

Gegen das Gewinnstreben

Wie eine Wieslocher Druckerei mit „Gemeinwohlökonomie“ zurück in die schwarzen Zahlen kam

Von Daniel Bräuer

Wiesloch. Auf den ersten Blick ist „Sonnendruck“ eine normale Druckerei. Es riecht nach Farbe, Leim und frischem Papier. Graue Maschinen rattern, Kompressoren dröhnen. Es ist laut und warm.

Doch in der Halle mit den weißen und grünen Stahlträgern arbeitet Uwe Treiber an so etwas wie dem Geschäftsmodell der Zukunft. Der 54-jährige Inhaber hat die Firma am Rand von Frauenweiler auf nachhaltiges Wirtschaften umgepolzt. „Wir drucken für eine bessere Welt“, verspricht das Firmenmotto markig.

Was er damit meint, erklärt Treiber beim Gespräch im farbig gestrichenen Büro nebenan. Die Tür bleibt offen – Transparenzgebot. Als Treiber die Firma 2010 kurz vor dem Konkurs übernommen hat, kam ihm beim Schreiben des Businessplans die Idee: Privat setzte er sich schon lange für Nachhaltigkeit ein. „Warum trägst du das nicht auch ins Unternehmen rein?“

Seither hat er auf Pflanzenfarben umgestellt und auf Druckplatten, die weniger Chemie erfordern. Strom- und Gas kommen von Ökoanbietern, das Papier vor allem von Herstellern mit dem FSC-Siegel für nachhaltiges Forsten. Treiber rät wann immer möglich zu Recyclingpapier. Die CO₂-Bilanz eines jeden Auftrags können Kunden durch Zahlung an ein Ausgleichsprojekt ins Lot bringen. 0,5 Prozent des Umsatzes gehen jedes Jahr an soziale Projekte.

Viel spricht Treiber über seine Mitarbeiter. „Es soll doch jeder glücklich sein, und das fängt bei der Arbeit an“, sagt er. Obst und Getränke gibt es gratis. Die Lohnspreizung ist gering, Aushilfen liegen über dem Mindestlohn. Zur Belegschaft zählen zwei Behinderte, ein Flüchtling macht seine Lehre.

Sonnendruck ist Teil der Initiative „Gemeinwohlökonomie“

(GWÖ), die Wirtschaft an anderen Maßstäben misst als an Umsatz, Gewinn und Verlust. Woher kommen Rohstoffe und Kapital? Wie ist die Ökobilanz? Wie gehen Chefs mit Mitarbeitern um, mit Konkurrenten? Ist die Firma sozial engagiert? Wohin gehen die Gewinne? Was ist mit Gleichstellung und Mitbestimmung?

Zu all diesen Fragen legen GWÖ-Mitglieder regelmäßig ihre „Gemeinwohlbilanz“ vor. 2013 erhielt Treiber von einem externen GWÖ-Auditor 337 von 1000 möglichen Punkten, ein Jahr später waren es 359. „Die Punkte waren gar nicht so wichtig“, sagt er, „sondern der Blick von außen: Was mache ich gut, wo sind Entwicklungsmöglichkeiten?“ Jetzt sitzt Treiber an seiner dritten GWÖ-Bilanz. Ein Ziel hat er nicht. „Wir haben so viel verändert und verbessert, dass es automatisch mehr Punkte gibt“, ist er sicher. Zumal der neue Fokus auch Kunden und Mitarbeiter verändere, betont er. „Wir alle sind Entscheider: Was belohnen wir mit unserem täglichen Einkauf?“

Weltweit hat die GWÖ-Initiative, die auf den Österreicher Christian Felber zurückgeht, über 500 Mitglieder, meist im deutschsprachigen Raum. Oft sind es

kleine Unternehmen mit nur wenigen Mitarbeitern, aber etwa auch der Outdoorhersteller Vaude, die Spardabank München oder die taz-Genossenschaft.

Auch in der Region ist Treiber nicht mehr allein. Derzeit arbeiten vier städtische Firmen in Mannheim an ihrer ersten GWÖ-Bilanz, dazu ein Gemüselieferant und ein Carsharing-Anbieter. Das Unternehmernetzwerk, in dem Treiber für die Idee wirbt, hat etwa 20 Mitglieder.

Die grün-schwarze Landesregierung lobt GWÖ im Koalitionsvertrag und will einen Landesbetrieb bilanzieren lassen. Von den Erfahrungen sollen Privatfirmen profitieren, die mitmachen wollen.

Joachim Langer, Berater und Bildungsreferent bei GWÖ Rhein-Neckar, könnte sich noch ganz andere Unterstützung vorstellen. „Bislang wird es gesellschaftlich nicht honoriert“, sagt er. „Eine mutige Gemeinde könnte sagen: In fünf Jahren erheben wir unsere Gewerbesteuer nach Gemeinwohlbilanz.“ Also hohe Steuersätze bei schlechter GWÖ-Bilanz, Rabatt bei guter. „Dann würden zum Beispiel auch Bio- oder Fairtrade-Produkte günstiger werden“, sagt Langer.

Über mangelnde Hilfe aus Stuttgart kann sich Druckereibesitzer Treiber nicht beklagen. Die Regierung hat ihn mit einem Preis für soziale Verantwortung ausgezeichnet. Zwei Ministerien honorieren sein Engagement mit dreijährigen Aufträgen. Überhaupt haben sich die teureren neuen Verfahren für ihn gelohnt. Während viele Druckereien in der Digitalisierungskrise stecken und Aufträge an Online-Billiganbieter verlieren, ist Sonnendruck zurück in den schwarzen Zahlen und gewinnt Kunden. Damit ist inzwischen auch Treibers Bank zufrieden. „Die wissen jetzt, wie der Herr Treiber tickt“, sagt er. Natürlich muss auch er Geld verdienen. Aber: „Gewinnmaximierung um jeden Preis macht die Welt kaputt.“



In der Druckerei von Uwe Treiber (l.) kommen ausschließlich Farben auf Pflanzenbasis zum Einsatz. Foto: Pfeifer