



**SONNENTOR®**



# Gemein- wohl- Bericht

Alles zum Thema } Nachhaltigkeit {

# Gemeinwohl-Bilanz 2019–21

für: SONNENTOR Kräuterhandelsgesellschaft mbH Österreich,  
SONNENTOR Kräuterhandelsgesellschaft mbH Deutschland und  
SONNENTOR Service GmbH  
Audit: Dr. Angela Drosig-Plöckinger und Dr. Manfred Kofranek  
Testat gültig bis 31.7.2023

## LieferantInnen

Menschenwürde in der Zulieferkette	90 %
Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	70 %
Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	90 %
Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	85 %

## EigentümerInnen und FinanzpartnerInnen

Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	67 %
Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	80 %
Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	50 %
Eigentum und Mitentscheidung	20 %

## Mitarbeitende

Menschenwürde am Arbeitsplatz	87 %
Ausgestaltung der Arbeitsverträge	60 %
Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	73 %
Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	77 %

## KundInnen und Mitunternehmen

Ethische KundInnenbeziehungen	80 %
Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	55 %
Ökologische Auswirkungen der Produkte	85 %
KundInnen-Mitwirkung und Produkttransparenz	75 %

## Gesellschaftliches Umfeld

Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte	95 %
Beitrag zum Gemeinwesen	65 %
Reduktion ökologischer Auswirkungen	75 %
Transparenz und gesellschaftliche Mitbestimmung	70 %

## Negativ-Kriterien

0 %

**Bilanzsumme: 743** /1000

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



Würden wir nur den Gesetzen  
entsprechend wirtschaften,  
wäre diese Zahl wohl 0.

AUF DIESE 743 PUNKTE SIND WIR  
SEHR STOLZ! MAN KANN ZWISCHEN  
0 UND 1000 PUNKTE ERREICHEN.

+ 30 %  
HALLELUJA!

# Was ist die Gemeinwohl- Ökonomie?



GEMEINWOHL  
IST UNSER  
GEHEIMREZEPT

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 Gemeinwohl-Bilanz ist das dazugehörige Messwerkzeug und macht Nachhaltigkeit messbar. Die zentralen Säulen sind Menschenwürde, Solidarität und Gerechtigkeit, ökologische Nachhaltigkeit sowie Transparenz und Mitbestimmung. Werte, für die wir seit unserer Gründung 1988 stehen und die wir uns seit 2011 durch die Gemeinwohl-Ökonomie bestätigen lassen.

## Gemeinwohl und SDGs – eine gute Kombination

Unser langjähriger gemeinsamer Weg mit der Gemeinwohl-Ökonomie macht uns schon jetzt fit für den Europäischen Green Deal, der eine Klimaneutralität auf EU-Ebene bis 2050 anstrebt. Durch unser nachhaltiges Tun unterstützen wir außerdem die SDGs (Sustainable Development Goals) – die 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen. Wie wir die SDGs in den verschiedensten Bereichen unseres Unternehmens anwenden, erfährst du hier:

[www.sonnentor.com/sdgs](http://www.sonnentor.com/sdgs)



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 Andersmacher, lassen uns durch Tradition inspirieren, schaffen sinnvolle Arbeitsplätze und leben im natürlichen Kreislauf. Das ist unsere Philosophie.

## Wir wachsen über uns hinaus

2020 war ein besonderes Jahr. Eines, in dem die Nachfrage nach gesunden und nachhaltigen Produkten noch stärker gestiegen ist. Das freut uns, stellt uns aber auch vor neue Herausforderungen. Seit 2019 bekommt Johannes Gutmann dabei tatkräftige Unterstützung durch drei neue Mitglieder in der Geschäftsführung. So bleibt mehr Zeit für unser gesellschaftspolitisches Engagement. Wir sind gut für die Zukunft aufgestellt und haben im vergangenen Jahr 30 neue Arbeitsplätze geschaffen.

GERHARD, MANUELA  
UND KLAUS UNTERSTÜTZEN  
JOHANNES IN DER  
GESCHÄFTSFÜHRUNG



UNSERE GESCHÄFTE ERSTRAHLEN  
IM NEUEN GLANZ



## SONNENTOR Produkte

Zum Sortiment zählen mehr als 900 verschiedene Produkte, die von Sprögnitz aus in rund 50 Länder weltweit versendet werden. Sie reichen von Kräutern und Gewürzen über Tees, Kaffee und Süßigkeiten bis hin zu ätherischen Ölen, nachhaltigen Geschenkideen, Kinderprodukten und Fachliteratur. Erhältlich sind unsere Produkte in den SONNENTOR Geschäften, im Bio-Fachhandel, in Apotheken, Reformhäusern und im SONNENTOR 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 35 Standorten in Österreich, Deutschland und Tschechien entdecken. [www.sonnentor.com/geschaefte](http://www.sonnentor.com/geschaefte)

## SONNENTOR Erlebnis

Du willst wissen, wo unsere Produkte produziert werden? Unser Standort in Sprögnitz ist rund um die Uhr ein Erlebnis. Hier können neugierige Gäste hinter die Kulissen blicken, im Bio-Gasthaus Leibspeis' regionales Bio-Essen genießen und am Bio-Bauernhof Frei-Hof Interessantes über Permakultur erfahren. Zwei gemütliche Land-Lofts zum Übernachten machen das SONNENTOR Erlebnis komplett. Die Wohneinheiten aus 100 % nachhaltigen und regionalen Materialien schaffen eine Umgebung zum Energietanken. [www.sonnentor.com/erlebnis](http://www.sonnentor.com/erlebnis)

UNSERE BESUCHERINNEN  
UND BESUCHER LIEBEN DIE  
ÜBERNÄCHTUNGEN  
IN DEN LAND-LOFTS –  
MITTEN IM KRÄUTERGARTEN.





# Bei uns ist **Wirtschaft** eine runde Sache.

Wir drehen uns nicht im Kreis,  
aber wir wirtschaften im Kreislauf.  
Das haben wir nicht neu erfunden,  
sondern uns einfach von der  
Natur abgeschaut.

Wir kompensieren  
das CO<sub>2</sub>, das  
am Standort in  
Sprögnitz entsteht.

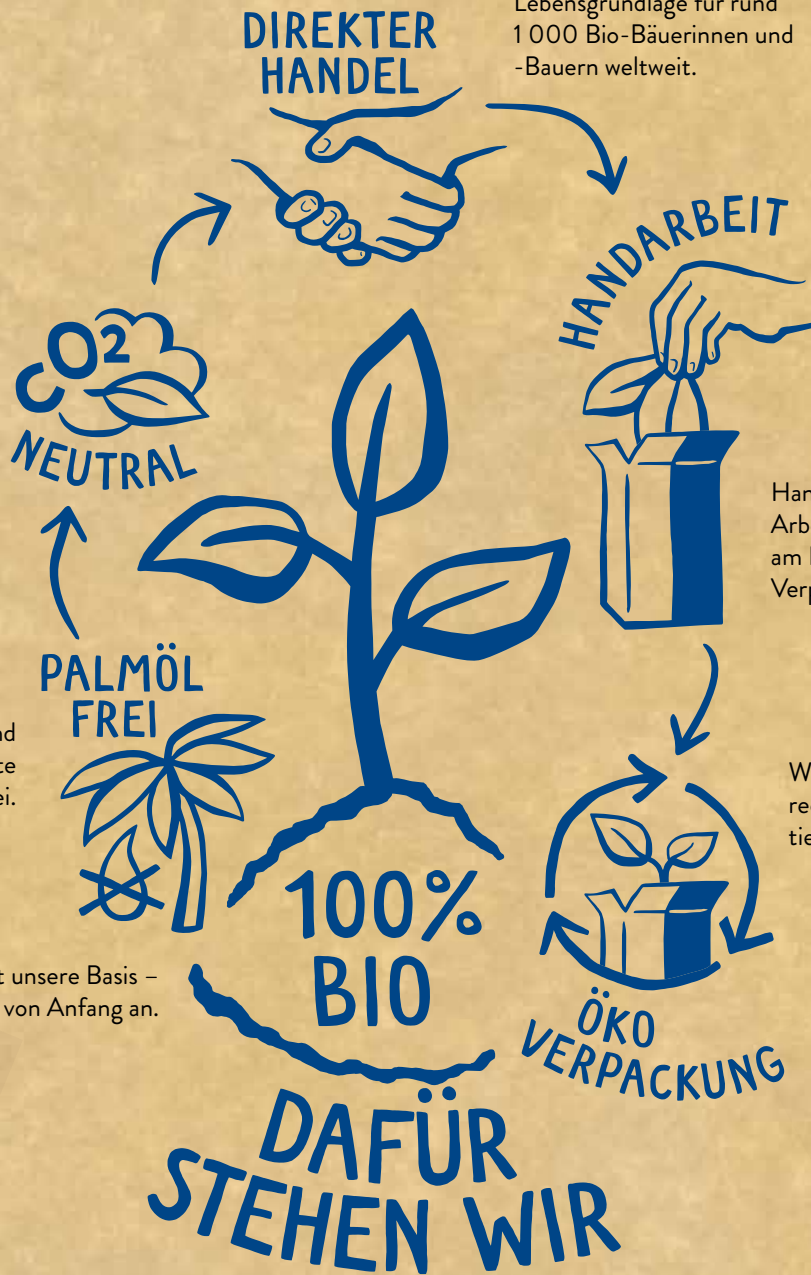
Seit 2015 sind  
unsere Produkte  
100 % palmölfrei.

Bio ist unsere Basis –  
von Anfang an.

Wir setzen auf direkten  
Handel und schaffen eine  
Lebensgrundlage für rund  
1 000 Bio-Bäuerinnen und  
-Bauern weltweit.

Handarbeit schafft  
Arbeitsplätze –  
am Feld und beim  
Verpacken.

Wir verwenden  
recycle- und kompos-  
tierbare Verpackung.





# 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 damit innovativen Bio-Bäuerinnen und -Bauern sowie klein strukturierten Familienbetrieben eine Chance, sich eine Lebensgrundlage zu schaffen.

Unsere Bio-Bäuerinnen und -Bauern bauen weltweit rund 200 Bio-Kräuter, -Gewürze und -Kaffee an. Wir beziehen rund 60 % 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. Unser verantwortungsvolles Handeln haben wir in unserem Verhaltenskodex (Code of Conduct) niedergeschrieben, der sich an internationalen Richtlinien orientiert und soziale Standards in unserer Lieferkette sichert. Dieser wird von allen unseren Lieferantinnen und Lieferanten unterzeichnet und aktiv gelebt.

## Zahlen bitte!

Unsere Ausgaben entlang der Wertschöpfungskette:



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

### Enge Zusammenarbeit mit unseren Anbaupartnerinnen und -partnern

In Österreich und Deutschland pflegen wir Partnerschaften mit rund 140 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.
- Nicht jedes Kraut wächst überall gleich gut. Deshalb beraten wir unsere Bio-Bäuerinnen und -Bauern beim Anbau verschiedener Kulturen. Gemeinsam entwickeln wir innovative Ideen zu ressourcenschonender Produktion, Versorgungssicherheit und Qualitätsstandards. Dabei vernetzen wir uns auch mit Expertinnen und Experten aus Forschung und Wissenschaft. Um den Austausch weiter zu fördern, informieren wir unsere Landwirtinnen und Landwirte regelmäßig mit einem Newsletter und einem Anbaumagazin.
- Wir bieten stabile Preise, auch wenn es saisonal und marktbedingt zu Schwankungen von Erntemengen und Qualitäten kommt. Die Preise werden in regelmäßigen Abständen angehoben. Sollte die Ernte besonders erfolgreich sein, nehmen wir nach Möglichkeit und Absprache auch die Mehrmengen ab.
- Mit dem Verein für eine enkeltaugliche Umwelt helfen wir unseren Bio-Bäuerinnen und -Bauern, sich gegen Pestizid-Abdriftschäden abzusichern. Auch die ökologische Bewusstseinsbildung ist ein wichtiges Ziel. Gemeinsam mit vielen Unterstützerinnen und Unterstützern setzen wir uns für Bio und Nachhaltigkeit ein. Mehr Infos findest du unter [www.enkeltaugliche-umwelt.at](http://www.enkeltaugliche-umwelt.at)



# Unsere Anbauggebiete

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

**Portugal:** Hier wächst z. B. unser Zitronenthymian. Die Maschinen von Ana und Daniel werden mit Solarstrom betrieben.

**Kroatien:** Hier wächst unsere Kamille.

**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:** In Deutschland arbeiten wir aktuell mit 10 Partnerinnen und Partnern zusammen.

**Tschechien:** Das SONNENTOR Schwesterunternehmen in Čejkovice erhält Rohwaren von 25 Bio-Betrieben.

**Österreich:** Rund 130 Bauernfamilien arbeiten mit uns zusammen.

**Griechenland:** Unser Anbaupartner Elias Bakalis hat uns im vergangenen Winter bei der Handverpackung in Sprögnitz unterstützt.

**Albanien:** im Jahr 2020 wurde mit unserem Partner Biobes ein Blütenprojekt initiiert, das wir finanziell unterstützen.

**Kosovo:** Unser Anbaupartner Halit und seine Familie wollen eine Perspektive für Menschen schaffen. Durch Kräuteraanbau und Wildsammlung finden hunderte Familien ein Einkommen.

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

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

**Bulgarien:** Von hier erhalten wir Rohwaren aus Wildsammlung wie Lindenblüten oder Hagebutten, sowie Ringelblumen aus dem Anbau.

**Bosnien-Herzegowina:** Bei unserem Partner Jusuf Ahmetlic finden rund 100 Menschen durch Wildsammlung ein Einkommen.

## Handelswaren

Neben Kräutern, Gewürzen und Kaffee bereichern auch ätherische Öle, Kekse, Sirupe, Honige, Fruchtaufstriche, Knabbereien, Suppen und vieles mehr 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, Honige und Mohnzelten werden von Familienbetrieben im Waldviertel hergestellt.
- Manukahonig: Von unserem neuseeländischen Vertriebspartner beziehen wir hochwertigen Bio-Manukahonig aus einem Naturschutzgebiet, das wir unterstützen.

## 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 Holzfasern. Für diese ökologische Alternative nehmen wir dementsprechend Mehrkosten in Kauf.

## Energie und Wasser

Bereits seit 1992 beziehen wir zu 100 % Ökostrom von unserem Partner Alpe Adria Naturstrom. Rund ein Drittel unseres Strombedarfs produzieren wir mit unseren eigenen Photovoltaikanlagen. Eine moderne Aufbereitungsanlage garantiert beste Trinkwasserqualität aus unserem hauseigenen Brunnen. Für die Heizung verwenden wir Hackschnitzel aus der Region. Abwasser wird in der örtlichen Pflanzenkläranlage gereinigt, die wir zur Hälfte gemeinsam mit der Ortsbevölkerung betreiben.



GEWINN BLEIBT IM UNTERNEHMEN UND WIRD REINVESTIERT

**Bio ist zu teuer?**  
Alles eine Frage der Perspektive.

Mit dem Kauf jedes SONNENTOR Produkts unterstützt du eine Lieferkette, von der alle gut leben können.



# EigentümerInnen und FinanzpartnerInnen

Alle reden von schwarzen Zahlen.  
Wir schreiben sogar **grüne**.

Nachhaltigkeit + wirtschaftlicher Erfolg? Die Rechnung geht auf! SONNENTOR setzt auf Gemeinwohl und Nachhaltigkeit und macht dabei noch gutes Geld. Für Stockholder, die nur auf schnellen Profit aus sind, ist dabei aber kein Platz. Wir sind eigentümergeführt und unabhängig. Unsere Gewinne zahlen wir wieder in unser Unternehmen, die Region und ein sinnvolles Miteinander ein – und das zahlt sich aus. Hier ein paar ausgewählte Projekte:

In den letzten beiden  
Geschäftsjahren haben wir  
**3,9 Mio.** Euro  
in das Unternehmen  
investiert

**Produktion & Lager**  
Abfüllungslinie, Vershubregal,  
Staubaustragung  
€ 1.187.000,-

**Photovoltaikanlage**  
€ 180.000,-

**Crowd  
Sunding  
Ehrentafel**

**Ausbau  
E-Fuhrpark**  
€ 35.000,-

**Öko-Logistikzentrum  
& Stadt-Lofts**  
Vorbereitung des Ausbaus  
€ 670.000,-

**Digitalisierung**  
Onlineshop, Homeoffice und  
Warenwirtschaftssystem  
€ 325.000,-

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

Auf unsere Eigenkapitalquote von 68 % (Geschäftsjahr 2019/20) sind wir sehr stolz! Ein Großteil der Investitionen kann so aus dem Cashflow finanziert werden. Der Branchendurchschnitt liegt lediglich bei ca. 30 %.

Auch bei unseren Geldgeschäften achten wir auf Nachhaltigkeit. So vertrauen wir seit 2012 der GLS Bank (nachhaltige Gemeinschaftsbank) sowie dem Umweltcenter der Raiffeisenbank Gunkirchen, bei dem wir seit 2020 ein Gemeinwohl-Konto führen. Zudem unterstützen wir regionale Banken, wie zum Beispiel die Oberbank, die für uns seit der Gründung ein verlässlicher Partner ist.

Wir zahlen jährlich rund 4 Mio. Euro an Steuern und Sozialversicherungsbeiträgen. Im Gegenzug haben wir im letzten Geschäftsjahr 220.000 Euro an Förderungen erhalten.

In Sachen Vorsorgekasse arbeiten wir mit FairFinance zusammen und zahlen hier die Abfertigungen unserer Mitarbeitenden ein.

Wir unterstützen aktiv die Genossenschaft für Gemeinwohl.

Durch Beteiligungen in der Höhe von rund 110.000 Euro unterstützen wir unsere Geschäftspartnerinnen und -partner.

Um unsere Anbaupartnerinnen und -partner zu unterstützen, werden bei ausgewählten Projekten die Ernten vorfinanziert. So auch bei unserem Blütenprojekt in Albanien.

Auch unsere Mitarbeitenden und Fans laden wir immer wieder dazu ein, mit uns eine nachhaltige Zukunft zu gestalten. Für eine Investition von 400 Euro in Projekte wie „Crowd Sunding“ oder „Zukunftsscheine“ gibt es im Gegenzug SONNENTOR Gutscheine im Wert von 500 Euro.

# 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.

### Mehr Ressourcen für das Gemeinwohl

Wir haben in den letzten beiden Jahren zahlreiche Arbeitsplätze geschaffen. Um unsere Werte auch bei zunehmender Unternehmensgröße zu bewahren, haben wir ein Team für CSR (Corporate Social Responsibility) gegründet. So setzen wir in Zukunft noch stärker auf Klima- und Ressourcenschutz und schaffen noch mehr Transparenz in unserer Lieferkette. Auch zwei neue Stellen im Employer Branding und Supply Chain Management wurden etabliert, um das Gemeinwohl weiter zu fördern.

### Wir arbeiten abteilungsübergreifend

Mit einem freundlichen Wort und einer helfenden Hand geht alles viel leichter, besonders in herausfordernden Zeiten. Deshalb arbeiten bei uns alle zusammen – auch über den eigenen Arbeitsbereich hinaus.



CA. 2500 KG WALDVIERTLER  
ERDÄPFEL WERDEN PRO JAHR IN  
DER BETRIEBSKÜCHE VERKOCHT

MITARBEITENDE AUS DER VERWALTUNG PACKEN  
IN SPITZENZEITEN IM ONLINESHOP UND BEIM  
ETIKETTIEREN UNSERER PRODUKTE MIT AN.

GESUNDER GENUSS  
KOCHKURS FÜR MITARBEITENDE  
"ADIOS ZUCKER!"



### Wir leben den Austausch

Wir setzen von Anfang an auf transparente und persönliche Kommunikation. Neue Kolleginnen und Kollegen lernen in einer umfangreichen Einschulung alle anderen Abteilungen kennen. Bei der täglichen Kommunikation setzen wir – neben dem persönlichen Gespräch – auf neue Kommunikationsformen. Video-Updates und eine eigene Mitarbeiterzeitung geben noch mehr Einblick in unsere Arbeitswelt.

### 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 150.000 Euro in Weiterbildung investiert.

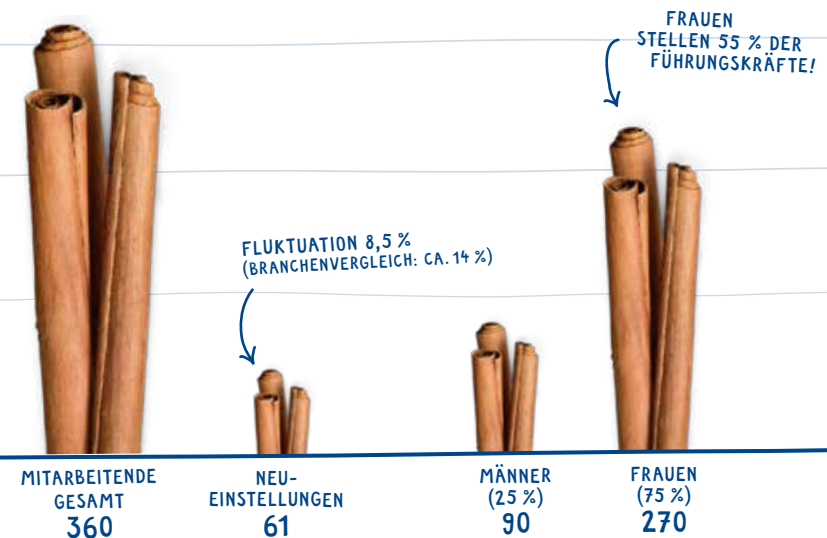
### Faire Entlohnung

Wir sorgen dafür, dass alle Mitarbeitenden ein gutes Auskommen haben. Das Durchschnittseinkommen steigt jährlich konstant und lag im Geschäftsjahr 2020/21 bei 2.386 Euro (brutto). Die Bezahlung unseres Vertriebs- und Außendienstteams ist nicht an Bonifikationen oder Umsatzvorgaben gebunden. Eine der zahlreichen und beliebten Sozialleistungen ist die Bonuskarte für Mitarbeitende: Mit dieser Karte gibt es 20 % Rabatt auf alle Produkte von SONNENTOR.

### Gesundheit liegt uns am Herzen

Unter dem Motto „Sonneng'sund – wir für uns“ bieten wir unseren Mitarbeitenden ein kostenloses biologisches Mittagessen, frisches Obst, ein umfangreiches Bewegungsprogramm sowie Gesundheitschecks an. Für berufliche oder private Probleme steht eine Firmenpsychotherapeutin zur Verfügung. Für alle freiwilligen Sozialleistungen haben wir in den letzten beiden Jahren rund 367.000 Euro ausgegeben.

GESCHÄFTSJAHR 2020/21





## Flexibilität in der Arbeitszeit

Wir versuchen, auf die vielfältigen Bedürfnisse unserer Mitarbeitenden einzugehen. Deshalb haben wir rund 150 verschiedene Arbeitszeitmodelle, die flexibles Arbeiten ermöglichen. Gleitzeit ist für den Großteil unserer Mitarbeitenden selbstverständlich, auch in vielen Bereichen der Produktion. Sollte es einmal etwas länger dauern, werden angefallene Mehrstunden in Form von Zeitausgleich abgebaut. Dadurch lassen sich Beruf und Privatleben gut miteinander vereinbaren. All-in-Verträge betreffen nur unsere Führungskräfte und den Außendienst.

Neben verschiedenen Teilzeitmodellen gehört Homeoffice für uns zum Arbeitsalltag. Bei Vollzeitanstellung sind bis zu zwei Homeoffice Tage pro Woche möglich. Darüber hinaus steht ein Büro in Wien zum Arbeiten und für Termine zur Verfügung.

## Gleichstellung und Diversität

Bei uns wird Gleichberechtigung gelebt: Insgesamt 55 % der Führungskräfte 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 Menschen mit Behinderung die Möglichkeit zu geben, im Berufsleben Fuß zu fassen. Deswegen beschäftigen wir 17 Mitarbeitende mit Unterstützungsbedarf. Auch Langzeitarbeitslose werden bei uns eingestellt, um sie wieder in den Berufsalltag einzubinden. Insgesamt arbeiten bei uns rund 360 Mitarbeitende aus 10 verschiedenen Nationen zusammen.



HIER WINKT DIE  
GROSSE SONNENTOR  
FAMILIE.



# Betriebskindergarten SONNENSCHNEINCHEN

In unserem eigenen Betriebskindergarten SONNENSCHNEINCHEN 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.

Bis zu 13 Kinder werden hier von einem Team aus Pädagoginnen und Betreuerinnen begleitet. Unser sozialpädagogisches Konzept spiegelt die Grundwerte von SONNENTOR in unserem täglichen Umgang mit Kindern und Eltern wider.

Der Schwerpunkt liegt dabei auf dem Einsatz von Natur- und Alltagsmaterialien, Recycling und Bio-Lebensmitteln. So vermitteln wir spielerisch den bewussten Umgang mit unseren Ressourcen. Die Kinder haben die Möglichkeit, die Welt drinnen und draußen jeden Tag neu für sich zu entdecken. Von der Zusammenarbeit mit dem Bio-Bauernhof 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 Essen aus dem Bio-Gasthaus Leibspeis.

„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  
SONNENSCHNEINCHEN und Pädagogin

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



# 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 rund 50 Ländern auf der Welt. Rund drei Viertel 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 SONNENTOR Onlineshop, im Bio-Fachhandel, in Reformhäusern, Apotheken und in der Gastronomie. 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 gern, deswegen gibt es SONNENTOR Produkte im deutsch-sprachigen Raum nicht im konventionellen Lebensmitteleinzelhandel.

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 großteils via Franchising geführt. Mittlerweile arbeiten wir mit 15 Partnerinnen und Partnern zusammen. Dabei ist es uns besonders wichtig, dass sie unsere Werte leben. Eine eigene Franchise-Abteilung arbeitet gemeinsam mit ihnen an der Weiterentwicklung des Franchise-Systems.

### Gelebter Austausch und Kommunikation

Wir leben im bewussten Austausch mit unseren Kundinnen und Kunden – persönlich und digital. Besonders stolz sind wir auf unsere Social-Media-Kanäle, wo eine rege Kommunikation mit rund 290 000 Fans erfolgt. So erreichen uns regelmäßig 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. Für Werbeschaltungen nutzen wir hauptsächlich Bio-Medien sowie Medien, die einen nachhaltigen Lebensstil fördern, und unterstützen damit deren Existenz.

In unseren eigenen Kommunikationskanälen findest du viel Wissenswertes zu unseren Produkten. Wir nutzen sie aber auch zur Aufklärung über Themen, die uns besonders am Herzen liegen, wie zum Beispiel:

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



DIE EINBINDUNG UNSERER FANS IST UNS BESONDERS WICHTIG. DER KOPF HOCH TEE WAR DAS ERSTE PRODUKT, DAS MIT UNSEREN FANS GEMEINSAM ENTWICKELT WURDE. MITTLERWEILE SIND BEREITS ÜBER 50 % DER NEUPRODUKTE VON KUNDENWÜNSCHEN INSPIRIERT.





Im Rahmen von Betriebsführungen öffnen wir uns für interessierte Kundinnen und Kunden – so können sich alle von unserer Arbeits- und Wirtschaftsweise überzeugen. Angebote rund um das Thema Kräuterwissen ergänzen das Erlebnis vor Ort. 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 Leibespeis' liefern wir viele Inspirationen zur Verwendung der Produkte und Tipps zum Selbermachen.

### Reklamationsmanagement

Fast 3 500 Anfragen von Kundinnen und Kunden bearbeiteten wir im Geschäftsjahr 2020/21. Über die Chargennummer können unsere Produkte vollständig bis zum Ursprung zurückverfolgt werden.

### Solidarität mit mitbewerbenden Unternehmen

Mitbewerbende 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.

Wir kooperieren mit Unternehmen, die unsere Werte teilen, und bieten ihnen gern eine Plattform auf unseren Kanälen. Im Zuge von Kooperationen legen wir unseren Onlineshop-Paketen Informationen, Gutscheine und Magazine nachhaltiger Unternehmen und Organisationen bei. Auch in unserem FREUDE Magazin nehmen wir unsere Partnerinnen und Partner in Form von Inseraten mit. Am Standort in Sprögnitz stellen wir einen Platz für das Bio-Reich – eine regionale Bio-Selbstbedienungshütte – zur Verfügung.



IM RAHMEN EINER FÜHRUNG KÖNNEN GÄSTE EINEN BLICK HINTERS SONNENTOR WERFEN.

DIE ANZAHL DER REKLAMATIONEN BETRÄGT **NUR 0,0135 %** ALLER IN EINEM JAHR VERKAUFTEN PRODUKTE.

## Unsere Produkte

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

Unsere Produkte stiften Sinn – vom biologischen Anbau über die Verpackung bis hin zum Genuss.

Die Bio-Landwirtschaft hat einen geringeren Energiebedarf, stößt weniger Treibhausgase aus und verzichtet auf mineralische Stickstoffdünger und chemische Pflanzenschutzmittel. Dadurch sparen Bio-Produkte der Umwelt zwischen 10 und 35 % CO<sub>2</sub> im Vergleich zu konventionellen Produkten.

Bei unseren Zutaten greifen wir bevorzugt auf regionale, heimische Rohwaren zurück. Unsere Produkte sind frei von künstlichen Aromen, Farbzusätzen oder synthetischen Geschmacksverstärkern. So steht dem Genuss mit gutem Gewissen nichts im Weg.

### Qualität

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

### Barrierefrei

Wir achten auf eine gute Lesbarkeit der Produktbezeichnungen und eine eindeutige Auszeichnung auf den Produkten. Dazu gehören auch Hinweise zur Zubereitung und zum Geschmack. Neben den SONNENTOR Geschäften und unserem Onlineshop werden unsere Produkte hauptsächlich im Bio-Fachhandel angeboten, wo unsere Kundinnen und Kunden umfassend und persönlich beraten werden.

**47 % Gewürze**

**44,5 % Tees**

**5,5 % Sonstiges**

**3 % Kaffee**

KundInnen und Mitunternehmer



# Ökologische Auswirkungen unserer Produkte



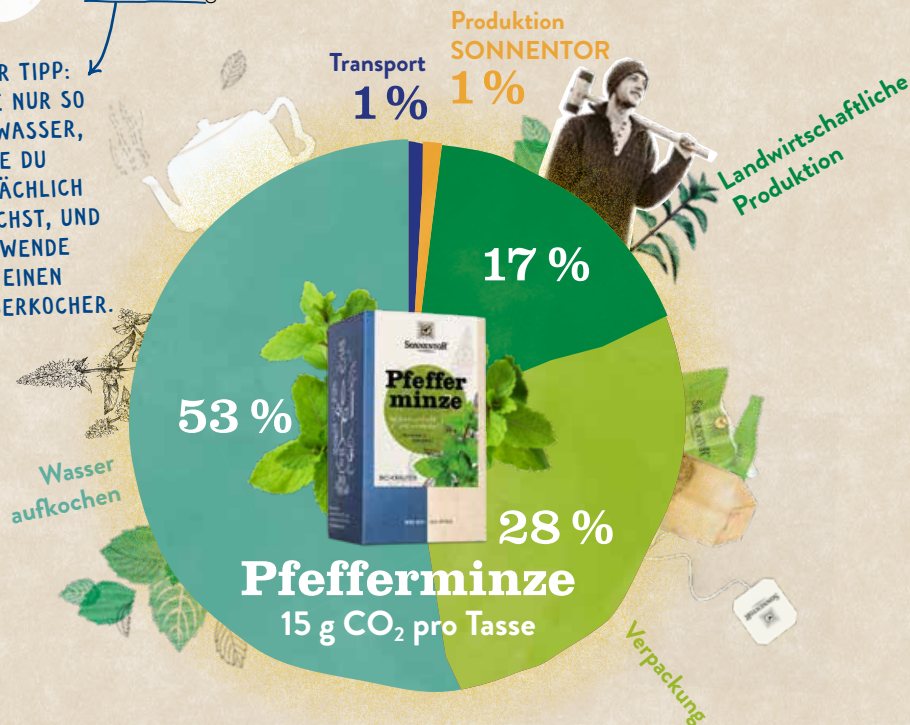
Unsere Produkte führen ein Leben auf kleinem Fuß. Trotzdem arbeiten wir laufend daran, ihren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck zu minimieren. Wirft man zum Beispiel einen Blick auf die Pfefferminze, zeigt sich schnell, wo auf ihrer Reise vom Feld bis in die Tasse CO<sub>2</sub> entsteht. Und wo es noch Einsparungspotential gibt – auch bei der Zubereitung bei dir zu Hause.

**17 %** des CO<sub>2</sub>-Abdrucks entfallen auf die landwirtschaftliche Produktion wie den Anbau, die Feldpflege, Ernte, Trocknung und den Transport zu SONNENTOR.

Weitere **28 %** des Gesamtabdrucks sind der Verpackung geschuldet. Den kleinsten Teil machen die Produktion und der Transport ins Geschäft (in diesem Beispiel nach Wien) aus. Die größte Überraschung ist wohl, dass

**53 %** des CO<sub>2</sub>-Abdrucks des Pfefferminztees durch die Zubereitung verursacht wird.

UNSER TIPP:  
KOCHE NUR SO  
VIEL WASSER,  
WIE DU  
TATSÄCHLICH  
BRAUCHST, UND  
VERWENDE  
EINEN  
WASSERKOCHER.



# Verpackungen sind nicht nur was fürs Auge

Gerade bei Lebensmitteln erfüllen Verpackungen wichtige Aufgaben: Sie schützen die Produkte und ihre wertvollen Inhaltsstoffe und helfen dabei, sie unbeschadet zu transportieren. Wir setzen seit 2008 auf Verpackungsmaterialien aus nachwachsenden Rohstoffen. Dazu zählen Folien aus Holzfaser, Teebeutel aus Bananenfaser, Papier und Karton. Verpackung, die nicht kompostiert werden kann, wie zum Beispiel Glas und Metall, ist recycelbar. So können rund 92 % der Verpackungen einem Rohstoffkreislauf zugeführt werden. Das langfristige Ziel sind 100 %.

## Endlich eine sinnvolle Schmutzkübelkampagne

Auch nachhaltige Materialien wie Holzfolie müssen nach ihrem Gebrauch richtig entsorgt werden. Deshalb haben wir 2020 die „Schmutzkübel“-Kampagne gestartet. Gemeinsam mit einem Experten wurde ein Entsorgungsleitfaden entwickelt. Den Leitfaden findest du hier: [www.sonnentor.com/verpackung](http://www.sonnentor.com/verpackung)

## Die große Enthüllung:

Seit Herbst 2019 verzichten wir auf die äußere Cellophanierung der Teepackungen. Das spart jedes Jahr bis zu **20 t** Holzfaserfolie.

Durch die Optimierung unserer Verpackungen können wir **20 %** CO<sub>2</sub> einsparen und **1/3** der LKW-Fahrten entfällt.



KundInnen und Mitunternehmer





# Gesellschaftliches Umfeld

## Unser Beitrag für ein sinnvolles Leben

Wir unterstützen und fördern einen nachhaltigen Lebensstil – mit unseren Produkten und unserer Außen- und Innenkommunikation. Wir setzen uns für eine 100-prozentige biologische Landwirtschaft, den Klimaschutz und die Vermeidung von Reststoffen ein. Kurz: für eine enkeltaugliche Zukunft.

### Unsere Produkte stiften Sinn

Sowohl ökologisch als auch sozial und ökonomisch. Die biologische Landwirtschaft schont die Natur und ist die Grundlage für besonders hochwertige Lebensmittel. Entlang der Lieferkette sichert unser Verhaltenskodex (Code of Conduct), dass soziale Standards von unseren zuliefernden Unternehmen eingehalten werden. Durch den Einsatz von nachhaltigen Verpackungen und Weiterverwendung von Kräuterabfällen schonen wir die Ressourcen.

### Wir werfen nichts weg

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

### Wir gehen auf alle Bedürfnisse ein

Wir berücksichtigen die Bedürfnisse ernährungsbewusster und -sensibler 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 Lebensmitteln wie Falschen Kaffee aus gerösteten Löwenzahnwurzeln. Das koffein- und glutenfreie Getränk wurde 2019 auf Initiative unserer Kräuterspezialistinnen als Lebensmittel in der EU zugelassen.



## Reduktion ökologischer Auswirkungen

- Durch den biologischen Anbau sparen wir allein in Österreich und Deutschland über 400 Tonnen Kunstdünger und 4 Tonnen chemische Spritzmittel ein.
- Wir heizen zu 100 % mit erneuerbaren Energiequellen.
- Strom erhalten wir seit 1992 zu 100 % aus den Ökostromanlagen der Alpe Adria Naturstrom. Ein Drittel unseres Bedarfs decken wir seit Mitte 2019 durch eigene Photovoltaikanlagen.
- Trinkwasser beziehen wir aus unserem eigenen Brunnen und bereiten es selbst auf. 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.
- Unsere Werbemittel werden CO<sub>2</sub>-neutral auf FSC-zertifiziertem oder Recyclingpapier produziert. Der Druck erfolgt bei regionalen Öko-Druckereien oder bei uns im Haus.
- Unser Bürogebäude Geistreich und das Bio-Gasthaus Leibspeis' wurden als Nullenergie- bzw. Passivhäuser errichtet.
- Wir halten unseren Müll im Kreislauf: 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.



## Gesellschaftliche Wirkung

Wir setzen unsere Kommunikationskanäle bewusst zur Förderung einer gesunden Ernährung und eines nachhaltigen Konsums ein. Das gelingt uns mit vielen wissenswerten DIY-Tipps und Rezepten. So haben wir in den letzten zwei Jahren Aktionen zur zuckerfreien und veganen Ernährung sowie zur Zero Waste Küche umgesetzt. Außerdem geben wir wichtigen gesellschaftlichen Themen viel Raum in unserer Kommunikation. Dafür verzichten wir auch bewusst auf Produktwerbung. 2021 setzten wir uns mit unserer Kampagne „Sinnmaximierung statt Gewinnmaximierung“ für sinnstiftende und nachhaltige Arbeit ein.

Dass diese Aktivitäten auf gute Resonanz stoßen, merken wir anhand unserer stetig wachsenden Zahl an Fans, die sich mit uns austauschen. Zu unseren wichtigsten Kanälen zählt Social Media. Hier geben wir Tipps und Inspiration für ein nachhaltiges Leben und erhalten im Gegenzug viele Anregungen und Ideen. Außerdem informieren wir unsere Kundinnen und Kunden über unsere Website, den Newsletter, das FREUDE Magazin, Vorträge und vieles mehr.

## Beitrag zum Gemeinwesen 2019/2020

€ 2,68 Mio.

€ 2,2 Mio.

€ 1,34 Mio.

€ 280.000,-

€ 220.000,-

KÖRPER-  
SCHAFTS-  
STEUER  
GEZAHLT

LOHN-  
NEBEN-  
KOSTEN  
GEZAHLT

LOHNSTEUER  
UND SOZIAL-  
VERSICHERUNG  
INDIREKTER BEITRAG

SPONSORING  
UND SPENDEN  
FREIWILLIG GEZAHLT

ZUM VERGLEICH:  
ÖFFENTLICHE  
FÖRDERUNGEN  
BEKOMMEN

## Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

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.

- Mit dem Gewürz Adventkalender unterstützen wir das SOS Kinderdorf mit einem jährlichen Betrag von 10.000 Euro.
- Rote Nasen Clown-Tee: 10 % des Verkaufserlöses gingen in den beiden Jahren 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 sowie das Caritas Mutter-Kind-Haus in St. Pölten mit Produkten und einem finanziellen Beitrag.
- Nichtverkaufte Produkte mit einem kurzen Mindesthaltbarkeitsdatum werden den Österreichischen Tafeln zur Verfügung gestellt.
- Wir sind Bündnispartner des Vereins für eine enkeltaugliche Landwirtschaft in Deutschland und vieler anderer Initiativen, die ein Umdenken in Sachen Wirtschaft und Umwelt einfordern.
- Seit 2012 unterstützen wir die Veranstaltung „Erdgespräche“ und schaffen so Bewusstsein für Klimaschutzthemen.
- Mit dem Verein für eine enkeltaugliche Umwelt tragen wir zur ökologischen Bewusstseinsbildung bei. Gemeinsam mit vielen Unterstützerinnen und Unterstützern setzen wir uns für Bio und Nachhaltigkeit ein.





# So geht's weiter

## Ziele 2021–2023



## Produkte

### Community-Projekt

Gemeinsam mit unseren Fans wird eine Gewürzmischung für Essensreste kreiert. Das Beste für Reste Gewürz macht auf die Themen Lebensmittelverschwendung und Zero Waste aufmerksam. Unsere Fans werden über unsere Kommunikations- und Marketingkanäle in die Namensfindung sowie Rezeptur- und Designentwicklung involviert. Zeithorizont: 1. Quartal 2022

### Die SONNENTOR Kaffeelinie „Wiener Verführung“

Melange und Espresso kommen ab März 2022 zu 100 % aus direktem Handel. Unsere Anbaugelände in Nicaragua und Peru werden um eine Kaffeekooperative in Kolumbien erweitert. Zeithorizont: 1. Quartal 2022

## Einkauf und Qualität

### Den Kräutern auf den Spuren

Sobald sicheres Reisen wieder möglich ist, werden Sozialaudits in unseren Anbaugeländen des direkten Handels durchgeführt. Durch Besuche vor Ort vergewissern wir uns von der menschen- und arbeitsrechtlichen Situation der dort arbeitenden Personen. Zeithorizont: 3. Quartal 2021

### Neuer Leitfaden

Wir erarbeiten einen schriftlichen Leitfaden mit Kriterien für den nachhaltigen Einkauf. Zeithorizont: 2. Quartal 2022

### Klimaschutz in die Lieferkette

Für die CO<sub>2</sub>-Kompensation unserer Produktionsprozesse möchten wir in Zukunft Klimaschutzmaßnahmen in unserer eigenen Lieferkette setzen. Zeithorizont: 3. Quartal 2022



Hast du Ideen, wie wir noch besser werden können?  
Dann melde dich gern 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).

## Kommunikation

### Wir sagen: #EsGehtAuchAnders

Mit dieser Kampagne rufen wir alle dazu auf, sich für die biologische Landwirtschaft und für eine enkeltaugliche Umwelt einzusetzen. In den kommenden zwei Jahren stehen nachhaltiges Wirtschaften und direkter Handel im Fokus. Zeithorizont: laufend

### Kundenservice

Wir verbessern die Servicequalität für unsere Kundinnen und Kunden durch gezielte Kundenbindungsmaßnahmen in unseren eigenen Vertriebskanälen: 2. Quartal 2022.

## 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

### Digitaler Arbeitsplatz

Ein verbessertes Intranet (digitaler Arbeitsplatz) ermöglicht einen einfachen Zugang zu firmeninternen Informationen für alle Mitarbeitenden und dient dem Austausch untereinander. Das Wissensmanagement im Unternehmen wird dadurch wesentlich verbessert. Zeithorizont: 4. Quartal 2021

## Neues im Waldviertel

### Das SONNENTOR Wald-Reich

Das Wald-Reich im Kräuterdorf Sprögnitz ist der neueste Zuwachs im SONNENTOR Erlebnis. Alle Besucherinnen und Besucher sind eingeladen, in die besondere Umgebung einzutauchen und den Wald mit insgesamt 19 Stationen naturnah zu entdecken. Zeithorizont: 2. Quartal 2021

### Die SONNENTOR Stadt-Lofts

Anfang 2023 öffnen die Stadt-Lofts ihre Türen für die ersten Gäste. Die historischen Gebäudeteile inmitten von Zwettl werden liebevoll umgebaut und renoviert, um Übernachtungsmöglichkeiten und Seminarräume zu schaffen. Zeithorizont: 1. Quartal 2023

### Ein neues Öko-Logistikzentrum

Wir bauen ein Logistikzentrum nach ökologischen Baustandards. In einem ersten Ausbauschnitt wird ein Hochregallager aus Holz errichtet. Zeithorizont: 1. Quartal 2022

Nach Fertigstellung erfolgen die nächsten Ausbaustufen des Öko-Logistikzentrums. Geplante Fertigstellung 2024





Testat:	Externes Audit	Gemeinwohl- Bilanz	Sonnentor Kräuterhandelsgesellschaft mbH
	<b>M5.0 Vollbilanz</b>	<b>2019-2021</b>	Auditor*In: <b>Angela Drosig-Plöckinger Manfred Kofranek</b>

Wert	MENSCHENWÜRDIGKEIT	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berührungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette:  90 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette:  70 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette:  90 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette:  90 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ- PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln:  70 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln:  80 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung:  50 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung:  20 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz:  90 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge:  60 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden:  70 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz:  80 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innen beziehungen:  80 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen:  60 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen:  90 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz:  80 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen:  100 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen:  70 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen:  80 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung:  70 %

Testat gültig bis:  
**31.07.2023**

**BILANZSUMME:**  
**743**

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0.

TestatID: **f7o1v**

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:

9 (Hauptstandort + selbstgeführte Geschäfte)

Jahresumsatz im Geschäftsjahr 2019/2020: 52 Mio. Euro

Jahresumsatz im Geschäftsjahr 2020/2021: rund 60 Mio. Euro

Exportanteil: 69 %

Dieser Gemeinwohl-Bericht wurde für die  
SONNENTOR Kräuterhandelsgesellschaft mbH Österreich,  
die SONNENTOR Kräuterhandelsgesellschaft mbH Deutschland  
und die SONNENTOR Service GmbH erstellt.

#### Tochter- und Schwesterbetriebe:

Eigentümer SONNENTOR Kräuterhandelsgesellschaft mbH Deutschland  
und SONNENTOR Service GmbH:

100 % SONNENTOR Kräuterhandelsgesellschaft mbH Österreich

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 % Emese Weinraub, 80 % Johannes Gutmann

#### Folgende Mitarbeitende waren an der Erstellung dieses Gemeinwohl-Berichts involviert (in alphabetischer Reihenfolge):

Andrea Pölz (Marken-Botschafterin)

Astrid Hörmann (Zahlen-Checkerin)

Berndt Kienmeyer (Sonniger Gründungshelfer)

Edith Gutmann (Zukunfts-Begleiterin)

Florian Krautzer (Werte-Hüter)

Franz Satzl (Zahlen-Checker)

Gerhard Leutgeb (Vor-Turner)

Gertrude Biedermann (Schätze-Sammlerin)

Günter Prinz (Qualitäts-Entwickler)

Johannes Gutmann (Vor-Turner)

Klaus Doppler (Vor-Turner)

Korinna Neulinger (Werte-Hüterin)

Kristina Hummel (Marken-Botschafterin)

Manuela Raidl-Zeller (Vor-Turnerin)

Maria Bianca Papst (Produkt-Artistin)

Maria Geisberger (Marken-Botschafterin)

Marie-Theres Chaloupek (Marken-Botschafterin)

Marion Bernhuber (Marken-Botschafterin)

Michael Kormesser (Kunden-Begeisterer)

Stefan Öhner (Marken-Botschafter)

Thomas Steinbauer (Talente-Förderer)



# Noch nicht genug?



Folge uns auf Facebook und Instagram  
oder besuche uns auf: [www.sonnentor.com](http://www.sonnentor.com)



Cradle to Cradle Certified™ Pureprint  
innovated by gugler\*  
**Gesund. Rückstandsfrei. Klimapositiv.**  
[www.gugler.at](http://www.gugler.at)