

Interview mit Johannes Gutmann, Sonnentor

Die Firma Sonnentor ist ein von Johannes Gutmann 1988 gegründetes österreichisches Unternehmen, das sich auf die Herstellung und Vermarktung von Kräutern, Tees und Gewürzen aus biologischem Anbau spezialisiert hat. Der Umsatz lag 2018 bei 44,5 Millionen Euro. Sonnentor beschäftigt 460 Mitarbeiter, davon 320 in Österreich und 140 in Tschechien, und vermarktet rund 900 verschiedene Produkte.

Johannes Gutmann im Menschengewimmel vor dem großen Sonnentor-Stand auf der BioFach* auszumachen, fällt nicht schwer. Er ist ein agiler, schlanker Mann Jahrgang 1965, hat eine betont aufrechte Körperhaltung, trägt eine runde, rote John-Lennon-Brille, ein weißes Hemd, eine alte, breit geschnittene, naturfarbene Lederhose und knallrote Haferlschuhe. Die Sie- bzw. Du-Frage löst er umgehend, indem er mir die Hand hinstreckt und sagt: „Servus, ich bin der Hannes.“

Es geht auch anders

Ökologenta: Hannes, kannst du mit dem Stichwort „Wandelbewegung“ etwas anfangen?

Hannes: Zur Wandelbewegung gehört, wer beim gesellschaftlichen Wandel hin zu einem guten Leben für alle mitmacht. Für mich gilt: Die Wirtschaft ist für uns da. Die Leute empfinden es aber meistens geradezu umgekehrt. In den letzten 50 Jahren ist viel schiefgelaufen. Dazu passt unser Slogan: „Es geht auch anders.“

Ökologenta: Kannst du den Slogan etwas näher erklären?

Hannes: Es braucht ein Vorleben. Schau, ich komm von einem Bauernhof im Waldviertel. Den hätt ich übernehmen können, wollt ich aber nicht. 1988 war ich ein paar Monate arbeitslos und hab mich gefragt: „Was mach ich jetzt?“ Ich hab mich in unserer wunderbaren Natur umgeschaut und festgestellt, dass viele Biobauern ein Problem haben: Sie hatten tolle Produkte, aber der Absatz war schwierig. Also hab ich ihnen angeboten, dass ich sie auf Bauernmärkten verkaufe. Drei haben mitgemacht. Das war der Anfang von Sonnentor. Meine erste BioFach hab ich 1991 mitgemacht. Da war ich allein auf einem 6-Quadratmeter-Stand. Jetzt sind es knapp 200 Quadratmeter. Was den Firmenwert angeht, bin ich heute Multimillionär. Aber ich mach nichts anderes als damals. Die Wirtschaft kann uns helfen. Ich freu mich, denn jeder Biobauer verhindert Chemie.

Das System von innen nach außen stülpen

Ökologenta: Sonnentor gehört zu den ersten Gemeinwohlbetrieben. Wie würdest du Gemeinwohl beschreiben? Was steckt dahinter?

Hannes: Gemeinwohl, das ist leben und leben lassen. Danach dürstet jeder Mensch. Das ist eine langfristige Vision.

Ökologenta: Wie weit müsste für dein Gefühl der gesellschaftliche Wandel gehen?

Hannes: Der müsste vom einzelnen Individuum ausgehen, von jedem Einzelnen. Das, was wir ruinieren, fällt garantiert auf uns zurück: versauertes Grundwasser, verdorbener Grund und Boden, schlechte Luft, kranke Menschen. Die Politik hat seit Jahrzehnten versagt. Jeder will das größte Stück und so schnell wie möglich. Ich bin immer wieder zutiefst traurig, wie die Menschen vom Leben weggesperrt werden. Meine Eltern haben mir mitgegeben: „Das hier gehört nicht dir; das haben wir von unseren Eltern bekommen. Was wir wirklich besitzen, ist das, was wir essen und trinken.“ Wir werden bestimmt, wir bestimmen nicht, das ist ein Irrtum. Wir brauchen ein gutes Leben für alle, nicht nur für ein paar Hanseln. Wir müssen das System von innen nach außen stülpen.

Es braucht den Mut, neue Pfade zu gehen. Das können manchmal auch ganz alte sein. Da, wo alle hinrennen, gibt es nämlich nur zertrampeltes Land und alles Schöne ist futsch. Schau meine Lederhose an. Die ist perfektes Marketing. Sie hat keinen Pfennig gekostet und ist ein Erbstück von meinem Opa.

Gemeinwohlökonomie macht resilient

Ökologenta: Die Gemeinwohlökonomie begann, sich 2010 zu formieren, 2011 wart ihr schon dabei. Welche Werte oder Prinzipien haben dich ganz persönlich veranlasst, dich diesem Wirtschaftsmodell anzuschließen?

Hannes: Ich habe Christian Felber 2009 kennengelernt. Christians Zauberwort war die „messbare Nachhaltigkeit“. Da hab ich mir gedacht: Das, was da verlangt ist, das machen wir schon lange. 2008 hatten wir den ersten österreichischen Nachhaltigkeitsbericht geschrieben. Ich kann mit Stolz sagen: Wir machen das schon lange und wir machen genau so weiter. Gemeinwohlökonomie ist ein Instrument, das alle abbildet, die bei uns mittun. Unser Leitsatz: „Wir für uns.“ Es wird Zeit, dass es alle begreifen – Bauer und Mitarbeiter und Endkunde: Jeder Euro, den ich in die Hand nehme, ist ein Stimmzettel, entweder für ein besseres Leben für alle oder es ist mir scheißegal, Hauptsache billig. Die Gemeinwohlökonomie hat uns zum resilientesten Wirtschaftsunternehmen in ganz Österreich gemacht. Am Anfang wurden wir verlacht, dann betracht' und inzwischen vielfach nachgemacht.

Gemeinwohlökonomie: gut für Mensch und Natur

Ökologenta: Gemeinwohlökonomie sagt den wenigsten Leuten was. Kannst du ein paar Beispiele nennen, wie sich eure Gemeinwohlorientierung auf Mensch und Natur auswirkt?

Hannes: Kann ich, klar. Aber für den Einstieg hilft es zu verstehen, was der Unterschied zwischen einem konventionellen Unternehmen und einem Gemeinwohlunternehmen ist. Im Vordergrund bei einem Gemeinwohlunternehmen steht nämlich nicht der Profit, sondern der nachhaltige, verantwortungsvolle Umgang mit Natur, Mensch und allen Ressourcen.

Ökologenta: Eine hohe Latte. Jetzt bin ich mal gespannt zu hören, was das in der Praxis bedeutet.

Hannes: Okay. Schauen wir uns mal die Lieferanten an. Durch den Kräuter- und Gewürzanbau bieten wir vor allem kleinen Familienbetrieben die Chance, sich eine Lebensgrundlage zu schaffen. Unsere Bauern erhalten eine Preis- und Abnahmegarantie – bevorzugt in Österreich, aber natürlich auch in Albanien, Spanien oder Portugal. Heute gehören über 200 Biobauern zur Sonnentor-Familie. Wir nehmen ihnen das Risiko ab. Wenn bei denen mal mehr, mal weniger Kräuter wachsen, stellen wir uns darauf ein. Und: Wir haben mit allen persönlich zu tun, zum Beispiel mit Cleopa Ayo aus Tansania, von dem wir Pfeffer, Nelken, Lemongras beziehen, oder mit Don José, der mit seiner Familie in den Regenwäldern in Nicaragua lebt und uns mit Kaffee versorgt.

Ökologenta: Und wie sieht's mit den Themen Strom, Wärme und Wasser aus?

Hannes: Strom beziehen wir schon seit 1992 aus den Ökostromanlagen der Alpe Adria Naturstrom. Seit 2011 produzieren wir ca. 10 Prozent unseres gesamten Strombedarfs. In Kürze werden wir auf knapp 50 Prozent kommen. Durch die Verwendung von LED-Lampen sparen wir ca. 50 Prozent Strom und CO₂-Emissionen im Vergleich zu konventioneller Beleuchtung. Unsere Betriebsgebäude werden zu 100 Prozent CO₂-neutral mit Hackschnitzeln aus der Region beheizt.

Gewinne fließen ausschließlich ins Unternehmen

Ökologenta: Mit euren Umsätzen nehmt ihr ja auch eine Menge Geld in die Hand. Wie steht es damit?

Hannes: Eins ist schon mal klar: Bei uns fließt kein Geld in irgendwelche undurchsichtigen Kanäle. Wir wissen genau, was damit geschieht, und zwar deshalb, weil wir Gewinne ausschließlich in unser Unternehmen investieren. Wir zeigen, dass nachhaltiges Wirtschaften anders funktioniert als in gängigen Lehrbüchern. Wenn es bei Lieferanten erwünscht ist, beteiligen wir uns bei ihnen und stärken sie so zu Zeiten, in denen es nicht so gut läuft. Unsere eigenen MitarbeiterInnen unterstützen wir, indem wir seit 2014 mit der FairFinance-Vorsorgekasse zusammenarbeiten und dort einzahlen.

Ökologenta: Bei euch am Stand fällt immer die gute Laune auf, die so gar nicht gekünstelt wirkt.

Hannes: Es hat sich eben herumgesprochen, dass wir unsere MitarbeiterInnen als unser größtes Kapital sehen. Damit sich wirklich alle mit dem ganzen Unternehmen identifizieren können, wird jede/r während der ersten drei Monate umfangreich in alle Abteilungen eingeschult. 95 Prozent der MitarbeiterInnen bekommen mehr Gehalt, als der Kollektivvertrag vorgibt [in Österreich für Tarifvertrag]. Das Durchschnittseinkommen steigt jährlich konstant und lag 2018 bei ca. 2.130 EUR brutto im Monat. Jede/r bekommt mit einer Bonuskarte 20 Prozent Rabatt auf alle unsere Produkte. Mehr lässt der Gesetzgeber nicht zu. Außerdem bieten wir unseren MitarbeiterInnen ein kostenloses biologisches Mittagessen, Obst zur freien Verfügung und ein umfangreiches, ebenfalls kostenloses Bewegungsprogramm nach der Arbeitszeit. Während ihrer Zeit bei uns können die Kleinen im „Sonnenscheinchen“ unterkommen, unserem vollbiologischen Kindergarten für die Ein- bis Sechsjährigen.

Plastik ist bei uns out

Ökologenta: Jetzt würde mich noch das Thema Müll interessieren.

Hannes: Ja, ein wichtiges Thema. Als Lebensmittelbetrieb fallen bei uns jede Menge Reste an. Aber wir werfen nichts weg! Produkte mit einem kurzen Haltbarkeitsdatum werden gespendet und sozialen Zwecken zugeführt. Auch angebliche Kleinigkeiten nehmen wir ernst. Auf der Toilette wird beispielsweise nicht mit Trink-, sondern mit Regenwasser gespült.

Ein wichtiger Punkt ist das Thema Verpackung. Plastik ist bei uns out. Du schaust ein wenig zweifelnd, aber es ist wirklich so. Die Teepyramiden der Kannenbeutel zum Beispiel werden aus gentechnikfreier Maisstärke gewonnen und sind kompostierbar. Die Fenster in unseren Teepackungen bestehen nicht aus Plastik, sondern aus einer Cellulose-Folie. Dazu gibt es eine eigene Geschichte. Bis 2008 haben wir mit Polyethylen gearbeitet. Ein Besuch bei Bauern in Albanien hat mich eines Besseren belehrt. In Albanien war es ganz normal, seine Plastikbeutel irgendwo hin in die Landschaft zu schmeißen. Es hat einfach niemanden gejuckt, dass die überall herumflogen. Da wurde mir klar: Da machen wir ja auch mit. Auf der nächsten BioFach kam der Glücksfall in Form eines Engländerers bei uns auf den Stand. Er hatte im Rahmen eines Projekts eine tatsächlich kompostierbare Folie entwickelt, die aber letztlich keiner haben wollte, weil sie zehn Prozent mehr kostete als das Marktübliche. Ich hab zu ihm gesagt: „Sie schickt mir der Himmel.“ Es hat dann trotzdem noch drei Jahre gedauert, bis wir sie komplett einsetzen konnten. Seitdem weiß ich: Ein Weg aus der Plastiksackgasse ist möglich. Auf unserem Versuchshof haben sich die Folien nach sechs Wochen in Erde verwandelt.

Für mehr Gemeinwohlökonomie fehlt der politische Wille

Ökologenta: Das klingt alles sehr stimmig. Kannst du dir vorstellen, dass die Prinzipien der Gemeinwohlökonomie zu wirtschaftlich verbindlichen Regelungen werden?

Hannes: Ganz bestimmt. Meines Erachtens wäre sie mit einem Bonussystem gut durchzusetzen, also: Wenn du das und das für Mensch und Natur tust, wirst du dafür belohnt. Das Problem ist nicht die Durchsetzbarkeit der Gemeinwohlökonomie, das Problem ist der mangelnde politische Wille.

Ökologenta: Seid ihr nicht auch gezwungen, immer mehr zu wachsen? Und inwiefern ist das kompatibel mit der Aussage: „Das Ziel: Die Wirtschaft soll sich mit ihren Produkten und der Art und Weise der Herstellung an unseren Werten ausrichten.“

Hannes: Wir müssen nicht immer wachsen. Müssen tun wir gar nichts. Ich kann mir durchaus vorstellen, dass es auch mal weniger wird. Vermehrte Kosten zum Beispiel für die MitarbeiterInnen-Gehälter können wir hereinholen, indem wir an einem der vielen Schraubchen drehen. Man muss auch in sich selber spüren: Ich kann mich ändern, kann etwas Neues, etwas anderes tun. Bei Sonnentor sind es keine inneren Zwänge, die das Wachstum antreiben, sondern ein äußerer Faktor: die steigende Nachfrage. Wegen der Attraktivität und Qualität unserer Produkte ist es uns 30 Jahre lang nicht gelungen, nicht zu wachsen. Das ist ein Ausdruck der Tatsache, dass das allgemeine Problembewusstsein wächst.

Manchmal verselbstständigt sich auch etwas, was wir dann natürlich nicht künstlich bremsen. Ein perfektes Beispiel dafür ist unser Tee-Adventskalender. Da hat die Nachfrage im Laufe der Zeit unsere Erwartung weit übertroffen. Wir setzen davon in der Vorweihnachtszeit über 500.000 Stück ab. Vom Bauern über die Sortierung und Verpackung hat das zu 20 dauerhaften Arbeitsplätzen rund ums Jahr geführt. Wobei wir möglichst viel von Hand machen lassen, auch wenn manches mechanisierbar wäre.

Statt Konkurrenz: Fairness, Transparenz und Nachhaltigkeit belohnen

Ökologenta: Mit zunehmendem Unbehagen an den gesellschaftlich-politisch ökologischen Umständen stellt sich auch eine neu wachsende Kapitalismuskritik ein. Wie stehst du als Unternehmer dazu?

Hannes: Ich unterstütze das. Die Mehrheit der Menschen will eine andere Art des Wirtschaftens. Eine, die sich an dem Wohl aller Menschen orientiert und nicht nur an dem einiger weniger. Der Profit eines Unternehmens geht meistens auf Kosten anderer. Auf Kosten der Lieferanten, die unter Druck geraten. Der Mitarbeiter, die mehr arbeiten müssen. Der Kunden, die schlechtere Qualität erhalten. Der Umwelt, die ausgebeutet wird. Das ist eine Rechnung, die am Ende nicht aufgeht. Zumindest nicht für diejenigen, die nicht zu den kurzfristigen Gewinnern gehören. Deshalb müssen wir statt egoistischem Wettbewerb ein besseres Miteinander fördern, von dem alle profitieren. Belohnen wir Fairness, Transparenz und Nachhaltigkeit statt Konkurrenz!

Geld kann ich nicht aufessen. Geld ist nur dann sinnvoll, wenn es anderen zugutekommt. Deshalb sind wir auch aktiver Unterstützer der Bank für Gemeinwohl, die 2013 von Christian Felber ins Leben gerufen wurde. Warum? Weil es ein Schwachsinn ist, dass man von den Banken normalerweise nur dann einen Kredit bekommt, wenn man bereits erfolgreich ist. Faire Kredite braucht ein Jungunternehmer am Anfang als Starthilfe.

Letztlich geht es immer um Kreisläufe. Wir arbeiten zum Beispiel mit Beteiligungsmodellen. Das nennen wir statt „Crowd-Funding“ im Anklang an Sonnentor „Crowd-Sunding“. Im Moment ist das eine 200-kW-Fotovoltaik-Anlage. Wer 400 Euro investiert, bekommt nach fünf Jahren 500 Euro zurück. Da sind alle zum eigenen Nutzen mit im Boot. Das ist auch der Grund, weshalb wir schon bald die Hälfte unseres Energiebedarfs selbst erzeugen werden.

Ökologenta: Bekommen dann Leute, die erfolgreicher in oder für Sonnentor arbeiten, auch finanzielle Anreize, etwa im Verkauf oder im Marketing?

Hannes: Nein, wir arbeiten mit keinerlei Boni, nicht einmal mit Provisionen. Es gehört zu meinen Glaubenssätzen, dass die Motivation von innen kommen muss. Ich tu lieber alles, um die intrinsische Motivation zu erhöhen. Nach meiner Erfahrung hält die Motivationskraft durch mehr Geld maximal drei Wochen an. Wir haben eine Vertrauensorganisation aufgebaut. Das ist zehnmal mehr wert. Ich

selber bekomme zum Beispiel 2.500 Euro netto im Monat. Alles andere Geld bleibt im Unternehmen und schafft Sicherheit für alle. Es geht nicht um mehr Geld, sondern um mehr Sinn – sonst macht Arbeiten uns nicht glücklich! Man muss die Menschen wachrütteln und dazu bewegen, ihre Ich-zentrierte Perspektive zu verlassen. Dann werden sie erkennen: Wenn es der Gemeinschaft gut geht, fehlt es auch ihnen an nichts.

** Die BIOFACH ist die weltweit größte Messe und Weltleitmesse für ökologische Konsumgüter. Sie findet jedes Jahr im Februar auf dem Messegelände der Stadt Nürnberg statt. Veranstalter der BIOFACH ist die Messe Nürnberg, die ideelle Schirmherrschaft hat die IFOAM, der Weltdachverband der ökologischen Anbauverbände, übernommen. 2001 erwarb die Messe Nürnberg die Veranstaltungsrechte. Es sind nur Fachbesucher zugelassen. (Wikipedia)*