

Da wächst
die Freude.



SONNENTOR®



SONNENTOR
Kräuterhandelsgesellschaft mbH

**Nachhaltigkeits-
und Gemeinwohl-
Bericht 2015**

Wir von SONNENTOR glauben
fest daran, dass in der
Natur die besten
Rezepte für ein schönes
und langes Leben liegen. Dafür arbeiten wir.

Davon leben wir. Und wir glauben,
dass die **biologische**
Landwirtschaft
die einzige Alternative zu den Folgen von
Monokultur und Überproduktion ist.

Der **Kreislauf**, das immer
Wiederkehrende, das sich ständig
erneuernde Leben ist unser Grundprinzip.

So wie das **Leben &**
Lebenlassen,
das gegenseitige Anerkennen und die
Wertschätzung für ein langfristiges
Miteinander unerlässlich sind.

Alles muss im **Gleichgewicht**
sein, damit die **Freude**
wachsen kann ...



Warum wir das Gemeinwohl lieben...

Bereits seit 2011 sind wir Pionierunternehmen der Gemeinwohl-Ökonomie und sehen diese Wirtschaftsform als Alternative zum gegenwärtigen profitgetriebenen System. Deckungsgleiche Wertvorstellungen haben uns dazu motiviert, diese großartige Initiative zu unterstützen und uns nach den Kriterien der Gemeinwohl-Ökonomie beurteilen zu lassen. Wir würden uns freuen, wenn Sie unseren Bericht als Anstoß sehen, gemeinsam für eine lebenswerte Zukunft einzustehen.

Die Gemeinwohl-Ökonomie ist eine Form der Marktwirtschaft, die die Ziele von Unternehmen umpolt: von Gewinnmaximierung und Konkurrenz zu Gemeinwohl und Kooperation. Die Gemeinwohl-Bilanz ist das Messwerkzeug für Unternehmen der Gemeinwohl-Ökonomie. Entscheidend für den Erfolg ist nicht der Gewinn, sondern das Ergebnis dieser Gemeinwohl-Bilanz. Die zentralen Säulen sind Menschenwürde, Solidarität, ökologische Nachhaltigkeit, soziale Gerechtigkeit sowie die demokratische Mitbestimmung und Transparenz. Unseren Beitrag zu diesen Säulen erklären wir im nachfolgenden Gemeinwohl-Bericht. Er ist die Basis für die SONNENTOR Gemeinwohl-Bilanz. Als Gemeinwohl-Unternehmen werden wir von einem externen Auditor in insgesamt 17 verschiedenen Kategorien bewertet. Bei dieser Bilanz werden die Art der Kooperationen und Zusammenarbeit mit allen Bezugsgruppen beurteilt. Betrachtet werden dabei die LieferantInnen, GeldgeberInnen, MitarbeiterInnen und EigentümerInnen, die KundInnen, die Produkte oder Dienstleistungen, der Umgang mit MitunternehmerInnen und die Kooperationen mit dem gesellschaftlichen Umfeld.

www.gemeinwohl-oekonomie.org





Auf folgenden Seiten werden die Aktivitäten von SONNENTOR zu den einzelnen Kriterien der Gemeinwohl-Matrix angeführt und erläutert.

TESTAT : AUDIT

**GEMEINWOHL-
BILANZ** 2013-14

für **Sonnenor Kräuterhandels-gesellschaft mbH**
AuditorIn **Roland Gutmann**

WERT BERÜHRUNGSGRUPPE	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Demokratische Mitbestimmung & Transparenz
A) LieferantInnen	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement				80 %
B) GeldgeberInnen	B1: Ethisches Finanzmanagement				40 %
C) MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen	C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung 60 %	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit 70 %	C3: Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen 60 %	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens 80 %	C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz 30 %
D) KundInnen / Produkte / Dienstleistungen / Mitunternehmen	D1: Ethische Kundenbeziehung 50 %	D2: Solidarität mit Mitunternehmen 50 %	D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen 80 %	D4: Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen 40 %	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards 60 %
E) Gesellschaftliches Umfeld: Region, Souverän, zukünftige Generationen, Zivilgesellschaft, Mitmenschen und Natur	E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / DL 60 %	E2: Beitrag zum Gemeinwesen 40 %	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen 80 %	E4: Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung 100 %	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung 70 %
Negativ-Kriterien	Verletzung der ILO-Arbeitsnormen/ Menschenrechte 0	Feindliche Übernahme 0	Illegitime Umweltbelastungen 0	Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens 0	Nichtoffenlegung aller Beteiligungen und Töchter 0
	Menschenunwürdige Produkte, z.B. Tretminen, Atomstrom, GMO 0	Sperrpatente 0	Verstöße gegen Umweltauflagen 0	Arbeitsplatzabbau oder Standort-verlagerung bei Gewinn 0	Verhinderung eines Betriebsrats 0
	Beschaffung bei / Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen 0	Dumpingpreise 0	Geplante Obsoleszenz (kurze Lebensdauer der Produkte) 0	Umgehung der Steuerpflicht 0	Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobbies / Eintragung in das EU-Lobbyregister 0
				Unangemessene Verzinsung für nicht mitarbeitenden Gesellschafter 0	Exzessive Einkommensspreizung 0

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Matrix 4.1. Nähere Informationen zur Matrix, den Indikatoren und dem Audit-System finden Sie auf www.gemeinwohl-oekonomie.org

Testat gültig bis 31.07.2017

BILANZSUMME 635

Da wächst die Freude.

Weitab von Großstädten und Industrie war es 1988 alles andere als leicht, etwas Besonderes aufzubauen. Doch gerade die exponierte Lage im Norden Österreichs hat dem Waldviertel seine Authentizität erhalten. Mit viel Liebe zur Handarbeit stellen wir in Sprögnitz bei Zwettl Produkte her, die die Wertschätzung für Natur und Mensch spüren lassen. SONNENTOR bietet seinen MitarbeiterInnen Arbeitsplätze mit Gestaltungspotenzial, sichert Lebensgrundlagen und die Möglichkeit, in der Region zu bleiben. Mit Wertschätzung, Transparenz und dem Prinzip von „leben & leben lassen“ stehen wir seit der Gründung für eine alternative Unternehmensführung.



1988

Gründung von SONNENTOR durch Johannes Gutmann

Die ersten Bauern Helga Bauer, Kurt Kainz und Oma Zach glauben an die Idee des jungen Johannes Gutmann und beliefern ihn mit ihren biologischen Kräuterspezialitäten.

1989

Der Gute Laune Tee entsteht. Die Produktpalette umfasst etwa 25 Produkte im Bereich Kräutertees und Küchenkräuter.

1992

Übersiedlung nach Sprögnitz

SONNENTOR verwendet zu 100 % Ökostrom.

Gründung SONNENTOR Tschechien

1999

1. Webauftritt: Das SONNENTOR öffnet sich im World Wide Web. www.sonnentor.com

1994

Eröffnung Hofgreißlerei: In Sprögnitz gibt es jetzt einen Ab-Hof-Verkauf.

1997

1. Teebeutelmaschine in Tschechien: SONNENTOR Tees sind nun auch im Aufgussbeutel verfügbar.

1. Export nach Asien durch Zusammenarbeit mit dem in Neuseeland lebenden Zwettler Bernhard Schneider.

2001

1. Listung bei Großhändler dennree - der deutschlandweite Vertrieb beginnt.

2003

Probier mal! - mit 20 verschiedenen Tees bis heute eines der beliebtesten Produkte.

2002

Produktinnovation Tee-Adventkalender (bis heute Bestseller)

Unter'm Hollerbusch: Der Biofachmarkt bereichert das Einkaufsangebot in Zwettl.

2004

Bio-Bengelchen Constanze, Moritz und Leander begeistern kleine Bengelchen mit der Kinderlinie von SONNENTOR.

SONNENTOR zählt 50 MitarbeiterInnen und 50 Vertragsbauern in Österreich.

2006

Eröffnung Kräuter-Sinnes-Erlebnis mit SONNENTOR Geschäft, Betriebsführungen, Kräuterwanderweg und Kräuterstreichelgarten

Erstellung des 1. Nachhaltigkeitsberichts

Gründung SONNENTOR Rumänien mit Thomas Weinraub und Csaba Szakács

2005

Das 1. SONNENTOR Geschäft eröffnet in Krems.

1. Kräuterfest (Kurt Kainz, Kräuterbauer der ersten Stunde, wird mit der 1. „Goldenen Sichel“ ausgezeichnet.



2008

Das Bio-Bengelchen Kräuterdorf und die Hildegard Kräuteroase entstehen in Sprögnitz.

100 MitarbeiterInnen

In St. Pölten eröffnet das 1. SONNENTOR Franchise-Geschäft.

2009

Verwendung von kompostierbarer Cellulose-Folie anstelle von Plastik www.waechst-wieder.com

Facebook: SONNENTOR startet ins soziale Netzwerk.

1. Bio-Bengelchen Frühlingsfest

2007

Anbauprojekt und Gründung SONNENTOR Albanien mit Endrit Kullaj

2012

Anschaffung des 1. Elektroautos

150 Bio-Bauern aus Österreich beliefern SONNENTOR.



2013

Für die Wärmegewinnung wird ausschließlich erneuerbare Energie verwendet

Das Buch „Gut geht anders“ wird veröffentlicht und das Magazin „FREUDE“ herausgegeben.

2015

Das komplette SONNENTOR Sortiment ist palmölfrei.

Begrünung der neuen Halle „Überdrüber“ mit Moos und dadurch CO₂- und Feinstaubkompensation.

2011

SONNENTOR ist Gemeinwohl-Ökonomie-Unternehmen, Erstellung des 1. Gemeinwohl-Berichts.

Bau des Nullenergiebilanz-Gebäudes Geist- und Genuss-Reich und Installation der 1. Photovoltaikanlage

Unternehmer des Jahres: Johannes Gutmann bekommt den „Entrepreneur Of The Year“ Award von Ernst & Young.

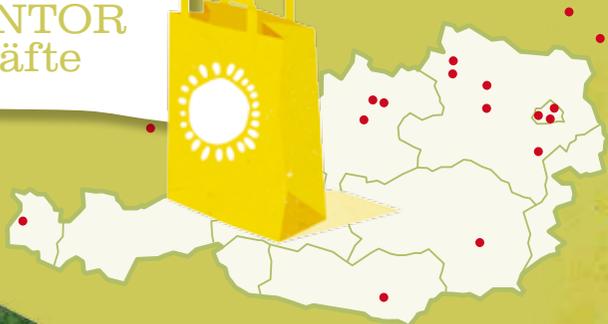
ORF Klimaschutzpreis

2014

SONNENTOR ist CO₂ neutral – der komplette CO₂-Ausstoß wird durch Humusaufbau in Österreich kompensiert.

Eröffnung der betrieblichen Kinderbetreuung SONNENSCHNECKEN, des Bio-Gasthauses Leibspeis' und des Teesalons Tee-Zeit

SONNENTOR
Geschäfte



SONNENTOR
Tschechien



SONNENTOR®

Da wächst die Freude.

SONNENTOR
Erlebnis



SONNENTOR
Sprögnitz



leib
spis

Stammdaten:

Rechtsform: SONNENTOR Kräuterhandelsgesellschaft mbH

Kontakt: Sprögnitz 10, 3910 Zwettl; +43 (0) 2875/7256,
office@sonnentor.at, www.sonnentor.com

Eigentümer: 99 % Johannes Gutmann, 1 % Johann Wostri

Stille Beteiligungen: keine

Anzahl der Betriebsstandorte in Österreich: 5

Jahresumsatz im Geschäftsjahr 2014/2015: 33,4 Mio. Euro

Exportanteil: 65 %

Dieser Gemeinwohl-Bericht wurde für die SONNENTOR Kräuterhandels-
gesellschaft mbH Österreich und für die SONNEN Tourismus- und
Beteiligungsgesellschaft mbH erstellt.

Schwesterbetriebe:

SONNENTOR s.r.o. in Tschechien - Eigentümer: 10 % Thomáš Mitáček,

10 % SONNENTOR Österreich, 80 % Johannes Gutmann

SONNENTOR S.R.L. in Rumänien - Eigentümer: 19 % Thomas Weinraub,
1 % Csaba Szakács, 80 % Johannes Gutmann

SONNENTOR sh.p.k. in Albanien - Eigentümer: 20 % Endrit Kullaj,
80 % Johannes Gutmann

MitarbeiterInnen

Unsere MitarbeiterInnen sind unser wichtigstes Potenzial. Aktuell sind bei
SONNENTOR 246 MitarbeiterInnen angestellt. Davon arbeiten etwa die Hälfte
in der Produktion und die andere Hälfte in der Verwaltung des Unternehmens.

Bauern

Im Einklang mit der Natur pflanzen die SONNENTOR Bio-Bäuerinnen und
-Bauern unermüdlich Kräuter in bester Qualität. Sie sind nachhaltige Idealisten,
die genauso stolz auf ihre Arbeit sind wie wir. Denn nur im Kreislauf der Natur
wächst die Freude immer weiter. Rund 180 Bio-Bäuerinnen und -Bauern in Öster-
reich und viele weitere Bio-Pioniere auf der ganzen Welt sorgen dafür, dass nur
die besten Zutaten in die SONNENTOR Produkte kommen.



SONNENTOR Shops

Aufstrebende UnternehmerInnen, die unsere Philosophie leben, bekommen
die Möglichkeit, unseren Erfolg zu teilen. Die Besinnung auf unsere Stärken
und Kernkompetenzen, eine ausgewogene Balance von Geben und Nehmen
und vollstes Vertrauen sind die wichtigsten Säulen, auf denen unser Franchise-
System basiert. www.sonnentor.com/geschaeft

SONNENTOR Erlebnis

In unserem SONNENTOR Erlebnis gibt es für Groß und Klein viel zu entdecken.
In einer Führung erfahren unsere Gäste Wissenswertes über Kräuter und Gewürze.
Während die Kleinen im Bio-Bengelchen Garten toben, können die Eltern im
Bio-Gasthaus Leibspeis' und Teesalon Tee-Zeit entspannen. Wer Neues lernen
möchte, ist bei den SONNENTOR Seminaren genau richtig.

www.sonnentor.com/erlebnis

Produkte

Mehr als 700 Produkte gibt es mittlerweile im bunten SONNENTOR Sortiment:
Von köstlichen Teekompositionen, den Honigherzen über die „Würz dich um die
Welt!“-Gewürzmischungen bis hin zur Kaffeelinie „Wiener Verführung“ reicht die
Produktpalette. Allen Produkten gemeinsam ist ihr Erfolgsrezept – innovative
Konzepte und handverlesene Zutaten höchster Bio-Qualität.

Preise & Auszeichnungen

Für uns sind Auszeichnungen kein Selbstzweck. Die Bewerbe geben uns die Möglichkeit, das Erreichte aktiv nach außen zu kommunizieren und einer externen Bewertung zu unterziehen. „Möge der Beste gewinnen!“ lautet die Devise und dieses Kompliment dürfen wir oft in Form von Prämierungen annehmen.

2015: TRIGOS – Auszeichnung für besondere Kooperationen und beste CSR, Österreich

2014: Nestor Gold – Auszeichnung für alter(n)sgerechte Organisationen und Unternehmen, Österreich

2014: Green Franchise-Award, Deutschland

2012: Förderpreis „Nachhaltiger Mittelstand“ der Ethikbank, Deutschland

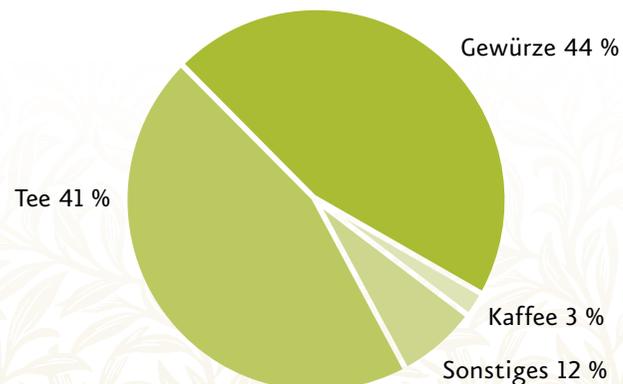
2012: Utopia-Publikums-Award in der Kategorie „Unternehmen“, Deutschland

2011: Johannes Gutmann wird als „Entrepreneur Of The Year“ von Ernst & Young nominiert, Österreich

2011: Klimaschutzpreis in der Kategorie „Landwirtschaft und Gewerbe“, Österreich

2011, 2010: „Austria's Leading Companies“-Award, Auszeichnung auf bundesweiter Ebene als führendes Unternehmen (von PwC, KSV 1870 und dem WirtschaftsBlatt), Österreich

Kernkompetenzen





Das liegt uns am Herzen

Kreislaufdenken ist für SONNENTOR ein wichtiges Grundprinzip. Ein Wirtschaften im Einklang mit Mensch und Natur ist der wichtigste Pfeiler dieser Philosophie. Unsere Schwerpunkte haben wir auf folgende Bereiche gelegt:

- **SONNENTOR wirtschaftet klimaneutral.**
Die rund 335 Tonnen CO₂, die zum Beispiel durch den Transport entstehen, werden zur Gänze kompensiert. Durch das Projekt „CO₂-Kompensation durch Humusaufbau“ der Ökoregion Kaindorf werden Bauern gefördert, die es schaffen, die Humusbilanz ihrer Böden zu verbessern und somit nachweislich CO₂ zu binden.
- **Von Hand verpackt.**
Nachdem die Rohstoffe möglichst umweltschonend bei den Bio-Bäuerinnen und -Bauern angebaut, geerntet und aufbereitet wurden, werden sie in unserer Produktion in Sprögnitz weiterverarbeitet. Hier setzt SONNENTOR konsequent auf den Einsatz vieler fleißiger Hände. Das Unternehmen schafft so Arbeitsplätze, erspart unserer Umwelt CO₂ und sichert höchste Qualität.



- **Kompostierbare Folien anstelle von Plastik.**
SONNENTOR Verpackungen bestehen aus nachwachsenden Rohstoffen. Durch die Verwendung von Cellulosefolie konnte das Unternehmen der Umwelt seit 2008 mehr als 100 Tonnen Plastik ersparen.
- **100 % ohne Palmöl.**
Palmöl befindet sich mittlerweile in jedem zweiten Lebensmittel. Für die weltweit steigende Nachfrage müssen die Flächen für den Palmöl-Anbau ständig erweitert und Regenwälder gerodet werden. Damit einhergehen unvorstellbare Naturzerstörung und großes Tierleid. Deswegen verzichten wir bewusst auf Palmöl, das komplette SONNENTOR Sortiment ist palmölfrei.



Verhaltenskodex

Wir haben uns Verhaltensrichtlinien auferlegt, die weit über Regeln und Gesetze hinausgehen. Wir tragen Verantwortung – für Mensch, Natur, Umwelt, Gesellschaft und für die Zukunft.

1. Wir stehen für ein faires Miteinander.

Egal ob im Waldviertel oder bei unseren AnbaupartnerInnen auf der ganzen Welt: SONNENTOR steht für ein faires Miteinander. Deswegen verpflichten wir uns zum respektvollen, wertschätzenden Umgang mit unseren PartnerInnen, unseren Bio-Bäuerinnen und -Bauern, LieferantInnen und KundInnen. Wir sind bestrebt, soziale Strukturen zu fördern.

2. Korruption hat bei uns keinen Platz.

Preisabsprachen, Korruption und Vorteilsgewährung werden bei SONNENTOR nicht geduldet.

3. Die Gesundheit und Sicherheit unserer MitarbeiterInnen haben höchste Priorität.

Die MitarbeiterInnen sind unser höchstes Potenzial. Deswegen stellen wir sicher, dass ein Höchstmaß an Sicherheit im Arbeitsalltag sowie ein gesundheitsförderndes Umfeld gewährleistet sind.

4. Ein respektvoller, wertschätzender Umgang lässt die Freude wachsen.

Mit unseren MitarbeiterInnen pflegen wir einen wertschätzenden und respektvollen Umgang. Offene Kommunikation, die Einbeziehung der MitarbeiterInnen in Entscheidungen und das Bekenntnis zur Chancengleichheit sind für uns unerlässlich.

5. Jedes Mitglied der SONNENTOR Familie ist ein Botschafter.

Jede(r) MitarbeiterIn und jede(r) PartnerIn von SONNENTOR ist ein(e) BotschafterIn des Unternehmens. Wir machen uns deswegen täglich bewusst, wie unsere Handlungen nach außen wirken. Jeder einzelne von uns trägt die Verantwortung, unsere Werte, unsere Prinzipien und Gedanken nach außen zu transportieren.

6. Die Umwelt liegt uns am Herzen.

Wir haben uns dem Natur- und Umweltschutz verschrieben. Wir streben danach, die ökologische Nachhaltigkeit in allen Unternehmensbereichen stetig zu verbessern, unseren CO₂-Fußabdruck zu reduzieren und so das Ziel einer negativen CO₂-Bilanz zu erreichen. Kreislaufdenken ist ein Grundprinzip, das wir in jedem Bereich leben, um so in Harmonie mit der Umwelt zu wirtschaften.

7. Wir wachsen im gesunden Einklang mit Mensch und Natur.

Wir sind überzeugt: Ökologie, Ökonomie und Soziales sind kein Widerspruch. Wir verpflichten uns, das Unternehmenswachstum in einem Maß zu gestalten, in dem die Mitglieder der SONNENTOR Familie in der Lage sind, dieses Wachstum mitzutragen und der wirtschaftliche Erfolg nachhaltig gesichert ist. Zentrales Ziel des Unternehmenswachstums sind die Steigerung des Gemeinwohls, die Förderung des Bio-Gedankens und das Bestreben, möglichst viele Menschen für unsere Werte und unsere Arbeit zu begeistern.

8. Wir streben nach ständiger Verbesserung.

Wir verpflichten uns dazu, uns in jedem Unternehmensbereich ständig weiter zu entwickeln. Das betrifft die Qualität der Produkte, die ökologische Nachhaltigkeit des Unternehmens, die Arbeitsplatzqualität und den Nutzen für die Gesellschaft. Alles muss im Gleichgewicht sein, damit die Freude wachsen kann.

Ethisches Beschaffungsmanagement (A1)

Wir setzen seit je her auf langfristige, vertrauensvolle Partnerschaften. SONNENTOR baut langjährige Lieferantenbeziehungen auf und fördert regionale Strukturen auf der ganzen Welt. Egal ob es dabei um den Einkauf der Rohstoffe geht oder um den Bau einer Lagerhalle oder die Büromaterialien.

Kräuter und Gewürze

Eine Entdeckungsreise durch Österreich und die ganze Welt. Eine unvorstellbare Vielfalt an Kräutern und Gewürzen ist das duftende Geheimnis von SONNENTOR.

Wir stehen für direkten Handel

Wir kaufen direkt bei den Bio-Bäuerinnen und -Bauern ein und bezahlen faire Preise. **Wir beziehen rund 80 % der etwa (je nach Saison) 250 - 300 verschiedenen Rohwaren aus direktem Handel.**

So vermeiden wir Zwischenhandel und unnötige Preisspekulationen. Ziel ist es, möglichst alle Rohwaren aus direktem Handel zu beziehen. Dort, wo dies nicht möglich ist, kaufen wir bei langjährigen Partnern ein, zu denen ein gesichertes Vertrauensverhältnis besteht. Wir beziehen ausschließlich Rohstoffe aus kontrolliert biologischem Anbau, die den Kriterien des fairen Handels im jeweiligen Anbauland entsprechen. Davon überzeugen wir uns persönlich durch Besuche, bei denen von uns vor allem die Arbeitsbedingungen sowie die ökologischen und sozialen Aspekte bei der Erzeugung und die Qualität der verwendeten Rohstoffe überprüft werden. Jede(r) MitarbeiterIn, ProduzentIn, VertriebspartnerIn, LadnerIn und KonsumentIn ist ein wichtiger Teil des fairen Miteinanders.



Wir beziehen so viele Rohwaren wie möglich aus Österreich, **unsere Bio-Bäuerinnen und -Bauern bauen auf rund 850 Hektar Land Bio-Kräuter und -Gewürze an.** Anbauprojekte auf der ganzen Welt versorgen uns mit Kräutern und Gewürzen, die bei uns nicht beheimatet sind:

Österreich	Alfalfa, Anis, Anisysop, Apfeľminze, Apfeľstücke, Birnen, Blaumohn, Bohnenkraut, Bockshornklee, Brennessel, Chili, Dill, Einkorn, Fenchel, Flohsamen, Frauenmantel, Graumohn, Grüner Hafer, Hanfblätter, Kamille, Käsepappel, Katzenminze, Knoblauch, Koriander, Korianderkraut, Krauseminze, Kräutersseitlinge, Kresse, Kümmel, Kürbiskerne, Lavendel, Liebstöckel, Linsen, Majoran, Oregano, Pastinaken, Petersilie, Pfefferminze, Rettich, Ringelblumen, Rote Rüben, Salbei, Karotten, Sauerkirschen, Schnittlauch, Schokominze, Schwarzkümmel, Schwarzkümmelöl, Senfkörner, Sonnenblumenblütenblätter, Spitzwegerich, Thymian, Ysop, Zitronenmelisse, Zucchini
Tschechien	Blaumohn, Brennessel, Brombeerblätter, Holunderblüten, Kümmel, Lindenblüten, Pfefferminze, Ringelblumen, Salbei, Thymian, Zitronenmelisse
Deutschland	Apfeľminze, Bohnenkraut, Estragon, Hopfendolden, Kamille, Kresse, Kümmel, Pfefferminze, Ringelblumen, Senfkörner gelb, Ysop, Zitronenmelisse
Albanien	Basilikum, Bergtee, Bohnenkraut, Brombeerblätter, Erdbeerblätter, Gänseblümchen, Hagebutte, Himbeerblätter, Holunderblüten, Käsepappel, Kornblumen, Lavendel, Lindenblüten, Lorbeerblätter, Malvenblüten, Oregano, Ringelblumen, Rosmarin, Salbei, Wacholderbeeren, Zitronenverbene

Tansania	Kardamom, Nelken, Orangenschalen, Pfeffer, Zimt, Zitronengras, Zitronenschalen
Nicaragua	Ingwer, Kardamom, Kurkuma, Rohkaffee, Zitronengras
Spanien	Paprika
Kosovo	Bärlauch, Basilikum, Brennnessel, Brombeerblätter, Erdbeerblätter, Frauenmantel, Gänseblümchen, Hagebutte, Heidelbeeren, Himbeerblätter, Himbeerstücke, Holunderblüten, Kamille, Käsepappel, Kornblumen, Lindenblüten, Oregano, Pfefferminze, Quendel, Quitte, Salbei, Schafgarbe, Schlüsselblumen, Walderdbeeren
China	Teepflanze <i>Camellia sinensis</i> (Weiß-, Schwarz- und Grüntee)
Rumänien	Apfelstücke, Bärlauch, Brennnessel, Hagebutte, Himbeerblätter, Holunderblüten, Kamille, Kornblumen, Preiselbeeren, Rosenblüten, Sonnenblumenblütenblätter

Direkter Handel – was ist das?

Direkter Handel bedeutet, dass direkt bei Bauern oder bei Anbaukooperativen eingekauft wird. Zwischenhandel und Preisspekulationen werden vermieden.

So, als würden Sie direkt beim Bauern bzw. der Bäuerin am Hof oder am Bauernmarkt einkaufen.

Das sichert stabile Preise, schafft wertige und langfristige Partnerschaften und eine ständige Verbesserung der Produkte sowie der sozialen und ökologischen Rahmenbedingungen.

SONNENTOR bezieht 80 % aller Rohstoffe aus direktem Handel.





Vertragsanbau für SONNENTOR

Unsere Bio-Bäuerinnen und -Bauern sind echte Pioniere. Sie arbeiten mit Herz und Hirn und sichern so die Zukunft der nächsten Generation. SONNENTOR Bäuerinnen bzw. Bauern erhalten einen Anbau- und Liefervertrag, in dem die Anbaufläche und der zu erwartende Lieferertrag für die jeweilige Rohware fixiert werden. Wir geben dabei den Bauern eine Abnahmegarantie – die gesamte produzierte Menge wird abgekauft, auch wenn diese den erwarteten Lieferertrag übersteigt. Sollte dieser nicht erreicht werden, ist das aber auch kein Problem. Die Bäuerinnen bzw. Bauern müssen keine zusätzliche Ware einkaufen, um die vereinbarte Menge liefern zu können.

Die Preise für die Kräuter und Gewürze werden bei der jährlichen Anbaubesprechung im Februar gemeinsam mit den Bio-Bäuerinnen und -Bauern fixiert und nicht von der Verfügbarkeit der Rohware abhängig gemacht. Wir gewährleisten somit absolute Preisstabilität. Jede Bio-Bäuerin und jeder Bio-Bauer bekommt für die gleiche Rohware den gleichen Preis, so entsteht kein Konkurrenzdruck und die Zusammenarbeit wird gefördert.

Vor der Anbaubesprechung erfolgt über den Winter hinweg die Anbauplanung gemeinsam mit unseren MitarbeiterInnen im Einkauf. Dabei wird Rücksicht darauf genommen, welcher Hof, welche Pflanze am besten kultivieren kann und möchte. Wenn im Sommer dann die Pflanzen wachsen und gedeihen, ist ein Mitarbeiter immer wieder vor Ort, berät und unterstützt und leistet so einen wichtigen Beitrag zur hervorragenden Qualität unserer Produkte. Die schonende Trocknung der geernteten Kräuter erfolgt bei den Bio-Bäuerinnen und -Bauern selbst, da nur durch schnelle Trocknung beste Qualität garantiert wird. Die Aufbereitung der Ware – also die Reinigung von Staub und Stielen sowie die Sortierung nach Größen – erfolgt dann bei SONNENTOR in Sprögnitz.

Die Bio-Bäuerinnen und -Bauern werden beim Anbau umfassend beraten, neue Vertragsbauern erhalten Unterstützung und Know-how und der Erfahrungsaustausch wird gefördert. Ein faires Miteinander, Handschlagqualität, Wertschätzung und Kreislaufdenken stehen im Mittelpunkt der Zusammenarbeit.

Anbauprojekte

Österreich – die Wurzel der Idee

Vor 25 Jahren waren es drei Bio-Kräuterbäuerinnen und -Bauern, die Johannes Gutmann für die Idee SONNENTOR begeistern konnte und das Unternehmen mit biologischen Kräutern und Gewürzen aus dem Waldviertel beliefert haben. Heute sind es rund 180 Bio-Bäuerinnen und -Bauern in Österreich, die mit viel Liebe zur Handarbeit Naturschätze für SONNENTOR anbauen. Es ist uns ein wichtiges Anliegen, möglichst jedes Kraut, jedes Gewürz und jede andere Rohware, die bei uns wachsen kann, aus Österreich zu beziehen.

Ein Großteil der österreichischen PartnerInnen ist in Niederösterreich, in Oberösterreich und im Burgenland zu Hause. In Niederösterreich und in Oberösterreich werden in erster Linie Blattkräuter wie Melisse und Pfefferminze, Kümmel und Mohn geerntet. In wärmeren Regionen wie im Burgenland wachsen Anis,

Koriander, Karotten, Rote Rüben, Fenchel. In vielen Bereichen sind wir Pioniere – viele Jahre lang war es zum Beispiel kaum möglich, getrockneten Bio-Knoblauch oder Bio-Chili aus Österreich zu bekommen. Durch die gute Zusammenarbeit und Umsicht der Bauern beim Anbau dieser Kulturen können wir diese Rohstoffe nun auch aus der Region beziehen.

Was im Waldviertel funktioniert, funktioniert auch anderswo. Deswegen haben wir zusätzlich zu unseren österreichischen Bio-Bäuerinnen und -Bauern Anbauprojekte auf der ganzen Welt ins Leben gerufen, die uns mit feinsten Kräutern, Gewürzen und Kaffee versorgen und uns exotische Geschmäcker auf den Tisch zaubern.

Tschechien – die lachende Sonne in Südmähren

Im benachbarten Südmähren war SONNENTOR der erste Betrieb im noch jungen EU-Mitgliedsland, der sich freiwillig nach den EU-Bio-Richtlinien kontrollieren ließ. Gemeinsam mit dem tschechischen Bio-Verband PROBIO sorgte SONNENTOR dafür, dass die Tschechische Republik den Implementierungsnachweis für die damalige EU-Bio-Verordnung im Rahmen des tschechischen EU-Beitritts erbringen konnte. Josef Dvořáček und Tomáš Mitáček sind unsere Partner vor Ort, die die Umsetzung der SONNENTOR Philosophie in Tschechien sichern. Die Region um Čejkovice hat wirtschaftlich vom Engagement der lachenden Sonne profitiert. Mit inzwischen 90 Mitarbeitern gehört die tschechische Tochter nämlich bereits zu den größten Arbeitgebern vor Ort. Grundlage des Erfolgs auch in Tschechien: faire und dauerhafte Partnerschaften, in die SONNENTOR nicht nur Geld, sondern insbesondere sein Bio-Know-how einbringt.



Nicaragua – Land des duftenden Kaffees

In Nicaragua konnten wir 2012 ein erfolgreiches Projekt mit der Austrian Development Agency (ADA), der Agentur der Österreichischen Entwicklungszusammenarbeit, ins Leben rufen. Mit unserer Kaffeelinie „Wiener Verführung“ haben wir uns zum Ziel gesetzt, die Wertschöpfung (sozial, ökologisch und ökonomisch nachhaltig) im Ursprungsland Nicaragua zu steigern. Ein fixer Preis wurde in Abstimmung mit den Bio-Bäuerinnen und -Bauern vereinbart, der vom schwankenden Weltmarktpreis entkoppelt ist. Es geht uns um gute, verlässliche und dauerhafte Zusammenarbeit, fernab von Preisspekulationen.

Die Bio-Bäuerinnen und -Bauern haben bei diesem Projekt Anbauflächen zwischen einem und drei Hektar zur Verfügung und organisieren sich in Kooperativen, in denen eine demokratische Entscheidungsfindung passiert.

Die Zusammenarbeit fördert den Schutz der Landschaft durch die sanfte Bewirtschaftung ohne Einsatz von chemischen Düngemitteln und beugt der Abholzung von Regenwald und dem Verlust von Trinkwasserquellen durch Eindringen in unbesiedelte Gebiete vor. Der sensible Lebensraum für viele gefährdete Tier- und Pflanzenarten wird dadurch geschützt. Kaffeeanbau in dieser Form ist aktiver Landschaftsschutz, denn die Kaffeepflanzen werden direkt in den bestehenden Urwald gepflanzt.

Damit die Kaffee-Bäuerinnen und -Bauern vor Ort bestens betreut sind, arbeiten wir mit einem lokalen Kooperationspartner zusammen und beteiligen uns an der Vorfinanzierung. Die Kleinbäuerinnen und -bauern bekommen durch den Verkauf jenes Einkommen, das ihnen bessere Perspektiven eröffnet und der Abwande-

rung entgegenwirkt. Zudem wurden eine kleine Rösterei und ein Café in Nicaragua eröffnet, um den Bio-Bäuerinnen und -Bauern das fertige Endprodukt, wie es zum Beispiel in Europa getrunken wird, näher zu bringen und Verständnis für die Anforderungen zu schaffen.

Der biologische Pflanzenbau ist nicht nur ressourcenschonend, sondern auch arbeitsintensiv und schafft dadurch neue Beschäftigungsmöglichkeiten im entlegenen Hochland Nicaraguas. Insgesamt wurden durch diese Wirtschaftspartnerschaft mindestens 23 neue Arbeitsplätze geschaffen und den EinwohnerInnen eine Perspektive vor Ort gegeben.

Die Gewinne unseres Kooperationspartners werden in Aus- und Fortbildung von MitarbeiterInnen, den Mitgliedern der Kaffeeanbauverbände sowie in die Infrastruktur reinvestiert. Zum Beispiel erhalten die Bauern Schulungen, um eine möglichst hohe Qualität zu gewährleisten und Krankheiten der Kaffeepflanzen sofort erkennen zu können.

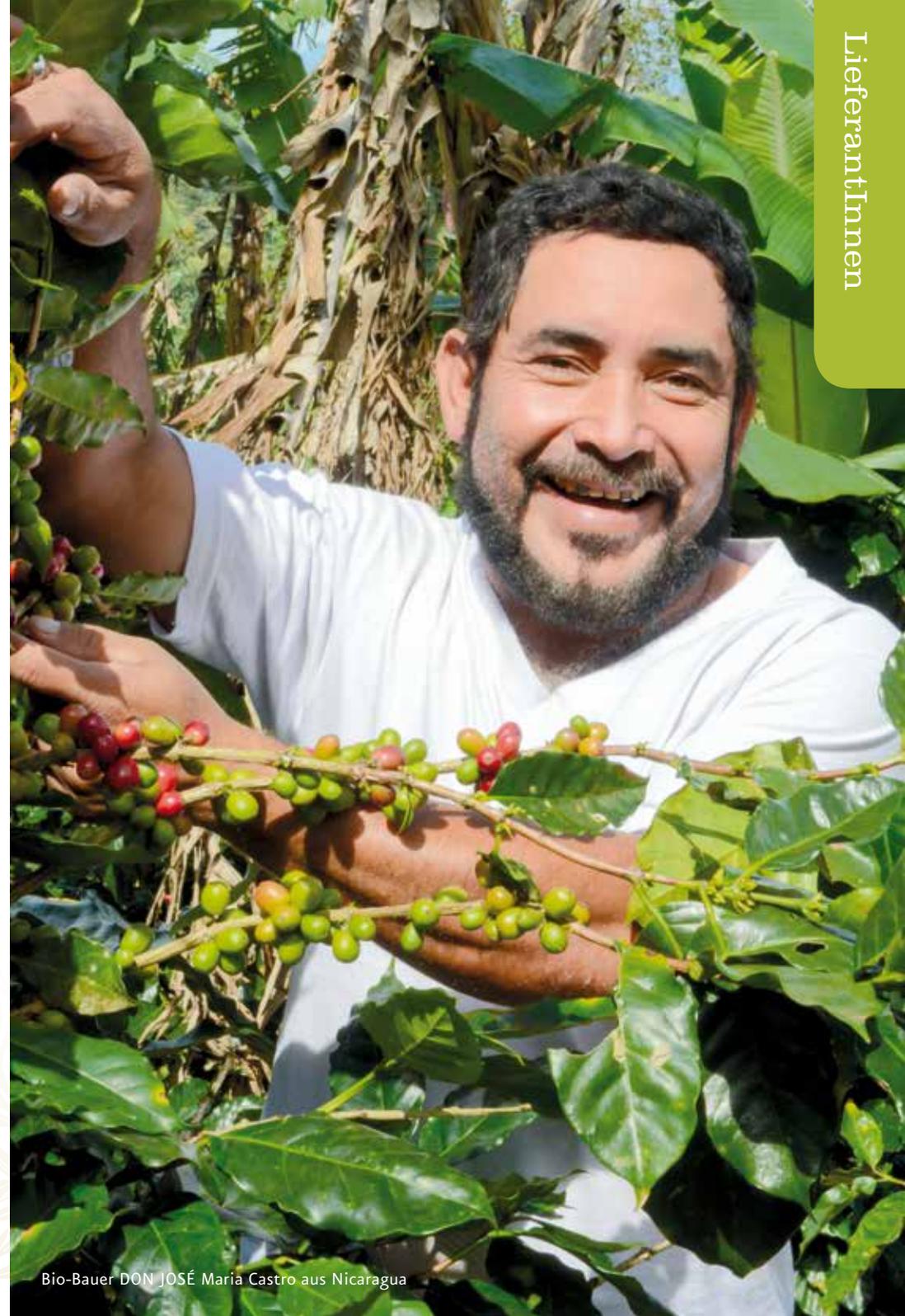
Mehr als 80 Personen – darunter ProduzentInnen, MultiplikatorInnen, das interne Kontrollteam und viele mehr – profitieren von dem vermittelten Wissen. Durch die Begleitung sollen die Kaffeeanbauverbände mittelfristig die Organisation der notwendigen Strukturen und Prozesse selbstständig durchführen können.

Das Projekt trägt Früchte: Durch den Einsatz unseres Partners vor Ort konnten bereits Synergien geschaffen werden und so werden nun auch **Kurkuma, Ingwer, Zitronengras** und **Kardamom** angebaut und für SONNENTOR Produkte verwendet. Die Familien können ihr Einkommen auf mehreren Standbeinen sicher aufbauen.

Bereits 65 % unseres Kaffeebedarfs stammen aus Nicaragua.

Die zusätzlich benötigten Mengen an Bio-Rohkaffee werden von Fair Trade-Bäuerinnen und Bauern über traditionelle Kaffeegroßhändler eingekauft.

Kaffeerost, auch Roya genannt, ist eine Kaffeekrankheit, bei der ein Pilz die Blätter des Kaffeestrauches befällt und letztlich zum Absterben der Blätter führt. Die Bekämpfung von Roya wurde von vielen Genossenschaften verstärkt in Angriff genommen. In Zukunft wird es auch darum gehen, Arabica-Sorten zu wählen, die dem Kaffeerost standhalten können. Die deshalb notwendige Aufforstung der Kaffeegärten mit neuen Stauden wird u.a. aus Prämiegeldern der Zusammenarbeit finanziert. So wird die Existenz der kleinen Kaffeebäuerinnen und -Bauern gesichert, denn die Ernteaufträge können in Grenzen gehalten werden. Durch den direkten Kontakt zu den Menschen vor Ort kann genau dort geholfen werden, wo am dringendsten Bedarf ist.



Bio-Bauer DON JOSÉ María Castro aus Nicaragua



Albanien

SONNENTOR hat bereits sehr früh gute Erfahrungen mit Anbauprojekten in Südmähren und Rumänien gemacht. In Albanien ist alles ein bisschen anders – und doch hat Johannes Gutmann 2007 den Schritt in diese Region mit seiner traditionell klein strukturierten Landwirtschaft gewagt: „Albanien ist nur eineinhalb mal so groß wie Niederösterreich. Die Betriebe bewirtschaften im Durchschnitt höchstens zwei Hektar. Auf den kleinen Flächen gedeihen Spezialkräuter sehr gut. Die Menschen kennen sich mit Kräutern aus, wissen, wie man sie richtig zieht, erntet und trocknet.“

Begonnen hat die Kooperation als Entwicklunghilfeprojekt unter der Begleitung der ADA (Austrian Development Agency), um die Existenzgrundlage der albanischen Bio-Bäuerinnen und -Bauern zu verbessern. Von 400 geschulten Bio-Bäuerinnen und -Bauern stellten 20 auf biologische Landwirtschaft um und arbeiten mit SONNENTOR zusammen. Weitere 100 Personen sammeln biozertifizierte Wildkräuter. Viele AlbanerInnen sind echte Kräuterexperten, die ihr Wissen in den letzten Jahrzehnten unter kommunistischer Herrschaft, die sich nach dem Bruch mit der UdSSR an der chinesischen Kultur orientiert hat, pflegen und erweitern konnten.

Endrit Kullaj, unser Partner vor Ort, leistet wichtige Aufbauarbeit und ist ein starker Antrieb, wenn es um die Steigerung der Qualität und Wertschöpfung in Albanien geht. Wir unterstützen die Betriebe auch bei der Bio-Zertifizierung, um die ökologische Idee weiter zu tragen.

Eine Zusammenarbeit mit Abenteuer

Bei der Feldarbeit hilft die ganze Familie mit, zur Erntezeit finden sich auch immer zusätzliche Helfer, die anpacken. Diese sind auch notwendig, wenn es zum Beispiel darum geht, Kornblumen zu ernten. Die Blüten werden von Hand abgepflückt. Zehn Tonnen nimmt SONNENTOR pro Jahr ab, denn diese Arbeit macht in Österreich fast niemand mehr, bei uns wird hauptsächlich maschinell geerntet. In Albanien stehen im Gegensatz dazu gar keine Maschinen zur Verfügung. Die Bio-Bäuerinnen und -Bauern besitzen bestenfalls einen kleinen Traktor. Gesät, gejätet und geerntet wird alles per Hand. Den Transport übernehmen oft Esel oder Kühe.

Für ausländische Firmen ist es allerdings alles andere als leicht, in Albanien Fuß zu fassen. Deshalb ist es umso wichtiger, die örtlichen Gegebenheiten kennen zu lernen, mit der Kultur intensiv in Kontakt zu treten, Vertrauen zu gewinnen und die Bio-Bäuerinnen und -Bauern zu Hause zu besuchen. Nur so kann ein langfristiges Miteinander auf Augenhöhe entstehen.

Biokontrolle: österreichisches Know-how für Albanien

Die Biokontrolle erfolgt durch die österreichische Austria Bio Garantie, die vor Ort für die Supervision verantwortlich ist, und eine permanente Kontrollstelle in Albanien – die Albinspect. Johannes Gutmann legt Wert auf regelmäßige Bodenanalysen: „Auf manchen Feldern haben wir Rückstände von Giften gefunden, die bereits vor 40 Jahren im Gemüseanbau verboten worden sind. Die albanischen Bauern konnten es kaum glauben, wie lange diese Gifte im Boden erhalten bleiben.“

Asiatische Teespezialitäten

In China und Indien gedeiht die Teepflanze *Camellia sinensis* besonders gut, da sich die Pflanze im sanften Klima und auf den nährhaften Lehmböden dieser Länder hervorragend entwickeln kann. Wo die Teeblätter professionell angebaut, geerntet und verarbeitet werden, entsteht ein Produkt höchster Güte. Deshalb sucht sich SONNENTOR die Teegärten sorgfältig aus und legt Wert darauf, dass die Menschen vor Ort gute Lebens- und Arbeitsbedingungen vorfinden.

Vor vielen Jahren hatte der Besitzer der 166 Hektar großen Fläche in der südchinesischen Provinz Yunnan die Vision, einen Teegarten ökologisch und mit sozialer Verantwortung zu bewirtschaften. So kam es, dass der Donghzai-Teegarten entstand, der außergewöhnlich fortschrittlich ist und von dem SONNENTOR seine Premium-Bio-Grüntees bezieht.





Weitab von Industrie, Abgasen und konventionellen Farmen wird hier ausschließlich handgepflückter und überwiegend handverarbeiteter Bio-Tee in Spitzenqualität hergestellt. SONNENTOR Mitarbeiterinnen waren auch hier vor Ort und haben sich ein gutes Bild von den sozialen Standards im Teegarten gemacht. Man spürt das ökosoziale Herzblut, das in dieses Projekt fließt, denn dieser Teegarten ist als fair, hervorragend und einzigartig anzusehen. Die 50 komfortablen Häuser, in denen die TeepflückerInnen wohnen, werden den Teebäuerinnen und -Bauern vom Teegarten-Management mietfrei zur Verfügung gestellt.

Jede Familie verfügt über einen kleinen Bio-Gemüsegarten und hält Hühner und Schweine, sodass sie sich selbst versorgen kann. Alle Kinder gehen zur Schule, Kinderarbeit an Stelle von Bildung ist verboten.

Jede Familie bewirtschaftet ihre eigene Teefläche nach Vorgaben des Teegarten-Managements, das auch für die Ausbildung der Bio-Bäuerinnen und -Bauern zu TeepflückerInnen oder TeeverarbeiterInnen aufkommt. Die Wochenarbeitszeit ist geregelt und ebenso der Mindestlohn. Bezahlt wird nach Menge und Qualität des Pflückgutes, darüber hinaus gibt es Prämien für Zusatzarbeiten, wie zum Beispiel Unkrautjäten, Kompostausbringen oder Schädlinge sammeln. Der Vorteil dieser Art der Bezahlung, die für chinesische Verhältnisse überdurchschnittlich hoch ist: Die Bauern haben ein stabiles Einkommen, denn sie können im Extremfall Ernteaussfälle wettmachen.

www.sonnentor.com/teepflanze

Spanien

Aus Spanien, von der Finca la Mesa von Patricia und José, beziehen wir scharfen und süßen Paprika in Demeter-Qualität. Auf etwa 12 ha werden hier die Rohstoffe für SONNENTOR angebaut. Bei diesem Projekt haben etwa 80 Personen Arbeit gefunden. Dies beugt auch hier der Abwanderung der jungen Menschen vor. Eine respektvolle Zusammenarbeit mit Mensch und Umwelt steht auf der Finca im Fokus. Worauf wir besonders stolz sind: **Bei diesem Projekt wird der weltweit einzige Demeter-zertifizierte Paprika hergestellt.**

Kosovo

Im Kosovo leben 2 Millionen Einwohner, von denen rund 350 000 im Ausland arbeiten. 60 % der im Land lebenden Menschen sind arbeitslos, viele Existenzen sind von der Landwirtschaft abhängig, Industrie ist kaum vorhanden. In dem vom Krieg geprägten Land ist die biologische Landwirtschaft somit ein wichtiger Motor, der Arbeitsplätze schafft.

In diesem Projekt werden Minze, Kamille, Melisse und Oregano angebaut. Unser kosovarischer Anbaupartner betreut sowohl ein bio-zertifiziertes Wildsammlungsprojekt als auch Bio-Kräuteranbau vor Ort: Rund 30 Familienbetriebe beliefern SONNENTOR mit Bio-Kräutern. Darüber hinaus bestehen insgesamt fünf bio-zertifizierte Wildsammlungszonen, in denen rund 3430 registrierte Sammler Walderdbeeren, Holunderblüten, Brombeerblätter usw. für SONNENTOR sammeln, die dann zu 40 verschiedenen Stellen gebracht werden, wo die Rohstoffe schonend getrocknet werden.



Und der Rest?

Wie sieht es eigentlich mit Strom, Bürowaren und Co aus? Auch in diesen Bereichen wenden wir uns an regionale und nachhaltige Anbieter.

Wir übernehmen regionale Verantwortung

Deshalb haben wir uns auch bei der Errichtung neuer Gebäude zum Ziel gesetzt, mit regionalen Anbietern zusammenzuarbeiten und lokale Rohstoffe einzusetzen. In die 2014/15 neu errichtete Halle „Über-drüber“ wurden insgesamt 7,5 Millionen Euro investiert. Der gesamte Betrag ist Betrieben und PartnerInnen in der Region zugutegekommen. Rund 90 % unserer Möbel für die Büroausstattung und den Ladenbau werden bei regionalen Tischlern bezogen.

Auch beim Ausbau des SONNEN Tourismus wird auf regionale PartnerInnen zurückgegriffen, wodurch die Wertschöpfung im Waldviertel bleibt. Im Bio-Gasthaus Leibspeis' werden ausschließlich Produkte aus der Region verarbeitet und die Lieferanten auch entsprechend in der Speisekarte und auf der Website vorgestellt.

Mit einer Investition von 150.000,- Euro in den Ausbau und die technische Erneuerung der Ortskläranlage übernimmt SONNENTOR die Hälfte der Gesamtinvestition und auch die Hälfte der Kosten des laufenden Betriebs. Ein Mitarbeiter von SONNENTOR wurde als Klärwärter ausgebildet, um die Ortsgemeinschaft in dieser Form zu unterstützen.

Da geht uns ein Licht auf

Elektrischen Strom beziehen wir bereits seit 1992 aus Ökostromanlagen der Alpe Adria Naturstrom Vertriebs GmbH mit 11 % Wind- und 82 % Wasser- sowie 2,45 % Sonnenenergie und 4,45 % aus Biomasse und sonstigen Ökostromquellen. Seit 2011 produzieren wir 7 % unseres gesamten Strombedarfs mit unseren 2 x 15 kWh Photovoltaikanlagen selbst. Pro Jahr werden so etwa 30.000 kWh Strom erzeugt und rund 20 Tonnen CO₂ vermieden.

Das neue Bio-Gasthaus Leibspeis' wurde im Passivhausstandard errichtet und zur Wärmedämmung wurden Hanffasern verwendet. Als spezielle Nachhaltigkeitsinvestition wurden eine 20 kWp Sonnenstrom-Anlage und als Wärmequelle eine Wärmepumpe installiert. Gesamt wurden 67.000,- Euro dafür investiert.

Die neue Lagerhalle „Über-drüber“ wurde in Niedrigenergiebauweise errichtet. Als Beleuchtung dienen LED-Lampen mit sehr geringem Stromverbrauch und langer Haltbarkeit. Für das neue Lichtkonzept wurden im Vergleich zu herkömmlichen Lichtquellen 73.000,- Euro mehr investiert. Mit dieser Technologie sparen wir nicht nur Strom, sondern auch 269 Tonnen CO₂-Emissionen über die Lebenszeit der Lampen im Vergleich zu konventioneller Beleuchtung.

Informationen für alle

Zwei Drittel unserer gedruckten Informationsmaterialien und Werbemittel werden bereits auf FSC-zertifiziertem Papier gedruckt und in CO₂-kompensierten Verfahren hergestellt. 45 % unserer Etiketten werden mit mineralölfreien Farben gedruckt. Diese Menge möchten wir in enger Zusammenarbeit mit unseren Druckereien noch weiter erhöhen und dadurch einen weiteren Beitrag zur Schonung unserer Umwelt leisten.

Ethisches Finanzmanagement (B1)

Durch nachhaltiges Wirtschaften können wir auf eine Eigenkapitalquote von 52 % stolz sein. Dieser Wert liegt weit über dem Branchendurchschnitt. Der im Unternehmen erwirtschaftete Gewinn wird wieder investiert oder geht über Abgaben an den Staat. Unsere Investitionen werden zu einem Großteil aus Eigenmitteln gedeckt, die durch Förderungen der Austria Wirtschaftsservice GmbH (AWS) und Krediten von regionalen Banken ergänzt werden.

Wir arbeiten mit regionalen Banken zusammen, die uns seit der Gründung des Unternehmens als treue Partner zur Seite stehen und schon vor vielen Jahren an die Idee und die Werte von SONNENTOR geglaubt haben. Wir veranlagen den kurzfristigen Überschuss an Finanzmitteln in Form von konservativen Anlageformen mit geringstmöglichem Risiko. Auch hier setzen wir immer stärker auf nachhaltig handelnde Partner wie die GLS Bank, fair-finance Vorsorgekasse oder die Bank für Gemeinwohl.

- In den letzten beiden Wirtschaftsjahren wurden jeweils über 3,3 Mio. Euro an Steuern und Sozialversicherungsbeiträgen bezahlt.
- An Förderungen und Subventionen haben wir 80.000,- Euro erhalten.
- Im letzten Geschäftsjahr wurden 7,5 Mio. Euro in den Bau einer neuen Lagerhalle und die Erweiterung der Produktionsfläche investiert.
- Seit Juli 2012 arbeiten wir mit der GLS Bank Deutschland zusammen und wickeln 6 % des Gesamtumsatzes über die GLS Bank ab.
- Die GLS Bank hat sowohl die Bewahrung (z.B. bei der ökologischen Landwirtschaft) als auch die Weiterentwicklung (z.B. im Bereich der regenerativen Energien) unserer natürlichen Lebensgrundlagen im Fokus.
- SONNENTOR wickelt viele Finanzgeschäfte mit der **Oberbank** ab, die uns seit der Firmengründung ein verlässlicher Partner ist (Informationen zur sozialen Verantwortung der Oberbank sind auf www.oberbank.at angeführt)

- Seit 2014 arbeiten wir mit der „**fair-finance Vorsorgekasse AG**“ zusammen. Alle Beiträge der MitarbeiterInnen „Abfertigung NEU“ werden an diese Vorsorgekasse einbezahlt. Fair-finance versteht sich als sozial verantwortliches Unternehmen, bei dem nicht Profitmaximierung das Ziel ist. Es sollen der individuelle Nutzen und ein gesellschaftlicher Mehrwert in Einklang gebracht werden (www.fair-finance.at).
- **Wir finanzieren** bei Bedarf **LieferantInnen**, leisten Vorauszahlungen und geben Kundenkredite. So werden unter anderem Projekte in Rumänien und Albanien unterstützt. Die so entstandenen Ausstände betragen im April 2015 rund 280.000,- Euro.
- Als Gemeinwohl-Unternehmen sind wir aktiver Partner und finanzieller Unterstützer der **Bank für Gemeinwohl**, die von Christian Felber 2013 ins Leben gerufen wurde.

„Die Bank für Gemeinwohl will Geld konsequent zu einem Mittel für das gute Leben, für das Gemeinwohl machen. Es soll in den Dienst nachhaltiger Entwicklung, sinnstiftender Arbeit, der Befriedigung von Grundbedürfnissen, der Stärkung der Gemeinschaft und der Beziehungen gestellt werden. Die Bank stellt eine Alternative zum gegenwärtigen Finanzsystem dar und einen Prototypen für ein gemeinwohl-orientiertes Geld- und Finanzsystem. Um dieses zu erreichen, wird sie nicht nur ein Unternehmen sein, sondern auch eine Akademie und eine politische Akteurin im Interesse der Allgemeinheit.“

Christian Felber
Gründer der Bank für Gemeinwohl



Foto: Robert Gortana

Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung (C1)

Für uns steht fest: Die gegenseitige Anerkennung und Wertschätzung sind für ein langfristiges Miteinander unerlässlich. Für SONNENTOR zu arbeiten heißt, mehr als nur einen „Job“ zu haben, denn hier wachsen Sinn und Freude.

Gemeinsam sind wir stark

Wir stärken unsere Gemeinschaft auf vielfältige Weise. Den wertschätzenden und respektvollen Umgang miteinander leben wir in unserer täglichen Zusammenarbeit. Wir schätzen das „Du“, denn es stärkt das „Wir“.

In Gesellschaft schmeckt's besser, sagt man: SONNENTOR bietet seinen MitarbeiterInnen **kostenloses Mittagessen** an. Dieses wird gemeinsam in der Gemeinschaftskantine eingenommen. Die Lebensmittel stammen zu mindestens **85 % aus kontrolliert biologischem Anbau direkt aus der Region**. Das Fleisch stammt zu 100 % aus Weidehaltung von regionalen PartnerInnen. Zweimal pro Woche verzichten wir gemeinsam auf Fleisch. Wenn es ein Fleischgericht gibt, bieten unsere Köchinnen immer eine vegetarische Alternative an. Insgesamt beträgt der Fleischanteil bei allen Gerichten nur 20 %. Die Umstellung der Gemeinschaftskantine auf eine vollwertige Ernährung (Ergebnis aus der MitarbeiterInnen-Befragung von 2012) wurde 2014 begonnen und wird 2015 abgeschlossen sein. Dieses Projekt wird von einem externen Diätologen unterstützt.

Für den kleinen Hunger zwischendurch gibt es **Bio-Obst** und **-Gemüse** für alle und natürlich steht unser **SONNENTOR Tee** auch jederzeit kostenlos zur Verfügung.

Wer sich bzgl. **gesunder Ernährung** kostenlos weiterbilden wollte, konnte ein Seminar mit dem Diätologen Johann Grassl oder Helmuth Matzner oder einen der diversen **Vorträge** und **Workshops** besuchen (interne Produkt-, Kräuter- und Gewürzschulungen, externe Vorträge).

Gemeinsam arbeiten wir nicht nur – wir feiern auch gerne gemeinsam und beschenken uns auch gerne: Gelegenheiten dazu gibt es viele, z. B. unseren Betriebsausflug, die Inventurfeier und Weihnachtsfeier, Geburtstagsfeiern usw. Und jede(r) unserer 246 MitarbeiterInnen erhält zum Dienstantritt und zum Geburtstag eine kleine Aufmerksamkeit. Auch zur Pensionierung und zur Beendigung des Dienstverhältnisses, zu Weihnachten oder beim Antritt der Karenz gibt es eine Aufmerksamkeit von SONNENTOR.

Wir für uns – Sonneng'sund

Unser Ziel war der Ausbau zielgerichteter Gesundheitsförderungsmaßnahmen für alle MitarbeiterInnen. Daraus entstanden ist unser Programm „Wir für uns – Sonneng'sund“. Ob Schwitzen bei Zumba, Entspannen beim Business-Yoga, beim gemeinsamen vegetarischen Mittagessen oder Aufatmen nach dem Muttermalscreening – viel geschieht hier und das täglich.





Seit 2014 geben wir für Bewegungsaktivitäten einen eigenen **Sammelpass** aus. Hat man 20 Einheiten besucht, erhält man einen 10-Euro-Gutschein für den Besuch eines SONNENTOR Seminars oder für das Bio-Gasthaus Leibspeis'. Damit haben wir 2013/2014 bereits 108 MitarbeiterInnen und 2014/15 140 MitarbeiterInnen motiviert, an diesem Programm teilzunehmen (das sind 54 % in 2013/2014 und 56 % in 2014/2015).

Der Anteil an kostenlosen **Gesundheits- und Persönlichkeitsentwicklungsthemen** in unserem Seminarplan lag im Jahr 2013/2014 bei 38 %, im Jahr 2014/2015 waren es 33 %. 50 % der MitarbeiterInnen in 2013/2014 und 61 % der MitarbeiterInnen in 2014/2015, die ein Seminar besuchten, wählten Themen zur Gesundheitsförderung oder Persönlichkeitsentwicklung.

Unsere SONNENTOR Produkte kaufen die MitarbeiterInnen am Standort in Sprögnitz zu stark vergünstigten Mitarbeiterpreisen ein. Zusätzlich gibt es noch eine Bio-Bonus Karte mit 10 % Rabatt auf den Einkauf in einem SONNENTOR Geschäft.

Wir fördern den gemeinsamen Einkauf von Bio-Lebensmitteln von unseren Bio-Lieferanten für unsere MitarbeiterInnen. Dazu gibt es eine Bestellliste in der Gemeinschaftskantine, wo man sich zur Bestellung von z. B. Kartoffeln und Eiern eintragen kann.

”

Ob Laufseminar, Nordic Walking Workshop oder Rücken Fit Programm, all diese Aktivitäten finden großen Anklang und Interesse bei Mitarbeitern von SONNENTOR! In gewohnt ruhiger und entspannter Umgebung konnten bis jetzt schon viele wichtige Inhalte toll durchgeführt und umgesetzt werden. In einer äußerst angenehmen Atmosphäre sind alle Teilnehmer stets motiviert und engagiert bei der Sache. Ich finde es absolut positiv, dass es bei SONNENTOR dieses umfangreiche und vielseitige Aktivprogramm gibt. Gesundheitliche Vorsorge und körperliche Fitness wird mit diesem Programm ständig und nachhaltig gelebt. Gratulation dazu, und Dankeschön von meiner Seite, dass ich ein Teil von Sonneng'sund sein darf.

“



Mag. Roland Jachs
Sportwissenschaftler/Trainingstherapeut



Da fühl' ich mich wohl

Wir achten darauf, unsere Arbeitsplätze ökologisch und ergonomisch zu gestalten. Dabei gehen wir auch auf besondere Bedürfnisse ein wie z.B. Sitzbälle, spezielle Hocker, Handgelenkstützen, Fußstützen etc.

Um die Gemeinschaft zu fördern, bietet SONNENTOR verschiedene **Kommunikations- und Entspannungsmöglichkeiten**: unsere Gemeinschaftskantine, Büroküchen und Pausenräume. Um frische Luft zu schnappen, gibt es erholsame Plätze im Freien. Natürlich nehmen wir hier auch Rücksicht auf jene Menschen, für die es schwierig ist, über Stufen zu gehen oder Schwellen zu überwinden. Deswegen sind die Zugänge zu Verwaltung und Fertigung zu 95 % barrierefrei.

Für die Sicherheit am Arbeitsplatz haben wir unsere gut geschulten Sicherheitsleute: einen Sicherheitsbeauftragten und vier Sicherheitsvertrauenspersonen, die die MitarbeiterInnen regelmäßig auf Gesundheit und Arbeitssicherheit aufmerksam machen.

Und diese Arbeit trägt Früchte: **wir hatten in 2013/14 keine Arbeitsunfälle zu verzeichnen, in 2014/15 waren es zwei.** Die Anzahl der MitarbeiterInnen, die länger als 4 Wochen in Krankenstand waren, betrug 2013/14 17 Personen und 2014/15 21 Personen. Die Krankenstandstage lagen im Wirtschaftsjahr 2013/14 mit 6,3 Tagen pro MitarbeiterIn und 2014/15 mit 9,4 Tagen pro MitarbeiterIn bei weitem unter dem österreichischen Durchschnitt von 13 Tagen.

Wissen währt ewig

Unsere MitarbeiterInnen sind UnternehmerInnen bei SONNENTOR. Sie entscheiden selbstständig in ihrem jeweiligen Verantwortungsbereich. Damit wir uns weiterentwickeln können, ist es wichtig, gut ausgebildet zu sein.

Über einen Einstellungsplan ist gewährleistet, dass jede(r) neue MitarbeiterIn eine umfassende **Einschulungsphase** in jeder Abteilung erhält und so die verschiedenen Aufgabenbereiche und alle KollegInnen persönlich kennenlernen kann.

Danach werden laufend kostenlose Schulungen in den verschiedensten Bereichen angeboten: vom Zeitmanagement über Sprachen und CAD Kursen bis zu den Themen Persönlichkeitsentwicklung und Gesundheitsförderung.

Rund 30 % der Schulungen befassen sich mit ökologischem und sozialem Verhalten. Rund ein Viertel der MitarbeiterInnen **nutzt dieses Angebot und absolviert mehr als zwei Seminare pro Jahr.**





”

Das Unternehmen SONNENTOR kooperiert seit dem Jahr 2007 mit gut 35 Unternehmen aus der Region im sogenannten „Qualifizierungsverbund Waldviertel“. Mit seinem großen Engagement – zuletzt zusätzlich im Themenverbund „Generationenmanagement“, in dem sich niederösterreichweit 23 Betriebe mit den zu erwartenden Herausforderungen alternder Belegschaften bei gleichzeitiger Individualisierung und Pluralisierung von Werten und Lebensweisen auseinander gesetzt haben – schreibt das Unternehmen SONNENTOR Jahr für Jahr einen wesentlichen Beitrag für die Erfolgsgeschichte Qualifizierungsverbund Waldviertel.

“



Mag. Klaus Lukesch MSc
Berater und Gesellschafter BAB Consulting GmbH

Wir nehmen am **Qualifizierungsverbund Waldviertel** teil. Dadurch bieten sich uns vielfältige Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten in vielen Fachbereichen. Insgesamt haben 70 MitarbeiterInnen in 2013/14 und 5 MitarbeiterInnen in 2014/15 an externen Weiterbildungsmaßnahmen im Zuge des Qualifizierungsverbundes teilgenommen (die Initiative pausierte im Jahr 2014).

An kostenlosen Schulungen, die darüber hinaus absolviert wurden, haben 78 MitarbeiterInnen 2013/14 und 195 MitarbeiterInnen 2014/15 teilgenommen.

Im Rahmen regelmäßiger Produktschulungen besteht die Möglichkeit, sich über unsere Produkte zu informieren. Im Rahmen des eigenen SONNENTOR Seminarangebots erhält jede(r) MitarbeiterIn jährlich einen Seminargutschein über 10,- Euro im Rahmen unseres MitarbeiterInnen-Angebots „Wir für uns – Sonneng’sund“.

Für unsere Führungskräfte gibt es jährliche Weiterentwicklungsmaßnahmen. Dabei bieten wir für AbteilungsleiterInnen und seit 2014 auch für TeamleiterInnen und Abteilungsleiter-StellvertreterInnen verschiedene Workshops und Seminare an, mindestens ein bis drei Trainings werden von jedem pro Jahr absolviert.



Seit 2013 bilden wir **Lehrlinge** aus. Bereits vier jungen Menschen haben wir den Beruf „Einzelhandelskauffrau“ nahe gebracht, weitere sind geplant.

Durchschnittlich gerechnet hat jede(r) MitarbeiterIn 2013/14 ca. 7 Stunden und 2014/2015 ca. 10,5 Std. zur **Weiterbildung** verwendet.

Insgesamt wurden zur **Weiterbildung** 2013/14 1495 Stunden und 2014/15 **2522 Stunden** verwendet. Das ergibt eine Gesamtinvestition für externe Schulungen von rund 36.000,- Euro für 2013/14 und rund **42.000,- Euro** für 2014/15, die vom Unternehmen getragen wird.

SONNENTOR investierte 2013/14 rund 68.000,- Euro und 2014/15 rund **57.000,- Euro in soziale und gemeinschaftliche Aktivitäten** der MitarbeiterInnen.

Was aus all dem entsteht? Eine SONNENTOR Familie, die im Geschäftsjahr 2013/2014 auf eine nur 8,6%ige und im Geschäftsjahr 2014/15 nur **6,6%ige Fluktuationsrate** blickt. Das heißt, nur 6,6 % aller MitarbeiterInnen (bei einem Wachstum von ca. 10 %) verlassen im Jahr das Unternehmen. Zum Vergleich: Der Branchendurchschnitt im Handel liegt bei etwa 12,5 %, der Durchschnitt aller österreichischen Unternehmen liegt bei 10 %.

Einer für alle – alle für einen

Unternehmen, die 25 oder mehr MitarbeiterInnen beschäftigen, sind gesetzlich dazu verpflichtet, je 25 MitarbeiterInnen eine(n) „begünstigte(n) Behinderte(n)“ einzustellen. Wenn ein Unternehmen gegen diese Pflicht verstößt, muss es eine sogenannte „Ausgleichstaxe“ an das Bundessozialamt bezahlen. Wir sehen es als unsere soziale Verantwortung, auch jenen Personen, die eine Beeinträchtigung haben, die Möglichkeit zu geben, wieder im Berufsleben Fuß zu fassen. Deswegen beschäftigen wir neun MitarbeiterInnen, die eine Beeinträchtigung mitbringen. Auch Langzeitarbeitslose finden bei uns ein offenes SONNENTOR: Es werden laufend ein bis zwei Langzeitarbeitslose beschäftigt, um sie wieder in den Berufsalltag einzubinden.

Wir sind darüber hinaus aktiv und stellen bei Bedarf einer gehörlosen Mitarbeiterin, die seit Juli 2014 bei uns beschäftigt ist, eine Gebärdensprach-Dolmetscherin zur Seite, damit sie „jeden Einzelnen problemlos hören“ und an allen Veranstaltungen teilnehmen kann.

Seit Dezember 2013 beschäftigt SONNENTOR einen philippinischen Mitarbeiter, der uns genauso an seinen Herkunftswurzeln teilhaben lässt, wie wir ihn auch mit unseren kulturellen Gegebenheiten vertraut machen.



Miteinander – egal welchen Alters

NESTOR GOLD nennt sich das Gütesiegel, das Unternehmen auszeichnet, die die Potenziale und Bedürfnisse ihrer älteren MitarbeiterInnen aktiv wahrnehmen und fördern. Wir von SONNENTOR sind seit 2010 NESTOR GOLD-zertifiziert. Unser Ziel ist es, alle Altersgruppen zu fördern. Ein besonderes Anliegen ist uns, älteren Menschen zu ermöglichen, länger und vor allem gesund im Berufsalltag zu bleiben. Wir haben 2014 eine Rezertifizierung dieser Auszeichnung erhalten. Für unsere Führungskräfte erfolgte dazu eine Ausbildung im Bereich Generationen-mentoring & Generationenmanagement.

Gleichberechtigt

Im Moment sind bei SONNENTOR 177 Frauen und 69 Männer beschäftigt. Bei unseren Führungskräften herrscht Gleichberechtigung: Insgesamt 63 % der Abteilungs- und Teamleiter sind Frauen (6 von 14 AbteilungsleiterInnen und 20 von 27 TeamleiterInnen sind weiblich). Vier MitarbeiterInnen verfügen über die Prokura, zwei davon sind Frauen. Für Väter und Mütter wird nach der Geburt eines Kindes auf Wunsch ein angepasstes Arbeitszeitmodell angeboten (Home-Office, Teilzeit). Entscheidet sich ein Mitarbeiter, in Väterkarenz zu gehen, wird der Wunsch von uns unterstützt. Unsere eigene Kinderbetreuungseinrichtung **SONNENSCHNEICHEN** (Eröffnung im April 2014) ermöglicht es unseren Müttern und Vätern, unbesorgt wieder in den Berufsalltag zurückzukehren, da sie hier ihre Kleinen bereits ab dem Alter von einem Jahr in guten Händen wissen.

Gleichstellung gilt in jedem Unternehmensbereich. Für gleichwertige Arbeit und Verantwortung bietet SONNENTOR unabhängig des Geschlechts gleiche Bezahlung.

Da wachsen Sinn und Freude

Unsere Führungskräfte stellen sich immer wieder die Frage, wie ein optimaler Arbeitsplatz aussieht und MitarbeiterInnen am besten motiviert werden können. Deswegen setzen wir auf hohe Eigenverantwortung, das Ermöglichen und Anerkennen von Erfolgen und viel Mitsprache bei der Gestaltung des Arbeitsbereichs. Die Mitglieder der SONNENTOR Familie arbeiten selbstorganisiert und setzen sich laufend für Verbesserungen ihres Arbeitsbereiches ein (z.B. neue Sozialbereiche, bessere Arbeitsabläufe usw.).

Unsere Teamfähigkeit erkennen wir in jenen Bereichen, die saisonale Arbeitsanforderungen aufzeigen. So arbeiten manche MitarbeiterInnen, die im Sommer Betriebsführungen machen, im Winter – wenn nicht mehr so viele Besucher nach Sprögnitz kommen – in der Kommissionierung mit, um das dort vorherrschende Weihnachtsgeschäft zu unterstützen.

Und möchten sich unsere MitarbeiterInnen weiter entwickeln, so unterstützen wir dies gerne. Zur Zeit absolvieren 5 unserer MitarbeiterInnen ein berufs begleitendes Studium oder einen Kurs/eine Ausbildung. Auch für den internen Austausch haben wir ein offenes Ohr, da dadurch das Wissen unserer MitarbeiterInnen geteilt und vermehrt wird.

Wir sind so frei

Bei SONNENTOR gibt es Projekt- und Themengruppen, die sich aus MitarbeiterInnen und AbteilungsleiterInnen zusammenstellen. Sie sind dazu da, die vielen Themenbereiche im Unternehmen weiter zu entwickeln. Einen allgemeinen Überblick über alle Aktivitäten und Vorhaben erhalten alle MitarbeiterInnen bei der monatlich stattfindenden „Mitarbeiter-Information“.

MitarbeiterInnenförmdergespräche finden laufend bzw. definiert einmal jährlich statt. MitarbeiterInnenbefragungen werden in eineinhalbjährigen Abständen organisiert, durch eine externe Person durchgeführt und die Ergebnisse allen MitarbeiterInnen präsentiert. Unsere AbteilungsleiterInnen sind verantwortlich, Verbesserungen herbeizuföhren, und unsere Fokus-Gruppe greift die einzelnen Themen, die aus der Befragung hervorgehen, auf und bearbeitet diese. Im Anschluss daran wird die Umsetzung konkreter Maßnahmen auch evaluiert.

Wir für uns

Die Gemeinwohnbilanz sehen wir als zentrale Plattform, an der jede(r) mitarbeiten darf und soll. Deshalb haben wir bewusst KollegInnen gebeten, Inhalte und Anliegen einzubringen und sich aktiv an der Erstellung zu beteiligen. Insgesamt haben 18 Personen an der Erstellung mitgewirkt.

Unter dem Motto „Wir für uns“ haben wir 2012 einen internen Werteprozess gestartet. Jede(r) MitarbeiterIn konnte seine/ihre Stimme abgeben, wie wir unser Arbeiten beschreiben. Dabei herausgekommen sind die Werte: **eigenverantwortlich, wertschätzend und begeisterungsfähig.**

Diese Werte setzen wir aktiv in unserer internen Kommunikationsarbeit ein. Z.B. SONNENTOR T-Shirts, sonnige MitarbeiterInnen-Taschen (soziales Projekt mit Verein „heidenspass“), neue Abteilungsnamen wie z.B. Talente-Förderer statt Human Resources, Daten-Helden statt Informations- und Kommunikationstechnologie etc.

Bei „Wir für uns“ möchten wir intern aufzeigen, was wir alles für uns selber tun, aber auch Neues für uns schaffen, das zum Wohlbefinden bei SONNENTOR beiträgt.



Da wächst die Freude – von klein auf

Wir haben „für uns“ eine eigene Kinderbetreuung geschaffen: **SONNENSCHEN-CHEN** ist die betriebliche Tagesbetreuung für Kinder im Alter von ein bis sechs Jahren. Unser Ziel ist es, eine Betreuungsmöglichkeit für Kinder der MitarbeiterInnen zu bieten, um für diese eine harmonische Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu ermöglichen.

Die Einrichtung umfasst eine Gruppe mit maximal 13 Kindern pro Tag, die von zwei Pädagoginnen begleitet wird. Die ganzjährigen Öffnungszeiten orientieren sich nach den Betriebszeiten von SONNENTOR bzw. nach dem angemeldeten Bedarf der Eltern. Die Mittagsverpflegung erfolgt über unser Bio-Gasthaus Leibspeis' mit täglich frisch zubereiteten biologischen Gerichten.

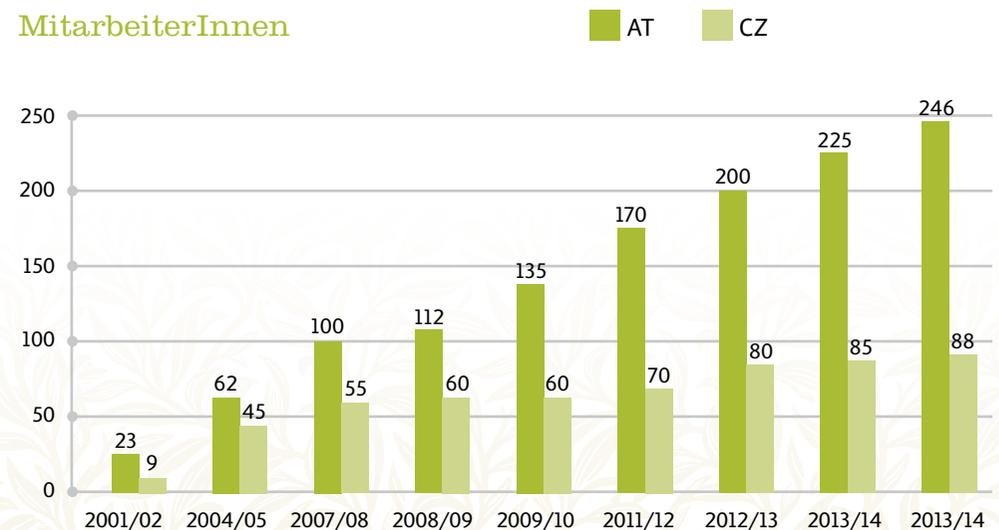
Unser pädagogisches Konzept: Familiäre Atmosphäre und Geborgenheit, emotionales und soziales Wohlbefinden und vor allem der respekt- und würdevolle Umgang mit Kindern und die Achtung ihrer Bedürfnisse sind für eine gelingende Beziehung zum Kind notwendig und Grundvoraussetzung für gute Bildungsarbeit. Vertiefend dazu spiegeln sich die Grundwerte von SONNENTOR, nämlich **Begeisterungsfähigkeit, Wertschätzung** und **Eigenverantwortung** auch in unserem täglichen Umgang mit Kindern und Eltern wider. Wir wollen gemeinsam die **Natur** und **Umwelt** im Jahreskreis bewusst erleben, entdecken, dass aus **weniger mehr** werden kann, und dabei ressourcenschonend mit verschiedensten Materialien umgehen. Spontaneität und Offenheit prägen dabei unser Tun.

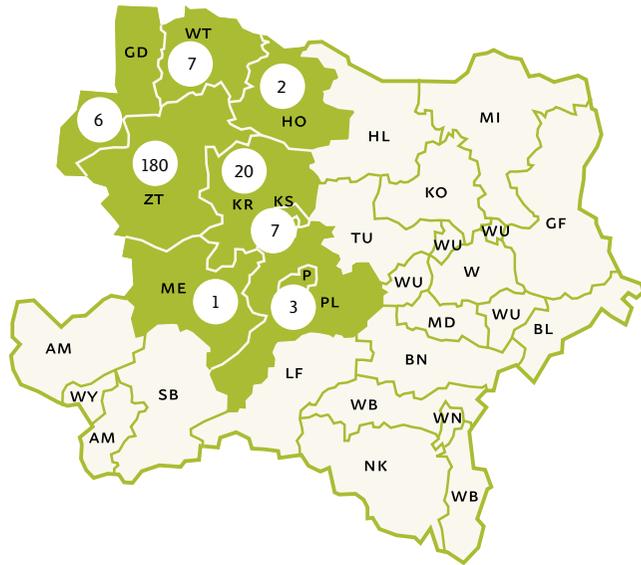
Gute Zeit

Rund ein Drittel unserer MitarbeiterInnen arbeitet **Teilzeit**, um Familie und Beruf bestmöglich zu vereinbaren. Alle MitarbeiterInnen in der Verwaltung können sich ihre Arbeitszeiten innerhalb eines Gleitzeitmodells flexibel einteilen und gestalten diese selbstorganisiert. Die Kernzeiten sind von 8.30 bis 15.30 Uhr. In der Produktion (48 % der MitarbeiterInnen) gibt es fixe Arbeitszeiten (Montag bis Donnerstag 7.30 bis 17.00 Uhr und Freitag 7.30 bis 12.00 Uhr). Flexibilisierung ist durch Überstunden-Zeitausgleich möglich.

Wir fördern auch Teilzeit-Führungskräfte-Modelle. Einige unserer AbteilungsleiterInnen, TeamleiterInnen und ProkuristInnen arbeiten in Teilzeit.

MitarbeiterInnen





Fleißige Hände

Wir bieten zusätzlich zu den **246 festen Arbeitsplätzen in Sprögnitz für 72 freie DienstnehmerInnen** aus der direkten Region, die in Handarbeit lose Tees oder Gewürze abpacken, ein flexibles Arbeitszeitmodell. Dieses Modell erfreut sich großer Beliebtheit, da es z.B. Müttern mit Kleinkindern oder neben der Altenbetreuung eine flexible Zeiteinteilung ermöglicht. Außerdem kann die Arbeit auf Wunsch zuhause oder direkt in Sprögnitz erledigt werden. Aufgrund dieser Vorteile bevorzugen 95 % der freien DienstnehmerInnen dieses Arbeitsmodell. 5 % packen direkt in der SONNENTOR Zentrale in Sprögnitz ab.

Die freien Dienstnehmer wählen dieses Arbeitsverhältnis, um flexibel und auch an Wochenenden zu arbeiten. Sie sind unfall-, kranken-, pensions- und arbeitslosenversichert. Es werden immer wieder freie DienstnehmerInnen in ein fixes Arbeitsverhältnis übernommen. Wir veranstalten jedes Jahr eine Weihnachtsfeier für die freien DienstnehmerInnen und laden zu Filmvorführungen usw. ein.

MitarbeiterInnen	Anzahl
Mitarbeiterzahl AT 2014/15	246
Frauen	176
Männer	70
Angestellte (Verwaltung, Außendienst, SONNENTOR Erlebnis, Betriebstechnik, Betriebsküche, SONNENTOR Geschäfte)	126
Arbeiter (Fertigung, Lager, Kommissionierung)	120
unser jüngste(r) MitarbeiterIn	17 Jahre
unter 25 Jahren	22
25 bis 34 Jahre	71
35 bis 44 Jahre	67
45 bis 55 Jahre	63
unser älteste(r) MitarbeiterIn	67 Jahre
über 55 Jahren	23
Durchschnittsalter	40,3 Jahre
Durchschnittlicher Ausfall durch Krankheit bei SONNENTOR	9,4 Tage/MitarbeiterInnen/Jahr
Durchschnittlicher Ausfall durch Krankheit aller Branchen	12,8 Tage/MitarbeiterInnen/Jahr
Fluktuation	6,6 %
Durchschnittliche Unternehmenszugehörigkeitsdauer	5,2 Jahre
Vollzeit Äquivalenz	210 Mitarbeiter (Vollzeit: 155, Teilzeit: 88, GFB: 3)



Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit (C2)

Alle machen mit

Unsere MitarbeiterInnen sehen sich als Familie, die sich gegenseitig unterstützt und hilft, wenn Not an der Frau oder am Mann ist. Wir möchten unseren MitarbeiterInnen eine ausgewogene Work-Life-Balance bieten. Überstunden fallen vereinzelt an und werden in Form von Zeitausgleich wieder abgebaut.

Der Anteil des Teilzeit-Arbeitsmodells beträgt derzeit 34 %. Durchschnittlich arbeitet ein(e) MitarbeiterIn somit 30 Stunden pro Woche. Darüber hinaus wird rund 72 freien DienstnehmerInnen, 14 AußendienstmitarbeiterInnen und 13 MitarbeiterInnen des Führungsteams für das SONNENTOR Erlebnis ein flexibles Arbeitszeitmodell geboten.

Vielen MitarbeiterInnen ist es wichtig, einer Vollerwerbstätigkeit nachzugehen. Nur neun MitarbeiterInnen verfügen über einen All-In-Vertrag. Seit 2015 haben wir die Möglichkeit, unseren MitarbeiterInnen auch Altersteilzeit anzubieten. Diese Form des gleitenden Übergangs in den Ruhestand nutzt bereits eine Mitarbeiterin.

Gesundes Wachstum

Um das Wachstum in den letzten beiden Jahren bewältigen zu können, haben wir 2013/2014 insgesamt **59 Personen** und 2014/2015 insgesamt **60 Personen** neu eingestellt.

Unsere Vision ist es, Arbeitsplätze abzusichern und neue Arbeitsplätze zu schaffen. Dies ist auch der Auftrag an jede(n) neue(n) MitarbeiterIn bei SONNENTOR.

Förderung des ökologischen Verhaltens unserer MitarbeiterInnen (C3)



Wir stellen unseren MitarbeiterInnen täglich gesunde Bio-Gerichte, Obst, Gemüse und Tee aus überwiegend ökologisch-regionaler Herkunft zur Verfügung. Wir ermöglichen ihnen die Teilnahme an kostenlosen Seminaren und bieten über die Wocheninfo schriftliche Informationen zu ökologischem Lebensstil an. Wir fördern den gemeinsamen Einkauf von Bio-Lebensmittel von unseren Bio-Lieferanten und geben unseren MitarbeiterInnen einen Sondertarif bei der Alpe Adria Naturstrom und Rabatt auf Waldviertler Schuhe weiter. Damit stärken wir das Bewusstsein unserer MitarbeiterInnen, ökologisch und nachhaltig zu leben. In der Ernährung, im Energie- und Konsumverbrauch.

Das öffentliche Verkehrsnetz im Waldviertel ist nur gering ausgebaut, deswegen gibt es keine Möglichkeit, zu unserem Firmenstandort öffentlich anzureisen. Die MitarbeiterInnen bilden Fahrgemeinschaften und schonen so die Umwelt. Damit wird das Verkehrsaufkommen um 50 % gesenkt. 70 % der MitarbeiterInnen leben im SONNENTOR Heimatbezirk Zwettl, die CO₂-Emissionen berufsbedingter Mobilität werden dadurch gering gehalten.

Reisen versuchen wir so gut wie möglich zu vermeiden, in dem wir z. B. unsere Kunden großteils auf Fachmessen treffen. Für die dennoch notwendigen Dienstreisen wurden folgende Kilometer zurückgelegt:

	2013/14	2014/15
Bahn	19 000 km	16 000 km
Auto	700 000 km	800 000 km
Flugzeug	~75 000 km (37 Kurzstreckenflüge, 6 Mittelstrecke, 5 Langstrecke)	108 000 km (55 Kurzstrecken-, 7 Langstreckenflüge)

Klimakompensation Ökoregion Kaindorf

SONNENTOR wirtschaftet klimaneutral. Die rund 335 Tonnen CO₂, die zum Beispiel durch den Transport entstehen, werden zur Gänze kompensiert. Durch das Projekt „CO₂-Kompensation durch Humusaufbau“ der Ökoregion Kaindorf werden Bauern gefördert, die es schaffen, die Humusbilanz ihrer Böden zu verbessern und somit nachweislich CO₂ zu binden. Denn unsere Böden sind die Basis unserer Zukunft.



Gerechte Verteilung des Einkommens (C4)



Das verdienen wir uns

Ein Bestandteil der Gemeinwohl-Bilanz betrifft die Einkommensverteilung in einem Unternehmen. Die **innerbetriebliche Einkommensspreizung von geringstem und höchstem Lohn beträgt nur 3,4** und hat sich im Vergleich zum letzten Jahr (3,5) weiter reduziert. Zwei Drittel der MitarbeiterInnen erhalten höhere Löhne als vorgeschrieben, die Mindestlöhne werden selbstverständlich immer eingehalten. Die Entlohnung richtet sich nach einer geschlechterunabhängigen Lohnpolitik.

Auch die Bezahlung der freien DienstnehmerInnen erfolgt in diesem Rahmen, damit der damit verbundenen Flexibilität auch ein entsprechendes Einkommen gegenüber steht.

Das Durchschnittseinkommen bei SONNENTOR beläuft sich auf rund 2.000,- Euro (brutto).

Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz (C5)



Wir reden mit

Wir haben abteilungsübergreifende Strategie-Teams, diese Teams gestalten aktiv und selbstorganisiert die Ziele des Unternehmens. In diesen Runden werden abteilungsübergreifende Themen wie z. B. neue Produktsortimente, neue Anforderungen an das Qualitätsmanagement, personelle Veränderungen und neue Projekte, zum Beispiel Zubau von Hallen oder eine neue Absaugungsanlage, besprochen. Jeder hat eine Stimme, die Mehrheit entscheidet.

Unsere MitarbeiterInnen sind über alle großen Investitionen des Unternehmens informiert. Einmal monatlich treffen sich alle Führungskräfte in der Fokus-Runde gemeinsam mit der Geschäftsführung. Hier findet ein Erfahrungsaustausch statt und wichtige Themen werden geklärt. Erst bei Investitionen über 5.000,- Euro erfolgt eine Abstimmung mit der Geschäftsführung. Darunter kann selber entschieden werden.

Der Gewinn wird wieder in das Unternehmen investiert. Eine Gewinnausschüttung findet nicht statt – auch die Gewinnausschüttung an MitarbeiterInnen lehnen wir ab, da das nicht Hand in Hand mit unserer Philosophie, Arbeitsplätze zu schaffen, einhergeht und Neid und Missgunst mit sich bringt.

Die Geschäftsführung kümmert sich vor allem um die längerfristige Entwicklung des Unternehmens und Verbesserungen in den Bereichen Soziales, Ökologie und Ökonomie.

Die AbteilungsleiterInnen geben die Informationen transparent an alle MitarbeiterInnen weiter. Jede(r) MitarbeiterIn hat das Recht, sich einzubringen und sich

direkt mit der Geschäftsführung bzw. seinem Abteilungsleiter/seiner Abteilungsleiterin abzustimmen. Unsere „**Ideenwerkstatt**“ ermöglicht es MitarbeiterInnen, auf einfache Art und Weise Ideen aktiv einzubringen. Diese werden in einer Box gesammelt und alle drei Monate bewertet.

SONNENTOR MitarbeiterInnen setzen sich gerne für das Unternehmen ein. Dies zeigt auch das Ergebnis der MitarbeiterInnenbefragung 2014. Die Beteiligung lag bei 68 % (168 abgegebene von 246 ausgegebenen Fragebögen):

Die MitarbeiterInnen gaben an, dass sie sich im Unternehmen gehört und verstanden fühlen (4,6 von 6 Punkten). 5 Punkte von 6 möglichen Punkten erhielt „In meiner beruflichen Ausübung wird mir Vertrauen entgegengebracht“. „Ich bin stolz, bei SONNENTOR zu arbeiten“ erhielt 5,5 von 6 Punkten und „die wertschätzende und gelebte Organisation bei SONNENTOR steigert meine Motivation“ erhielt 4,6 von 6 Punkten. In Arbeitskreisen haben die MitarbeiterInnen die Möglichkeit, sich zu Themenbereichen aktiv einzubringen und SONNENTOR gemeinsam weiter zu entwickeln.

Gesamtergebnis der **Mitarbeiterbefragung 2014** (von maximal 6 Punkten, bei einem Mitarbeiterwachstum von 44 % zum Vorjahr 2013):

Meine Arbeitssituation	4,9
Führung/Organisation	4,6
Teamgeist	4,8
Weiterentwicklungsmöglichkeiten im Unternehmen	4,4
Das Unternehmen SONNENTOR	5,2



”

Bei SONNENTOR anzufangen war für mich völliges Neuland, doch gerade deshalb eine großartige Herausforderung. Der große Gedanke des Miteinanders und die Wertschätzung des einzelnen Mitarbeiters waren für mich wohl die prägendsten Eindrücke. Ich bin immer wieder aufs Neue glücklich, ein Teil dieses innovativen Unternehmens zu sein.

“

Tanja Kuschel

SONNENTOR Mitarbeiterin in der Abteilung
"Hand- und Liebe-Verpackerin"



Die höchste Punktzahl 5,2 erreichte der Punkt „Das Unternehmen SONNENTOR“, woraus eine hohe Zufriedenheit und Identifikation mit dem Unternehmen abgeleitet werden kann.

Wir haben keinen Betriebsrat – aufgrund unserer offen geführten und direkten Kommunikation war dies noch kein besonderer Wunsch der MitarbeiterInnen.

Alle Daten, außer Gehälter und persönliche Daten der MitarbeiterInnen, sind unternehmensintern von allen KollegInnen einsehbar.

Auch über finanzielle MitarbeiterInnen-Beteiligungen machen wir uns Gedanken. Bis dato sind wir noch nicht fündig geworden und daher weiter auf der Suche nach einem passenden Modell.

Ethisches Verkaufen (D1)



Wir leben vom Handel und wir lieben den Handel. Wir bleiben dabei unseren Werten treu und möchten allen Beteiligten entlang der Wertschöpfungskette ein gutes Leben ermöglichen. Die SONNENTOR Werte sind im Leitbild festgehalten und für alle MitarbeiterInnen für ein gutes Miteinander unabdingbar. Im Vertrieb und Marketing stehen besonders Offenheit und Ehrlichkeit im Umgang mit den KundInnen, eine faire Preisgestaltung und eine zukunftsorientierte Zusammenarbeit im Vordergrund. Wir sind immer bestrebt, langjährige Partnerschaften zu pflegen, gemeinsam Lösungen für Probleme zu finden und unsere KundInnen zu unterstützen. Und das zeigen wir so:

- Wir gewähren längere Zahlungsziele, wenn der Kunde/die Kundin schwierige Zeiten durchlebt (normales Zahlungsziel: 30/7/2).
- NeukundInnen erhalten Erstbestellerrabatte und verbesserte Konditionen.
- KundInnen erhalten in Notsituationen zinslose Kredite oder Unterstützung bei größeren, notwendigen Ausbauschritten.

Freude am Verkaufen

Schon bei der Auswahl der MitarbeiterInnen wird darauf geachtet, dass sie die Werte ebene von SONNENTOR teilen. Menschliche Qualitäten werden hochgehalten und haben höhere Priorität als fachliches Know-how: Durch laufende und ständige Abstimmungen (Außendienst kommt mindestens vier Mal im Jahr für mehrere Tage nach Sprögnitz), Schulungen und ein mindestens einmal im Jahr stattfindendes Mitarbeitergespräch werden die Werte und Informationen

ausgetauscht. Besonders wichtig ist, dass jeder/jedem MitarbeiterIn der Blick auf das große Ganze vermittelt wird und sie bzw. er dadurch auch eigenverantwortlich gute und zukunftsorientierte Entscheidungen treffen kann.

Um Leistungs- und Verkaufsdruck zu vermeiden, ist die Bezahlung unseres Verkaufs- und Außendienstteams nicht an Provisionen oder Umsatzvorgaben gebunden.

Wir schauen dem Gaul ins Maul

SONNENTOR hat sich bewusst dazu entschieden, die Produkte nicht im konventionellen Lebensmittelhandel zu vertreiben, weil wir Listungsgebühren, Pönalen und Aktionspolitik im Sinne einer transparenten und fairen Preisgestaltung vermeiden möchten.

Das Unternehmen setzt seit Beginn auf nachhaltige Kundenorientierung, deshalb werden die SONNENTOR Produkte nur über Green-Franchising in den SONNENTOR Geschäften, im Bio-Fachhandel, in Apotheken und Reformhäusern (Fachhandelstreue) und im Internet verkauft.



Hier können wir faire Preise für die AnbauerInnen und alle unsere PartnerInnen gewährleisten. Auch im Bio-Fachhandel sind viele Herausforderungen zu stemmen. Dabei möchten wir Tendenzen zu einer Konventionalisierung nicht unterstützen. Langfristig werden wir deshalb unsere eigenen Kanäle weiter ausbauen, denn nur hier können wir sicherstellen, dass unsere Werte gelebt und umgesetzt werden, die Preisgestaltung fair erfolgt und die MitarbeiterInnen einen wertvollen Arbeitsplatz haben.

Ein Kriterium in der Gemeinwohl-Ökonomie betrifft unethische KundenInnen: Unethische KundInnen sind für uns jene KundInnen, die unsere Werte nicht teilen. Jene, die nur daran interessiert sind, mit Masse schnell Geld zu machen und dabei nicht im Einklang mit der Natur und seinen Partnern wirtschaften. Wir wollen keine Partnerschaften, die Vereinbarungen und Zahlungsziele nicht einhalten und durch ständige Rabatte und Pönale den Wert eines Produktes und die Arbeit, die dahinter steht, schmälern. Unethisch ist es für uns auch, wenn ein Kunde nur sehr kurze Zeiten für eine Produkteinführung einräumt – so kann es passieren, dass die Arbeit vieler Monate zunichte gemacht wird.

Was man in den Wald hineinruft...

Das Miteinander leben wir in allen Bereichen. Gerade KonsumentInnen im Bio-Fachhandel sind sehr kritisch und motivieren uns immer wieder zu Verbesserungen.

SONNENTOR ist auf vielen barrierefreien Kanälen vertreten und bietet den Kunden verschiedene Möglichkeiten, mit uns in Kontakt zu treten:

- Im Geschäft über MitarbeiterInnen, bei Verkostungen und Befragungen
- VerkosterInnen und AußendienstmitarbeiterInnen im Bio-Fachhandel
- Social Media Plattformen: facebook, twitter, instagram, youtube
- Website
- Telefonisch
- Persönlich auf Messen und Veranstaltungen
- Außendienst-/BotschafterInnen-Treffen (4 x jährlich): bietet eine Plattform, um sich auszutauschen und Kundenwünsche zu übermitteln

Doch nichts ersetzt das persönliche Gespräch und hier nehmen wir uns viel Zeit, um Anliegen der KundInnen verstehen zu lernen. Die vielen einlangenden Wünsche und Tipps werden in einer Datenbank gesammelt. Bei SONNENTOR ist man bestrebt, Rückmeldungen so gut wie möglich zu berücksichtigen. Folgende Wünsche wurden bereits in die Praxis umgesetzt:

- Vegane Kekse
- 100%iger Verzicht auf Palmöl in unseren Produkten
- Individuelle Etiketten für die leere Streudose
- „Wiener Verführung“ Kaffeesortiment auf Wunsch eines Großhändlers

Rund die Hälfte unseres Sortiments ist auf Kundenwünsche zurückzuführen. Unser Ziel für das nächste Jahr ist, unsere KundInnen noch enger beim Entwicklungszyklus einzubinden, um ein für sie bestmögliches Produkt zu schaffen.

”

SONNENTOR gibt mir die Möglichkeit, aktiv an der Weiterentwicklung des Unternehmens mitzuarbeiten. Jeder, der bereit ist, sich einzubringen, hat bei SONNENTOR auch alle Möglichkeiten. Ideen sind jederzeit willkommen – das macht uns als Team so stark!

“

Michael Kormesser
SONNENTOR Vertriebsleiter





Wie man in den Wald hineinruft...

Wir haben uns zum Ziel gesetzt, innerhalb von 24 Stunden auf Kundenanfragen zu antworten, das gelingt uns zu 85 %, um KundInnen schnell und optimal in ihren Anliegen zu betreuen – sei es über Social Media, über telefonische Anfragen zum Produktverkauf oder bei Reklamationen. Wir sind für Anregungen und den „Blick von außen“ immer dankbar. Dabei achten wir auf eine wertschätzende und achtsame Kommunikation.

Mehr als die gesetzlich geforderten Informationen zur Verwendung von Produkten, nachhaltige Verpackung oder die Bio- und Nährwertauszeichnung findet der Kunde am Produkt selbst. Weiterführende Infos werden auf der Website zur Verfügung gestellt. Im SONNENTOR Erlebnis steht jedem Interessierten das SONNENTOR offen und er kann sich über Details zum Unternehmen informieren.

Das 2014 ins Leben gerufene **Seminarprogramm** sehen wir als Chance für unsere Kunden, sich in Bezug auf ein gutes, sinnerfülltes Leben, über ethisches Wirtschaften, gesunde Ernährung und altes Wissen über Kräuter und fast in Vergessenheit geratenes Handwerk zu informieren.



Auf **B2B- und Endverbraucher**messen stehen immer genug MitarbeiterInnen zur Verfügung, damit jede Kundin/jeder Kunde und jeder Fan die Möglichkeit hat, mit uns in Kontakt zu treten und Fragen zu stellen – und auf der anderen Seite den MitarbeiterInnen auch genug Zeit für Pausen eingeräumt werden kann.

Auf die BioFach, die Weltleitmesse für Bio-Produkte in Nürnberg, laden wir jedes Jahr einen, für seine gelieferte Produktqualität ausgezeichneten, SONNENTOR Bauern ein und bieten somit den KundInnen die Möglichkeit, persönlich mit den AnbauerInnen der Kräuter und Gewürze in Kontakt zu treten. So fördern wir die vollständige Transparenz und Wertschätzung gegenüber unseren Bio-Bäuerinnen und -Bauern.

Über Initiativen wie www.landluft-schnuppern.at fördern wir auch den direkten Austausch zwischen KonsumentInnen und Anbauer und bieten den KundInnen die Möglichkeit, selbst eine Woche die Arbeit am Bauernhof und die Welt von SONNENTOR hautnah zu erleben.

Über das **SONNENTOR Magazin „FREUDE“**, das zwei Mal jährlich erscheint, werden unsere Fans auf Dinge aufmerksam gemacht, die im Verborgenen blühen, Projekte vorgestellt, die im regionalen Umfeld Großartiges bewirken, und Menschen gezeigt, die Unglaubliches leisten, aber nicht im Rampenlicht stehen.

Unsere Marketingmaßnahmen entsprechen zu 100 % ethischen Richtlinien: Rund 5 % des Gesamtumsatzes investieren wir in die Entwicklung von Neuprodukten und Produkt-Relaunches, in Marketingaktivitäten und in Vertriebsaktivitäten. Zum Vergleich: Unternehmen wie Coca-Cola oder Red Bull investieren rund 40 - 50 % des Umsatzes in Marketing.

Wir nutzen keine Massenmedien, schalten keine Werbung mit Lockangeboten oder unnötigen Mehrkauf-Aktionen und unterbieten nicht die Preise unserer PartnerInnen im Einzelhandel, ganz nach dem Motto „leben und leben lassen“ – Transparenz und Ehrlichkeit stehen im Vordergrund.

Wir nutzen unsere Kanäle auch zur Aufklärung über für uns wichtig erscheinender Themen wie

- Gentechnikverbot
- Verhinderung von TTIP, CETA, TISA
- Förderung biologischer Landwirtschaft und Diversität
- usw.

Rund 1 % des kompletten Wareneinsatzes wird für Sponsorings eingesetzt: Wir arbeiten ausschließlich mit Kooperationspartnern zusammen, die unsere Wertewelt teilen sowie für nachhaltige oder gesundheitsfördernde Themen eintreten, und wir versuchen dabei, besonders regionale Strukturen zu stärken.



Zur vollsten Zufriedenheit

Bio ist das Segment der Lebensmittelproduktion, das am stärksten und häufigsten kontrolliert wird. Nirgendwo sonst haben die KonsumentInnen eine vergleichbare Sicherheit.

Seit 2006 ist ein **umfangreiches Reklamationswesen** fester Bestandteil der strategischen Unternehmensführung. Wir möchten mit unseren Produkten höchste Qualität und Sicherheit bei Bio-Lebensmitteln bieten.

Jede Reklamation, ob berechtigt oder nicht, wird mit allen Angaben zum reklamierten Produkt, inklusive eventuell vorhandener Fotos, Abweichungsgründe, Maßnahmen und Kosten erfasst und somit auswertbar gemacht: Es besteht eine 100%ige Rückverfolgbarkeit.

Alle Reklamationen werden zu 100 % positiv für die KundInnen abgewickelt. Die Anzahl der Reklamationen beträgt 0,01 % gemessen an allen in einem Jahr hergestellten Produkten.

In 2014/2015 wurden rund 2200 Proben/Analysen unserer Produkte durchgeführt (+22 % im Vergleich zu 2012/13).

Die Ausgaben für Pestizid- und Mikrobiologie-Analysen im Geschäftsjahr 2014/2015 betragen rund 340.000,- Euro (+13 % im Vergleich zu 2012/13).

(Vergleichswerte Geschäftsjahr 2013/14: Ausgaben für Pestizid- und Mikrobiologie-Analysen: 349.000,- Euro, rund 2120 Proben wurden analysiert)

Rund 1 % des Umsatzes wird in die Analyse von Rohstoffen investiert.

Nur akkreditierte Labore (GBA Hamburg, QL NÖ in Gmünd und einige kleinere Labore) werden für die Analysen in Anspruch genommen.

Zwischen den Abteilungen findet ein wöchentlicher Austausch für die laufende Qualitätsverbesserung statt:

- Qualitätszirkel (mit Qualitätsmanagement, Produktmanagement, Vertrieb, Franchise, Einkauf, Produktionsplanung, Produktion)
- Verkostungspanel (Qualitätsmanagement, Produktmanagement, Einkauf)

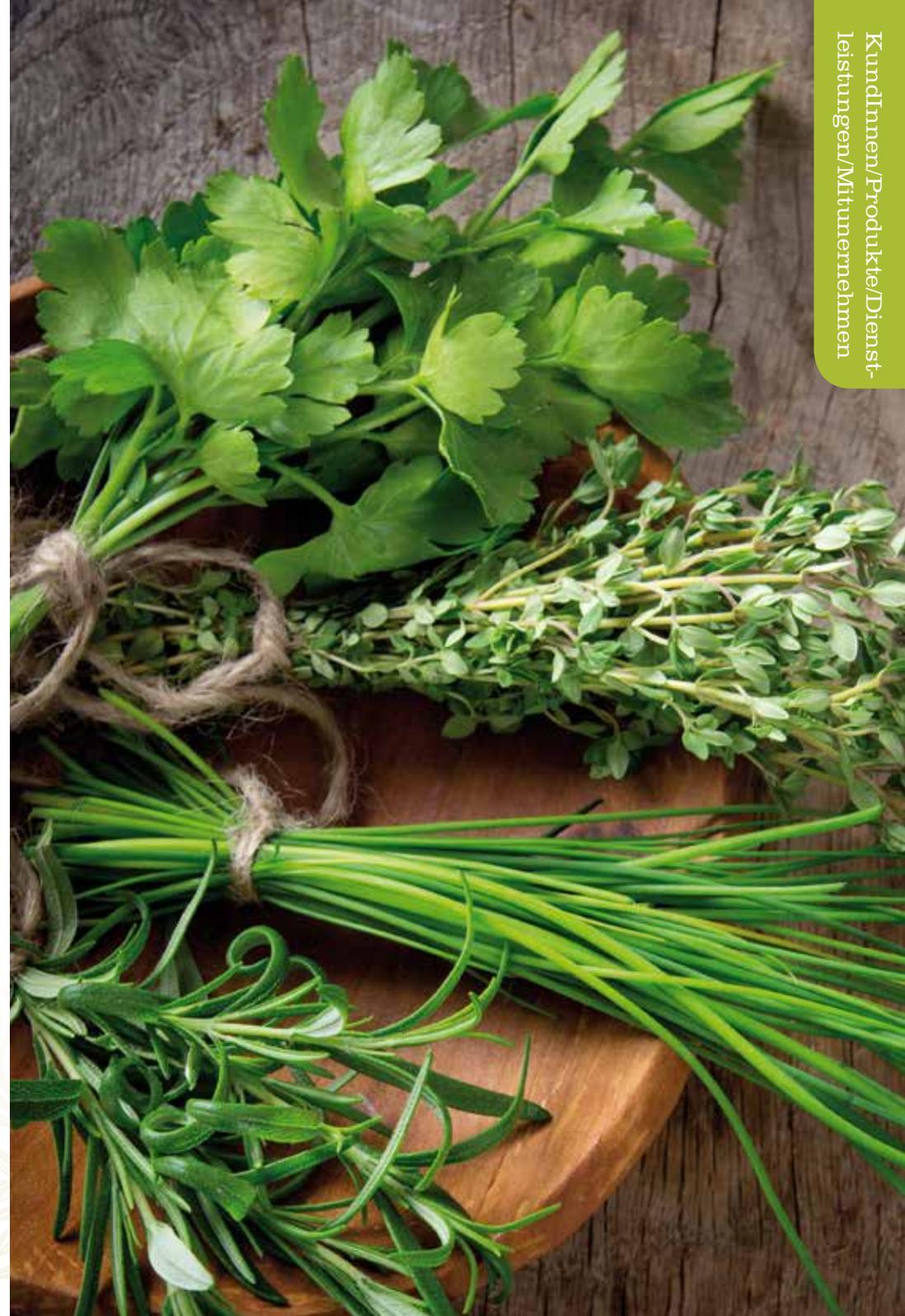
Solidarität mit Mitunternehmern (D2)

Leben und leben lassen ist eines der wichtigsten Grundprinzipien unserer Philosophie. Und dieser bleiben wir in jedem Fall treu. SONNENTOR ist Bio-Leitbetrieb in der Europäischen Union. Wir legen Wert auf eine gute Zusammenarbeit und pflegen Kooperationen mit PartnerInnen und Unternehmen, die nach unserer Philosophie handeln und so die Freude wachsen lassen. Kontakte von Zulieferer geben wir weiter bzw. gibt es keine „Verbote“ oder einen Branchenschutz für uns – jede(r) LieferantIn entscheidet für sich und im Vertrauen.

Kleine, regionale Betriebe liegen uns besonders am Herzen und werden über **Produktkooperationen** gefördert: z. B. Waldviertler Mohnzelten von der Bäckerei Pilz in Gmünd, Kräuterseitlinge aus dem Marchfeld, Keks- und Honigprodukte von der Bäckerei Naschwerk aus Nondorf, Gebäck von regionalen Bio-Bäckereien aus dem Raum Zwettl. Im **Bio-Gasthaus Leibspeis'** werden Produkte von Bio-Bäuerinnen und -Bauern und regionalen Bio-LieferantInnen verarbeitet.

Kooperative Tätigkeiten durch Weitergabe von Aufträgen:

- **Tageswerkstätte der Caritas in Zwettl:** Der große Anteil an Handarbeit ermöglicht es uns, auch externe Organisationen einzubinden. Seit November 2012 arbeiten wir mit der Caritas Werkstatt in Zwettl zusammen, die im letzten Jahr ca. 22 000 Produkte für SONNENTOR, insgesamt bereits rund 63 000 Tee- und Gewürzspezialitäten, eingepackt hat. Wir freuen uns sehr, dass wir Menschen mit besonderen Bedürfnissen so in unser Unternehmen einbinden können.





- Sieben **SONNENTOR Bauern** aus der näheren Umgebung packen die Kräutertees zuhause selbst ab. Dadurch können Zeiten, in denen wenig am Hof zu tun ist, besser genutzt sowie höhere Erträge und eine gute Wertschöpfung erzielt werden.
- **Freie DienstnehmerInnen:** rund 72 Menschen aus der direkten Umgebung finden Arbeit, indem sie die SONNENTOR Produkte entweder zuhause oder bei uns im Betrieb zeitlich flexibel abpacken können.

Beteiligungen (Gesamtbetrag: 122.000,- Euro):

- Bank für Gemeinwohl
- Labonca Biohof
- Firma Schober Gars am Kamp
- Firma SONNENWIND
- Firma Ökoring (Kunde)

Darlehen haben wir an folgende Unternehmen und Einrichtungen gegeben (Gesamtbetrag: 170.000,- Euro):

- Göttin des Glücks
- SC Prodplant
- Bodan
- Naschwerk

Wer weit kommen will, geht mit anderen

SONNENTOR hat beim Branchentreff auf der BioFach gemeinsam mit zwei weiteren Gemeinwohl-Ökonomie-Unternehmen (Ökofrost und Bodan) eine Veranstaltung „Expedition zum Gemeinwohl“ ins Leben gerufen und Interessierten die Möglichkeit geboten, sich über die Gemeinwohl-Ökonomie zu informieren.

Eine große Herausforderung – besonders für Bio-ProduzentInnen – stellt das seit Ende 2013 bekannte Thema der Pyrrolizidinalkaloide dar. Wir haben deshalb einen **Branchentisch** mit unseren MitbewerberInnen initiiert und versuchen uns auszutauschen, gemeinsam Wissen aufzubauen und kooperative Aktivitäten zu planen, um hier für noch bessere Voraussetzungen zu sorgen.

Kooperationen finden auch mit dem Wettbewerb statt, wenn es darum geht, gemeinsam Themen zu vertreten. Es sind Beziehungen auf Augenhöhe, man schätzt sich und ist auch gemeinsam im Gremium vertreten.

Für Krisenfälle bzw. eine transparente Informationsweitergabe haben wir die Seite <http://information.sonnentor.com> eingerichtet.

Wir teilen unser Wissen

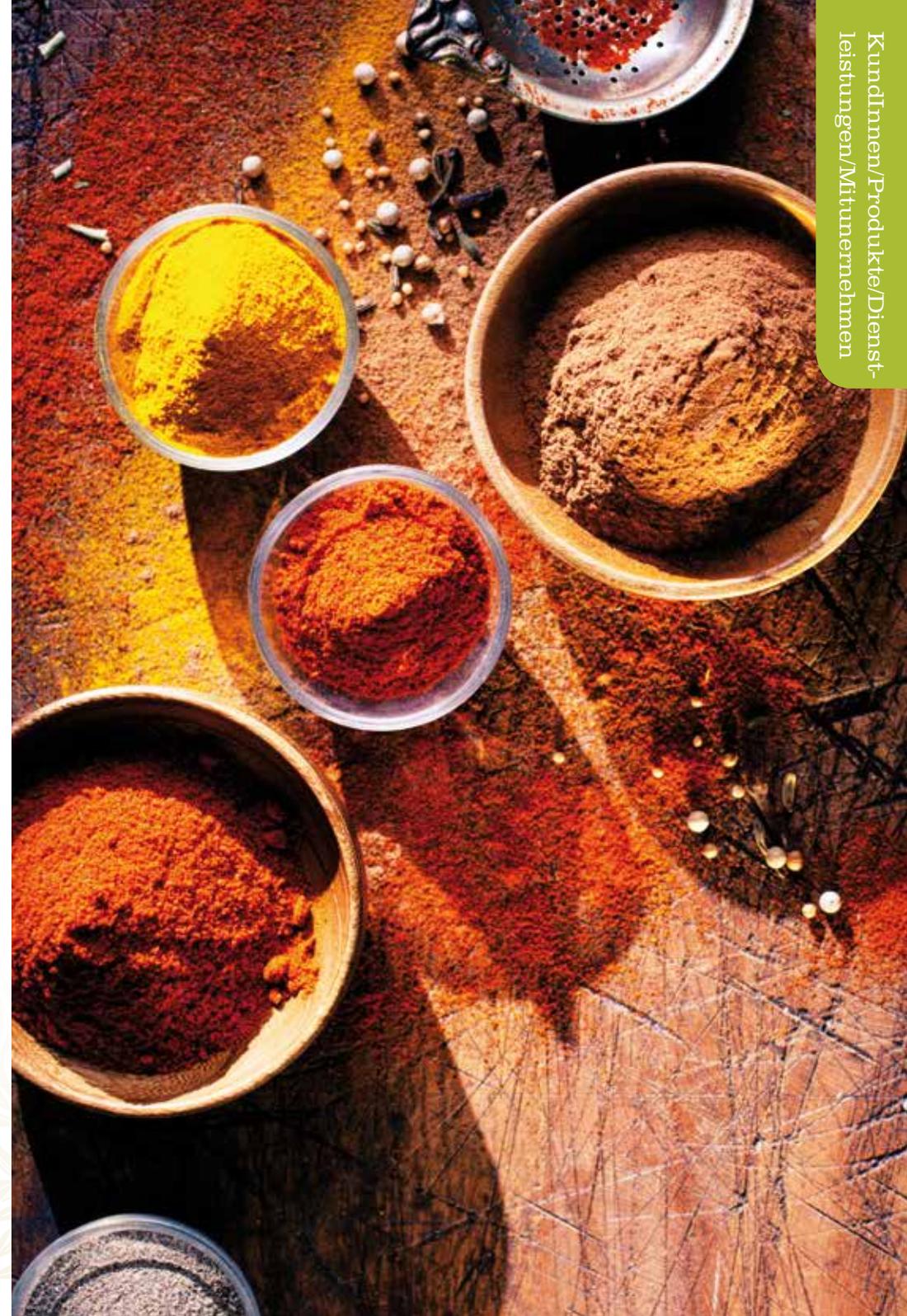
Wissenstransfer und kooperatives Marketing erfolgen mit Firmen, die unsere Wertewelt teilen und an einem gemeinsamen Arbeiten an besseren Branchenstandards interessiert sind. Wir unterstützen uns bei Messen, beim gegenseitigen Verkauf (z. B. bezieht Zotter Blüten und Kräuter von SONNENTOR, im Gegenzug dazu kauft SONNENTOR Kakaoschalen von Zotter), bieten unsere Plattformen bei Kooperationen an, fördern Wissensaustausch zwischen MitarbeiterInnen, organisieren gegenseitige Besuche und empfehlen aktiv die



PartnerInnen weiter. Aufgrund der hauptsächlich handwerklichen Tätigkeiten in der Herstellung der Produkte spielen Technologien bei SONNENTOR eine untergeordnete Rolle. Es gibt Kooperationsprojekte mit Grüne Erde, Rogner Bad Blumau, Waldviertler Schuhwerkstatt, Biohotels, Bellaflora, Natur im Garten, bioferien.at, Bio-Betrieben, regionalen PartnerInnen sowie LieferantInnen und KundInnen.

Eine umfangreiche Wissensweitergabe erfolgt außerdem über:

- SONNENTOR Erlebnis, Kundenausflüge, Feste: BesucherInnen steht das SONNENTOR offen und es wird Einblick in den Betrieb gewährt.
- Seminarprogramm: Über das SONNENTOR Seminarprogramm können die TeilnehmerInnen in die Welt der Kräuter und gesunder Ernährung eintauchen, sich hinsichtlich Tee genusses oder seelischen Wohlbefindens vertiefen und zu den Themen Umwelt, Nachhaltigkeit, alternatives Wirtschaften und traditionelles Handwerk informieren (www.sonnentor.com/seminare).
- Teilnahme und Vorträge bei externen Seminaren, Veranstaltungen zu CSR, Nachhaltigkeit usw.
- Ausflüge von StudentInnen-/SchülerInnengruppen zu SONNENTOR: Einblick in unser Tun, Wirtschaften; MitarbeiterInnen und Johannes Gutmann stehen auch für Frage- und Diskussionsrunden zur Verfügung und geben so wertvolle Inputs aus der Praxis weiter.
- Austausch mit JungunternehmerInnen: Gerade in Zeiten einer Neugründung tut es gut, jemanden zu haben, der einem mit Tipps zur Verfügung steht. Johannes Gutmann nimmt sich immer Zeit und gibt gerne seine Erfahrungswerte an junge PionierInnen weiter.





Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen (D3)

Die SONNENTOR Produkte stiften Sinn – vom biologischen Anbau bis zur Verpackung. Immer mehr Menschen suchen authentische, natürliche Produkte, die nicht nur Gesundheit, Genuss und ein gutes Gewissen vermitteln, sondern auch im Einklang mit der Natur produziert wurden. SONNENTOR verfolgt dieses Grundprinzip schon seit Beginn der Firmengründung und die Klima- bzw. CO₂-Bilanz lässt sich sehen:

Biologische Produkte sparen der Umwelt im Vergleich zur konventionellen Landwirtschaft durchschnittlich 20 % CO₂.

Rundherum und innendrin

Wir bieten höchste Qualität und Sicherheit bei Bio-Lebensmitteln mit nachhaltiger Kreislaufwirtschaft, mit gesunden Böden und Menschen in einer lebenswerten Umwelt. **SONNENTOR Produkte sind biologisch, frei von künstlichen Aromen, Farbzusätzen oder chemischen Geschmacksverstärkern.**

Bei den Zutaten wird versucht, auf regionale, heimische Rohstoffe zurückzugreifen und diese Sortimente zu stärken. Es soll nur das dort entnommen werden, wo es von Natur aus zuhause ist. Außerdem versuchen wir auch, bei der Auswahl der Rohstoffe immer kritisch zu sein und den Einsatz zu hinterfragen:

- **Kein Palmöl mehr in SONNENTOR Produkten:** Palmöl wird aufgrund der großen Nachfrage und leichten Verwendung in riesigen Mengen angebaut, eine immense Naturzerstörung geht damit einher. Die Abholzung von Regenwald und riesige Monokulturen sind die Folge. Deshalb haben wir uns bewusst dazu entschlossen, kein Palmöl mehr in unseren Produkten zu verwenden.
- **Keine Weichmacher** (Bisphenol A) mehr in den Deckeln der Honige und Fruchtaufstriche.
- **Keine künstlichen Aromen:** Wir greifen stattdessen auf natürliche Aromen der Pflanzen zurück.
- **Optimale Nutzung der Kräuter:** Großblättrige, farbintensive Ware wird für losen Tee verwendet, kleine Blätter für die Aufgussbeutel. So können Ressourcen optimal genutzt werden und erfahren Wertschätzung.
- Unsere **Kaffeeverpackungen** kommen seit Februar 2015 **ohne Aluminium** aus.
- Gewürze: Für unsere Gewürze bieten wir ein **Sortiment an Gewürzdosen**, die für die optimale Aufbewahrung zuhause verwendet werden können. Für alle Gewürze stehen **Nachfüllpackungen** zur Verfügung, damit nicht immer neue Dosen gekauft werden müssen und somit Abfall reduziert werden kann.



Schon beim **Anbau** wird auf eine gute Kreislaufwirtschaft und auf eine zukunftsfähige Umwelt Wert gelegt – ohne chemische Düngemittel und Pestizide. Durch den Anbau von Kräutern und Gewürzen finden Sonderkulturen wieder Platz auf den Feldern und fördern die Vielfalt.

Bio-Diversität wird groß geschrieben: Z. B. wird unser Kaffee in Nicaragua unter Schattenbäumen gepflanzt. Das fördert nicht nur die Vielfalt, sondern auch die Festigkeit des Bodens und schützt vor Erosionen und auch der sensible Lebensraum für viele Tier- und Pflanzenarten wird dadurch sichergestellt.

Die **Trocknung** der Produkte erfolgt größtenteils durch Holz- und Hackschnitzelheizungen sowie durch Sonnenenergie (speziell in Nicaragua, Tansania, Albanien). Wir sind bestrebt, unsere Anbaupartner über Umwelteinflüsse (von z. B. Ölheizungen) zu informieren, und freuen uns sehr, dass wir so gemeinsam im Sinne der Natur weiter wachsen können.

Die **Produktion** der Produkte selbst ist CO₂-neutral. Bei unserer Fertigung entstehen keine direkten Emissionen. In jedem SONNENTOR Produkt steckt viel Handarbeit, denn wir verzichten bewusst auf die Automatisierung der Arbeitsschritte. Viele der Kräuter und Gewürze werden von unseren MitarbeiterInnen oder Bio-Bäuerinnen und -Bauern per Hand abgefüllt, abgepackt und etikettiert.

CO₂-Branchenvergleich BNN und SONNENTOR:
Die HerstellerInnen im Bio-Fachhandel erzeugen
durchschnittlich 118 kg CO₂ pro 1.000,- Euro
Umsatz. SONNENTOR erzeugt durch seine
Produktion lediglich 5,84 kg CO₂.

Quelle: BNN Nachhaltigkeitsmonitor 2011

Wir durchdenken die Wertschöpfungskette bis zum Ende, deshalb sind für SONNENTOR auch die Themen Verpackung und Entsorgung sehr wichtig:



- Unsere **Verpackungsmaterialien** stammen zu 80 % aus nachwachsenden Rohstoffen. Weitere 16 % sind recyclebar. D. h. dass 96 % unserer Verpackungsmaterialien wieder einem Rohstoffkreislauf zugeführt werden können.
- Wir verwenden anstelle von Plastik bewusst Folie aus Holzfasern, die bequem am Heimkompost entsorgt werden kann und nach ca. zwei bis vier Monaten verrottet. Dadurch haben wir unserer Umwelt bereits über 100 Tonnen Plastik erspart.

Auch die **Teebeutel** werden im Biomüll entsorgt und sind entweder aus Fasern der Textilbanane oder aus Maisstärke, natürlich ohne Metallklammer.

Nähere Informationen zu unseren Verpackungsmaterialien finden sich auf unserer Homepage unter: www.sonnentor.com/verpackung

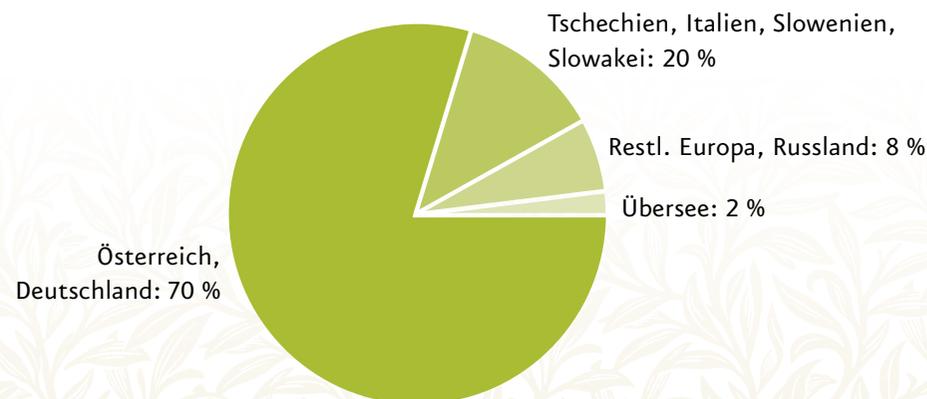
Abfälle wie z. B. Staub, die bei der Aufbereitung der Kräuter und Gewürze anfallen, werden im Schwesterbetrieb in Tschechien zu Pellets gepresst und für die Beheizung der Gebäude verwendet. Somit ist der Kreislauf geschlossen und es entsteht kein unnötiger Abfall. „Brenn guat“ eben, denn so heißt unsere Hackschnitzelanlage.

Im SONNENSCHNEIDEN, der betrieblichen Kinderbetreuung, wird schon unseren Kindern ein ressourcenschonender Umgang gelehrt: „Upcycling“ wird groß geschrieben und – scheinbar nicht mehr verwendbare – Materialien zu neuem Leben erweckt.

Wir bringen die Sonne auf den Weg

Unsere Produkte werden mittlerweile in mehr als 50 Länder auf der ganzen Welt exportiert, wobei mehr als 70 % in Österreich und Deutschland konsumiert werden, der Versand erfolgt über Sammeltransporte. Weitere 20 % werden in die weiteren Nachbarländer Österreichs, also Tschechien, Italien, Slowenien, Slowakei gesendet.

Der Rest geht an weitere Länder in Europa und Russland, rund 2 % gehen nach Übersee – der Anteil der Transporte mit Luftfracht bei allen Produktverkäufen liegt bei unter 1 %. Emissionen aufgrund der Transportwege zu KundInnen aus Übersee werden über Aufforstungsprojekte ausgeglichen. In Neuseeland schützen wir gemeinsam mit unserem Partner Bernhard Schneider bereits über 740 ha wertvollen Baumbestand, darunter auch viele Pinien, die bis zu 45 Tonnen CO₂ pro Jahr und Baum binden können. So können wir garantieren, dass der Baumbestand erhalten bleibt.





Wir klären auf

Transparenz ist uns wichtig. Deswegen informieren wir unsere KundInnen über die Besonderheiten unserer Produkte mit diversen Logos bzw. Symbolen:

- EU-Bio-Logo mit Herkunftsangabe
- Verpackungssicon (Folie und Beutel aus nachwachsenden Rohstoffen, kompostierbar)
- Symbol „Von Hand verpackt“
- Symbol „Palmölfrei“

Dazu nutzen wir alle uns zur Verfügung stehenden Kommunikationskanäle. Wir nutzen auch Inseratenschaltungen, um auf ökologische Aspekte der Produkte oder deren Herkunft aufmerksam zu machen.

Unsere KundInnen machen uns immer wieder darauf aufmerksam, dass der **Inhalt der Packungen**, z. B. bei Gewürzen, nicht gleich ist. Der Eindruck einer Mogelpackung könnte entstehen. Tatsache ist aber, dass kleine Unterschiede bei Mahlgraden, Blattgrößen oder der Trocknungsgrad kleine Unterschiede beim Volumen mit sich bringen. Wir garantieren deshalb immer die gleiche Grammat, um dem Kunden immer die gleiche Menge zur Verfügung stellen zu können.

Wir garantieren 100%ige Transparenz bei der **Herkunft der Produkte**. Bei Monoprodukten wird deshalb auch das Herkunftsland auf der Verpackung kommuniziert. Bei Mischungen ist das nicht möglich, da verschiedene Rohwaren aus unterschiedlichen Ländern gemischt werden – und somit die Liste für den begrenzten Platz zu lang wird.

Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen (D4)

Wir berücksichtigen bei vielen Produkten spezielle Bedürfnisse der KonsumentInnen und versuchen, den Zugang auf allen Absatzebenen möglichst **barrierefrei** zu gestalten. Bei der Entwicklung der Produkte gehen wir besonders auf **ernährungssensible Gruppen** wie AllergikerInnen, VeganerInnen oder VegetarierInnen und deren Bedürfnisse ein.

Eine faire und soziale Gestaltung beginnt bei einer fairen Preispolitik für die Bio-Bauern. Ein wertschätzender Preis ist die Basis für eine langfristige Partnerschaft.

Die Lebensmittelverschwendung unserer Zeit sehen wir sehr kritisch und entspricht nicht unserer Philosophie: Deshalb werfen wir nichts weg! Produkte mit einem kurzen Haltbarkeitsdatum werden gespendet und sozialen Zwecken zugeführt.

Beispiele für die soziale Gestaltung der Produkte:

- Wir achten auf eine **gute Lesbarkeit der Produktbezeichnungen** und eine eindeutige Auszeichnung auf den Produkten. Für alle, die gerne viel drinnen und wenig rundherum haben möchten, bieten wir auch ökologisch effiziente Großgebilde für Kräuter und Gewürze an. Umfangreiche Informationen, Genuss- und Kochtipps sowie sensorische Beschreibungen zu allen Produkten sind im Internet unter www.sonnentor.com/webshop nachzulesen.
- Wir bieten viele **Alternativen zu gängigen Rohstoffen** – z. B. Dinkel anstelle von Weizen – und führen Produkte wie Chia-Samen, Flohsamen, Gewürze usw., die sich durch besonders positive Eigenschaften für den Menschen auszeichnen.
- Im **SONNENTOR Erlebnis** bieten wir einen ermäßigten Eintritt für benachteiligte Personen und deren Begleitung. Durch unser Angebot ist es möglich, Sehbehinderten und geistig behinderten Menschen das SONNENTOR näher zu bringen. Bei den Führungen nehmen wir uns viel Zeit, sodass BesucherInnen für sich die Eindrücke bestmöglich mitnehmen können. Sollte jemand nicht so gut zu Fuß sein, steht ein Rollstuhl zur Verfügung.
- Es liegt uns am Herzen, dass unsere Produkte, unsere Dienstleistungen, alle SONNENTOR Geschäfte und das SONNENTOR Sprögnitz und generelle Informationen über SONNENTOR für alle gleichermaßen und auch **barrierefrei** zugänglich sind. Neben den SONNENTOR Geschäften werden unsere Produkte hauptsächlich im Bio-Fachhandel angeboten, wo unsere KundInnen eine umfassende Beratung und hochqualitative, ökologische Produkte vorfinden.
- Darüber hinaus sind die Produkte auch auf externen Plattformen gelistet, die von bewussten KonsumentInnen mit besonderen Bedürfnissen besucht werden: z. B. Ökoinform (www.oekoinform.de), www.fastenwelt.com, Zölliakie-Plattform usw.



- Ein wesentlicher sozialer Beitrag ist die Tatsache, dass alle bei SONNENTOR, von Johannes Gutmann angefangen bis zum jüngsten Mitglied, das, was sie in ihre tägliche Arbeit einbringen, auch vorleben und andere daran teilhaben lassen. Sei dies durch Betriebsführungen oder Feste, die bei SONNENTOR gemeinsam mit allen BesucherInnen gefeiert werden, oder auch diverse Pionierarbeiten über die Gemeinwohl-Ökonomie und andere CSR-Themen. Wir sind hier gerne Vor-Bilder und Vor-Turner und tragen unsere Werte nach außen.

Faire Partnerschaften

Wir unterscheiden nicht zwischen großen und kleinen KundInnen. Kleine und mittlere Unternehmen erhalten gleichwertige Konditionen und ebenso gute Betreuung und gutes Service wie Großunternehmen. Um die vielen kleinen Bioläden in Österreich und Deutschland besser betreuen zu können, haben wir unser Betreuungsteam, die BotschafterInnen in Österreich und Deutschland, von 6 (2013) auf 12 MitarbeiterInnen (2015) ausgebaut.

”

Seit 14 Jahren teilen wir die Freude und die Leidenschaft für nachhaltige natürliche Produkte. Seit 14 Jahren teilen wir das Engagement von Menschen für Menschen. Seit 14 Jahren macht es uns Freude, in der Schweiz Botschafter von SONNENTOR zu sein! Der Gedanke des Gemeinwohls hat auch uns inspiriert. Wir vertreiben nicht nur erfolgreich die SONNENTOR Produkte in der Schweiz, auch das Anliegen des Gemeinwohls hat sich in unserer Firma niedergeschlagen und wird wahrgenommen bei unseren Partnern. In der Produktion, bei den Mitarbeitenden bis hin zur Käuferschaft – von Menschen für Menschen.

Jürg Horlacher
Geschäftsinhaber, Aromalife AG
3427 Utzenstorf, Schweiz



Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards (D5)

Gemeinsam möchten wir etwas bewegen, die Welt verändern, Gutes tun. SONNENTOR ist aktives Mitglied bei vielen Zusammenschlüssen und wichtige Triebfeder, wenn es um Aspekte rund um nachhaltiges Wirtschaften geht. Wissensaustausch wird aktiv gepflegt und Benchmarking (z. B. ökologische Kennzahlen) über den BNN betrieben.

Über die Gemeinwohl-Ökonomie hinaus ergeben sich laufend Kontakte, mit denen wir uns gerne austauschen. Entstehende Initiativen unterstützen wir gerne, wenn sie sich mit unseren Werten und unserer Philosophie treffen. In den letzten Jahren haben wir deshalb unter anderem den Innovationskongress, das SCHUMBETA-Forum in Österreich und die Karmakonsum-Konferenz in Deutschland unterstützt und die Teilnahme eines Studenten am Forum Alpbach ermöglicht.

Wir sind Gründungsmitglied des Bad Blumauer Manifests, Pionierunternehmen der Bank für Gemeinwohl, Botschafter der Gemeinwohl-Ökonomie und Partner von neuen Initiativen wie dem Wertewirtschaftsforum usw.

SONNENTOR ist darüber hinaus Mitglied bei folgenden Verbänden und Zusammenschlüssen:

- Pionierunternehmen der Gemeinwohl-Ökonomie
- BNN (Bundesverband Naturkost Naturwaren): Über den BNN erfolgt ein aktiver Austausch zu Themen und Richtlinien im Bio-Fachhandel, eine offene Kommunikation von Kennzahlen wird gepflegt und gemeinsame Initiativen werden gestartet. Der BNN vertritt die Interessen der Branche auf politischer und wirtschaftlicher Ebene und ist an der Gestaltung nationaler und internationaler Gesetzesvorhaben beteiligt (z. B. EU-Öko-Verordnung).
- Austria Bio Garantie: unabhängige Bio-Kontrollen
- Österreichisches Tee- und Kaffeeinstitut & Österreichischer Teeverband
- Bio Austria
- Demeter-Verband
- Fördermitglied Umweltinstitut München
- Ethik Society
- Österreichischer Franchise-Verband (seit März 2015 auch Deutscher Franchise-Verband)
- WKO Ausschussmitglied für Export Nahrungsmittel in Niederösterreich und Gremialvertrauensperson
- Qualitätskreis Waldviertel
- Senat der Wirtschaft



- Wirtschaftsforum Waldviertel
- WiP (Wirtschaftsantrieb am Punkt)
- Österreichische Gesellschaft für Ernährung
- BDIH (Bundesverband der Industrie- und Handelsunternehmen für Arzneimittel, Reformwaren, Nahrungsergänzungsmittel und kosmetische Mittel e.V.)
- KSV (Kreditschutzverband)
- PRVA (Public Relations Verband Austria)
- Strategie Austria

SONNENTOR versucht, in allen Bereichen von Corporate Social Responsibility (CSR) Vorbild zu sein. Wir zeigen, dass Ökologie, Ökonomie und Soziales gut zusammengehen und Vieles möglich ist. Unsere Initiativen finden viele Nachahmer und als praktisches Beispiel stehen wir jeder/jedem Interessierten zur Verfügung, sich selbst ein Bild zu machen und die Ideen hinauszutragen. Beispielhaft sind hier angeführt:

- **Ökologie:** Ressourcenschonende Produktion, Verzicht auf Palmöl in Produkten, keine Weichmacher in den Deckeln für Gläser, CO₂-Kompensation durch Humusaufbau in Österreich usw.
- **Soziales:** kostenloses Essen für MitarbeiterInnen, Weitergabe von Aufträgen an die Caritas Werkstatt Zwettl, Produkt- und Geldspenden an NGOs usw.
- **Ökonomie:** Schaffung von Arbeitsplätzen durch Handarbeit in einem Abwanderungsgebiet, Zusammenarbeit mit regionalen Partnern zur Förderung der lokalen Strukturen usw.

Durch unser Tun zeigen wir vor, dass nachhaltiges, ethisches Wirtschaften funktioniert, und viele PartnerInnen, MitunternehmerInnen greifen unsere Ideen auf und folgen mit guten Beispielen. Es entwickelt sich eine Branchendynamik. Das ist gelebte Nachhaltigkeit – für ein zukunftsfähiges Miteinander.

Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte/Dienstleistungen (E1)

Wir lassen Sinn und Freude wachsen. Wir erzeugen deswegen all unsere Produkte so sozial verträglich und ökologisch wie möglich.

Biologische Landwirtschaft

Eine intensive landwirtschaftliche Nutzung bringt große Risiken für Mensch, Natur und Gesellschaft mit sich. Beispiele dafür sind erhöhte Nitratgehalte im Trinkwasser, der Artenrückgang bei Pflanzen und Tieren, die Belastung der Lebensmittel mit Schadstoffen und die zunehmende Bodenerosion.

Die biologische Landwirtschaft hingegen stellt mit ihrer naturnahen Produktionsweise dieser Entwicklung eine Alternative gegenüber. Dabei wird unsere Natur geschont und wir erhalten besonders hochwertige Lebensmittel.

**SONNENTOR Produkte stammen zu 100 %
aus kontrolliert biologischem Anbau.**

Unsere Kernkompetenz ist die Verarbeitung von biologischen Kräutern und Gewürzen. Durch die Vermarktung werden Sonderkulturen und somit die Bio-Diversität gefördert. Wir schaffen eine nachhaltige Existenzgrundlage

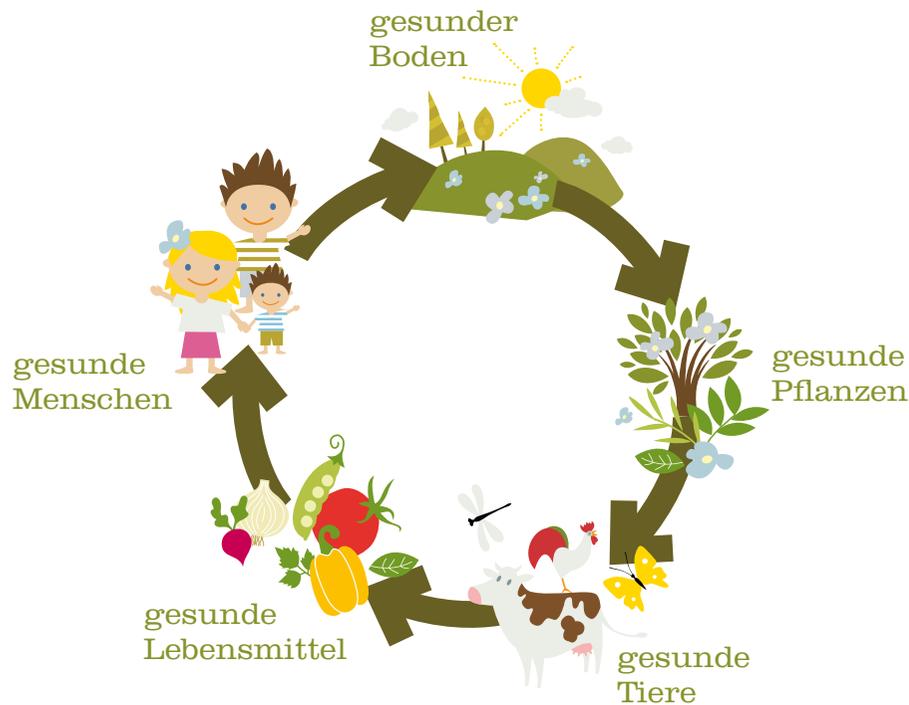


für kleinstrukturierte Bio-Bauernhöfe auf der ganzen Welt. Durch die teilweise **Veredelung der Rohstoffe direkt am Hof** bleibt die Wertschöpfung dort, wo sie hingehört: bei den SONNENTOR Bio-Bäuerinnen und Bauern.

Dem Boden wird nur das entnommen, was ihm auch wieder zugeführt wird. Wir nehmen Rücksicht auf die Gegebenheiten vor Ort und beziehen diese Rohstoffe nur aus Ursprüngen, in denen sie den regionalen Gegebenheiten entsprechen.

In den letzten beiden Jahren konnten wir 30 neue Bio-Bäuerinnen und -Bauern dazugewinnen und können nun stolz auf eine Anzahl von insgesamt 180 Bio-Kräuterbäuerinnen und -Bauern sein.

Durch die biologischen Produkte fördern wir das Bewusstsein für nachhaltigen Konsum und gesunde Ernährung und leisten so einen wichtigen Beitrag zum Konsumverhalten der Menschen in vielen Ländern.



Insgesamt konnten wir durch unsere Produktvielfalt **rund 500 Arbeitsplätze auf der ganzen Welt** schaffen. Es werden damit Schutz, Geborgenheit, Sicherheit und Vertrauen in die persönliche Zukunft und die Wirtschaft der Region gestärkt.

Unsere Produkte stellen die **Versorgung mit biologischen Lebensmitteln** in den jeweiligen Produktgruppen (im Speziellen Tee, Gewürze, Kaffee) im Bio-Fachhandel sicher. Durch das schöne und einzigartige Design der SONNENTOR Produkte werden neue Zielgruppen auf biologische Lebensmittel aufmerksam gemacht. Durch die Entwicklung z. B. der neuen Gewürzlinie „Gewürzpyramiden zum Kochen“ gehen wir auf Kundenbedürfnisse ein und setzen in einer Zeit, in der Fertigprodukte und Junk Food immer mehr an Bedeutung gewinnen, auf natürliche zusatzstofffreie Produkte für die schnelle Küche. Mit dieser Innovation bieten wir unseren Kunden ein alternatives Angebot beim Würzen.

Wir kooperieren eng mit anderen HerstellerInnen, unseren KundInnen sowie Organisationen und Schulen und arbeiten gemeinsam an Anliegen, die uns wichtig sind.

www.waechst-wieder.com

Wir informieren unsere KundInnen über die Bedeutung nachhaltiger Produkte und schaffen aktiv Bewusstsein für eine nachhaltige Lebensweise. Dafür haben wir Informationsmaterialien erstellt und versuchen, Projekte in allen nachhal-

Erhaltung der Bodenfruchtbarkeit

Fruchtbare, das heißt lebendige Böden sind in der biologischen Landwirtschaft die Basis für nachhaltig gute Erträge und für die Pflanzengesundheit. SONNENTOR unterstützt seit 2014 die Ökoregion Kaindorf mit ihrem Humusprojekt. Hierbei wird der Anbau von Humus gefördert und somit entstehen stabile, fruchtbare Böden, wobei CO₂ in Form von Humus gespeichert wird.

Soziale Herausforderungen

Ein sehr großer Teil unserer Produkte wird in **Handarbeit** abgepackt. Das garantiert höchste Qualität, spart Emissionen und schafft viele Arbeitsplätze in der Region (80 % der MitarbeiterInnen wohnen in der direkten Umgebung).

tigen Bereichen wie z. B. kompostierbare Verpackungsfolien umzusetzen und so ein Beispiel für andere Unternehmen zu sein. Unter anderem haben wir eine Webseite eingerichtet, die laufend mit Informationen zu diesen Themen erweitert wird: www.waechst-wieder.com

Inspiration in der Tee-Zeit

Bei lauschiger Wohnzimmer-Atmosphäre und exquisiten SONNENTOR Bio-Tee-Spezialitäten laden wir Persönlichkeiten zum inspirierenden „Tee-Zeit“-Gespräch. Wir wollen damit Bewusstsein für wichtige Themen unserer Zeit (gesunde Ernährung, nachhaltiger Lebensstil usw.) schaffen, einen gesellschaftlichen Beitrag leisten und eine breite Masse über diese Themen informieren. Die dazugehörigen Videos sind auf unserem youtube-Kanal verfügbar.

Bestes aus der Region in der Leibspeis'

Das Waldviertel hat viel zu bieten und verfügt über viele biologische Produkte von kleinen landwirtschaftlichen Betrieben. Diese werden mit unseren Gewürzen verfeinert und im 2014 neu eröffneten Bio-Gasthaus Leibspeis' immer frisch den Gästen angeboten, so wird die Wertigkeit der Lebensmittel auf genussvolle Weise präsentiert.



Beitrag zum Gemeinwesen (E2)



Wir geben gerne

Wir möchten einen Beitrag leisten und mit unserer Arbeit etwas Bewegen und Bewusstsein schaffen für gesunde Ernährung, biologische Produkte, nachhaltige Lebensweise und soziale Projekte.

Wir investieren deshalb bewusst in Sponsoring und Spenden. Das Volumen betrug 2013/2014 98.655,- Euro (0,32 % des Jahresumsatzes) und 2014/2015 109.207,- Euro (0,33 % des Jahresumsatzes)

SONNENTOR hat seit vielen Jahren Produkte im Sortiment, deren **Teilerlös Hilfs- und gemeinnützigen Organisationen** (Rote Nasen, ZUKI) zur Verfügung gestellt wird:

Gemeinsam mit den „**Roten Nase Clown Doctors**“ haben wir einen Tee – den Rote Nasen Clown-Tee – entwickelt. 10 % des Verkaufserlöses gehen jährlich an die Rote Nasen Clown Doctors. Von 2011 bis 2014 konnten wir so gesamt schon 20.000,- Euro spenden.

Die Initiative **ZUKI** – Zukunft für Kinder in Indien von Claudia Stöckl – unterstützen wir mit 10 % des Verkaufserlöses unseres Chai Schwarzteekuss Tees. So konnte der Initiative bisher insgesamt ein Gesamtbetrag von 15.500,- Euro (2014/15: 3.500,- Euro) übergeben werden.

In zahlreichen Regionen Deutschlands und in einzelnen österreichischen Schulen setzen sich **Bio-Brot-Box-Initiativen** für das gemeinsame Ziel ein, allen Kindern ein gesundes Frühstück zu ermöglichen. Ihnen soll die Wertigkeit und der Ursprung von Lebensmitteln nahe gebracht werden. Wir unterstützen seit vielen Jahren diese Initiativen und leisten auch an österreichischen Schulen Pionierarbeit für eine bewusste Ernährung und nachhaltige Lebensweise. Dafür stellen wir jährlich 1.000,- Euro zur Verfügung. Bisher waren dies gesamt 6.000,- Euro. Zusätzlich stellen wir jährlich ca. 60 000 Stück einzelne Teebeutel für das Produktsponsoring der Initiative zur Verfügung.

Seit 2014 unterstützen wir die jährliche **Dreikönigsaktion** des Hilfswerks der Katholischen Jungschar mit einem Produkt. Vom Verkaufserlös wird eine anteilmäßige Spende übergeben. 2014 waren dies 3.000,- Euro, 2015 2.300,- Euro. Spenden aus der Teeaktion kamen Kleinbäuerinnen und Kleinbauern in ländlichen Regionen Tansanias im Kampf gegen Armut und Mangelernährung zugute.

Seit 2008 fördern wir die **Österreichische Gesellschaft für Gesundheitsförderung** www.gesundheitsfoerderung.at (GGF) mit jährlich 1.000,- Euro. Zusätzlich

unterstützen wir seit 2011 die Kindergesundheitsinitiative „Klein und Gesund“ der GGF mit 500,- Euro jährlich, die sich zum Ziel gesetzt hat, Gesundheitsimpulse für Groß und Klein zu geben und Wissen über Gesundheit und ein vitales Großwerden für alle Kinder zu vermitteln.

Seit 2012 wenden wir jährlich 2.500,- Euro und Produktsponsoring auf für die **Erdgespräche**, die vom Verein Neogreen Network veranstaltet werden (Information der Öffentlichkeit zu ökosozialen Themen, Vernetzung ökosozialer Initiativen, Bewusstseinsbildung zur Ökologie und nachhaltiger Lebensweise: www.erdgespraeche.net).

Der „Haubenlauf“ des **Neunerhauses** und somit für obdachlose Menschen in Österreich erhält ebenfalls finanzielle Hilfe. Ziel ist es, den Betroffenen Hilfe zur Selbsthilfe zu geben und ihre Lebenssituation nachhaltig zu verbessern.

Wir fördern den Verein **Bienenschutzgarten**. Die Mission ist der Schutz der Honigbienen durch die Schaffung von möglichst intakten Lebensräumen. Der Verein widmet sich durch Bildungsarbeit, Lehre und Forschung der Förderung einer wesensgemäßen, zukunftsfähigen und biologisch-dynamischen Bienenhaltung.

Wir sponsern seit 2014 das **Kinder Wettkletterteam Weinburg (NÖ)**. Wir wollen damit viele junge Menschen für Sport und körperliche Aktivität in der Natur begeistern, sie schon in jungen Jahren dazu motivieren, Teamfähigkeit zu erlangen und sich für die Erfolge des Teams zu freuen, aber auch mit Niederlagen respektvoll umzugehen.





Zusätzlich haben wir **Geldspenden** an folgende Organisationen geleistet:

- Slow Food Österreich
- GreenExpo Wien
- Karlis Schulbox Österreich
- Menschen für Menschen
- Gesundes Niederösterreich – Tut gut!
- Wild Urb-Projekt
- Saatgut Guatemala
- Caritas
- Hilfswerk
- Ärzte ohne Grenzen
- Neunerhaus
- Hilfe für Hungerkatastrophe Ostafrika
- SOS Kinderdorf
- Rotes Kreuz

Wir spenden **Produkte** an verschiedene Projekte von Vereinen, Initiativen, Schulen, Firmen, die sich um die Themen „gesunde Ernährung & nachhaltiger Lebensstil“ annehmen, und unterstützen jedes Jahr mehrere soziale Einrichtungen mit Produktspenden:

- Dschungel Wien
- Wiener Tafel
- Verein ADSUM
- Österreichische Kinderkrebshilfe
- Care Österreich
- Paketaktion „Hoffnung und Freude“ 2010
- Caritas Betreuungszentrum
- Die Gruft
- Kinderburg Rappottenstein
- usw.



Gemeinsam für die Guten

Wir setzen uns für die Interessen anderer ein, sofern sie unserer Philosophie entsprechen. Die **TechnoKontakte Veranstaltungs GmbH** organisiert seit 1995 das Best Practice Programm „Lernen von den Besten“. Die Initiative zum praxisorientierten Wissens- und Erfahrungsaustausch zwischen Unternehmen wurde damals vom Wirtschaftsministerium initiiert und wird jetzt von TechnoKontakte ohne öffentliche Unterstützung durchgeführt. Johannes Gutmann ist Startup-Berater und hat sein Wissen schon an viele junge UnternehmerInnen weitergegeben.

Für die Gemeinwohl-Ökonomie ist Johannes Gutmann als **Gemeinwohl-Botschafter** unterwegs. In mindestens 50 Vorträgen pro Jahr wird die Idee der Gemeinwohl-Ökonomie vorgestellt und weitergetragen.

Für den „Green Franchise-Award“ in Deutschland war Johannes Gutmann 2015 als Jurymitglied tätig.

Für die Anti-TTIP-Bewegung stellt SONNENTOR seine Kanäle zur Verfügung (facebook, twitter, TTIP-Flyer im Webshop sowie eine Website www.kmu-gegen-ttip.at).

Das im März 2013 erschienene Buch von Johannes Gutmann und Peter Gnaiger **„Gut geht anders“** leistet einen wichtigen Beitrag zur Bewusstseinsbildung im Bereich alternatives Wirtschaften.

Wir turnen vor

SONNENTOR ist ein Initiator des **Bad Blumauer Manifests „Wie alles gut wird“ zur Sanierung der Wirtschaft**. Die österreichischen Unternehmer Robert Rogner jun. (Gesellschaft für Beziehungsethik), Johannes Gutmann (SONNENTOR) und Josef Zotter (Zotter Schokoladen Manufaktur) legten das Bad Blumauer Manifest zur Sanierung der Wirtschaft vor.

Die Initiatoren des Bad Blumauer Manifests laden nationale und internationale Unternehmen und Institutionen dazu ein, den nachhaltigen Erfolgsweg gemeinsam weiter zu gehen und die Forderungen des Manifests an ein breites Publikum zu kommunizieren. „Wir möchten eine Bewegung nachhaltigen unternehmerischen Handelns auslösen und Bewusstsein in der breiten Bevölkerung schaffen, indem wir Best Practice Beispiele aufzeigen und andere begeistern.“, so die Initiatoren. Je mehr Multiplikatoren, desto größer die Breitenwirkung, sind die Initiatoren überzeugt.

Reduktion ökologischer Auswirkungen (E3)

Weniger ist manchmal mehr. Und manchmal ist „gar nichts“ am besten. Ganz im Sinne der SONNENTOR Philosophie versuchen wir, schonend mit den vorhandenen Ressourcen umzugehen und diesen Prinzipien zu folgen:

- Refuse - auf was kann ich verzichten?
- Reduce - was brauche ich wirklich?
- Repair - kann man es reparieren?
- Reuse - was kann ich wiederverwenden?
- Recycle – was kann ich wiederverwerten?

Unsere Bio-Bäuerinnen und -Bauern in Österreich bauen auf rund 850 Hektar Land Bio-Kräuter und -Gewürze an und ersparen so der Umwelt jedes Jahr rund 440 Tonnen Handelsdünger und 10 Tonnen Spritzmittel.

In vier Schritten wird aus dem Samen eine Zutat für einen SONNENTOR Tee oder ein Gewürz. Die Pflanzen werden gesetzt, gepflegt, geerntet und getrocknet. Die meiste Energie wird dabei für die schonende Trocknung der Kräuter und Gewürze eingesetzt. Die Wärme dazu stammt bei unseren Bio-Bäuerinnen und -Bauern bereits zu mehr als 80 % aus erneuerbaren Energieträgern. Die Kraft der Sonne, Umluft und Biomasse kommen immer stärker zum Einsatz.



Man kann die Entstehung von **Abfällen** nicht vollständig vermeiden. Aber man kann sie deutlich reduzieren. Deswegen verwenden wir Transportkartons mehrfach. Wenn sie zum Transport nicht mehr geeignet sind, werden sie geschreddert und dienen als Schutz für Zerbrechliches. Die Kartonagen- und Kunststoffpresse haben wir im Haus, so sparen wir Transportwege zum Entsorger und der Umwelt CO₂.

80 % der Verpackungsmaterialien basieren auf nachwachsenden Rohstoffen wie Papier, Karton, Filterpapier und Folien aus Cellulose.

Der Umstieg auf Verpackungen aus nachwachsenden Rohstoffen wird seit 2008 konsequent verfolgt, mehr als 100 Tonnen Plastik konnten so eingespart werden. Derzeit wird an der Umstellung der Aromaschutzhülle für die Teeaufgussbeutel auf eine nachhaltigere Variante gearbeitet.





Auch **Maschinen** halten lange, wenn man sie pflegt. In der Aufbereitung werden klassische Siebmaschinen verwendet, die schon älter sind als SONNENTOR und oft besser funktionieren als neue.

Zwei unserer SONNENTOR **Fahrzeuge** fahren auf der Basis von Pflanzenöl. Zwei weitere Dienstwagen bewegt die Kraft der Sonne: die Elektroautos werden an unseren hauseigenen Elektrotankstellen getankt, die durch die Photovoltaikanlage auf unserem Dach gespeist werden. Die Ladestationen stehen den MitarbeiterInnen und BesucherInnen kostenlos zum „Energietanken“ zur Verfügung. Der vorhandene LKW entspricht dem Standard EEV, der wesentlich strengere Grenzwerte vorschreibt als gesetzlich notwendig. Und auch bei Flugreisen nutzen wir das Angebot der Fluglinien, CO₂ zu kompensieren.

Für unsere **Geschäfte** verwenden wir Bauernkästen und altes Geschirr, Werkzeuge usw. für die Geschäftsausstattung. Alte Werbeartikel (Fahnen, Poster) werden bei Festen zum Basteln verwendet oder auch zur Dekoration der Arbeitsplätze.

Regionale Küche ist ein Teil unseres Konzepts in der Leibspeis': Der Verzicht auf exotische Zutaten, stattdessen Verwendung saisonaler Produkte von regionalen Lieferanten sparen damit Kosten für Transport, Kühlung usw.

Der **Manuka Honig** von SONNENTOR stammt von den Bienenvölkern des SONNENTOR Partners Bernhard Schneider in einem Naturschutzgebiet in Neuseeland. Gemeinsam mit dem gebürtigen Zwettler schützt und baut SONNENTOR hier wertvollen Manuka-Baumbestand auf, der die Bienenvölker

mit dem Nektar versorgt. Bei diesem Projekt entsteht aber nicht nur köstlicher Honig, das Unternehmen kompensiert so durch die Pflanzung und Erhaltung von Bäumen große Mengen CO₂. Das Projekt wirkt dem Bienensterben entgegen, denn es erfolgt kein Eingriff in die natürlichen Kreisläufe der Insekten. Gegen die Varroa-Milbe schützt das natürliche Thymian-Öl von SONNENTOR. Den Bienen wird außerdem nicht der ganze süße Ertrag ihrer Arbeit entnommen, damit sie ausreichend Honig zum Leben haben. Eine zusätzliche Fütterung mit Zucker ist aus diesem Grund nicht notwendig.

Die **Wärme** für unser Büro- und Veranstaltungsgebäude „Geist- und Genuss-Reich“ stammt aus Erdwärme und der zentralen Holz-Hackgut-Heizung „Brenn-guat“. Die Heizung sorgt in den gesamten Betriebsflächen für Wärme.

Durch die Inbetriebnahme des zweiten Heizkessels wurde die Beheizung unserer Gebäude durch fossile Energieträger komplett ersetzt. Die CO₂-Emission für die Beheizung wurde so um rund ein Drittel reduziert. Das **Hackgut** für die Anlage stammt von ortsansässigen Bäuerinnen und Bauern, so verkürzen wir die Transportwege und die Wertschöpfung bleibt in der Region.

Strom erhalten wir von AAE-Naturstrom. Ein Teil der Energie produzieren wir mit unseren eigenen Photovoltaikanlagen (7 % des Stromverbrauchs).

Ein spezielles Angebot gibt es auch für alle SONNENTOR MitarbeiterInnen für die Nutzung von AAE-Naturstrom. Damit möchten wir den Umstieg auf erneuerbare Energien fördern.

Wir setzen uns intensiv mit den ökologischen Auswirkungen unserer Aktivitäten auseinander und haben deshalb eine CO₂-Bilanz für SONNENTOR erstellen lassen.



Wichtige Kennzahlen in Bezug auf unsere CO₂-Bilanz:

	2013/2014	2014/2015
Stromverbrauch	516 299 kWh 93 % AAE und 7 % eigene Photovoltaikanlage	592 523 kWh 93 % AAE und 7 % eigene Photovoltaikanlage
Wärme: Holzhackgut	1219 srm	1485 srm
Wasserverbrauch	1270 m ³	1420 m ³
Abfallaufkommen:		
Restmüll	21 500 kg	40 050 kg
Papier	38 000 kg	37 900 kg
Kunststoff	11 000 kg	12 000 kg
Glas	1 000 kg	1400 kg
Gefährliche Abfälle	0 kg	0 kg
Flächenverbrauch	8863 m ²	8863 m ²
CO ₂	298 Tonnen	335 Tonnen

Die Steigerung des CO₂-Ausstoßes basiert hauptsächlich auf der Erweiterung des Fuhrparks für unsere BotschafterInnen im Außendienst in Österreich und Deutschland. Die Steigerung beim Restmüll entstand durch den vorgeschriebenen Wechsel bei der Entsorgung des Etikettenträgerpapiers von Papier auf Restmüll.

Das entstandene CO₂ wird durch die Unterstützung des Humus-Projekts der Ökoregion Kaindorf regional in Österreich ausgeglichen.

Nullenergie Büro- und Veranstaltungsgebäude „Geist- und Genuss-Reich“:

Die Energiekennzahl von 14 kWh/m² spricht für sich. Immerzu frische Waldviertler Luft garantiert die kontrollierte Be- und Entlüftung in den Büros, die durch die Erdwärmepumpe gewährleistet ist. Eine 8000 Liter Regenwasser-Zisterne sorgt dafür, dass kein wertvolles Trinkwasser verschwendet wird. Die Pissoirs auf den Herrentoiletten funktionieren dank modernster Technik komplett ohne Wasser.

Das Gebäude für unser Bio-Gasthaus Leibspeis', unseren Teesalon Tee-Zeit und die Kinderbetreuung SONNENSCHNEE wurde im **Passivhaus-Standard** mit einer Energiekennzahl von 25,6 kWh/m² gebaut. Zur Wärmedämmung wurden Hanffasern verwendet. Zusätzlich wurde eine 20 kWp-Photovoltaikanlage installiert, die uns mit Sonnenstrom beliefert. Als Wärmequelle dient eine Wärmepumpe.



Minimierung der Gewinnausschüttung an Externe (E4)

Wir möchten im Sinne des Gemeinwohls gesund wachsen. Oberstes Ziel ist es, neue Arbeitsplätze zu schaffen. Das ist der Auftrag an jedes einzelne Mitglied der SONNENTOR Familie. Aus diesem Grund gibt es keine Gewinnausschüttung an externe oder nicht im Unternehmen arbeitende EigentümerInnen. Johannes Gutmann als Eigentümer erhält ein Gehalt.

Der Gewinn wird zur Erhöhung der Eigenkapitalquote und zur Investition in den Firmenstandort verwendet. So wurden in den letzten beiden Geschäftsjahren rund 9,9 Mio. Euro in neue Gebäude, Anlagen und Ausstattung investiert.

Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung (E5)

Transparenz ist ein Grundwert, den wir seit Beginn an leben. Ein Blick hinter das SONNENTOR soll keine Fragen offen lassen. Deswegen erstellen wir zweijährlich einen Gemeinwohl-Bericht, in dem unsere unternehmensrelevanten Tätigkeiten und Investitionen nachzulesen sind. Der Gemeinwohl-Bericht kann auch auf unserer Webseite eingesehen werden.

Mitbestimmung

In regelmäßigen Abständen informieren wir die Gemeindevertreter und Dorfbewohner über unsere Aktivitäten und Pläne. Bei baulichen Investitionen wird auch auf die Wünsche der Nachbarn eingegangen. Zum Beispiel wurden aufwendige Kabelverlegungen in weitestmöglicher Entfernung zum Nachbarn durchgeführt, um die Auswirkungen von Strahlungen so gut es geht zu reduzieren.

Zu geplanten Bauten werden Informationsveranstaltungen für die Anrainer abgehalten. Dabei werden auch die Wünsche der Nachbarn mit einbezogen.

Wir sind mit der Landesregierung, Gemeinde, Land, Bio-Verbänden, Vertretern für CSR zu den Themen „Arbeitswelt und Herausforderungen der Zukunft“ in laufendem Kontakt.

Durch den Bau der betrieblichen Kinderbetreuung SONNENSCHNEINCHEN wurde eine Einrichtung geschaffen, die ihresgleichen sucht. Im ganzen Bezirk gibt es keine vergleichbare Kinderbetreuung ab dem 1. Lebensjahr. Dieser öffnet nicht nur für Kinder der SONNENTOR Mitarbeiter die Türen, sondern für alle Kinder aus der näheren Umgebung.

Unsere Aktivitäten und Maßnahmen lassen wir auch immer wieder von externen Stellen beurteilen. Beispielsweise haben wir gemeinsam mit KlimAktiv GmbH errechnet, wie viel CO₂ bei uns im Unternehmen produziert wird.



Johannes Gutmann

Unsere Ziele bis 2017

- Fortführung der Gesundheitsförderungsmaßnahmen
- Fortführung unseres Betriebsküchen-Projektes (vollwertige Ernährung)
- Schaffung neuer Arbeitsplätze in der Region für die Region und jene, die bei uns weiter motiviert arbeiten wollen
- Fokus auf Stärkung der Team- und AbteilungsleiterInnen
- Alternativen zu derzeitigen Gewürzverpackungen finden – z. B. eine benutzerfreundliche Nachfüllpackung, die eine optimale Aufbewahrung und Aromaschutz gewährleistet
- Möglichkeiten finden, sozial schwache Menschen noch besser zu unterstützen
- Beteiligungen für MitarbeiterInnen ermöglichen
- Ausbau weiterer Projekte, wie zum Beispiel einen Bio-Bauernhof zum Mitmachen ins Leben rufen

Prozess der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Folgende MitarbeiterInnen waren bei der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz involviert:

- Sonja Aigner – Marken-Botschafterin
- Gertrude Biedermann – Schätze-Sammlerin
- Klaus Doppler – Talente-Förderer
- Manuela Feher – Marken-Botschafterin
- Johannes Gutmann – Vor-Turner
- Gerda Holzmann – Qualitäts-Entwicklerin
- Petra Indir-Bauer – Produkt-Artistin
- Michael Kormesser – Kunden-Begeisterer
- Gerhard Leutgeb – Zahlen-Checker
- Maria Manger – Marken-Botschafterin
- Rosemarie Pilz – Hand & Liebe-Verpackerin
- Günter Prinz – Qualitäts-Entwickler
- Manuela Raidl-Zeller – Werte-Entwicklerin
- Edith Sagaster – Talente-Förderin
- Angelika Schinko – Masterstudentin, Austauschpartnerin bei der Erstellung des Gemeinwohl-Berichts und der MitarbeiterInnen-Befragung
- Christina Seidl – Marken-Botschafterin
- Katrin Wührer – Qualitäts-Entwicklerin
- Doris Zeilinger – Zahlen-Checkerin

Der Gemeinwohl-Bericht und die Gemeinwohl-Bilanz wurden im Zeitraum von Februar bis Juli 2015 erstellt, es wurden ca. 260 Stunden in die Erstellung der Bilanz investiert. Die Bilanz wird in der AbteilungsleiterInnenbesprechung und bei der „MitarbeiterInnen-Information“ vorgestellt.



Höchster Standard für Ökoeffektivität. Weltweit einzigartig:
Cradle-to-Cradle®-Druckprodukte innovated by gugler*.
Sämtliche Druckkomponenten sind für den biologischen Kreislauf optimiert.



SONNENTOR
**leib
speis**

SCHMECKEN, RIECHEN, FÜHLEN UND STAUNEN
ÜBER DIE KÖSTLICHE VIelfALT DES WALDVIERTELS.
SONNENTOR BIO-GASTHAUS LEIBSPEIS' & TEESALON TEE-ZEIT
Sprögnitz 15, 3910 Zwettl
www.sonnentor.com/erlebnis

Audit

Das externe Audit wurde ohne einen Vor-Ort-Besuch von Juni bis Juli 2015 durchgeführt. Besuchsaudit: alle 2 Prüfzyklen, deshalb fällig erst für die Bilanz 2017.

EU Konformität: Offenlegung von nichtfinanziellen Informationen (EU COM 2013/207)

Der Gemeinwohl-Bericht von SONNENTOR Kräuterhandels GmbH erfüllt die EU-Anforderungen zur Offenlegung von Nicht-Finanziellen-Informationen gemäß der EU Direktive zur Offenlegung von Nicht-Finanziellen Informationen (COM 2013/207).

Auf die von der EU-Direktive geforderten Informationen wird auf die Textstellen im Gemeinwohlbericht verwiesen bzw. sie sind hier detailliert beschrieben.

Beschreibung des Geschäftsmodells:

Das Geschäftsmodell von SONNENTOR Kräuterhandels GmbH mit dem Gewinne erwirtschaftet werden und der Nutzen sind ab Seite 3 bis Seite 13 angeführt. Weitergehende detailliertere Beschreibungen sind im Bericht nach den Berührungsgruppen und den Werten der Gemeinwohl-Matrix 4.1 der Gemeinwohl-Ökonomie gegliedert.

Zur Bekämpfung von Korruption

Korruption hat bei SONNENTOR keinen Platz. Transparenz und faire Partnerschaften sind Grundprinzipien des Unternehmens und die Korruptionsbekämpfung ist auch im Verhaltenskodex festgehalten.

SONNENTOR Kräuterhandels GmbH führt nur Geschäftsbeziehung in zulässiger Weise dem Unternehmen ist wichtig, die Unabhängigkeit der Geschäftspartner zu wahren.

Die Firmenpolitik zur Einhaltung der gebotenen Sorgfalt in Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelangen, zur Achtung der Menschenrechte ist

ausführlich unter

Umwelt:

Ethisches Beschaffungsmanagement (A1, S. 14)
Förderung ökologischen Verhaltens der Mitarbeiter (C3, S. 35)
Ökolog. Gestaltung der Produkte/Dienstleistungen (D3, S. 49)
Reduktion der ökologischen Auswirkungen (E3, S. 64)

Arbeitnehmerbelange:

Mitarbeiter inkl. Eigentümer (C1-C5, ab S. 25)

Soziale Belange:

Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit (C2, S. 34)
Gerechte Verteilung des Einkommens (C4, S. 36)
Solidarität mit Mitunternehmen (D2, S. 45)
Soziale Gestaltung der Produkte /Dienstleistungen (D4, S. 53)
Beitrag zum Gemeinwesen (E2, S. 60)
Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung (E4, S. 68)

Menschenrechte:

Ethisches Beschaffungsmanagement (A1, S. 14)
Ethisches Finanzmanagement (B1, S. 24)
Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung (C1, S. 25)
Ethische Kundenbeziehungen (D1, S. 39)
Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / Dienstleistungen (E1, S. 57)

beschrieben.

Die primären Risiken der Geschäftsbeziehungen, Produkte und Dienstleistungen, sowie die Auseinandersetzung mit den primären Risiken und deren Handhabung der Geschäftsprozesse in diesen Feldern

ist enthalten unter

Umwelt:

Ethisches Beschaffungsmanagement (A, 1 S. 14),
Ethisches Finanzmanagement (B1, S. 24)
Förderung ökologischen Verhaltens der Mitarbeiter (C3, S. 35)
Ökologische Gestaltung der Produkte/Dienstleist. (D3, S. 49)
Reduktion ökologischer Auswirkungen (E3, S. 64)

Arbeitnehmerbelange:

Mitarbeiter inkl. Eigentümer (C1-C5, ab S. 25)

Soziale Belange:

Strukturelle Rahmenbedingungen zur fairen Preisbildung (A1, S. 14)
Ethisch-nachhaltige Qualität des Finanzdienstleisters (B1, ab S. 24)
Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit (C2, S. 34)
Gerechte Verteilung des Einkommens (C4, S. 36)
Solidarität mit Mitunternehmen (D2, S. 45)
Soziale Gestaltung der Produkte /Dienstleistungen (D4, S. 53)
Beitrag zum Gemeinwesen (E2, S. 60)
Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung (E4, S. 68)

Menschenrechte:

Ethisches Beschaffungsmanagement (A1, S. 14)
Ethisches Finanzmanagement (B1, S. 24)
Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung (C1, S. 25)
Ethische Kundenbeziehungen (D1, S. 39)
Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / Dienstleistungen (E1, S. 57)

Offenlegung relevanter nicht-finanzieller Leistungsindikatoren

Die relevanten Leistungsindikatoren sind detailliert in den jeweiligen Kapiteln dargestellt und erläutert. Dabei folgt der Bericht der Struktur der Gemeinwohl-Matrix 4.1 der Gemeinwohl-Ökonomie (siehe Testat, S. 5).

Da wächst
die Freude.



SONNENTOR®

