

Quelle

Das Magazin für nachhaltiges Leben
Herbst 2019

53



LUFT

Filmwettbewerb
für Jugendliche



WASSER

Trinken und
Sport



FEUER

Wasserstoff-
Wirtschaft

ERDE

Lebensmittel als
Mittel zum Leben





Solidarität mit den Lieferanten wertvoller Bio-Rohstoffe



Geliebte Zukunft der Landwirtschaft – Permakultur im Frei-Hof



Pionier in Sachen ökologische Nachhaltigkeit – bis hin zur Verpackung

Fotos: ©SONNENTOR

ERFOLGREICH FÜR DAS GEMEINWOHL

Wie lässt sich Nachhaltigkeit, soziales und ökologisches Engagement eines Unternehmens messen? Ein erprobtes Werkzeug ist die Gemeinwohlbilanz, mit der sich bereits mehr als 500 Unternehmen analysieren lassen. Das Beispiel von Sonnentor zeigt, wieviel Gemeinwohl daraus erwachsen kann.

GEMEINWOHL Selbst aktiv werden

Privatpersonen, Gemeinden, Bildungseinrichtungen, Unternehmen – jeder kann Mitglied werden im Verband der Gemeinwohl-Ökonomie. www.ecogood.org

Engagierte Unternehmen veröffentlichen Nachhaltigkeits- oder Gemeinwohlberichte: www.sonnentor.com

„Gewinnen sollte man nur gemeinsam und nicht auf Kosten anderer“, bringt Sonnentor Gründer Johannes Gutmann das Grundprinzip der Gemeinwohlökonomie (GWÖ) auf den Punkt. Folgerichtig erstellt Sonnentor regelmäßig einen Gemeinwohlbericht und lässt sich durch einen externen Auditor prüfen. Diese objektive Gemeinwohl-Bilanzierung wurde von GWÖ-Gründer Christian Felber entwickelt. Das Testat des Audits bewertet das Unternehmen lückenlos anhand der Werte Menschenwürde, Solidarität, Gerechtigkeit, ökologische Nachhaltigkeit, Transparenz und Mitentscheidung. Auch der Umgang mit Lieferanten, Kunden und Mitarbeitern wird an diesen Kriterien gemessen. Ebenso fließen die Wahl des Finanzpartners und die gesellschaftliche Positionierung des Unternehmens in die Analyse mit ein. Die Zielerreichung in den einzelnen Bereichen zeigt Stärken und Optimierungsmöglichkeiten auf (siehe auch Grafik Gemeinwohl-Matrix).

NACHHALTIGKEIT STATT GEWINNMAXIMIERUNG

Das in Österreich angesiedelte Unternehmen Sonnentor lebt die Werte des Gemeinwohls seit mehr als 30 Jahren und ist sich seiner Verantwortung für Mensch und Natur weit über das Waldviertel hinaus bewusst. Logische Konsequenz für den Nachhaltigkeits-Pionier war

es, als Mitglied des Verbands Gemeinwohlökonomie ein Leuchtturm-Unternehmen für diese Form des anderen Wirtschaftens zu werden. Die Gemeinwohlbilanz, die das Unternehmen seit 2011 nach externer Prüfung erhält, ist dabei immer wieder Ansporn, noch besser zu werden.

Beispielsweise beweist Sonnentor die ethische, soziale und ökologische Haltung im Umgang mit Geldmitteln unter anderem durch den erfolgreichen Abschluss der Crowd Funding-Kampagne zum Ausbau der Photovoltaikanlage. Die gesamte Produktion am Standort Waldviertel ist bereits heute zu 100 Prozent CO₂-neutral. Seit der letzten Gemeinwohl-Bilanzprüfung wurde noch mehr für Menschenwürde und umfassende Chancengleichheit am Arbeitsplatz getan. Das Unternehmen erhielt besondere Gütesiegel für den altersgerechten Umgang mit Mitarbeitern ebenso wie für den hauseigenen Kindergarten. Zur Gesundheitsförderung stehen externe Therapeuten zur Verfügung, die Arbeitsverträge sind im Sinne der Work-Life-Balance ausgestaltet, Home-Office ist möglich.

Solidarität mit der Landwirtschaft zeigt Sonnentor unter anderem durch die aktive Unterstützung der Kampagne »Ackergifte? Nein danke!«. Gutmann selbst initiierte den Verein zur Förderung einer enkeltauglichen Umwelt in Österreich. Weltweit werden Anbaupartner bei der Umstellung auf Bio-Qualität unterstützt, seit kurzem gibt es aufgrund dieses Engagements auch wie-

der einen neuen Bio-Kaffee-Lieferanten in Peru. Dank 30-jähriger Erfahrung kann Sonnentor jeden Bio-Bauern aktiv mit Know-How begleiten – von der Anbauplanung bis zur Anlieferung der Tee- und Gewürz-Kräuter. Ein gesellschaftspolitisches Vorbild für neue, alternative Konzepte der Landwirtschaft ist der Frei-Hof. Der permakulturbewirtschaftete Bio-Bauernhof und die Produktion in Sprögnitz stehen jedem Besucher zur Besichtigung offen. Sonnentor-Kunden können so erleben, wie eine heile Welt möglich ist und erhalten umfassende Transparenz in die Produktionsabläufe – aus dem Gemeinwohlbericht genauso wie vor Ort in Sprögnitz.

GENIESSEN MIT GUTEM GEWISSEN

Direkt am Firmensitz laden neben dem Bio-Gasthaus Leibspeis' auch zwei Tiny Houses zum Übernachten ein – ganz im Sinne der bewussten Reduktion auf das Wesentliche.

„Es geht auch anders“ – gerade die Erfolgsgeschichte von Sonnentor beweist, dass wirtschaftlicher Erfolg und gemeinwohlorientiertes Handeln keinesfalls in Widerspruch stehen.

Seit August 2019 liegt druckfrisch der neue Gemeinwohlbericht vor. Für die Zukunft hat Gutmann schon wieder neue Ziele und Pläne: Die Gemeinwohl-Matrix gibt zusätzliche wertvolle Impulse, wie und wo das Unternehmen sich noch weiterentwickeln kann. Im sozialen Bereich werden das SOS Kinderdorf und das MOMO Kinderhospiz unterstützt. Und neben der Förderung neuer Anbauprojekte für Blüten in Albanien ist auch an die weitere Optimierung von Transportwegen gedacht.

Im Sinne der konsequenten Reduktion von Plastik wird in Kürze die Umstellung auf Teeaufgussbeutel aus Holzfolie gelingen. Liebhaber der hochwertigen Sonnentor-Produkte profitieren davon in mehrfacher Hinsicht: Sie erhalten zusätzlich zum Genuss auch das gute Gefühl, mit ihrer Kaufentscheidung zu einer besseren Welt beizutragen – zu einer ethischen Marktwirtschaft und einem Gesellschaftssystem, bei dem es nur Gewinner gibt. **QC53L02**

Mit Hilfe der Gemeinwohl-Matrix lassen sich sowohl die Stärken, als auch die noch bestehenden Defizite sichtbar machen.

GEMEINWOHL-MATRIX

WERT	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
BERÜHRUNGSGRUPPE				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	B4 Eigentum und Mitentscheidung
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	E2 Beitrag zum Gemeinwesen	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung