

PUBLIKUM

Gemeinwohl-Ökonomie – 10 Thesen für ein alternatives Wirtschaftssystem

Sprögnitz/Zwettl, im Oktober 2012. Weltweite Finanz- und Wirtschaftskrise, Überstunden und Burnout von Mitarbeitern, Skandale mit Bioprodukten – es läuft etwas falsch in unseren Unternehmen. Merkwürdig nur, dass scheinbar alles beim Alten bleibt. Nach wie vor zählt allein der Profit und, dass jeder von uns in seinem Job das Letzte aus sich herausholt. Doch das kann es nicht sein! Wir brauchen endlich Unternehmen, die erfolgreich sind, weil sie sich für die Belange der Natur sowie der Menschen – der Mitarbeiter, der Verbraucher und der breiten Öffentlichkeit – verantwortlich zeigen. Das österreichische Unternehmen SONNENTOR und 700 andere Unternehmen aus 15 Staaten setzen deshalb auf eine alternative Wirtschaftsordnung, die verantwortliches Handeln belohnt und Gemeinwohl-Streben statt Gewinnstreben in den Mittelpunkt stellt: die Gemeinwohl-Ökonomie.

1. Die Politik zieht keine Konsequenzen – wir schon!

Die Finanz- und Wirtschaftskrise wurde durch die ungezügelter Profitgier der Banken und Unternehmen ausgelöst. Eigentlich erwarteten wir, dass die Politiker diesem Verhalten Einhalt gebieten. Doch nichts passiert! Dabei will die Mehrheit der Menschen eine andere Art des Wirtschaftens. Eine, die sich an dem Wohl aller Menschen orientiert und nicht nur an dem einiger weniger. Unterstützen wir mit unseren Einkäufen nur noch die Unternehmen, die die nötigen Konsequenzen ziehen und beginnen, ökologisch und sozial nachhaltig zu handeln!

2. Die Wirtschaft ist für uns da – und nicht umgekehrt!

Überstunden, Stress und Leistungsdruck: Der Einfluss der Wirtschaft auf unser gesamtes Leben nimmt zu. Es geht oft nur noch um das schnelle Geld. Dabei sollte es um uns Menschen gehen und darum, wie wir besser und zufriedener leben können. Deshalb sollten nicht wir uns an den Bedürfnissen der Unternehmen orientieren müssen, sondern die Unternehmen an den unseren. Das Ziel: Die Wirtschaft soll sich mit ihren Produkten und der Art und Weise der Herstellung an unseren Werten ausrichten. Und an unseren Ressourcen.

3. Wenn nur einer gewinnt, verlieren alle anderen – außer wir verändern die Spielregeln!

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!

4. Es geht nicht um mehr Geld, sondern um mehr Sinn – sonst macht arbeiten uns nicht glücklich!

Viele Manager haben ein falsches Menschenbild. Sie glauben, Menschen leisten mehr, wenn man sie mit immer höheren Boni belohnt. Dabei geht es schon lange nicht mehr um die eigene Briefftasche. Es würde uns vielmehr interessieren, warum wir etwas tun. Und wofür wir etwas produzieren. Was ist der Sinn dahinter? Bringt es uns und anderen mehr Lebensqualität? Welchen Beitrag leisten wir zur Gemeinschaft? Eine Antwort darauf würde unsere Motivation und Zufriedenheit steigern. Und wer sich für etwas begeistert, der leistet bekanntlich auch mehr.

5. Unternehmen sind nicht den Aktionären verpflichtet, sondern der Gesellschaft

Vom Gewinn eines Unternehmens profitieren bisher in erster Linie die Aktionäre. Das ist falsch. Denn Unternehmen sind dem Gemeinwohl verpflichtet, weil von ihrem Handeln auch alle betroffen sind. Das heißt: Unternehmen müssen über ihre eigenen Grenzen hinaus denken und entsprechend handeln. Denn wir alle – die Mitarbeiter, die Kunden, die Lieferanten, die Öffentlichkeit aber auch die Natur – wollen gesund wachsen. Kooperation statt Konkurrenz.

6. Mensch statt Zahl: Nachhaltige Unternehmen investieren in ihre Mitarbeiter!

Mitarbeiter sind in den Augen vieler Manager oft nur eines: Kostenfaktoren. Das Gegenteil ist richtig. Ob jung oder alt: Es sind die Menschen und nicht Maschinen und Technologien, die Profit erwirtschaften und ein Unternehmen auf Dauer erfolgreich machen. Nachhaltig

wirtschaftende Unternehmen investieren deshalb in die Lebensqualität und das Know-how der Menschen und beziehen sie in Entscheidungen mit ein. Für das Management heißt das: Schaut nicht auf Zahlen, sondern auf die Menschen, die Ziele gemeinsam erreichen wollen! Der Profit und die Freude kommen dann von selbst.

7. Das Rückgrat unserer Wirtschaft hat viele kleine Wirbel: regional geht vor global!

Die internationalen, allein dem Shareholder-Value verpflichteten Konzerne erhalten öffentliche Aufmerksamkeit. Dabei sind die vielen kleinen und mittelständischen Firmen das Rückgrat unserer Wirtschaft. Das sind oft Familienbetriebe, die ihre Produktion nicht ins Ausland auslagern und damit unsere Gesetze und Standards umgehen, sondern die gemeinsam mit den Menschen in ihrer Region auf faire und nachhaltige Art und Weise erstklassige Produkte herstellen. Wenn wir die fatalen Auswirkungen der Globalisierung beherrschen wollen, dann setzen wir auf klein statt groß und auf regionale Stärke und Verantwortung statt globaler Gewinnmaximierung.

8. Unternehmen bekommen mehr Geld – wenn sie uns glücklicher machen!

Heute gewähren Banken Unternehmen nur dann Kredite, wenn eine Bilanz den entsprechenden Umsatz aufweist. Das fördert das Streben nach maximalem Gewinn. Bei der Gemeinwohl-Ökonomie geht es um eine andere Bilanz: Je zufriedener ein Unternehmen seine Mitarbeiter und Kunden macht, je ökologisch und sozial nachhaltiger Produkte hergestellt, gehandelt und entsorgt werden, der Gesellschaft als Ganzes also Gutes getan wird, desto mehr Geld und staatliche Vergünstigungen werden einem Unternehmen gewährt. Das ist nur fair und gerecht!

In diesem Jahr veröffentlicht das Bio-Unternehmen SONNENTOR zum zweiten Mal eine Bilanz, welche die Leistungen des Unternehmens für das Gemeinwohl belegt. Für Unternehmensgründer und Geschäftsführer Johannes Gutmann steht fest: „Nur wer im Sinne der Menschen und unserer natürlichen Umwelt nachhaltig wirtschaftet und das in einer Gemeinwohl-Bilanz nachweisen kann, erfüllt alle Kriterien einer Bonität und soll günstigere Kredite erhalten.“

9. Bio und Nachhaltigkeit sind kein Etikett, sondern eine Einstellung!

Viele Unternehmen betreiben Greenwashing: Sie stellen in der Öffentlichkeit einzelne umweltfreundliche Aktionen heraus, in Wahrheit aber handeln sie nach wie vor zu Lasten von Mensch und Natur. Leider ist es auch mit manchen Bio-Produkten so, dass jedes gesetzliche Schlupfloch ausgenutzt wird. Außen grün verbirgt sich darunter noch das alte egoistische, profitmaximierende Denken und Handeln. Aber: Bio, Fairtrade und Nachhaltigkeit verlangen nicht nur ein anderes Etikett, sondern ein anderes Wirtschaften auf der Basis gemeinschaftlicher Werte.

10. Das muss es uns wert sein: Gutes ist niemals billig!

Wer beim Einkauf Bio-Produkte erwirbt und sich darüber freut, dass sie besonders preiswert sind, sollte besser an deren Qualität zweifeln. Denn: Produkte, die den Bedürfnissen von Mensch und Umwelt gerecht werden, müssen finanziert werden. Was fair und nachhaltig produziert und vertrieben wird, kann niemals zum Schleuderpreis als Schnäppchen im Supermarkt landen. Wenn ein Produkt auf der Basis humaner und ökologischer Werte hergestellt wird, dann hat es seinen Wert – auch finanziell.

Über SONNENTOR:

Die SONNENTOR Kräuterhandels GmbH wurde 1988 von Johannes Gutmann im Waldviertel gegründet. Ausgangsidee war, bäuerliche Bio-Spezialitäten wie Tee- und Gewürzkräuter, zuckerfreie Fruchtaufstriche, Geschenkartikel und vieles mehr zu sammeln und unter dem Logo der *lachenden Sonne* überregional und international zu vermarkten.

Heute hat das Unternehmen mit Sitz in Sprögnitz bei Zwettl 170 Mitarbeiter in Österreich, 75 in Tschechien und exportiert seine Produkte in 51 Länder weltweit. Derzeit gehören mehr als 150 Bauern zur SONNENTOR Familie. Im letzten Geschäftsjahr 2011/2012 konnte ein Umsatz von rund 24,7 Mio. Euro erzielt werden. Wesentliche Merkmale der Geschäftsidee sind die weitgehende Veredelung der Produkte direkt am Bio-Bauernhof, Nachhaltigkeit und die Erhaltung der Identität des Produzenten, um möglichst viel Transparenz für den Kunden zu erreichen. www.sonnentor.com

Rückfragehinweis:

SONNENTOR

Manuela Raidl-Zeller

02875/7256

manuela.raidl-zeller@sonnentor.at