

# Aus Überzeugung nachhaltig

Ökologisch und vernünftig leben? Das wollen viele und schaffen eher wenige.

Fünf Beispiele, wie Gründer ihre Ideen umsetzen und Unternehmer ihre Betriebe komplett umkrempeln

VON CATHERINE HOFFMANN UND JAKOB WETZEL

## Der Stromanbieter

Am Anfang wurden die drei Gründer belächelt. Es gab eine Menge Leute, die dachten: die Spinner schaffen es nie, erzählt Florian Henle, Gründer und Geschäftsführer von **Polarstern**. Seine Familie sagte: Mach was Sicheres, du willst bestimmt einmal eine Familie haben! Aber davon ließen sich Henle und seine Mitstreiter nicht beirren. Sie wollten mit Ökogas und nachhaltigem Strom etwas gegen den Klimawandel tun. In diesem Jahr feierte Polarstern sein zehnjähriges Firmenjubiläum, die Zahl der Mitarbeiter ist von drei auf 45 gewachsen. Das Unternehmen wurde 2011 nach der Reaktor-Katastrophe von Fukushima gegründet. Damals gab es zwar schon einige Unternehmen, die Ökogas anboten, aber paar manden, der Ökogas verkaufte, das zu 100 Prozent aus biogenen Abfall- und Reststoffen stammte. „Das machte schon keiner, die meisten mischen auch heute nur Biogas bei“, sagt Henle. „Es kommt heute mit Privatsendern mit bis zu 100 Prozent die Energiewende schaffen.“ Dabei muss man wissen, dass der Energieverbrauch in privaten Haushalten nur zu rund 20 Prozent auf Strom entfällt, 80 Prozent macht in unseren Breitengraden das Heizen aus. Mit Ökogas ist es also nicht genug. Und weil klimafreundlich auch das E-Auto zu einem großen Verbraucher wird, hat Polarstern vor ein paar Jahren spezielle Tarife für Besitzer von E-Autos auf den Markt gebracht. Inzwischen beliefert der Energieversorger auch Ionity mit grünem Strom, ein Joint Venture großer Automobilhersteller, das in Europa ein Netzwerk von Ladestationen aufbauen und betreiben will.

Die Wirtschaft wird aus dem künstlichen Komplex. Geschäfte haben geöffnet, Fußgängerzonen sind wieder belebt. Fast könnte man meinen, alles sei wie früher, wenn da nicht die Masken wären und eine gewisse Corona-bedingte Verunsicherung. Im Kopf sitzt eine elementare Erfahrung aus der Zeit des erzwungenen Lockdowns: Mit weniger Konsum lebt es sich recht gut. Monatelang war das Leben auf das Wesentliche reduziert, nur das Nötigste wurde gekauft. Das Kostüm wurde durch die Jogginghose ersetzt, die Dienstreise durch Videokonferenzen. Wer mehr verdient, als er für Wohnung und Essen braucht, kommt ins Grübeln: Braucht es all die Dinge, von denen man vor Corona noch glaubte, sie seien unverzichtbar?

Obwohl es gewiss so etwas wie nachholenden Konsum gibt, bewegt sich das Konsumniveau in Deutschland immer noch auf einem Niveau, das unterhalb des langjährigen Durchschnitts liegt. Zugleich zeigen Umfragen, dass Nachhaltigkeit für Verbraucherinnen und Verbraucher beim Einkauf immer wichtiger wird. Das ist das Ergebnis des Konsummonitors Nachhaltigkeit des Handelsverbands Deutschland (HDE). Vor allem bei Lebensmitteln und Mode legen demnach rund die Hälfte der Kunden Wert auf nachhaltige Produktion und Herkunft der Waren. Doch das Engagement hat Grenzen: Lediglich 19 Prozent sagen, dass sie mit Leichtigkeit auf ein Kleidungsstück verzichten, wenn es nicht nachhaltig ist. Es gibt also ein Spannungsfeld zwischen der eigenen Bequemlichkeit und dem Wunsch, ökologisch vernünftig zu handeln. Der erste Schritt zu nachhaltigerem Konsum ist es, sich diesen Konflikten und Abwägungsproblemen zu stellen. Wer es systematisch angehen will, fragt sich erst einmal: Brauche ich das oder kann ich es weglassen? Genügsamkeit hilft dem Planeten mehr als grüne Technologien und Geschäftsideen. Aber manchmal muss eben doch etwas Neues her. Zudem gibt es Dinge, auf die wir nicht verzichten können: Energie und Nahrungsmittel etwa. In diesem Fall kann man herkömmliche Produkte durch nachhaltige ersetzen: Strom und Wärme aus erneuerbaren Energien, fair produzierte Sportbekleidung, Brezen vom Bio-Bäcker kaufen. Die SZ stellt fünf Münchner Unternehmen vor, die sich zu nachhaltigem Wirtschaften verpflichtet haben.

Industriesemmeln könne man zum Teil zu Preisen kaufen, für die Mauerer seine Rohstoffe bezöge. Manche Kunden seien in der Vergangenheit abgesprungen, aber es kämen immer noch mehr dazu, sagt Wally Mauerer. „Wir sind kein Betrieb, der auf Biegen und Brechen mit dem Preis runtergeht, um Kunden zu bekommen.“ Und im Moment steige die Nachfrage stark an.

„Wir sind kein Betrieb, der auf Biegen und Brechen mit dem Preis runtergeht, um Kunden zu bekommen.“

„Ich ziehe ja so selten um, das hat gar keinen Impact.“

Die Öko-Bäckerei Mauerer hat sich auf Lieferbetrieb spezialisiert, zu den Kunden gehören Kitas und Schulen, Hotels und Krankenhäuser. Die derzeit etwa 50 Mitarbeiter, darunter Meister und Lehrlinge, backen jeden Tag 70 000 bis 100 000 Brote Semmeln, Brezen, Croissants und andere Backwaren. Und die Aussichten sind gut: Die grün-rote Rathaus-Koalition etwa hat 2020 im Koalitionsvertrag vereinbart, den Bio-Anteil des Essens in Kitas und Schulen bis 2025 auf 100 Prozent zu erhöhen. Die Bäckerei habe noch Kapazitäten, sagt Mauerer. „Wir können hochfahren!“

Die wiederverwendbaren Boxen, von denen Mund spricht, sind sein Geschäft: Seine Firma mit Sitz am Maximiliansplatz in München verleiht Umzugsboxen aus Kunststoff. Sie heißen wie die Firma „Turtlexbox“, sie sind grün, und vorne prangt die namensgebende Schildkröte. Die Firma ist seit 2013 im Geschäft, damals gewann sie mit der Idee den Umweltpreis der Stadt München. Sie hätten hier mit 2000 Kisten angefangen, sagt Mund. Mittlerweile gibt es die Kisten auch in Hamburg und Hannover, in Berlin und Bremen, in Essen, Köln, Frankfurt, Stuttgart und anderen Städten sowie in Baumärkten. In der Heimat München läuft ein Pilotprojekt mit den Stadtwerken für deren interne Umzüge.

Die Idee zu alldem sei ihm 2011 bei einem Umzug gekommen, erzählt Mund. Er habe sich damals von einem Freund Plastiktisten aussuchen und gemerkt: Die waren ungemein praktisch. Auch seine Umzugs helfer hätten instinktiv zuerst die Plastiktisten genommen, erst dann Bananenkartons und Kartons. Er dachte nach. Extra Plastiktisten kaufen mache weder wirtschaftlich noch für die Umwelt Sinn. Aber wieso könne man sich solche Boxen nicht ausleihen? Wie merkwürdig, dass es so ein System noch nicht gab.

Mund arbeitete damals im Immobilien-Investment-Bereich, aber die Idee ließ ihn nicht mehr los. 2013 entstand „Turtlexbox“. Schildkröten seien langlebig und verkörpern Nachhaltigkeit, sagt Mund. „Und was noch hinzu kommt: Sie hat einen stabilen Panzer und zieht quasi die ganze Zeit um, mit ihrem Haus.“

„Ich ziehe ja so selten um, das hat gar keinen Impact.“

„Könnte man meinen – aber bei 300 000 Umzügen im Jahr kann sich was ändern.“

Doch können Plastikboxen wirklich nachhaltig sein? Ein Teil der Kisten bestehe aus Recycling-Kunststoff, sagt Mund. Und die Gesamtrechnung ähneln derjenigen bei Elektroautos. Bei der Herstellung wird erst einmal mehr CO<sub>2</sub> ausgestoßen als bei der Pappkisten; 8,8 Kilogramm mehr es pro Box, sagt Mund. Ein Karton könne dagegen auf 1,2 Kilogramm. Doch je öfter eine Box wiederverwendet werde, desto besser werde ihre Bilanz. Die Schwelle, ab der die Boxen klimafreundlich werden als Pappkartons, lässt sich nur schätzen. Angenommen, ein Pappkarton lasse sich im Schnitt drei Mal wiederverwenden: Dann müsse eine Turtlexbox mindestens 20 Mal genutzt werden, um am Ende klimafreundlicher zu sein, sagt Mund. Die Kisten seien stabil, wiederverwendbar, könnten sie mehr als 200 Mal kaputt gegangen seien immer binner kaum weggeworfen werden, verleiht die Firma die Kisten wochenweise. Wer trödelt, zahlt drauf. Wer die Kisten nicht zurückbringt, bezahlt so Euro. Doch nicht alle Boxen pünktlich zurückbringt, kommt bei einem Wochenpreis von etwa 1,25 Euro pro Box sogar günstiger weg als mit neuen Pappkartons.



Oliver Mund, Geschäftsführer von Turtlexbox, verleiht wiederverwendbare, zusammenklappbare Umzugskisten. FOTO: CATHERINA HESS



Wally Mauerer (rechts) und Matthias Kamrau mit ihren Semmeln und Brezen. Die Öko-Bäckerei Mauerer backt nachhaltig. FOTO: ALESSANDRA SCHELLINGER



Florian Henle (rechts) und Simon Stadler vom Stromanbieter Polarstern setzen auf wirklich grünen Strom und reines Ökogas. FOTO: FLORIAN PELJAK



Christian Schneiderbauer, Geschäftsführer von Ortovox, nutzt die Wolle von Schweizer Schafen als Isolationsmaterial für Jacken. FOTO: CATHERINA HESS

„Wir merken, dass gerade bei Firmen die Nachfrage nach grüner Energie anzieht. Die wollen nicht nur ein Alibi-Produkt.“

Polarstern hat heute Kunden im „mittleren fünfstelligen Bereich“, wie Henle sagt, vom Mieter eines Ein-Zimmer-Apartments bis zum Geschäftskunden aus der Industrie. „Wir merken, dass gerade bei Unternehmen die Nachfrage nach grüner Energie anzieht“, sagt Henle. „Die wollen nicht nur ein Alibi-Produkt für das Marketing, die nicht nur auf Ökostrom setzen, sondern auch ökologisch heizen wollen, haben es allerdings schwer: In München gibt es viele Zentralheizungen, der Vermieter entscheidet, wie geheizt wird. Wechseln kann man nur, wer eine Gasheizung hat. Dabei gilt: Gute Energie muss nicht kostspielig sein. Strom von Polarstern ist im Durchschnitt zwei Prozent günstiger als die lokalen Grundversorgungspreise, Gas drei bis fünf Prozent teurer.“

Aber kann die Energiewende gelingen, wenn sie individuellen Entscheidungen überlassen wird? „Es braucht jeden Einzelnen“, sagt Henle diplomatisch, „und es braucht staatliche Anreize.“

## Der Textilhersteller

Christian Schneiderbauer nennt sich einen „Trieblieb“, angetrieben von der Motivation, Menschen und Berge zu schützen. Schon mit der Gründung von **Ortovox** 1980 war klar, dass Nachhaltigkeit eine große Rolle für das Unternehmen spielen würde, „obwohl man in den Achtzigerjahren noch nicht von Nachhaltigkeit gesprochen

immer einen Eingriff in die Natur und Ressourcenverbrauch“, sagt der Unternehmer. Verbrauchern, die nachhaltig konsumieren wollen, empfiehlt er, sich erst einmal zu fragen: Brauche ich das wirklich? Hilft die Antwort ja, sollte man sich Zeit nehmen für die Suche nach einem guten Produkt, aufs Herkunftsland achten, nach unabhängigen Labels und Zertifikaten gucken, herausfinden, wie die Firma tickt.

Ortovox zum Beispiel ist Mitglied im Bündnis für nachhaltige Textilien sowie der Fair Wear Foundation, die sich um ethische Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie bemüht. Bei der Bekleidung für Bergsteiger hat Ortovox von Anfang an auf Wolle gesetzt, „weil Wolle das funktionale Material für Menschen ist, die draußen unterwegs sind“, wie Schneiderbauer sagt. Um sicherzugehen, dass die Schafe gut behandelt werden, arbeitet er mit ausgewählten Bauern zusammen. Es war nicht leicht, sie zu finden und von seinem eigens entwickelten Wollstandard zu überzeugen, der Tierschutz, nachhaltige Landwirtschaft sowie Schlachtung und Transport umfasst. Mehr als 60 Indikatoren werden durch zertifizierte, unabhängige Prüfer auf den Farmen kontrolliert.

Der Aufwand hat seinen Preis: Ein T-Shirt aus Merinowolle kostet 80 Euro. Das kann und mag sich nicht jeder leisten. „Ich kann jenen verstehen, der lieber ein einfaches Baumwoll-T-Shirt für zehn Euro kauft“, sagt Schneiderbauer. „Allerdings muss jedem bewusst sein, dass ein Shirt für zehn Euro nicht sauber sein kann.“ Der Preis spiegelt nicht die wahren Kosten wider, müsse Arbeitsbedingungen und Umweltverschmutzung spielen keine Rolle. „Schlechte Produkte, die Mensch und Natur ausnutzen, müssten teurer sein“, findet Schneiderbauer, der sich eine strengere Regulierung wünscht. Einstweilen müsse jeder selbst überlegen, ob er erbärmliche Produktionsbedingungen unterstützen wolle oder nicht. „Es ist nicht leicht, was jede einzelne Verbraucherin und jeder Verbraucher macht. Jede kleine Handlung trägt

zum Erfolg bei“, sagt er. „Das ist nicht Esoterik, sondern Quantenphysik.“

## Die App

Ob sie mit ihrer Firma bereits Geld verdienen? Soweit sei es noch nicht, sagt Matthias Herbert und Tobias Frech, die zwei Gründer, Geschäftsführer und, wenn man von einem Sonderprojekt absieht, einsteinstellen auch einzigen Mitarbeiter von **bezozo**. Ihr Produkt ist eine App, mit der Menschen ihren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck im Verkehr senken können, nicht nur bei Flugreisen, sondern im Alltag, und zwar automatisch. Das Programm erkennt an der Bewegung des Mobiltelefons, wie sich einer fortbewegt: per Tram oder U-Bahn, mit dem Auto oder Roller, mit dem Rad oder zu Fuß. Je klimaschädlicher eine Fahrt, desto mehr Guthaben fließt in ein Waldschutzprojekt in Brasilien. Wer sich dagegen klimafreundlich fortbewegt, erhält ein Lob.

Die App ging 2019 online, vorerst nur für iPhones. Anfangs seien sie rasch gewachsen, sagt Herbert. Auf einer Fridays-for-Future-Demonstration verteilten sie Flyer. „Da hatten wir auch kritisches Publikum. Die sagen: Ich habe kein Auto. Oder: So viel Papier, muss das sein?“ Trotzdem hätten bald fast 1000 Nutzer die App installiert. Und bei jedem Kauf von Guthaben fließt ein Prozentsatz an bezozo. Aber dann kam die Pandemie. Der Klimawandel rückte in den Hintergrund, und wer interessierte sich für Fahrten, wenn er zu Hause hockt, bezogen misse, fragt Frech.

bezozo trägt bislang immerhin die Kosten des Servers. Um Geld zu verdienen, arbeiten die beiden Informatiker nebeneinander. Die App sei aber sowieso nicht einfach nur eine Geschäftsidee, sagt Frech. „Ziel ist nicht, möglichst viel Geld zu verdienen, sondern das Klimaproblem zu lösen.“ Ginge es ums Geld, müssten sie die Nutzer ja animieren, möglichst viel mit dem Auto zu fahren. Ziel sei es auch nicht, Daten zu sammeln, sagt er: Wer wohin fährt, wüssten sie nicht, sondern nur, welche anonyme ID

sich sie fortbewegt. Die beiden denken wirtschaftlich in andere Richtungen: Sie hätten mit Supermärkten gesprochen, ob diese klimafreundliche Fahrten mit Rabatten fördern wollten. Doch in der Pandemie hatten Supermärkte andere Themen.

Neben der Kompensation sei die App auch ein Versuch, den Menschen die Folgen ihres Verhaltens fürs Klima vor Augen zu führen. Frech spricht vom Herdplatten-Gefühl. „Wenn ich auf eine Herdplatte fasse, tut es sofort weh. Wenn ich mit dem Auto fahre, nicht.“ Um alles möglichst verständlich zu machen, haben Frech und Herbert „Baumjahre“ als Währung erfunden. Um mit dem Auto von München zum Ferginasee und zurück zu fahren, müsse ein Baum zum Beispiel ein halbes Jahr wachsen, sagt Frech. Zehn Baumjahre kosten bei bezozo derzeit fünf Euro, hundert 25. Dazu pflanzt bezozo dann einen Baum.

Zuletzt, in der Corona-Stagnation, hätten sie parallel noch ein zweites Projekt gestartet, erzählt Herbert. „Da fuhr ja kein Auto, aber alle haben online geschopt.“ Ihr Programm heiße „Freetree.io“ und nutze aus, dass Online-Läden Provisionen zahlen, wenn Käufer auf Empfehlung einer anderen Seite kommen. „Freetree.io“ schalte sich dazwischen und pflanze mit den Provisionen Bäume, sagt Herbert. Kosten für die Käufer entstehen dabei keine.

## Die Bäckerei

Den Anstoß habe ein Großkunde gegeben, erzählt Wally Mauerer. Der frage nach, ob die **Bäckerei Mauerer** ihre Semmeln und Brote, ihre Brezen und Krupfen nicht auch ökologisch herstellen könne. Das war während des Bio-Booms in den Neunzigerjahren. Und für den Betrieb sei daraus eine Grundhaltung geworden. Zu Bio-Produkten und auch zum Klimaschutz.

Die Öko-Bäckerei Mauerer mit Sitz an der Kirschtstraße in Allach gibt es seit 1936. Wally Mauerer leitet die Firma in vierter Generation. Was die Umstellung bedeutete, kann Matthias Kamrau erzählen, einer der Mit-Geschäftsführer. Er sei seit 25 Jahren im Betrieb, sagt er: Anfangs habe er als Konditor gearbeitet, später als Produktionsleiter. Die Umstellung beginne mit dem Einkauf von biologisch und regional erzeugten Rohstoffen. Das Backen selbst sei weniger maschinell als in der Industrie, man setze auf mehr Handarbeit, verzichte auf chemische Zusatzstoffe und gebe dem Teig mehr Zeit; Kamrau spricht von „Langzeitführung“, die Sorge für besseren Geschmack und bessere Verträglichkeit und erlaube es noch dazu dem Großteil der Mitarbeiter, tagtäglich zu arbeiten und nachts zu schlafen.

Doch die Umstellung höre mit dem Backen nicht auf, sagt Kamrau – und sie ist auch noch nicht abgeschlossen; die Ofen der Bäckerei zum Beispiel laufen noch mit Gas. Viele weitere Schritte sei man schon gegangen. 2016 etwa hat die Bäckerei eine Photovoltaik-Anlage auf dem Dach installiert; im gleichen Jahr begann sie, den Fuhrpark auf Elektroautos umzustellen. 2018 hat sie drei große Rolltore ausgetauscht, um die Halle besser zu isolieren. Die Liste ließe sich fortsetzen. Es gebe immer neue Punkte, an denen man nachbessern könne, sagt Kamrau. „Die Summe macht’s.“ Die Umstellung bedeutete umgekehrt auch höhere Kosten. Ökologische, regionale Rohstoffe kosteten bis zum Dreifachen des Herkömmlichen, sagt Kamrau. Fertige

„Ein Shirt für zehn Euro kann nicht sauber sein. Produkte, die Mensch und Natur ausnutzen, müssten teurer sein.“

„Könnte man meinen – aber bei 300 000 Umzügen im Jahr kann sich was ändern.“