiker*innen gehen davon aus, dass durch ihre Umsetzung die Wertschöpfung fallen würde und dieses Konzept zu einem erheblichen Wohlstandsverlust führen könnte – auch, weil die Gemeinwohl-Ökonomie internationale wirtschaftliche Abhängigkeiten ignoriere. Sie befürchten die Zerstörung des Finanzmarktes und des Geldsystems und wenden sich gegen Höchstgrenzen von Vermögensbesitz und Einkommen.

Die Klimakrise lässt aber einige umdenken und Ansätze der Gemeinwohl-Ökonomie annehmen. So verkündete EZB-Präsidentin Christine Lagarde, dass die Europäische Zentralbank mit einem Zentrum für Klimaveränderung ihren Einsatz für den Klimaschutz verstärken werde.



Gemeinwohl-Ökonomie bewährt sich in der Pandemie

Johannes Gutmann, der mit 500 Mitarbeiter*innen zeigt, dass sich Andersmachen auszahlt, und mittlerweile Sprecher des Vereins Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ), ist überzeugt: „Der Schlüssel zum Erfolg ist Sinnmaximierung statt Gewinnmaximierung.“

Das bewährt sich besonders in einer Krise. „GWÖ-Unternehmen achten auf allen Ebenen auf Resilienz, vom sicheren Eigenkapital über die Bindung eines Stammkund*innen-Stocks bis hin zur Regionalität der Zulieferbetriebe“, erklärt Christian Felber, Sprecher und Mit-Initiator der Gemeinwohl-Ökonomie. All diese Sicherheitstauwürden ein Unternehmen stabil auch bei hohem Wellengang machen. „Das Wichtigste ist aber: Die GWÖ ist ein Wirtschaftsmodell, in dem über diverse Stabilisierungsvorgehensweisen wie Kooperationen weniger ökologische, Verteilungs- oder Finanzkrisen auftreten. Ein Design der Systemstabilität ist die beste Vorsorge“, so Felber. Und Johannes Gutmann blickt in die Zukunft: „Die nächste Krise lässt nicht lange auf sich warten. Die Klimakatastrophe klopft schon an die Tür. Wer auf die Gemeinwohl-Ökonomie setzt, tut aktiv und messbar etwas dagegen. Denn die Reduktion der ökologischen Auswirkungen ist ein wesentliches Kriterium. Hier hilft jeder zusätzliche Punkt in der Gemeinwohnbilanz, eine enkeltaugliche Zukunft zu sichern.“



Ein Kern der Gemeinwohl-Ökonomie ist Kooperation statt Konkurrenz.

Gerade diesen Zusammenhalt braucht es in Zeiten der Krise, betont Johannes Gutmann. „Wir leben schon immer Kooperation und gegenseitige Inspiration im Sinne der gemeinwohl-orientierten Wirtschaft – dafür möchten wir als Pioniere denjenigen Wind in die Segel blasen, die noch Gegenwind erfahren, denn Kooperationen sind die Schlüssel zum Erfolg.“ Zwar haben der Tourismuszweig und die Gastronomie auch beim Waldviertler Bio-Pionier unter den Corona-Maßnahmen gelitten, aber das Bewusstsein für Nachhaltigkeit und der Bio-Handel wachsen, und hier gebe es noch viel Potenzial.

Das sieht auch Astrid Luger, Geschäftsführerin des Naturkosmetikherstellers Culumnatura und Sprecherin der GWÖ, ähnlich: „Als Unternehmerin sehe ich die Vorteile in der Krise vor allem im gesteigerten Bewusstsein der Konsument*innen. Es zählt nicht mehr der Preis als vorwiegendes Kaufkriterium. Vielmehr werden Werte gesucht, die hinter einem Unternehmen stehen.“ In der Friseurbranche ist dieser Trend seit Jahren bekannt. „Neben ethischen Kriterien sind den Käufer*innen Regionalität, Transparenz, Nachhaltigkeit und positive ökologische Auswirkungen ein großes Anliegen.“ Ein faires Miteinander auf allen Ebenen werde gefordert. Dies beziehe alle Akteure in diesem Wirtschaften mit ein – Lieferant*innen, Kund*innen, Mitarbeiter*innen sowie Kolleg*innen. Gemeinwohl-orientierte Unternehmen seien in der Krise stärker zusammengerückt. „Wir haben im Team an Lösungen für alle gearbeitet und dafür positives Feedback und sehr viel Dankbarkeit erhalten.“ Vonseiten der Regierung und Behörden sieht Astrid Luger allerdings noch Nachholbedarf: „Unternehmen, die gemeinwohl-orientiert agieren, sich eben auch für das Gemeinwohl engagieren, müssten gefördert werden.“ ■

SONNENTOR – WENN ARBEIT EINE SINN-WIN-SITUATION IST

„Unser Wirtschaftssystem verbraucht zu viele Ressourcen und die Mehrheit strebt nach kurzfristiger Gewinnmaximierung. Anstatt neue Probleme zu verursachen, müssen wir lernen, Teil der Lösung zu sein“, erklärt Johannes Gutmann. „Was mir im Arbeitsalltag wichtig ist: gesund bleiben, Freude haben, gebraucht werden und mit Menschen zusammenzuarbeiten, die meine Werte teilen.“ Der einst als Spinner bezeichnete Waldviertler ist mit dieser Einstellung sehr erfolgreich. Die Tees und Kräuter des Bio-Unternehmens sind gefragt, Gutmann hat in den vergangenen Monaten 30 neue Mitarbeiter*innen eingestellt und arbeitet mit rund 1.000 Bio-Bäuer*innen zusammen. In den Lockdowns hat sich der Webshop-Umsatz verdoppelt, obwohl die Sonnentor-Geschäfte offen hatten. Ein gemeinwohl-ökonomisches Geheimnis des Erfolgs: Sonnentor achtet aufs Klima. Auf dem Planeten und im Arbeitsumfeld. www.sonnentor.com

GEMEINWOHL-ÖKONOMIE

Die zentralen Ziele der Gemeinwohl-Ökonomie sind Menschenwürde, Solidarität und Gerechtigkeit, ökologische Nachhaltigkeit sowie Transparenz und Mitentscheidung für Lieferant*innen, Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen, Kund*innen und Mitunternehmen sowie das gesellschaftliche Umfeld. Sie sind in einer Matrix abgebildet, in der Unternehmen und Organisationen Punkte erreichen können.

Das Konzept lässt sich sehr gut mit den 17 nachhaltigen Entwicklungszielen (Sustainable Development Goals, SDGs) der internationalen Staatengemeinschaft verbinden.

www.ecogood.org

Masterlehrgang zur Angewandten Gemeinwohl-Ökonomie:

Das Studienzentrum Saalfelden bietet ab Herbst 2021 einen 4-semesterigen internationalen Masterlehrgang an.

www.studienzentrum.at

Der Schlüssel zum Erfolg ist Sinnmaximierung statt Gewinnmaximierung.

JOHANNES GUTMANN

DIE GEMEINDE MÄDER – AKTIVE BODENPOLITIK

Mäder ist die dichtest besiedelte Gemeinde in Vorarlberg. Zwei Leitsätze prägen die 4.000-Einwohner*innen-Kommune seit Jahren: „Mäder soll ein Dorf bleiben.“ und „Wir wollen Umweltmustergemeinde werden.“ Das bedeutet, dass die Bewohner*innen über öffentliche Räume verfügen können, wo soziales Miteinander möglich ist. Zentrales Instrument für die Gemeinde ist der Flächenwidmungsplan. Die Gemeinde veräußert keinen Grund und Boden, um Schulden zu tilgen. Mit der Bevölkerung wurde bereits 2010 ein Konzept für öffentliche Grünflächen erarbeitet. Außerdem kauft die Gemeinde Liegenschaften auf Basis von Leibrentenverträgen an — die Eigentümer*innen behalten dabei ihr lebenslanges Wohnrecht. Die Mäderer*innen werden grundsätzlich miteinbezogen, wenn Entscheidungen zu treffen sind, erklärt Bürgermeister Rainer Siegele, der seit 28 Jahren im Amt ist. Bei fast allen Projekten, die die Gemeinde startet, werden zum Auftakt die unmittelbar betroffenen Bürger*innen persönlich eingeladen. Dazu wird im wöchentlich erscheinenden Gemeindeblatt und in den digitalen Medien eine allgemeine Einladung veröffentlicht. „Über den Projektverlauf wird in der viermal im Jahr erscheinenden Gemeindezeitung ‚Mäderer Usscheall'r berichtet“, erläutert Amtsleiter Helmut Giesinger. 50 Teilnehmer*innen haben zum Beispiel beim Verkehrskonzept mitdiskutiert, der Einladung für die Gestaltung einer Hundefreilaufzone sind 20 Hundebesitzer*innen gefolgt. Derzeit bereitet Giesinger die persönliche Einladung an alle künftigen Nutzer*innen einer Turnhalle vor, die demnächst gebaut werden soll.

www.maeder.at



ELOBAU – GRÜNE ELEKTRONIK UND ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT

elobau in Leutkirch im Allgäu zählt zu den führenden Anbietern von berührungsloser Sensortechnik und beliefert weltweit Unternehmen mit Systemen und Komponenten für Nutzfahrzeuge, Maschinensicherheit und Füllstandsmessung. Das Unternehmen, das bereits seine dritte Gemeinwohlbilanz veröffentlichte, sieht sich als Brückenbauer zwischen der Gemeinwohl-Ökonomie und einer Branche, in der die Ideen der ökologischen Nachhaltigkeit schwerer Eingang finden. Alle Produkte des Unternehmens werden klimaneutral gefertigt. Außerdem werden Materialkonzepte, alternative Werkstoffe und Konstruktionsmethoden eingesetzt, die die ökologische Nachhaltigkeit der Produkte verbessern.

Die Pandemie hat sich auf das Unternehmen stark ausgewirkt, sagt Unternehmenssprecher Markus Kalkbrenner. In kürzester Zeit wurde eine Infrastruktur für Mobile Work und Homeoffice geschaffen. „Die Pandemie hat uns zur Beschleunigung gezwungen, was die Teams sehr gut gelöst haben. Ein Stillstand in der Produktion konnte erfolgreich vermieden werden“, so Kalkbrenner. Einschneidend für das Unternehmen war der Wegfall der Messen. Deshalb wurde ein virtueller Showroom entwickelt und Social-Media-Kanäle genutzt, „denn auch die Gewohnheiten der Kund*innen verlagern sich zunehmend ins Digitale.“

www.elobau.com