



**SONNENTOR®**

# Gemein- wohl- bericht



Alles zum Thema Nachhaltigkeit

# Gemeinwohlbilanz 2017–19

für: SONNENTOR Kräuterhandelsgesellschaft mbH  
Audit: Dr. Angela Drosig-Plöckinger und Dr. Manfred Kofranek  
Testat gültig bis 31.7.2021

## LieferantInnen

Menschenwürde in der Zulieferkette	80 %
Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	70 %
Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	90 %
Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	80 %

## EigentümerInnen und FinanzpartnerInnen

Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	60 %
Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	90 %
Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	40 %
Eigentum und Mitentscheidung	30 %

## Mitarbeitende

Menschenwürde am Arbeitsplatz	90 %
Ausgestaltung der Arbeitsverträge	60 %
Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	70 %
Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	70 %

## KundInnen und Mitunternehmen

Ethische KundInnenbeziehungen	50 %
Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	50 %
Ökologische Auswirkungen der Produkte	90 %
KundInnen-Mitwirkung und Produkttransparenz	70 %

## Gesellschaftliches Umfeld

Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte	100 %
Beitrag zum Gemeinwesen	70 %
Reduktion ökologischer Auswirkungen	80 %
Transparenz und gesellschaftliche Mitbestimmung	70 %

## Negativ-Kriterien

0 %

**Bilanzsumme: 725**

WIRST DU – SO  
WIE DIE AUDITORIN  
UND DER AUDITOR –  
NICHT FINDEN :)

AUF DIESE 725 PUNKTE SIND WIR SEHR STOLZ!  
MAN KANN ZWISCHEN 0 UND 1000 PUNKTE  
ERREICHEN. WÜRDEN WIR NUR DEN GESETZEN  
ENTSPRECHEND WIRTSCHAFTEN, WÄRE  
DIESE ZAHL 0.

SO VIEL PROZENT  
HABEN WIR ERREICHT.

HALLELUJA!

# Was ist die Gemeinwohl- Ökonomie?

Die Gemeinwohl-Ökonomie ist ein ethisches Wirtschaftsmodell, das die klassischen Unternehmensziele auf den Kopf stellt: von Gewinnmaximierung und Konkurrenz hin zu Gemeinwohlmaximierung und Kooperation. Die Gemeinwohlbilanz ist das dazugehörige Messwerkzeug und macht Nachhaltigkeit messbar.

Entscheidend für den unternehmerischen Erfolg ist nicht der finanzielle Gewinn, sondern das Ergebnis der Gemeinwohlbilanz. Die zentralen Säulen sind Menschenwürde, Solidarität, ökologische Nachhaltigkeit, soziale Gerechtigkeit sowie Mitbestimmung und Transparenz.

## Warum wir das Gemeinwohl lieben ...

Seit 2011 sind wir Teil der Gemeinwohl-Ökonomie, die eine alternative Wirtschaftsform zu unserem traditionellen System ist. Wir stehen für gemeinwohl-orientierte Werte und wollen nachhaltig und gesund wachsen. Das hat uns dazu motiviert, die Gemeinwohl-Ökonomie zu unterstützen und uns auch nach ihren Kriterien beurteilen zu lassen.

JOHANNES GUTMANN  
UND DIE BAUERNFAMILIEN  
DER ERSTEN STUNDE:  
ALLESAMT GEMEINWOHL-  
ÖKONOMEN, BEVOR ES DAS  
WORT ÜBERHAUPT GAB.



**GEMEINWOHL  
ÖKONOMIE** Ein Wirtschaftsmodell  
mit Zukunft



# Da wächst die Freude.

SONNENTOR begeistert seit 1988 mit biologischen Tees, Kräutern und Gewürzen. Alles begann mit der Idee von Johannes Gutmann und drei Waldviertler Bio-Bäuerinnen und -Bauern. Seitdem hat sich viel getan. Unseren Werten bleiben wir aber weiterhin treu. Wir sind eigensinnige AndersmacherInnen, lassen uns durch Tradition inspirieren, schaffen sinnvolle Arbeitsplätze und leben im natürlichen Kreislauf. Das ist unsere Philosophie.

## SONNENTOR Produkte

Zum Sortiment zählen mehr als 900 verschiedene Bio-Produkte, die von Sprögnitz aus in über 50 Länder weltweit versendet werden. Sie reichen von Kräutern und Gewürzen über Tees und Kaffee, Süßigkeiten, Hildegard von Bingen-Produkten bis hin zu nachhaltigen Geschenkideen, Kinderprodukten und Fachliteratur.

Erhältlich sind unsere Produkte in den SONNENTOR Geschäften, im Bio-Fachhandel, in Apotheken, Reformhäusern und im Onlineshop unter [www.sonnentor.com/onlineshop](http://www.sonnentor.com/onlineshop).

## SONNENTOR Geschäfte

In unseren SONNENTOR Geschäften findest du dich in einer duftenden Kräuter- und Gewürzwelt wieder. Das gesamte SONNENTOR Sortiment kannst du an über 30 Standorten in Österreich, Deutschland und Tschechien entdecken. [www.sonnentor.com/geschaefte](http://www.sonnentor.com/geschaefte)

## SONNENTOR Erlebnis

Jedes Jahr freuen wir uns über mehr als 40.000 Besucherinnen und Besucher, die bei uns in die Welt der Kräuter und Gewürze eintauchen, im Bio-Gasthaus Leibspeis' regionales Bio-Essen genießen, am Bio-Bauernhof Frei-Hof Interessantes über Permakultur und Kräuter erfahren oder eines unserer vielen Seminare besuchen. [www.sonnentor.com/erlebnis](http://www.sonnentor.com/erlebnis)

## SONNENTOR Land-Lofts

Seit 2018 können unsere Gäste im Kräuterdorf Sprögnitz übernachten. Eingebettet in den Permakultur-Garten des Frei-Hofs stehen mit „Anna Apfelminze“ und „Hans Hagebutte“ zwei gemütliche Land-Lofts bereit. Die zwei Wohneinheiten bieten Platz für bis zu vier Erwachsene oder eine fünfköpfige Familie. Gebaut aus 100 % nachhaltigen und regionalen Materialien wie Vollholz und Schafwolle schaffen sie eine Umgebung zum Energietanken. [www.sonnentor.com/land-loft](http://www.sonnentor.com/land-loft)





# Da wirtschaftet man wie Opa, und dann nennt man uns Vorreiter.

Wir achten bewusst auf unsere Mitmenschen und die Umwelt und schützen so gemeinsam mit dir unseren Planeten.

CO<sub>2</sub> kompensieren wir durch Humus-Aufbau.

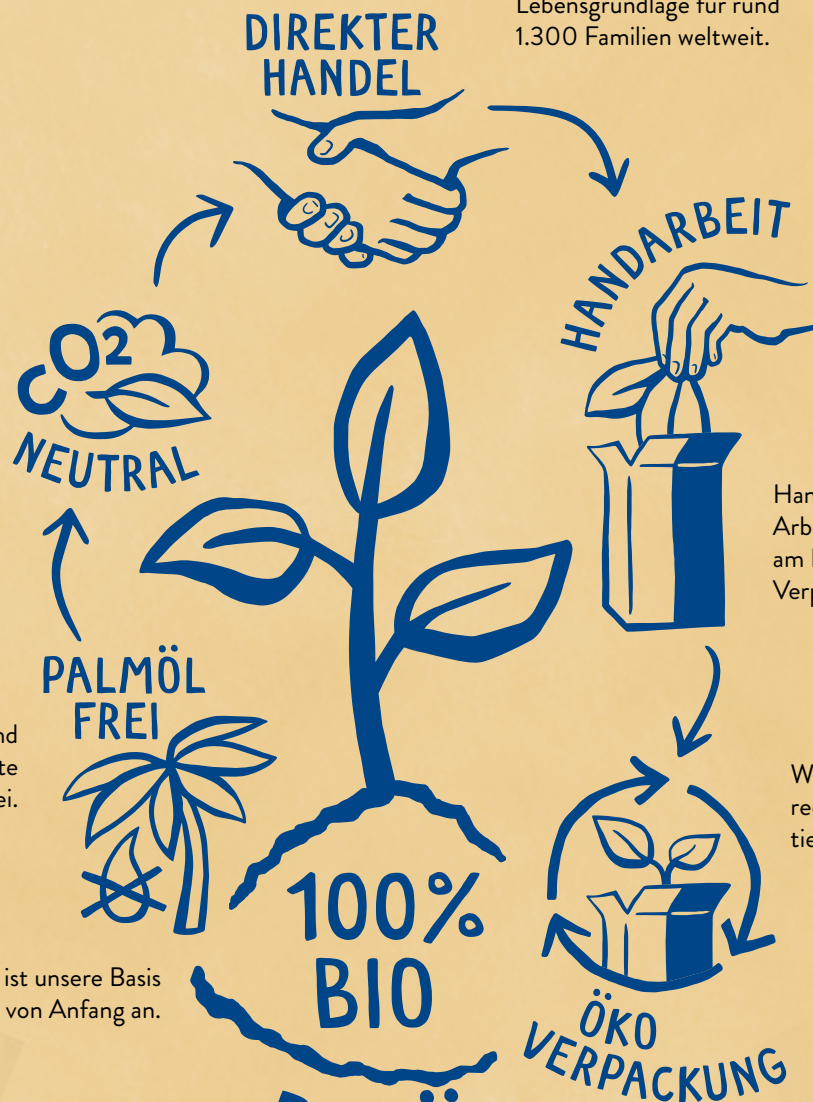
Seit 2015 sind unsere Produkte 100 % palmölfrei.

Bio ist unsere Basis von Anfang an.

Wir bevorzugen direkten Handel und schaffen eine Lebensgrundlage für rund 1.300 Familien weltweit.

Handarbeit schafft Arbeitsplätze – am Feld und beim Verpacken.

Wir verwenden recycel- und kompostierbare Verpackung.



## DAFÜR STEHEN WIR





# LieferantInnen

## Wir kaufen fair und direkt

Wir bauen langjährige Lieferbeziehungen auf und fördern regionale Strukturen auf der ganzen Welt. Egal ob beim Einkauf der Rohstoffe, beim Bau einer Lagerhalle oder bei den Büromaterialien.

### Kräuter und Gewürze: Vertragsanbau bei SONNENTOR

Wir beziehen ausschließlich Rohstoffe aus kontrolliert biologischem Anbau und bieten durch unsere Partnerschaften vor allem klein strukturierten Familienbetrieben eine Chance, sich eine Lebensgrundlage zu schaffen.

Unsere Bio-Bäuerinnen und -Bauern bauen weltweit rund 300 Bio-Kräuter und -Gewürze an. Wir beziehen rund 80 % der Rohwaren aus direktem Handel. Das bedeutet, dass wir entweder direkt beim einzelnen Bio-Bauernhof einkaufen oder über Anbaupartnerinnen und Anbaupartner beziehen, die wir kennen und wo wir persönlich vor Ort waren. So vermeiden wir Zwischenhandel, unnötige Preisspekulationen und ermöglichen den Lieferantinnen und Lieferanten den Aufbau einer langfristigen Existenz. Durch persönliche Besuche überprüfen wir ökologische und soziale Aspekte bei der Erzeugung und die Qualität der verwendeten Rohstoffe. Um mögliche Ernteauffälle abzusichern, wird der Anbau eines Rohstoffs auf mehrere Bäuerinnen und Bauern aufgeteilt. Bei der Auswahl wird auf die Diversität von unterschiedlichen Regionen Rücksicht genommen.

Rohstoffe, die wir nicht über direkten Handel beziehen, kaufen wir bei langjährigen Partnerinnen und Partnern ein, zu denen ein gesichertes Vertrauensverhältnis besteht.

### Enge Zusammenarbeit mit unseren Anbaupartnerinnen und -partnern

In Österreich pflegen wir Partnerschaften mit rund 300 Bauernfamilien. Mit ihnen arbeiten wir besonders intensiv zusammen:

- SONNENTOR initiiert und fördert den Austausch und gemeinsame Aktivitäten. Dazu zählen Arbeitsgruppentreffen, gemeinsame Feldtage, Fortbildungsveranstaltungen und Besuche bei Lieferantinnen und Lieferanten.
- Wir haben die Arbeitsgruppe „Landwirtschaftliche Zukunft gestalten“ gebildet. Hier tauschen sich ca. 15 Vertragspartnerinnen und -partner zu Anbauthemen wie Bewässerung und Saatgut aus.
- SONNENTOR Bäuerinnen und Bauern erhalten einen Anbau- und Liefervertrag inklusive Abnahmegarantie.
- Wir gewährleisten absolute Preisstabilität und binden die Bäuerinnen und Bauern in die Preisgestaltung ein. Wir bezahlen allen den gleichen Preis für die gleiche Rohware. So entsteht kein Konkurrenzdruck.
- Gemeinsam mit unseren Bäuerinnen und Bauern organisieren wir den Verein für eine enkeltaugliche Umwelt und bieten dadurch eine Selbsthilfe bei Pestizid-Abdriftschäden zur Existenzsicherung.



# Unsere Anbaugebiete

**Spanien:** Das weltweit einzige Demeter-zertifizierte Paprikapulver wird hier für uns hergestellt.

**Portugal:** Ana und Daniel bauen Zitronenverbene und Zitronenthymian für uns an.

**Italien:** Familie Feichter aus Toblach in Südtirol produziert Schabzigerklee in Demeter-Qualität. Mediterrane Kräuter beziehen wir aus Sizilien.

**Nicaragua:** Hier wird gemeinsam mit unserem langjährigen Partner Biosfair umweltfreundlicher Kaffee angebaut.

**Peru:** 2019 nahmen wir den ersten direkt gehandelten Rohkaffee aus Peru in Empfang.

## Deutschland:

Seit 2011 beliefern uns auch deutsche Bäuerinnen und Bauern wie z. B. die Familien Codes und Henrich?

## Tschechien:

Unsere Partnerinnen und Partner produzieren Aufgussbeutel. 26 Bauernfamilien bauen für uns an.

## Österreich:

Rund 300 Bauernfamilien arbeiten mit uns zusammen.

## Griechenland:

Neben mediterranen Kräutern kommt auch das teuerste Gewürz der Welt – Safran – von hier.

**Albanien:** 550 Familien arbeiten mit uns zusammen – im Anbau und als Wildsammlerinnen und -sammler.

**Kosovo:** Rund 30 Familienbetriebe und 2.500 Wildsammlerinnen und -sammler sind hier tätig.

**Rumänien:** Seit 2004 wird hier der erste Demeter-Betrieb Rumäniens geführt.

**Bulgarien:** Lavendelfelder, so weit das Auge reicht: 70 Wildsammlerinnen und -sammler sammeln für uns Blüten und Kräuter.

**Serbien:** Der ungarische Serbe Janos und seine Frau Irmi aus Bayern arbeiten hier mit uns zusammen.

**Tansania:** Cleopa Ayo ist unser Partner, wenn es um Pfeffer, Nelken, Zitronengras u. v. m. geht.

MRS. KIJOMBO IST EINE WAHRE SPEZIALISTIN, WENN ES UM KARDAMOM UND NELKEN GEHT. GEMEINSAM MIT IHREM MANN BEWIRTSCHAFTET SIE 12 GEWÜRZFELDER.

LUMLILA SULCOVA IST EINE VON 26 ANBAUPARTNERINNEN UND -PARTNERN IN TSchechien.

BESTE APFELMINZE WÄCHST BEI FAMILIE CODES IM NORDDEUTSCHEN EITZENDORF.

## Handelswaren

Neben Kräutern, Gewürzen und Kaffee bereichern auch Kekse, Sirupe, Honige, Fruchtaufstriche, Knabbereien, Suppen usw. unser buntes Sortiment. Auch hier setzen wir auf langfristige Partnerschaften, die unseren Qualitätsstandards entsprechen.

Hier ein paar Beispiele:

- Kakao wird von einem Fairtrade-zertifizierten Partner bezogen.
- Kekse und Honige werden von einem Familienbetrieb im Waldviertel hergestellt. Das schafft eine langfristige Perspektive und eine sichere Auslastung.
- Fruchtaufstriche werden von einem deutschen Familienunternehmen in vierter Generation produziert.
- Manuka Honig: Von unserem neuseeländischen Vertriebspartner beziehen wir hochwertigen Bio-Manuka Honig aus einem Naturschutzgebiet.

## Nachhaltige Verpackungen

Beim Verpackungsmaterial achten wir ebenso auf Kreislauffähigkeit, daher kommen bevorzugt Materialien aus nachwachsenden Rohstoffen zum Einsatz. Anstelle von Plastik verwenden wir Verpackungsfolie aus Holzfaser. Für diese ökologische Alternative nehmen wir dementsprechend Mehrkosten in Kauf.

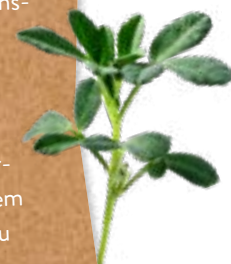
## Energie und Wasser

Seit 1992 beziehen wir zu 100 % Strom aus den Ökostromanlagen der Alpe Adria Naturstrom. Seit Mitte 2019 produzieren wir rund 30 % unseres gesamten Strombedarfs mit unseren eigenen Photovoltaikanlagen. Seit 2015 verfügt SONNENTOR über eine unabhängige Wasserversorgung. Durch eine moderne Aufbereitungsanlage ist beste Trinkwasserqualität gewährleistet. Für die Heizung verwenden wir Hackschnitzel von regionalen Anbaupartnerinnen und -partnern. Abwasser wird zu 100 % in der örtlichen Pflanzenkläranlage gereinigt, die wir zur Hälfte gemeinsam mit der Ortsbevölkerung betreiben.

## Ökologische Nachhaltigkeit beim Anbau

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 dieser Entwicklung mit ihrer naturnahen Produktionsweise eine Alternative gegenüber.

Durch die Vermarktung von biologischen Kräutern und Gewürzen werden Sonderkulturen und somit die Biodiversität und Bodenfruchtbarkeit positiv gefördert. Dem Boden wird nur das entnommen, was ihm auch wieder zugeführt wird. Der Anbau von Blühkulturen schafft Lebensräume für Insekten und Bienen. Leguminosen wie Bockshornklee und Mungbohnen sind in der Lage, den Luftstickstoff im Boden zu binden und für nachfolgende Kulturen verfügbar zu machen.





# EigentümerInnen und FinanzpartnerInnen

Unsere Finanzen sind leicht zu durchschauen

Unser Eigenkapital ist viel zu hoch, unser Personal kostet viel zu viel? Wir finden, das ist alles eine Frage der Perspektive. Denn nachhaltiges Wirtschaften funktioniert anders als in gängigen Lehrbüchern beschrieben. Erfolgreich sind wir trotzdem – oder gerade deswegen. Wir wachsen organisch, investieren Gewinne in unser Unternehmen, bleiben bankenunabhängig und leisten Investitionen aus eigener Kraft.

In den letzten beiden  
Geschäftsjahren haben wir

**2,5 Mio. Euro**  
in das Unternehmen  
investiert

WIR VERWENDEN  
RUND 22 % DER  
INVESTITIONEN ZUR  
OPTIMIERUNG  
UNSERER  
ÖKOLOGISCHEN  
AUSWIRKUNGEN.

- Auf unsere Eigenkapitalquote von 63 % sind wir sehr stolz! Ein Großteil der Investitionen kann so aus dem Cashflow finanziert werden. Der Branchendurchschnitt liegt lediglich bei ca. 15 %.
- Seit 2012 wickeln wir 35 % des Gesamtumsatzes mit der GLS Bank (nachhaltige Gemeinschaftsbank) ab.
- Unsere Hausbank ist die regionale Oberbank, die für uns seit der Gründung ein verlässlicher Partner ist. Unsere Veranlagungen werden dort in einem nachhaltigen Portfolio verwaltet.
- Wir zahlen jährlich rund 3,3 Mio. Euro an Steuern und Sozialversicherungsbeiträgen. Im Gegenzug haben wir im letzten Geschäftsjahr 131.000,- Euro an Förderungen erhalten.
- Für die Vorsorgekasse arbeiten wir mit FairFinance zusammen und zahlen hier die Abfertigungen unserer Mitarbeitenden ein.
- Wir sind aktiver Unterstützer der Genossenschaft für Gemeinwohl.
- Durch Beteiligungen (ca. 162.000,- Euro) und Darlehen (ca. 138.600,- Euro) stärken wir Geschäftspartnerinnen und -partner in Zeiten, in denen es nicht so gut läuft.
- Aktuell gewähren wir Lieferantinnen und Lieferanten Kredite in Höhe von über 330.000,- Euro für Pionierprojekte wie zukunftsfähige Bewässerungsanlagen oder Vorfinanzierungen für Saatgut. In das Projekt in Nicaragua haben wir seit 2016 280.000,- Euro investiert.
- Bürgerbeteiligungsprojekt „Crowd Sunding“: Für die Erweiterung unserer Photovoltaikanlage haben wir 500 Beteiligungen zu je 400,- Euro vergeben – im Gegenzug erhalten die Teilnehmenden SONNENTOR Gutscheine im Wert von 500,- Euro.

SONNENTOR IST EIN FAMILIEN-  
UNTERNEHMEN UND ZU 100 %  
IM EIGENTUM VON JOHANNES  
UND EDITH GUTMANN.

EigentümerInnen und FinanzpartnerInnen



# Mitarbeitende

## Arbeit mit Sinn und Freude

Gegenseitige Anerkennung, ein respektvoller Umgang und Vertrauen sind die Basis unseres täglichen Schaffens. Wir schätzen das „Du“, denn es stärkt das „Wir“. Wir arbeiten eigenverantwortlich, sind begeisterungsfähig und wertschätzend. Unsere Vision ist es, regionale Arbeitsplätze zu sichern. Das ist unser Auftrag an jeden Mitarbeitenden bei SONNENTOR.

### Erweiterung der Geschäftsführung

2019 bekommt die Geschäftsführung Zuwachs. Die Prokuristin Manuela Raidl-Zeller und Prokuristen Gerhard Leutgeb und Klaus Doppler übernehmen gemeinsam das Steuer und bringen ihr langjähriges Wissen in der Führungsebene ein. Durch die geteilte Verantwortung sind wir gut für die Zukunft aufgestellt. SONNENTOR Gründer Johannes Gutmann bleibt weiterhin Teil der Geschäftsführung und nutzt die gewonnene Zeit, um sich verstärkt gesellschaftspolitisch und familiär zu engagieren.

### Wir holen „die Neuen“ an Bord

Neue Kolleginnen und Kollegen starten die ersten Arbeitstage mit einer Führung durch das Unternehmen und einem Kennenlernen des gesamten Teams. Außerdem stellen wir eine persönliche Willkommensmappe mit vielen Infos zur Verfügung. Eine umfangreiche Einschulung in allen Abteilungen erfolgt innerhalb der ersten drei Monate.

### Wir leben den Austausch

Wir setzen auf transparente und persönliche Kommunikation auf Augenhöhe. Für wichtige Punkte, die alle Mitarbeitenden betreffen, gibt es wöchentliche Updates per E-Mail und am schwarzen Brett sowie regelmäßige Info-Veranstaltungen. Außerdem führen wir jährliche Mitarbeiterfördergespräche.

### Wissen währt ewig

Deswegen legen wir großen Wert auf Weiterbildung und bieten Seminare zu verschiedenen Themen an: Von Gedächtnistraining über Fremdsprachen bis zu Staplerkursen ist für alle das richtige Angebot dabei. In den letzten beiden Jahren wurden rund 157.000,- Euro in Weiterbildung investiert. Aktuell arbeiten bei uns zwei Lehrlinge.

### Faire Entlohnung

Bei SONNENTOR erhalten 95 % der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mehr Gehalt, als der Kollektivvertrag vorgibt. Das Durchschnittseinkommen steigt jährlich konstant und liegt aktuell bei ca. 2.200,- Euro (brutto). Eine Sozialleistung ist die Bonuskarte für Mitarbeitende: Mit dieser Karte erhalten sie 20 % Rabatt auf alle Produkte von SONNENTOR.

### Gesundheit liegt uns am Herzen

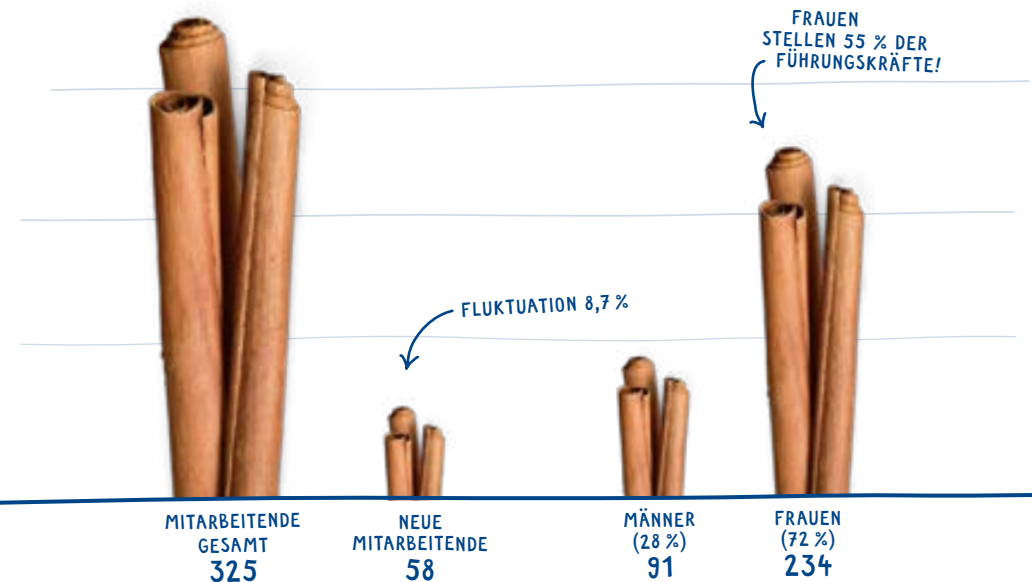
Unter dem Motto „Sonneng’sund“ bieten wir unseren Mitarbeitenden ein kostenloses biologisches Mittagessen, frisches Obst, ein umfangreiches Bewegungsprogramm nach der Arbeitszeit bis hin zu Gesundheitschecks. Seit 2018 gibt es auch eine Firmenpsychotherapeutin, die für berufliche oder private Probleme zur Verfügung steht. Für alle Sozialleistungen haben wir im letzten Jahr rund 239.000,- Euro ausgegeben.



CA. 2.500 KG WALDVIERTLER  
ERDÄPFEL WERDEN PRO JAHR IN  
DER BETRIEBSKÜCHE VERKOCHT

QUALITÄT UND HAND-  
ARBEIT SIND DIE ZENTRALEN  
WERTE UNSERER PRODUKTION.

MARTIN UND SEIN TEAM  
MISCHEN UNSERE ROHSTOFFE  
ZU HUNDERTEN VERSCHIEDENEN  
KOMBINATIONEN. MIT IHRER  
ERFAHRUNG UND SORGFALT WIRD  
JEDE EINZELNE BESONDERS  
KÖSTLICH.





## Flexibilität in der Arbeitszeit

Unsere Talente im Verwaltungsbereich freuen sich über eine flexible Gleitzeit-regelung. Sollte es einmal etwas länger dauern, werden angefallene Mehrstunden in Form von Zeitausgleich abgebaut. All-in-Verträge betreffen nur unsere Führungskräfte und den Außendienst.

Neben verschiedenen Teilzeitmodellen sind in der Verwaltung auch einzelne Home-Office-Tage möglich. Darüber hinaus steht seit 2018 ein Büro in Wien zum Arbeiten und für Termine zur Verfügung.

Freie Dienstnehmerinnen und -nehmer verpacken unsere Produkte zu Hause oder in einem eigenen Abpackraum. Sie schätzen vor allem die Flexibilität in der Zeiteinteilung.

## Gleichstellung und Diversität

Bei uns wird Gleichberechtigung gelebt: Insgesamt 55 % der Abteilungs- und Teamleiterinnen und Teamleiter sind Frauen. Das bringen wir auch in unserer Sprache zum Ausdruck. In einem eigenen Gender-Leitfaden haben wir unsere Grundsätze der gendergerechten Kommunikation niedergeschrieben.

Wir sehen es als unsere soziale Verantwortung, auch Personen mit Beeinträchtigung die Möglichkeit zu geben, wieder im Berufsleben Fuß zu fassen. Deswegen beschäftigen wir zwölf Mitarbeitende, die eine Beeinträchtigung haben. Seit 2016 arbeiten bei uns zwei syrische Mitarbeitende, die aufgrund der politischen Situation in ihrem Heimatland zur Flucht gezwungen waren.

Auch ein bis zwei Langzeitarbeitslose werden laufend bei uns angestellt, um sie wieder in den Berufsalltag einzubinden. Insgesamt arbeiten bei uns rund 325 Mitarbeitende aus acht verschiedenen Nationen zusammen.

30-JAHRS-  
JUBILÄUMSFEIER  
MIT DER  
SONNENTOR  
FAMILIE.



# Betriebskindergarten SONNENSCHNITTCHEN

2014 haben wir das SONNENSCHNITTCHEN gegründet – unser eigener Betriebskindergarten. Hier dürfen ein- bis sechsjährige Sprösslinge die Natur und Umwelt im Jahreskreis kennenlernen und erleben. Währenddessen können Mama und Papa entspannt arbeiten und ihre kleinen Schätze gut betreut in ihrer Nähe wissen.

Geborgenheit, emotionales und soziales Wohlbefinden und vor allem der respekt- und würdevolle Umgang mit Kindern sind die zentralen Anker. Eine Gruppe mit maximal 13 Kindern pro Tag wird von drei Elementarpädagoginnen und einer Kindergartenhelferin begleitet.

Beim Spielen klopfen wir auf Holz – denn im SONNENSCHNITTCHEN kommen vor allem Naturmaterialien zum Einsatz. Das ist nicht nur nachhaltig, sondern vermittelt auch spielerisch den bewussten Umgang mit unseren Ressourcen. Dabei spielt sich das Leben größtenteils draußen ab. Von der Zusammenarbeit mit dem permakulturellen Frei-Hof über die Waldtage bis zum Spielen im Bio-Bengelchen-Garten. Dass so viele Aktivitäten hungrig machen, leuchtet ein. Dafür gibt es täglich köstliches Bio-Essen aus der Betriebsküche.

„WIR MÖCHTEN SCHON DEN GANZ  
KLEINEN ZEIGEN, WIE WICHTIG ES  
IST, IN KREISLÄUFEN ZU DENKEN,  
UND DASS WENIGER AUCH  
MEHR BEDEUTEN KANN.“

Edith Gutmann, Gründerin  
SONNENSCHNITTCHEN und Pädagogin

WIR WURDEN ALS EINER  
DER ERSTEN KINDERGÄRTEN  
MIT DEM ÖSTERREICHISCHEN  
UMWELTZEICHEN ZERTIFIZIERT.



Sonnen  
scheinchen



# KundInnen und Mitunternehmen

## Partnerschaften auf Augenhöhe

Leben und leben lassen ist Teil unserer Philosophie. Wir leben vom Handel und möchten allen Beteiligten entlang der Wertschöpfungskette ein gutes Auskommen ermöglichen. Alle KundInnen und Kunden sind somit Teil unseres Kreislaufgedankens und tragen unsere Botschaft weiter.

### Wir setzen auf fairen Verkauf

Unsere Produkte findest du in über 50 Ländern auf der Welt. Mehr als 70 % werden in Österreich und Deutschland konsumiert. Wir verfolgen ein klares Vertriebskonzept, deshalb verkaufen wir unsere Kräuter und Gewürze in wertigen Kanälen wie den SONNENTOR Geschäften, im Bio-Fachhandel, in Reformhäusern, Apotheken, in der Gastronomie und im SONNENTOR Onlineshop. Denn eine gute Beratung, faire Preisgestaltung und eine nachhaltige Kundenbeziehung sind für uns und unsere Bio-Bäuerinnen und -Bauern wichtig. Auf Sonderangebote, Preisdruck und Listungsgebühren verzichten wir gerne, deswegen gibt es SONNENTOR Produkte nicht im konventionellen Lebensmitteleinzelhandel.

Die Bezahlung unseres Vertriebs- und Außendienstteams ist nicht an Bonifikationen oder Umsatzvorgaben gebunden. Das ist uns wichtig für ein gutes Miteinander.

Den Großteil unserer Produkte verkaufen wir über den Bio-Großhandel. Entspricht das Handeln unserer Partnerinnen und Partner nicht unseren Werten, lehnen wir eine Zusammenarbeit auch mal ab. Zum Beispiel, wenn Vereinbarungen und Zahlungen nicht eingehalten werden oder das Interesse nur darin besteht, mit Masse schnell Geld zu machen.

**Franchise-System:** Unsere SONNENTOR Geschäfte werden größtenteils via Franchising geführt. Bei der Wahl der Partnerinnen und Partner ist es uns besonders wichtig, dass sie unsere Werte leben. Mit einem eigenen Beirat arbeiten wir gemeinsam an der Weiterentwicklung des Franchise-Systems.



### Gelebter Austausch und Kommunikation

Wir leben im bewussten Austausch mit unseren Kundinnen und Kunden. Besonders stolz sind wir auf unsere Social-Media-Plattformen, wo eine rege Kommunikation mit rund 200.000 Fans erfolgt. Bei Hunderten Verkostungen nehmen unsere Botschafterinnen und Botschafter jedes Jahr viele Anregungen mit und so erreichen uns auch viele Ideen für Neuprodukte.

Rund 4 % des Umsatzes verwenden wir, um neue Produkte zu kreieren und bestehende zu bewerben. Ethisches Marketing ist uns ein großes Anliegen. Im Kundenmagazin FREUDE wird ein starker Fokus auf gesellschaftspolitische Themen gelegt, die wir in der Bewusstseinsmachung in unserer Verantwortung sehen. Für Werbeschaltungen nutzen wir hauptsächlich Bio-Medien, deren Existenz wir damit unterstützen.

Auf unseren Plattformen findest du viel Wissenswertes zu unseren Produkten, wir nutzen sie auch zur Aufklärung über Themen, die uns besonders am Herzen liegen:

- Gemeinwohl-Ökonomie
- Förderung biologischer Landwirtschaft und Diversität
- Nachhaltige Verpackung
- Klimaschutz und Ressourcenschonung usw.



DIE EINBINDUNG UNSERER FANS IST UNS BESONDERS WICHTIG. 2018 HABEN WIR GEMEINSAM MIT IHNEN DEN „KOPF HOCH“-TEE ENTWICKELT. VOM NAMEN ÜBER DIE REZEPTUR BIS ZUM DESIGN HABEN DIE KUNDINNEN UND KUNDEN DIE GESTALTUNG ÜBERNOMMEN.





Bei täglichen Betriebsführungen öffnen wir uns für interessierte Kundinnen und Kunden, so können sich alle von unserer Arbeits- und Wirtschaftsweise überzeugen. Zusätzlich gibt es auch die Möglichkeit, den permakulturell bewirtschafteten Bio-Bauernhof Frei-Hof kennenzulernen und mehr zum Thema Selbstversorgung zu erfahren. Bei Seminaren und Kochkursen in der Leibspeis' liefern wir viele Inspirationen zur Verwendung der Produkte.

### Reklamationsmanagement

Fast 2.000 Anfragen von Kundinnen und Kunden bearbeiten wir pro Jahr. Über die Chargennummer können unsere Produkte vollständig bis zu den Anbauprojekten zurückverfolgt werden.

DIE ANZAHL DER REKLAMATIONEN  
BETRÄGT **NUR 0,0093 %**  
ALLER IN EINEM JAHR VERKAUFTEN  
PRODUKTE.

### Solidarität mit Mitunternehmen

Mitunternehmen sind wichtig für die Marktbelebung sowie für die Weiterentwicklung der eigenen Maßstäbe und Ziele. Besonders in der Bio-Fachhandelsbranche wird ein offener Austausch bei Messen, Branchentreffen usw. gelebt.

Darüber hinaus arbeiten wir mit Unternehmen zusammen, die eine ähnliche Wertehaltung haben. Unsere Honige, Kekse, Sirupe beziehen wir zum Beispiel von regionalen Bio-Unternehmen. Der große Anteil an Handarbeit ermöglicht es uns, auch externe Organisationen einzubinden. Seit 2012 arbeiten wir mit der Caritas-Tagesstätte in Zwettl zusammen, dort wurden zum Beispiel 30.000 Give-aways für unser Firmenjubiläum 2018 hergestellt.



→ ZUR BIOFACH, DER WELTLEITMESSE FÜR BIO-PRODUKTE IN NÜRNBERG, LADEN WIR AUCH IMMER EINE BAUERNFAMILIE EIN UND FÖRDERN SO DIE TRANSPARENZ ZU DEN KUNDINNEN UND KUNDEN UND DIE WERTSCHÄTZUNG GEGENÜBER DEREN ARBEIT.

## Unsere Produkte

### 100 % bio vom Feld bis in die Tasse

Unsere Produkte stiften Sinn – vom biologischen Anbau bis zur Verpackung – und sparen der Umwelt zwischen 10 und 35 % CO<sub>2</sub> im Vergleich zu konventionellen Produkten. Sie sind frei von künstlichen Aromen, Farbzusätzen oder chemischen Geschmacksverstärkern. Bei den Zutaten greifen wir bevorzugt auf regionale, heimische Rohwaren zurück und stärken diese Sortimente.



Die Vorteile des Bio-Anbaus liegen unter anderem in einem geringeren Energiebedarf und geringeren Emissionen an Treibhausgasen durch den Verzicht auf mineralische Stickstoffdünger, chemische Pflanzenschutzmittel und Importfuttermittel.

### Qualität

Im Lebensmittelbereich werden Bio-Produkte am stärksten und häufigsten kontrolliert. Jede Rohware untersuchen wir in unabhängigen Labors auf über 600 verschiedene Rückstände.

### Sozial und barrierefrei

Wir berücksichtigen die Bedürfnisse ernährungssensibler Zielgruppen, wenn wir neue Produkte entwickeln. Dazu zählen Menschen, die sich vegan oder vegetarisch ernähren, und Personen mit Allergien. Außerdem bieten wir viele Alternativen zu gängigen Rohstoffen, wie zum Beispiel palmölfreie Zutaten, Dinkel anstelle von Weizen und Produkte wie Flohsamen und Kurkuma, die eine gesunde Ernährung unterstützen.

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

# Unsere Verpackungen

Wusstest du, dass Kunststoff bis zu 500 Jahre braucht, bis er verrottet? Deshalb verzichten wir am liebsten gleich darauf. 70 % unserer Verpackungsmaterialien stammen aus nachwachsenden Rohstoffen wie zum Beispiel Holz, weitere 21 % sind recycelbar. Insgesamt können derzeit 91 % der Verpackungen einem Rohstoffkreislauf zugeführt werden. Unser langfristiges Ziel sind 100 %!

## Die Entsorgung

Die Entsorgung der Holz- bzw. Natureflex-Folie und Teebeutel erfolgt am besten am Heimkompost. Sie bauen sich je nach Wärmeentwicklung nach ca. drei bis sechs Monaten restlos ab. Abfälle aus der Tee- und Gewürzproduktion, wie zum Beispiel Stängel und Staub, werden als Kompostmaterial am SONNENTOR Frei-Hof oder für die Herstellung von Kräuter-Pellets zur Beheizung verwendet.

ALTE KARTONS WERDEN GESCHREDDERT UND SO WIEDER ALS FÜLLMATERIAL, ZUM BEISPIEL BEI ONLINESHOP, VERSANDBOXEN, VERWENDET.

OHNE ALUMINIUM!

**Kaffeeverpackungen**  
Polypropylen und Polyethylen  
> Gelbe Tonne oder Gelber Sack

**Natureflex-Folien**  
Holzcellulose  
> Restmüll oder Heimkompost

**Produktkartons**  
Frischfaser  
> Altpapier

RECYCLINGKARTON IST BEI LEBENSMITTELN NICHT ERLAUBT.

**Deckel von Schraubgläsern**  
Metall  
> Altmittel

INNENBESCHICHTUNG FREI VON WEICHMACHERN

**Gewürz-Streudosen**  
Weißblech  
> Altmittel

AB 2020 ALLE OHNE PLASTIK-SICHTFENSTER

**Aromaschutzhüllen Teebeutel**  
Papier und Polypropylen  
> Restmüll  
AB 2020 VERBUND AUS PAPIER UND NATUREFLEX

**Natureflex-Folien**  
Holzcellulose  
> Restmüll oder Heimkompost

OHNE METALLKLAMMER

**Teebeutel**  
Ungebleichtes Filterpapier aus Holzstoff und aus den Fasern der Textilbanane  
> Biomüll oder Heimkompost  
(nur Einkammerbeutel > Restmüll)

**Gastrodosen**  
Verbund aus Papier, Aluminium und PET  
> Restmüll  
NOCH NICHT IDEAL, WIR SUCHEN NACH ALTERNATIVEN.

**Kannenbeutel**  
Maisstärke, zertifiziert gentechnikfrei  
> Restmüll oder Heimkompost



# Gesellschaftliches Umfeld

## Unser Beitrag für ein sinnvolles Leben

Wir erzeugen unsere Produkte sozial und ökologisch verträglich. Wie sich unser Tun auf die Umwelt und die Gesellschaft auswirkt, beeinflusst unsere Entscheidungen.

### Gemeinwohl ist uns mehr als ein Bedürfnis

Die Gemeinwohl-Ökonomie orientiert sich an neun menschlichen Bedürfnissen\*. Diese fließen auch in unsere Produktentwicklung ein:

**1 Gesundheit/Wohlbefinden:** Bei den Rezepturen unserer Tees und Gewürze steht die Steigerung der Gesundheit und des Genusses im Fokus.

**2 Schutz/Sicherheit:** Unsere Produkte zeichnen sich durch sehr hohe Qualitätsansprüche und Kontrollen aus.

**3 Zuneigung/Liebe:** Unsere Geschenksets und individualisierbaren Produkte sind perfekt, um den Liebsten eine Freude zu machen.

**4 Verstehen/Einfühlung:** Wir berücksichtigen die Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden. Rund 50 % unseres Sortiments entstehen auf deren Anregungen hin.

**5 Teilnehmen/Geborgenheit:** An drei Veranstaltungen im Jahr laden wir alle Interessierten zu uns ein. Durch unsere Online-Community fördern wir den Austausch und bieten Gleichgesinnten eine Plattform.

**6 Muße/Erholung:** Eine Tasse Tee kann dabei unterstützen, dem Alltagsstress zu entfliehen und zu entspannen.

**7 Kreatives Schaffen:** Die handgezeichneten Illustrationen unserer Produkte erzählen Geschichten und zaubern ein Lächeln in die Gesichter unserer Fans.

**8 Identität/Sinn:** Unsere Produkte stiften Sinn – sowohl ökologisch als auch sozial und ökonomisch.

**9 Freiheit/Autonomie:** Als Familienunternehmen und durch unsere finanzielle Unabhängigkeit haben wir die Freiheit, selbstbestimmt zu arbeiten.

\* laut M. Max-Neef und M. Rosenberg

## Reduktion ökologischer Auswirkungen

- Durch den biologischen Anbau ersparen wir der Umwelt über 500 Tonnen Kunstdünger und zwölf Tonnen chemische Spritzmittel.
- Wir heizen zu 100 % mit erneuerbaren Energiequellen.
- Strom erhalten wir seit 1992 zu 100 % aus den Ökostromanlagen der Alpe Adria Naturstrom (30 % unseres Bedarfs decken wir seit Mitte 2019 durch eigene Photovoltaikanlagen).
- Trinkwasser beziehen wir aus unserer eigenen Wasserversorgung. Unsere Toiletten spülen mit Regenwasser. Eine 8.000-Liter-Regenwasserzisterne hilft uns dabei.
- Elektromobilität spart Abgase: Fünf Elektroautos und zwei E-Räder werden durch die Kraft der Sonne bewegt.
- Für den Druck unserer Werbemittel verwenden wir FSC-zertifiziertes oder Recyclingpapier. Der Druck erfolgt bei regionalen Ökodruckereien oder bei uns im Haus.
- Durch ein fast papierloses Rechnungswesen werden große Mengen an Papier gespart.
- Unsere Bürogebäude und das Bio-Gasthaus Leibspeis' wurden als Nullenergie- bzw. Passivhäuser errichtet.
- Wir erzeugen keinen Müll: Alte Kartonagen werden wiederverwendet oder geschreddert und als Schutz beim Versand eingesetzt. Staub und Kräuterabfälle, die bei der Produktion anfallen, werden zu Pellets gepresst und für die Heizung verwendet.
- Wir erstellen jährlich eine CO<sub>2</sub>-Bilanz für den Firmenstandort Sprögnitz und kompensieren das Kohlenstoffdioxid-Aufkommen durch Humusaufbau auf den Feldern. Im Geschäftsjahr 2018/2019 wurden dadurch 355,9 Tonnen CO<sub>2</sub> in fruchtbare Erde verwandelt.

### Wichtige Kennzahlen

Geschäftsjahr 2018/2019

Öko-Stromverbrauch:	797.218 kWh
Wärme (Holzhackgut):	1.221 m <sup>2</sup>
Trinkwasserverbrauch:	2.650 m <sup>2</sup>
Treibstoffverbrauch:	69.592 l
Geschäftsflüge:	366.918 km
Bahnreisen:	41.000 km
Papierverbrauch:	97 t
Restmüll:	52.800 kg
Karton:	48.800 kg
Kunststoff:	15.980 kg

CO <sub>2</sub> -Emissionen:	356 t
CO <sub>2</sub> pro Mitarbeiter:	1,3 t

1.000 FLUG-KILOMETER ERGEBEN RUND 0,126 TONNEN CO<sub>2</sub>.

WERDEN DURCH HUMUSAUFBAU ZU 100 % KOMPENSIERT!

## Gesellschaftliche Wirkung

Unsere Kommunikationsmaßnahmen steigern das Bewusstsein für nachhaltigen Konsum und gesunde Ernährung und leisten einen Beitrag zu einem nachhaltigen Leben. Dass diese Aktivitäten auf gute Resonanz stoßen, zeigt die aktive Teilnahme unserer Fans:

- Ca. 40.000 Gäste besuchen uns jährlich in Sprögnitz.
- Unsere Website verzeichnet rund 2,3 Mio. Besuche pro Jahr.
- Rund 97.000 Interessierte erhalten zweimal im Monat unseren Newsletter.
- Auf unseren Social-Media-Kanälen tauschen wir uns mit über 200.000 Fans aus.
- Über 1.500 Sponsoringanfragen erreichen uns pro Jahr.
- Unser Kundenmagazin FREUDE mit einer Auflage von über 60.000 Stück sensibilisiert für wichtige gesellschaftliche Themen.
- Tausende Zuhörerinnen und Zuhörer besuchen die Vorträge von Johannes Gutmann und erfahren, wie gemeinwohlorientiertes Wirtschaften auch finanziell erfolgreich sein kann.

## BEITRAG ZUM GEMEINWESEN 2017/2018



## Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

Mit unserer Arbeit schaffen wir Bewusstsein für eine gesunde und biologische Ernährung und nachhaltiges Wirtschaften. Wir lassen auch andere an unserem Erfolg teilhaben und investieren bewusst in Sponsoring und Spenden. Bedürftige Familien und Kinder liegen uns hier besonders am Herzen.

- Rote Nasen Clown-Tee: 10 % des Verkaufserlöses gehen jährlich an die Rote Nasen Clowndoctors.
- Seit 2014 unterstützen wir die Dreikönigsaktion des Hilfswerks der Katholischen Jungschar mit einem Produkt.
- Gemeinsam mit den Bio-Brot-Box-Initiativen setzen wir uns für ein gesundes Frühstück für Kinder in Deutschland und in einzelnen österreichischen Schulen ein.
- Wir unterstützen das mobile Kinderhospiz Momo in Wien mit Produkten und einem finanziellen Beitrag.
- Nicht verkaufte Produkte mit einem kurzen Mindesthaltbarkeitsdatum werden der Wiener Tafel zur Verfügung gestellt.
- Wir sind Bündnispartner des Vereins für eine enkeltaugliche Landwirtschaft in Deutschland.
- Seit 2012 unterstützen wir die Veranstaltung „Erdgespräche“ und schaffen so Bewusstsein für Klimaschutzthemen.





# So geht's weiter

## Ziele 2019–2021

### Produkte

#### Wir optimieren unsere Verpackung

Wir reduzieren unsere Verpackungen laufend und setzen für die Tee-Aufgussbeutelhüllen ausschließlich Holzfolie und Papier ein. Zeithorizont: 4. Quartal 2019

Durch die Optimierung von Verpackungen und Transport wollen wir 30 % Platz und somit jede dritte LKW-Fahrt einsparen. Zeithorizont: 2. Quartal 2020

Bis zu 70 % unserer Produktverpackungen werden in unsere CO<sub>2</sub>-Bilanzierung aufgenommen. Zeithorizont: 4. Quartal 2020

### Einkauf und Qualität

#### Wir schaffen neue Anbauprojekte

Neben der Stärkung des regionalen Einkaufs wollen wir auch den direkten Handel mit Projekten im Ausland stärken. Direct Trade garantiert faire Preise für die Bäuerinnen und Bauern, Arbeitsplätze und Infrastruktur und eine langfristige Steigerung der Wertschöpfung in den jeweiligen Regionen. Zeithorizont: laufend

#### Wir machen uns fit für den Klimawandel

Durch den Klimawandel werden lang anhaltende Hitzeperioden und Dürre in den nächsten Jahren vermehrt zunehmen. Neben einer genauen Aufzeichnung von Ernteerträgen und sorgfältiger Planung testen wir zukunftsfähige Bewässerungsanlagen, um das Risiko klimabedingter Ernteaufälle zu verringern. Zeithorizont: 3. Quartal 2019



### Kommunikation

#### Wir sagen: #EsGehtAuchAnders

Mit dieser Kampagne rufen wir alle dazu auf, sich für die biologische Landwirtschaft und für eine enkeltaugliche Umwelt einzusetzen. Zeithorizont: laufend

#### Wir reden über Entsorgung

Wir verbessern die Entsorgungshinweise auf unseren Verpackungen und verstärken die Kommunikation dieses wichtigen Themas. Zeithorizont: laufend



### Mitarbeitende

#### Wir sichern Arbeitsplätze

Menschen in der Region eine sichere und sinnvolle Arbeit zu geben, ist unsere Vision. Deshalb setzen wir auf einen Mix aus traditioneller Handarbeit und dem sinnvollen Einsatz von maschineller Abpackung. Mithilfe einer neuen Abpackmaschine bleiben wir flexibel und sind auch für eine zunehmende Nachfrage gut aufgestellt. Zeithorizont: laufend

Wir schaffen eine Stelle für CSR-Management, um diesen Bereich laufend weiterzuentwickeln. Zeithorizont: 1. Quartal 2020

#### Wir kommunizieren transparent

Durch ein neues Intranet können wir uns noch besser austauschen und jederzeit über unsere Strategie und wichtige Neuigkeiten informieren. Zeithorizont: 2. Quartal 2020

Wir evaluieren einen Einkommensbericht für unser Unternehmen. Zeithorizont: 3. Quartal 2020

### Energie

#### Wir investieren in Sonnenstrom

2019 decken wir durch eine zusätzliche Photovoltaikanlage ein Drittel unseres Energiebedarfs selbst. Mehr als 500 Fans haben sich über ein Crowdfunding beteiligt. Weitere Beteiligungsmodelle sollen die Energie-Eigenversorgung von über 30 % bei weiterem Wachstum sichern. Zeithorizont: 2. Quartal 2021



Hast du Ideen, wie wir noch besser werden können?

Dann melde dich gerne per E-Mail unter [office@sonnentor.at](mailto:office@sonnentor.at) oder schreib uns einfach auf [www.facebook.com/sonnentor](https://www.facebook.com/sonnentor).



Testat:	Externes Audit	Gemeinwohl-Bilanz	für: <b>Sonnentor Kräuterhandelsgesellschaft mbH</b>
	<b>M5.0 Vollbilanz</b>	<b>01.04.2017-31.03.2019</b>	Auditor*In: <b>Angela Drosig-Plöckinger</b>

Wert	MENSCHENWÜRDIGKEIT	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berührungsgruppe				
<b>A: LIEFERANT*INNEN</b>	<b>A1</b> Menschenwürde in der Zulieferkette:	<b>A2</b> Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette:	<b>A3</b> Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette:	<b>A4</b> Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette:
	<b>80 %</b>	<b>70 %</b>	<b>90 %</b>	<b>80 %</b>
<b>B: EIGENTÜMER*INNEN &amp; FINANZ-PARTNER*INNEN</b>	<b>B1</b> Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln:	<b>B2</b> Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln:	<b>B3</b> Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung:	<b>B4</b> Eigentum und Mitentscheidung:
	<b>60 %</b>	<b>90 %</b>	<b>40 %</b>	<b>30 %</b>
<b>C: MITARBEITENDE</b>	<b>C1</b> Menschenwürde am Arbeitsplatz:	<b>C2</b> Ausgestaltung der Arbeitsverträge:	<b>C3</b> Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden:	<b>C4</b> Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz:
	<b>90 %</b>	<b>60 %</b>	<b>70 %</b>	<b>70 %</b>
<b>D: KUND*INNEN &amp; MITUNTERNEHMEN</b>	<b>D1</b> Ethische Kund*innenbeziehungen:	<b>D2</b> Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen:	<b>D3</b> Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen:	<b>D4</b> Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz:
	<b>50 %</b>	<b>50 %</b>	<b>90 %</b>	<b>70 %</b>
<b>E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD</b>	<b>E1</b> Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen:	<b>E2</b> Beitrag zum Gemeinwesen:	<b>E3</b> Reduktion ökologischer Auswirkungen:	<b>E4</b> Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung:
	<b>100 %</b>	<b>70 %</b>	<b>80 %</b>	<b>70 %</b>
		Testat gültig bis: <b>31. Juli 2021</b>	BILANZSUMME: <b>725</b>	

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. TestatID: t6uig  
Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf [www.ecogood.org](http://www.ecogood.org)

**Rechtsform:** SONNENTOR Kräuterhandelsgesellschaft mbH  
**Kontakt:** Sprögnitz 10, 3910 Zwettl; +43 (0) 2875/7256,  
[office@sonnentor.at](mailto:office@sonnentor.at), [www.sonnentor.com](http://www.sonnentor.com)

Eigentümer und Eigentümerin:  
93 % Johannes Gutmann, 7 % Edith Gutmann  
Stille Beteiligungen: keine  
Anzahl der Betriebsstandorte in Österreich und Deutschland:  
8 (Hauptstandort + selbst geführte Geschäfte)  
Jahresumsatz im Geschäftsjahr 2017/2018: 46,6 Mio. Euro  
Jahresumsatz im Geschäftsjahr 2018/2019: 48,3 Mio. Euro  
Exportanteil: 68 %  
Dieser Gemeinwohlbericht wurde für die SONNENTOR Kräuterhandelsgesellschaft mbH Österreich und für die SONNEN Tourismus- und Beteiligungsgesellschaft mbH erstellt.

Schwesterbetriebe:  
Eigentümer SONNENTOR s.r.o. Tschechien:  
5 % Thomáš Mitáček, 10 % Josef Dvořáček,  
15 % SONNENTOR Österreich, 70 % Johannes Gutmann  
Eigentümer SONNENTOR S.R.L. Rumänien:  
19 % Thomas Weinraub, 1 % Csaba Szakács, 80 % Johannes Gutmann  
Eigentümer SONNENTOR sh.p.k. Albanien:  
20 % Endrit Kullaj, 80 % Johannes Gutmann

#### Folgende MitarbeiterInnen waren in die Erstellung der Gemeinwohlbilanz involviert (in alphabetischer Reihenfolge):

Andrea Pölz (Marken-Botschafterin)  
Astrid Hörmann (Zahlen-Checkerin)  
Christian Kdolsky (Marken-Botschafter)  
Cornelia Brunner (Kunden-Begeisterin)  
Dietmar Schimani (Sonnen-Versand)  
Edith Gutmann (Zukunfts-Begleiterin)  
Elfriede Stopper (Qualitäts-Entwicklerin)  
Gerhard Leutgeb (Vor-Turner)  
Gertrude Biedermann (Schätze-Sammlerin)  
Günter Prinz (Qualitäts-Entwickler)  
Johannes Gutmann (Vor-Turner)  
Julia Bauer (Schätze-Sammlerin)  
Klaus Doppler (Vor-Turner)  
Manuela Raidl-Zeller (Vor-Turnerin)  
Maria Bianca Papst (Produkt-Artistin)  
Michael Kormesser (Kunden-Begeisterer)  
Philipp Korntner (Produkt-Artist)  
Sonja Aigner (Marken-Botschafterin)  
Stefan Öhner (Marken-Botschafter)  
Stefan Strasser-Altrogge (Qualitäts-Entwickler)  
Thomas Koppensteiner (Daten-Held)  
Thomas Steinbauer (Talente-Förderer)  
Verena Eder (Marken-Botschafterin)





Höchster Standard für Ökoeffektivität.  
Cradle to Cradle™ zertifizierte  
Druckprodukte innovated by gugler®.  
Bindung ausgenommen