

Friedrich Schill aus Südbaden, Taifun-Landwirt der ersten Stunde, hat Besuch von einem Taifun-Mitarbeiter.



Die Saat geht auf

Lebensmittelbranche

Taifun Tofu GmbH

rund 270 Mitarbeitende

30 % Frauenanteil

8 Auszubildende

42 Jahre Altersdurchschnitt

38,4 Mio. € Umsatz

www.taifun-tofu.de

1986 tat sich in einem Freiburger Keller Geheimnisvolles. Wolfgang Heck und Klaus Kempff versuchten, Tofu zu produzieren. Sie nahmen Sojabohnen, wässerten sie in einem großen Topf über Stunden, vermahlten sie mit Wasser, kochten das Gemisch im Dampfkochtopf auf und siebten die Faserstoffe heraus – so entstand eine eiweißreiche Flüssigkeit, die „Sojamilch“. Diese versetzten sie mit Gerinnungsmitteln, wodurch die „Sojamilch“ ausflockte. Es entstand Molke und der hochwertige Tofubruch. Dieser wurde schließlich in feste Blöcke gepresst, und der Tofu war fertig. Als nach vielem Experimentieren so endlich – nach Wochen – alles passte, schafften sie es, zunächst 4 kg Tofu in der Woche zu produzieren, den sie frisch auf dem Freiburger Wochenmarkt verkauften.

Zwei junge Männer taten sich da zusammen, um ihr „eigenes Ding“ zu machen. Sie gründeten ein Unternehmen, das sich auf die Herstellung von Tofu konzentriert, ein eiweißreiches Produkt aus der Sojabohne, das seit Jahrhunderten in Asien bekannt ist. Die Marke Taifun war geboren. Kern der Idee war und ist es, einen positiven Beitrag zur Welternährung zu leisten, der schon ein Jahrzehnt früher durch den Bericht des Club of Rome über die Grenzen des Wachstums thematisiert wurde und heute aktueller ist denn je. Als eiweißreiche Nahrung direkt aus der Sojapflanze leistet Tofu einen wichtigen Beitrag zur Welternährung. Viel aufwändiger ist es, Soja als Tierfutter zu verwenden, um Fleisch zu erzeugen. Der CO₂-Fußabdruck ist bei der Fleischproduktion etwa zwanzigmal so hoch.

Anfang 1987 eröffnete die neue Markthalle und Wolfgang Heck verkaufte dort seinen Tofu und übernahm die Verantwortung für den Dauer-Verkaufsstand. Zugleich wurde ein größerer Raum für die Tofuproduktion angemietet. Bald darauf entstanden die ersten vakuumverpackten Produkte. Ein entscheidender Fortschritt, denn jetzt konnte Taifun Tofu in den Naturkostfachhandel eingeführt werden. Bio war er von Anfang an. Bis 1990 wuchs die wöchentliche Produktion auf 500 Kilogramm, und Taifun Tofu bezog Produktionsräume im Industriegebiet Freiburg-Nord.

Taifun erweitert sein Führungsteam und sein Angebot

Den aktuellen Taifun-Geschäftsführer Alfons Graf reizte neben der innovativen Produktidee das vom Unternehmersgründer Wolfgang Heck intendierte Anliegen, eine andere Art des Zusammenarbeitens umzusetzen. Die Maximierung des Umsatzes sollte nicht im Vordergrund stehen, vielmehr der Aufbau einer Arbeitskultur und Unternehmensorganisation, die auf die Mitarbeiter ausgerichtet sein sollte.

Alfons Graf fing 1995 als Leiter der Qualitätssicherung und Produktentwicklung bei Taifun an. Damals gab es neben Naturtofu schon einzelne Artikel wie Tofuwürstchen, Räuchertofu und Tofu-Bratlinge, bei denen der fast neutrale Geschmack des Naturtofu durch Gewürze und weitere Zutaten aus kontrolliert biologischem Anbau in verschiedene Richtungen bereichert wurde. Die Räucher-Technologie, ein Verfahren zur Geschmackserweiterung, das Taifun bis dahin noch als externe Dienstleistung bezogen hatte, wurde von Alfons Graf im eigenen Hause nach den Qualitätsansprüchen von Taifun realisiert.



Wolfgang Heck in der Freiburger Markthalle

„Wir haben es uns zur Aufgabe gemacht, Tofu mit seinem östlichen Gesicht in die westliche Welt zu ‚übersetzen‘. ... Es ist ein ständiges Lernen, um die ‚Idee des Tofu‘ zu begreifen. Wir tun das auf eine zeitgemäße Weise und sind mutig, ihn auf vielfältige Art zu kombinieren, ohne das Wesen des Tofu zu verändern.“

www.taifun-tofu.de

Wie der Kooperationsgeist in die Flasche kam



Lebensmittelbranche

Randegger Ottilien-Quelle GmbH
Gottmadingen-Randegg

22 Mitarbeiter*innen
20,5 Vollzeitäquivalente
keine Saison- oder Zeitarbeitende
19 Jahre durchschnittliche Betriebszugehörigkeit
www.randegger.de

Ins Tun kommen

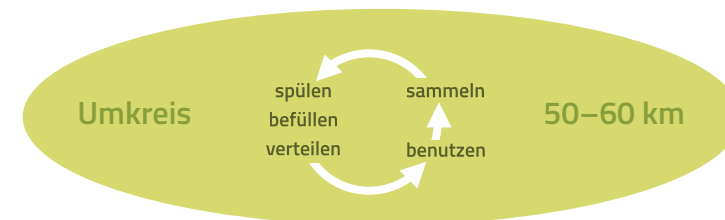
Am frühen Morgen zwischen fünf und sechs läuft Clemens Fleischmann immer die gleiche Strecke. Er joggt zehn Kilometer für seinen Sohn und für seine Leistungsfähigkeit. Was ihn dabei „fertig macht“: der viele Plastikmüll, der überall herumliegt. Eines Tages beschließt er, sich nicht mehr darüber aufzuregen, dass so viel weggeworfen wird und am nächsten Tag noch einmal daran zu verzweifeln, dass der Müll noch immer dort liegt. Er sammelt ihn jetzt auf. Nicht nur auf seiner Joggingstrecke, sondern überall, wo er hinkommt, auch im Urlaub. Aber jeden Tag liegt neues Plastik auf seinem Weg. Es zerfällt und kommt in den Boden, ins Wasser, in die Luft. Wir essen und trinken es. Es schadet der Umwelt und unserer Gesundheit.

Was ihn positiv stimmt: Es gibt immer mehr Initiativen, die sich gegen die Plastikflut engagieren, wie z.B. das *Bodensee clean up*, das jedes Jahr stattfindet. Für diese jährliche Veranstaltung zur Reinhaltung des Bodensees, sammelten 2019 über achthundert Teilnehmer:innen aus drei verschiedenen Ländern 10.415 Liter Müll von den Ufern des Bodensees. Sie bekamen Gratisgetränke von der Randegger Ottilien-Quelle. Deren Mitinhaber und kaufmännischer Geschäftsführer in vierter Generation ist: Clemens Fleischmann.

Auch in seinem Unternehmen achtet er auf einen sparsamen Umgang mit Plastik, oder er vermeidet es ganz. Für seinen Nachhaltigkeits-einsatz bekam Randegger Ottilien-Quelle 2006 den Aesculap-Umweltpreis für Umwelt und Klimaschutz – da war gerade eine Pelletsanlage installiert worden, die warmes Wasser für die Flaschenwaschmaschine produziert. Später wurde sie durch eine Photovoltaik-Anlage ergänzt. Für dieses Engagement gab es noch weitere Preise: 2006 den Agenda Preis der Stadt Singen, 2017 den Ethikpreis der Ethik Society, nicht nur für den Schutz der Umwelt, sondern auch für soziales und kulturelles Engagement im Bereich Jugend und Musik.

Die Freiheit, nicht wachsen zu müssen

Doch das Unternehmen Randegger Ottilien-Quelle tut noch mehr: Es hat den Mut zu wirklich ungewöhnlichen Entscheidungen. Es setzt ganz bewusst nicht auf Wachstum. Obwohl Anfragen aus ganz Deutschland vorliegen, werden ausschließlich Kund*innen im Umkreis von fünfzig bis sechzig Kilometer beliefert. Das stärkt nicht nur die regionalen Wirtschaftskreisläufe, es werden dadurch auch wertvolle Ressourcen und CO₂ eingespart. Vor allem wegen des Gewichts wird ja die Ökobilanz von Glasflaschen bei längeren Transportstrecken immer schlechter – und auch die Kundenbetreuer*innen müssen auf diese Weise nur kleine Strecken zurücklegen. Selbst Anfragen aus Stuttgart wurden konsequent abgewiesen. Randegger produziert zu hundert Prozent klimaneutral, und dabei soll es auch bleiben.



1892 kaufte die Familie Fleischmann die Ottilien-Quelle. Schon damals wurde die Glasflasche verwendet. 1995 wurde durch eine zusätzliche Bohrung die Wasserkapazität auf 561.600 l pro Tag erweitert. Es werden alkoholfreie Erfrischungsgetränke wie Mineralwasser, Fruchtsaftgetränke, Limonaden und Schorlen hergestellt.

Der regionale Wirtschaftskreislauf als zentraler Baustein für eine ressourcenschonende und klimaneutrale Produktion

Mit Holz die Wolken kratzen



Holzindustrie/Bauindustrie
(Holzbau)

WIEHAG GmbH

373 Mitarbeitende
aus zehn Nationen
25 Auszubildende
82,8 Mio. € Umsatz

www.wiehag.com

„Ich sah die Begeisterung in den Augen meines Vaters, und da sprang der Funke über“, erzählt Erich Wiesner, 62, Geschäftsführer und Eigentümer von Wiehag. Er erinnert sich noch genau daran, wie er 1966 als achtjähriger Bub im Rohbau der Klagenfurter Messehalle stand, nach oben blickte und die beeindruckende Dachkonstruktion aus Holz sah: fast 100 Meter freie Spannweite, eine einzigartige Pionierleistung seines Vaters. Dessen Euphorie war so spürbar für den kleinen Jungen, dass sie die Ahnung von etwas Großem bei ihm auslöste. Es war der Moment, in dem das Feuer vom Vater an den Sohn weitergegeben wurde.

Zwanzig Jahre und ein Jus- und BWL-Studium später kehrte er nach Hause zurück und stieg als ältester Sohn von fünf Kindern in fünfter Generation in den Familienbetrieb ein. Sein Vater gab aus gesundheitlichen Gründen die Geschäftsführung ab. Das Feuer von damals brannte mehr denn je in Erich Wiesner und nährte seine Berufung: Auf Holz als nachhaltigen Baustoff zu setzen und den Holzbau in Europa voranzutreiben.

Lobbying für die ganze Branche

In den 1990er-Jahren wurde die österreichische (und europäische) Bauwirtschaft dominiert von den konventionellen Materialien Stahl und Beton. Erich Wiesner sah sich der großen Herausforderung gegenüber, eine ganze Branche zu verändern, die keine Leitbetriebe hatte, sondern aus kleinen und mittelständischen Holzbaufirmen bestand. Er erkannte, dass das nur durch eine unternehmensübergreifende Zusammenarbeit möglich war. So wurde er 1995 Obmann des Fachverbandes der Holzindustrie Österreichs und setzte gemeinsam mit seinen Kollegen auf die strategischen Säulen Bildung, Forschung, Normung und Marketing. Es folgte eine lange, kontinuierliche Entwicklung: der erste Lehrstuhl für Holzbau an der Technischen Universität in Graz (weitere Lehrstühle in Innsbruck und Wien folgten), die Errichtung einer eigenen Höheren Technischen Lehranstalt und Fachhochschule für Holzbau in Kuchl, intensive Aktivitäten am international wegweisenden österreichischen Holzforschungs-Institut und kooperatives Marketing im Rahmen von „pro Holz Austria“.



Erich Wiesner, Geschäftsführer und Eigentümer von Wiehag

„Die Bauwirtschaft trägt eine hohe Verantwortung für unsere Gesellschaft: Sie zählt derzeit zu den ressourcenintensivsten Wirtschaftszweigen und prägt gleichzeitig Landschaften, Kultur und Menschen über lange Zeiträume. Wir wollen an der Gestaltung von gesunden, ästhetischen und inspirierenden Bauwerken mitwirken und mit unserer Holzbauprozesskompetenz Teil der Wende hin zu einer material- und energieeffizienten Bauweise sein. Als regional verwurzeltes Familienunternehmen mit 170 Jahren Geschichte beweisen wir, dass es möglich ist, ökologisch und sozial zu handeln und ökonomisch erfolgreich zu sein.“