

# Antrag und Ersatzantrag an die a.o. Generalversammlung der Allgemeinen Anthroposophischen Gesellschaft zu Weleda

## Antrag

Die a.o. Generalversammlung der Allgemeinen Anthroposophischen Gesellschaft (AAG) möge dem folgenden Richtungsentscheid zustimmen und ihn als Grundlage weiterer Diskussionen empfehlen:

1. Die Aktien der Weleda AG verbleiben bei der AAG.
2. Die Vertreter der AAG in die Generalversammlung der Weleda AG werden von der Generalversammlung der AAG ernannt und sind dieser rechenschaftspflichtig.
3. Ihre Hauptaufgabe ist es, darauf hinzuwirken, dass die Weleda AG nach den Prinzipien der Dreigliederung geführt wird und signifikante Erträge für die AAG erwirtschaftet.

Falls diesem Antrag nicht zugestimmt wird, wird folgender Ersatzantrag gestellt:

## Ersatzantrag

Die a.o. Generalversammlung der AAG möge dem folgenden Richtungsentscheid zustimmen und ihn als Grundlage weiterer Diskussionen empfehlen:

1. Die Aktien der Weleda AG verbleiben bei der AAG.
2. Die Vertreter der AAG in die Generalversammlung der Weleda AG wirken darauf hin, dass die Weleda AG nach den Prinzipien der Dreigliederung geführt wird und signifikante Erträge für die AAG erwirtschaftet. Sie legen über ihre diesbezügliche Tätigkeit gesellschaftsintern Rechenschaft ab.

## Begründung des Antrages

Die bisherigen, von den Vertreter der AAG in der Generalversammlung der Weleda AG ernannten, Mitglieder des Verwaltungsrats der Weleda AG haben in den letzten 30 Jahren weder eine Geschäftsführung installieren können, die das unternehmerische Potential des Unternehmens auch nur ansatzweise entfalten konnte, noch eine Unternehmensführung nach den Prinzipien der Dreigliederung sicherstellen können. Stattdessen herrschen antiquierte Vertriebsstrukturen nach kapitalistischen Gesichtspunkten mit kurzfristigem Denkhorizont. Dies bestätigt, dass ein durch Kooption (Prinzip des Geisteslebens) gebildetes Gremium wie der Vorstand der AAG oder auch die Landesvorstände, welches durch kurzfristige, nicht unternehmensstrategische Gesichtspunkte beeinflusst werden kann, für die Steuerung eines Wirtschaftsunternehmens nicht geeignet ist. Der durch diese schlechte Unternehmensführung begründete Verkauf von Partizipationsscheinen war eine „Erbsünde“, die es wieder zu heilen gilt – ohne ihn wäre die geführte Diskussion überflüssig.

Die Generalversammlung der AAG als höchstes Organ der Gesellschaft ist das inhaltlich einzig legitimierte Organ zur Ernennung der Vertreter der AAG in der Generalversammlung der Weleda AG und zur Entgegennahme von Rechenschaftsberichten über die Unternehmensentwicklung.

## Zweiter Teil der Begründung des Antrages, Begründung des Ersatzantrages

Grundlage anthroposophischen Wirtschaftens ist die Dreigliederung. Diese muss Basis aller wirtschaftlichen Beteiligungen der AAG sein, insbesondere der Weleda AG.

Eine **Unternehmensführung nach den Prinzipien der Dreigliederung** beinhaltet vor allem zwei Elemente:

1. Erwirtschaftete Gewinne müssen wieder zu dem geistigen Ursprung des Unternehmens zurückfließen.
2. Das Unternehmen muss eine Assoziation mit allen Beteiligten bilden.

**Zu 1.:** Insbesondere die Weleda AG wird weltweit als „das“ anthroposophische Unternehmen wahrgenommen, agiert aber unternehmerisch mit kurzfristigen kapitalistischen Entscheidungen. Dies schadet nicht nur der Weleda AG selbst, sondern auch dem weltweiten Ruf der anthroposophisch-dreigliederten ethischen Unternehmensführung.

Ethische Unternehmensführung bedeutet z.B. auch festzulegen, mit welchen Produkten Gewinne erzielt werden dürfen. Beispielsweise Gewinne mit der Heilung von Krankheiten zu erzielen, ist unethisch, deshalb muss die Medikamentensparte der Weleda AG kostendeckend, aber nicht gewinnerzielend arbeiten. Ob die Kostendeckung auch bedeutet, dass durch die Medikamenten-Sparte die Schulung der Anwender und die Förderung der anthroposophischen Medizin finanziert wird, oder ob hier eine dauerhafte Quersubventionierung durch die Gewinne der Kosmetik-Sparte nötig ist, muss geprüft werden.

**In der Kosmetik-Sparte der Weleda AG können Gewinne ohne ethische Bedenken erzielt werden.** In welche Sparte Kinderpflegeprodukte gehören, ist zu diskutieren.

Gewinnerzielung ist ein zentraler Aspekt der Unternehmensführung auch in der Dreigliederung, aber nicht zur Vermehrung des eingesetzten Kapitals, sondern zur Förderung des geistigen Ursprungs des Unternehmens. Die Weleda AG muss zu einem modernen „**Verantwortungseigentum**“ oder „Zweck-Eigentum“ (englisch: Purpose Economy) werden, wobei die Verantwortung von den Mitgliedern der AAG getragen und die Zweckbindung von ihnen überwacht wird. (siehe [www.purpose-economy.org](http://www.purpose-economy.org)). Dazu ist eine Rückführung der ausgegebenen Partizipationsscheine alternativlos.

**Der Unternehmenszweck (Purpose) der Medizin-Sparte** der Weleda AG ist die Herstellung, Weiterentwicklung und Erforschung anthroposophischer Medikamente, die Schulung der Anwender und die Förderung der anthroposophischen Medizin.

**Der Unternehmenszweck (Purpose) der Kosmetik-Sparte** der Weleda AG wurde von Rudolf Steiner festgelegt. Er ist:

- a) Als Botschafter der Anthroposophie zu dienen und
- b) Geld für die Anthroposophie im Allgemeinen zu verdienen.

**Zu 2.:** In der Medikamenten-Sparte der Weleda AG ist die Zusammenarbeit mit den anthroposophischen Therapeuten und ihr Einfluss auf die Entscheidungsprozesse signifikant zu verstärken.

In der Kosmetik-Sparte gibt es eine Zusammenarbeit mit den Lieferanten, aber nicht mit den Kunden, da fast ausschließlich der Großhandel beliefert wird. Der fehlende Kundenkontakt führt dazu, dass der erste Unternehmenszweck, als Botschafter der Anthroposophie zu dienen, nicht erreichen wird. Alle dahingehenden Bemühungen (z.B. eine Kundenzeitschrift etc.) fristen ein Nischendasein.

Dies fehlende Rückmeldung der Kosmetik-Kunden führte u.a. dazu, dass die Weleda AG mindestens zwei wichtige Trends bzw. Entwicklungen verschlafen hat, die bei engem Kundenkontakt wahrgenommen worden wären. Dies ist ein Grund, dass auch der zweite Unternehmenszweck, Geld für die Anthroposophie in signifikantem Umfang zu verdienen, verfehlt wird.

- a) Die Entwicklung sog. „Frischekosmetik“, ohne Konservierungsstoffe hergestellte Kosmetika, die eine kurze Haltbarkeitsspanne hat, auf Bestellung bzw. im Abonnement hergestellt und direkt an den Kunden geliefert wird. Dies war früher aus logistischen Gründen unmöglich, deshalb werden auch bei Weleda-Kosmetika herkömmliche Konservierungsstoffe verwendet. Ein aus dem Kundenbedürfnis nach konservierungsstoff-freier Kosmetik hervorgegangenes Unternehmen ist z.B. Ringana ([www.ringana.com](http://www.ringana.com))
- b) Die Entwicklung einer auf „südliche“ Hauttypen abgestimmten Kosmetik. Menschen asiatischer oder afrikanischer Herkunft haben ein anderes Hautbild als Europäer. Sie benötigen eine ihnen angepasste Kosmetik (weniger Öle etc.). Deshalb ist der Erfolg der Weleda AG in asiatischen und afrikanischen Regionen auch marginal, abgesehen davon werden sie vernachlässigt, so dass die Weleda AG heute in den wenig von der Rezession betroffenen Regionen nicht oder nur marginal vertreten ist.

Aus logistischen Gründen war früher ein direkter Verkauf an Endkunden schwierig bis unmöglich, ist aber heute selbstverständlich und auch finanziell wesentlich ertragreicher, da die Gewinne größtenteils im Handel erzielt werden. Die Weleda AG hat diese Entwicklung verschlafen.

**Fazit:** Die Struktur der Weleda AG muss so angepasst werden, dass Assoziation und intensive Kommunikation mit den Kunden als zentrales Unternehmensziel wahrgenommen werden. Die Weleda AG hat hier viel zu bieten, Kunden werden mit Treue und guten Umsätzen danken.

Unternehmen, die nach diesen Grundsätzen der Dreigliederung arbeiten, sind langfristig erfolgreicher, ertragreicher und „moderner“ als Unternehmen, die nach dem kurzfristigen Denken kapitalistischer Betriebswirtschaftslehre geführt werden.

**Antragsteller:**

Dietmar Ferger, Lörrach. Email: [info@dietmarferger.de](mailto:info@dietmarferger.de)

Siehe auch: [www.weledablog.blogspot.com](http://www.weledablog.blogspot.com)

Lörrach, den 13.1.2022