





Wer heute durch das Waldviertel fährt, ist beeindruckt von der Stille und Abgeschiedenheit dieser Landschaft. Die ehemalige Nähe zur Grenze der Tschechoslowakei beengte diese Region Österreichs nach Norden und veranlasste viele Bewohner in die nächsten Städte, Wien oder Linz, zu ziehen, wo es Arbeit und eine Zukunft gab. Heute leben noch rund 220.000 Menschen dort, 47 pro Quadratkilometer, und wer Einsamkeit sucht, findet in den Wäldern des Waldviertels sicher seine Ruhe.

n dieser beschaulichen Gegend findet sich auch der kleine Ort Brand, der wohl den wenigsten bekannt ist. Er beherbergt die Familie Gutmann, eine Bauernfamilie mit fünf Kindern, deren jüngster Sohn Johannes später einmal auf dem elterlichen Hof arbeiten soll, wie es am Land so üblich ist. Doch für Johannes Gutmann läuft alles anders. Nach dem Abitur und ersten beruflichen Erfahrungen bei einer Brauerei stellt er für sich zwei Dinge fest: Erstens, er will das Waldviertel nicht verlassen. Es ist seine Heimat und selbst wenn die beruflichen Aussichten in dieser Abwanderungsregion absolut hoffnungslos sind, glaubt er dennoch daran, dass er hier eine Existenz aufbauen kann. Zweitens will er den elterlichen Hof nicht übernehmen und er will auch nicht ein Angestelltendasein fristen. "Als Angestellter bist du nur Mittel zum Zweck", stellt er für sich fest. Alle diese Wege sind ihm zu eingefahren, zu ausgetreten. Er will Neues versuchen und einen eigenen Betrieb gründen.

Doch was kann man im Waldviertel sinnvoll anstellen? Dort, wo es keine Fachkräfte gibt, keine Infrastruktur, nur eine armselige Verkehrsanbindung? Außerdem hat der junge Gründer auch kein Kapital zur Verfügung. Von etwas gibt es im Waldviertel allerdings mehr als genug: Kräuter. Da diese wild wachsen, sind sie so biologisch, dass es nicht mehr besser geht. Warum also nicht Bio-Kräuter produzieren?

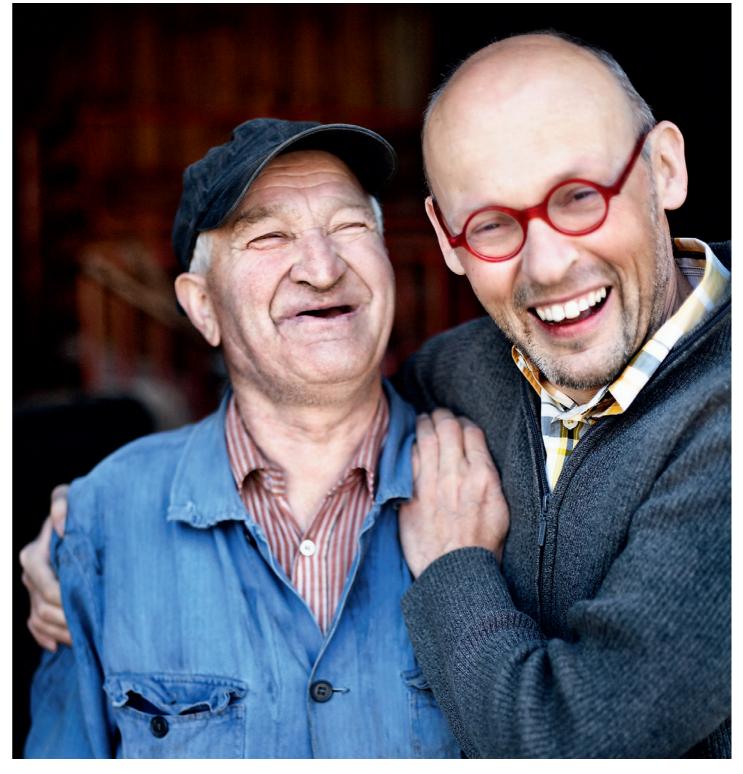
Als 23-Jähriger macht er sich selbstständig und gründet sein Ein-Personen-Unternehmen "Sonnentor", das sich auf den Handel mit Bio-Kräu-

tern spezialisiert. Sein Businessplan findet auf einer A4-Seite Platz, Kapital hat er keines. Johannes Gutmann verfügt auch über keinen Vertrieb und hat keine Kontakte zum Lebensmittelgroßhandel. Der Markt für seine Produkte ist überschaubar und fest in den Händen etablierter Hersteller.

Jeder, der von seiner Idee hörte, schüttelte den Kopf. Die Ablehnung reichte von Spott bis zu Versuchen, ihn zur Aufgabe zu zwingen. "Gerade, dass sie mich nicht angespuckt haben", meint Johannes Gutmann in Erinnerung an diese Zeit. So wird er am Anfang von Nachbarn regelmäßig angezeigt und das Gewerbeamt legt ihm nahe, er möge doch das Waldviertel verlassen, da er hier unerwünscht sei. Die Supermarktketten gewähren ihm nicht einmal einen Termin

#### Oma Zach von Anfang an dabei

Die Einzigen, die von der Idee begeistert sind, sind die Bauern seiner Heimat. Warum nicht für den Gutmann Kräuter anbauen? Platz ist ja genug da. So startet er bescheiden mit den Kräuterernten der ersten drei Bauern, die mit ihm zusammenarbeiten, und beginnt von Anfang an, allen Produkten seinen persönlichen Stempel aufzudrücken. Die Tees sollen nicht herkömmlich, sondern in durchsichtigen Papiertüten verpackt sein, sodass jeder die Qualität der Kräuter selbst sehen kann. Er will Emotionen in seine Tüten bringen, es sollen nicht leblose Artikel sein. Die Menschen sollen die Kräuter sehen, rie-



chen und Lust darauf bekommen, wenn sie die Tüten in die Hand nehmen.

Als ihm die Arbeit des Verpacksens selbst zu viel wird, kann er eine 60-jährige Bäuerin, "Oma Zach", überreden, für ihn die Kräutersackerl zu befüllen und zu verpacken. Frau Zach wird als Erste diese Aufgabe übernehmen – sie macht es heute noch!

Der Marke "Sonnentor" verbürgt sich von Beginn weg für kontrolliert biologischen Anbau, für das Weglassen von Farb-, Konservierungsund künstlichen Aromazusätzen und dafür, dass jedes Produkt eindeutig seinem Erzeuger

der Adresse eines bestimmten Bauern – zugeordnet werden kann. Diese Linie verfolgt Sonnentor bis heute und sie ist die Basis für den guten Ruf und den geschäftlichen Erfolg des Unternehmens.

Das erste unternehmerische Ziel von Johannes Guttmann ist es, täglich so viel zu verdienen, dass er sich eine Wurstsemmel täglich leisten kann. Ein Ziel, das er rasch erreicht. Seine Kräuter sind in der Umgebung gefragt und langsam spricht sich herum, dass hier ein komischer Waldviertler qualitativ einzigartige Bio-Kräuter herstellt.

Die beste Werbung für seine Produkte ist aller-

Konzerne haben
ihm schon Übernahmeangebote
gemacht, doch
Gutmann lehnte
immer ab. Sein
Leben ist hier, im
Waldviertel, bei
seinen Bauern
und seinen

Mitarbeiterinnen

und Mitarbeitern.

Über zwanzig



Min utpat, sequate dolore faci

tet aute facilit iriure ex eriure

incil ullummo dolorer aestrud

cum quat. Ut at iure voloreet

doloreet wisl et. velesse magnisl

enit eu facin henis adit adiat ac-

dings Johannes Gutmann selbst: Mit seiner Lederhose, die untrennbar mit ihm verbunden ist, und seinen runden roten Brillen ist er eine einzigartige Erscheinung. Selbst wenn sich seine Kunden auf Bauernmärkten und Messen nicht an den Namen erinnern sollten, an den komischen Kauz erinnern sich alle. Sein Humor und seine Begeisterung für seine Produkte zaubern rasch ein Lächeln ins Gesicht von jedem, der mit ihm spricht. Wenn jemals einer für seine Produkte "gebrannt" hat, dann Johannes Gutmann.

# Teurer Fehler im jungen Unternehmen

"Ich habe nie darüber nachgedacht, was ich nicht kann, sondern immer nur, was ich noch machen könnte." Das zeichnet den erfolgreichen Unternehmer schließlich aus: Niemals am eigenen Erfolg zweifeln, und wenn jemand sagt, "das geht nicht", dann erst recht!

Neben der Bereitschaft mit allen Regeln zu brechen, die die Gesellschaft und die geltende betriebswirtschaftliche Meinung bieten, braucht es natürlich auch ein großes Stehvermögen, um mit einem solchen Unternehmen Erfolg haben zu können. Rückschläge und herbe Erfahrungen zeigen dem Jungunternehmer immer wieder, wie hart der Markt ist und wie viel schiefgehen kann. Gleich zu Beginn gerät er in einen finanziellen Engpass, weil falsches Verpackungsmaterial viel Geld kostet. Seine erste Steuerberaterrechnung hätte er nur mehr mit Kredit bezahlten können, erzählt der Unternehmer heute.

Letztlich hat Gutmann in Deutschland den Erfolg, der ihm zu Beginn in Österreich nicht gelingt. Sein Unternehmen wächst immer weiter und es gelingt ihm, richtig Fuß zu fassen. Bald kommen die Handelskonzerne, die ihn anfangs nicht einmal ignorierten, von selbst auf ihn zu und wollen seine Produkte in ihren Regalen stehen haben. Doch Gutmann winkt ab, er will sich in keine Abhängigkeit begeben. Heute braucht er die Konzerne nicht mehr, heute wollen die Konzerne ihn.

### Kräuter von 150 Biobauern

Sein Erfolg ist beispiellos. Nach 25 Jahren blickt Johannes Gutmann auf ein Unternehmen mit 245 Mitarbeitern und 25 Millionen EUR Umsatz. Er ist Marktführer in Österreich und auf Platz drei in Deutschland. Der Großteil, 75%, seiner Produkte, wird exportiert. Seine Kräuter werden

heute von 150 Biobauern in Österreich, Albanien, Rumänien und Bulgarien angebaut. Sein Vertriebsnetz hat er um ein Franchisesystem für Systemläden erweitert und so entstehen laufend neue Repräsentanzen von Sonnentor.

Doch dieser Erfolg hat den Unternehmer nicht von seinen Werten abweichen lassen. Gutmann hat sein Unternehmen gegründet, um den Menschen etwas Gutes zu bieten, und daran hat sich bis heute nichts geändert. Dies sieht man nicht nur in der immer professioneller gewordenen Qualitätssicherung der Produkte, sondern auch in sozialem Engagement, das früher noch nicht möglich war. "Der Kreislauf, das immer Wiederkehrende, das sich ständig erneuernde Leben ist unser Grundprinzip. Leben und leben lassen, das gegenseitige Anerkennen und die Wertschätzung für ein langfristiges Miteinander sind unerlässlich", sagt Gutmann heute so wie vor 25 Jahren.

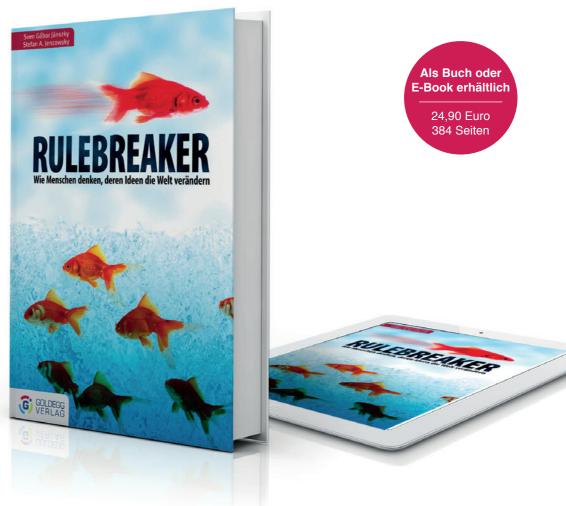
# Preisgekröntes Engagement

Sonnentor deckt heute seinen Energiebedarf zum Großteil mit Biomasse. Die meisten Verpackungsmaterialien werden in die Natur oder einer Wiederverwertung zugeführt. Erdwärmepumpen sorgen für die Lüftung der Büros und eine eigene Regenwasserzisterne liefert das Trinkwasser

Diese Engagement wird auch honoriert: Sonnentor erhielt mittlerweile den TRIGOS (Auszeichnung für besonders verantwortungsbewusste Unternehmen), den Nestor Gold, den Neuland Award von ecoplus International und den "Dr. Erwin Pröll"-Zukunftspreis. Das Unternehmen wurde als Austria's Leading Company ausgezeichnet und erhielt den Entrepreneur of the Year von Ernst & Young sowie den Österreichischen Klimaschutzpreis in der Kategorie 'Landwirtschaft und Gewerbe'.

# Mini-Gehalt für den Chef

Heute ist Johannes Gutmann zufrieden und kann sich keinen anderen Lebensweg vorstellen. Nach wie vor zahlt er sich ein Gehalt von 2.500 EUR aus – "Ich brauche nicht mehr" – und lebt für sein Unternehmen. Über zwanzig Konzerne haben ihm schon Übernahmeangebote gemacht, doch Gutmann lehnte immer ab. Sein Leben ist hier, im Waldviertel, bei seinen Bauern und seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Ein besonderer Weg – bis heute.



# Wie Menschen denken, deren Ideen die Welt verändern

Haben Sie sich schon einmal gefragt, was jene Menschen, die unsere Welt wirklich verändern, anders machen als Sie? Die Antwort lautet: Sie denken anders!

Die Autoren portraitieren in diesem Buch hochspannende Persönlichkeiten, die neue Märkte entdeckt, mit ihren Innovationen ganze Branchen an den Rand des Abgrunds gebracht und mit eigenen Händen unsere Welt nachhaltig verändert haben. So unterschiedlich ihre Geschichten und Charaktere auch sein mögen, sie alle kennen ein Erfolgsgeheimnis: Die Kunst des Regelbruchs! Sie suchen nach Regeln, die sie bewusst oder unbewusst aber immer mit Leidenschaft verletzen! Diese Menschen sind Rulebreaker.

## Erfahren Sie:

Wie ein Reeder den Kreuzfahrtmarkt neu erfindet!
Wie der deutsche Apothekermarkt aufgebrochen wurde!
Wie ein Banker seine Branche revolutioniert!
Wie ein Immobilienmakler gegen seine ganze Zunft aufsteht!
Wie der neue Markt des Social Business erobert wurde!



SVEN GÁBOR JÁNSZKY

Autor und Trendforscher

Sven Gábor Jánszky ist Trendforscher und leitet die Denkfabrik 2b AHEAD ThinkTank. Mit zahlreichen Trendanalysen zu den Lebens-, Arbeits- und Konsumwelten der Zukunft und Managementbüchern hat er sich zum Sprachrohr der Querdenker und Innovativen in der deutschen Wirtschaft entwickelt. Als Berater coacht Jánszky Manager und Unternehmen, führt und moderiert Kreativprozesse zu Produktentwicklung und Geschäftsmodellen der Zukunft. Er ist gefragter Interview-Experte in Deutschlands wichtigen Wirtschaftsmedien und häufig gebuchter Keynotespeaker auf Strategietagungen und Kongressen.

Folgen Sie Sven Gábor Jánszky in eine faszinierende Science-Fiction-Welt, in der Sie morgen schon leben könnten und entdecken Sie die innovativsten Trends, Geschäftsmodelle und Zukunftsrezepte.