



# **Aktive Mitgliederförderung**

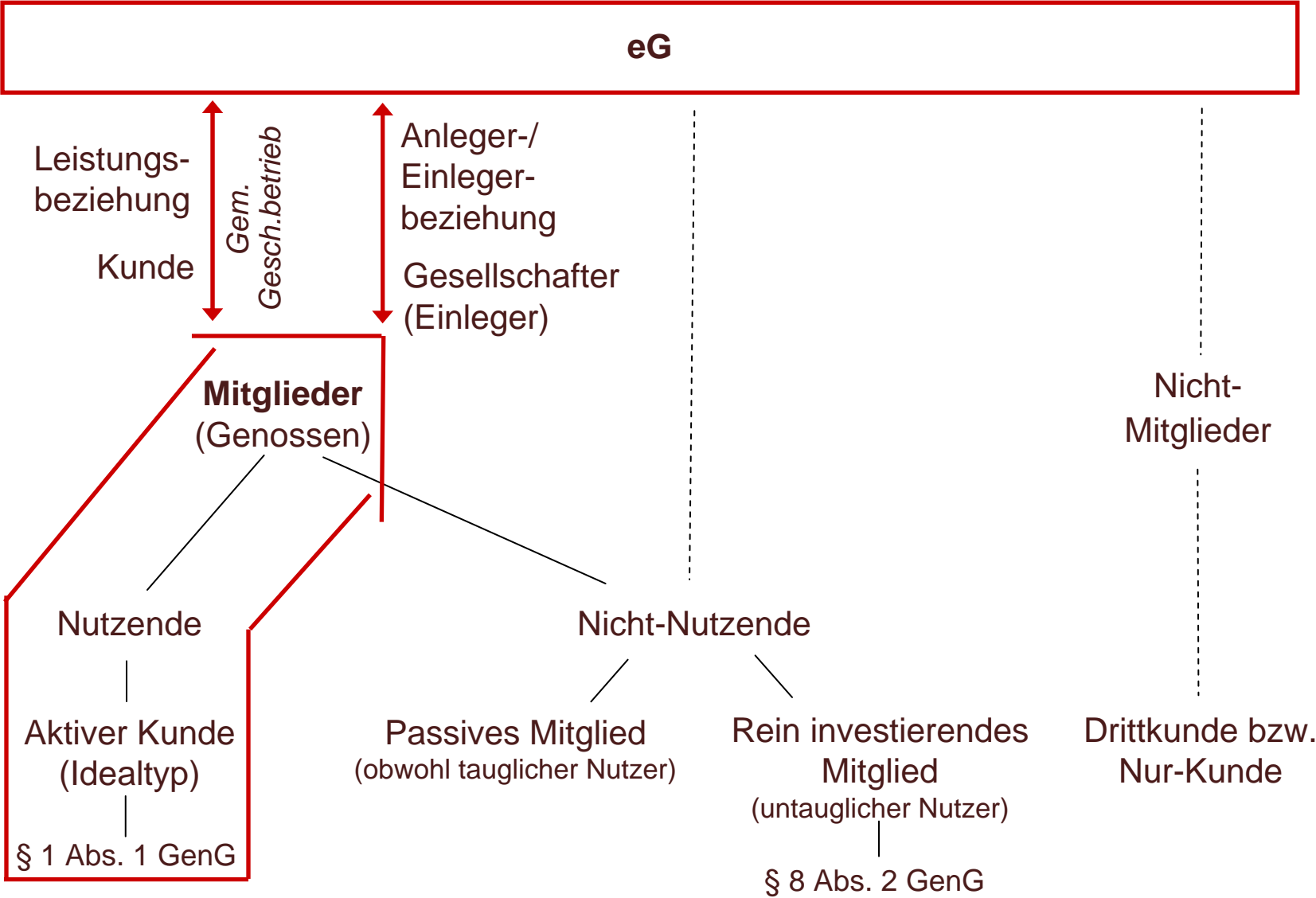
## **– Pflicht oder Kür?**

Dr. Heinz-Otto Weber,  
Geschäftsführer,  
Marburger Genossenschaftsinstitut

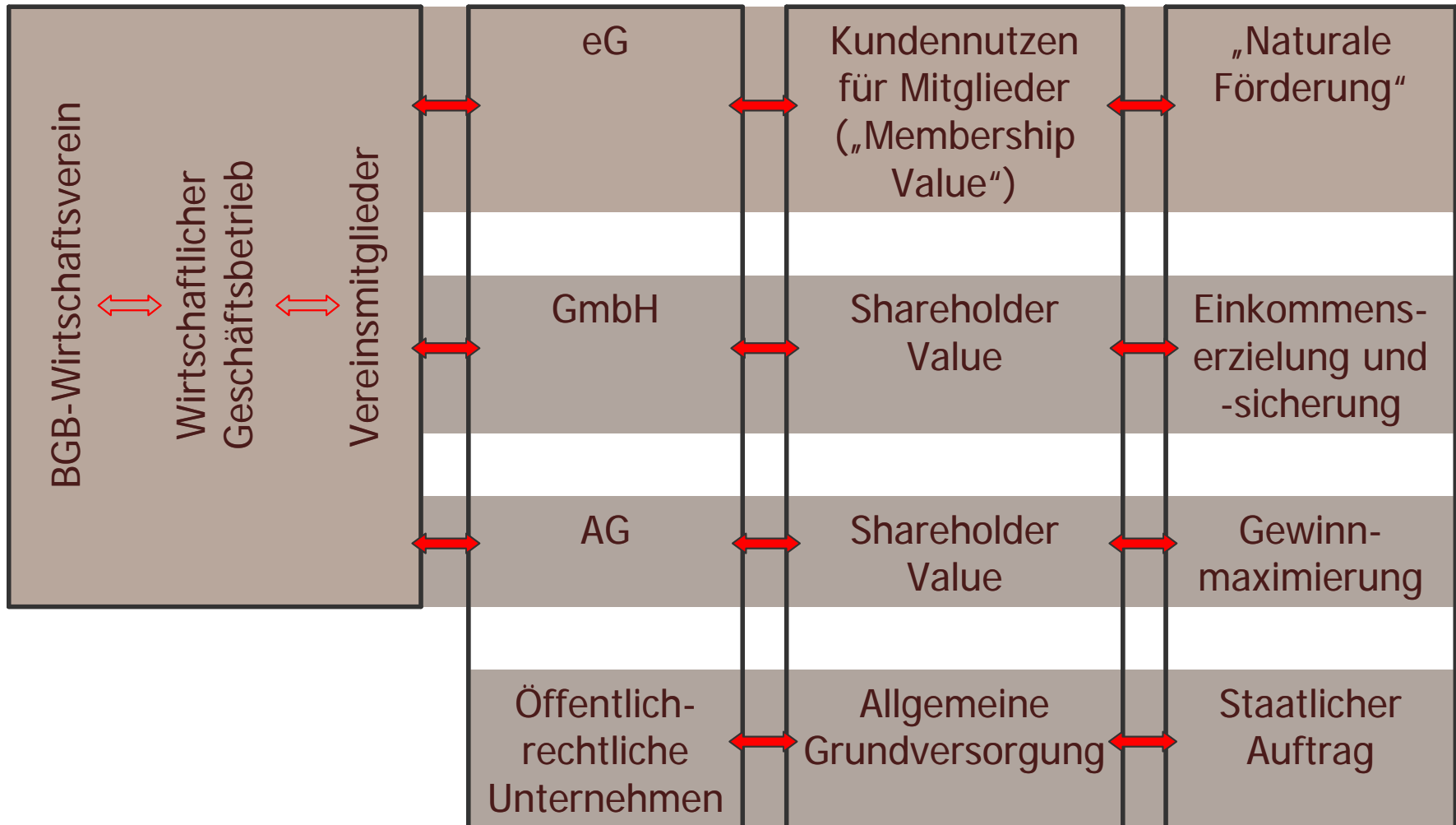


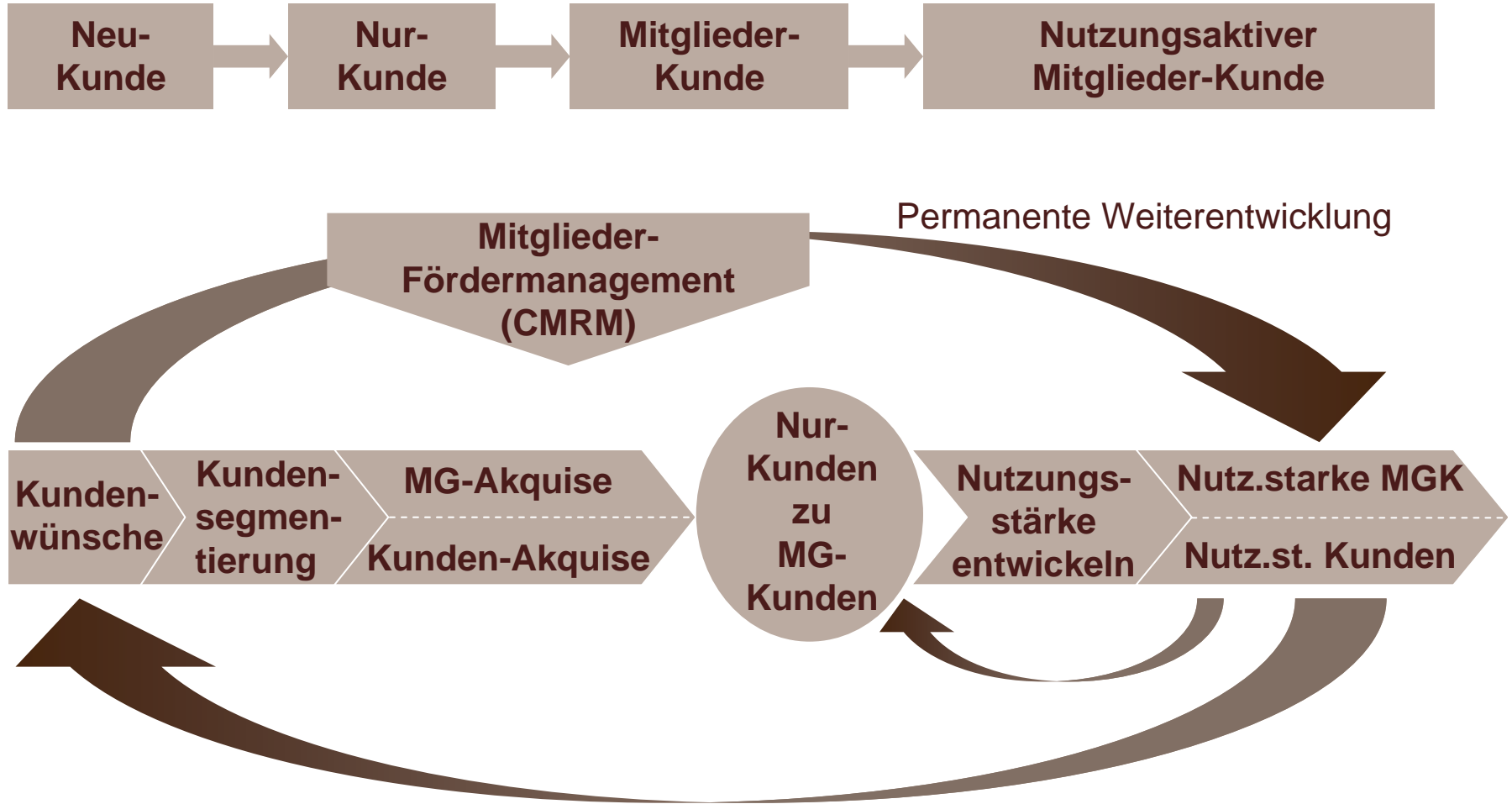
- Mitglieder- und Beziehungsebenen einer eG:  
Der Unterscheid zählt
- Förderkreisläufe und –instrumente
- Cons und Pros
- Fazit: Arteigenes Fördermanagement

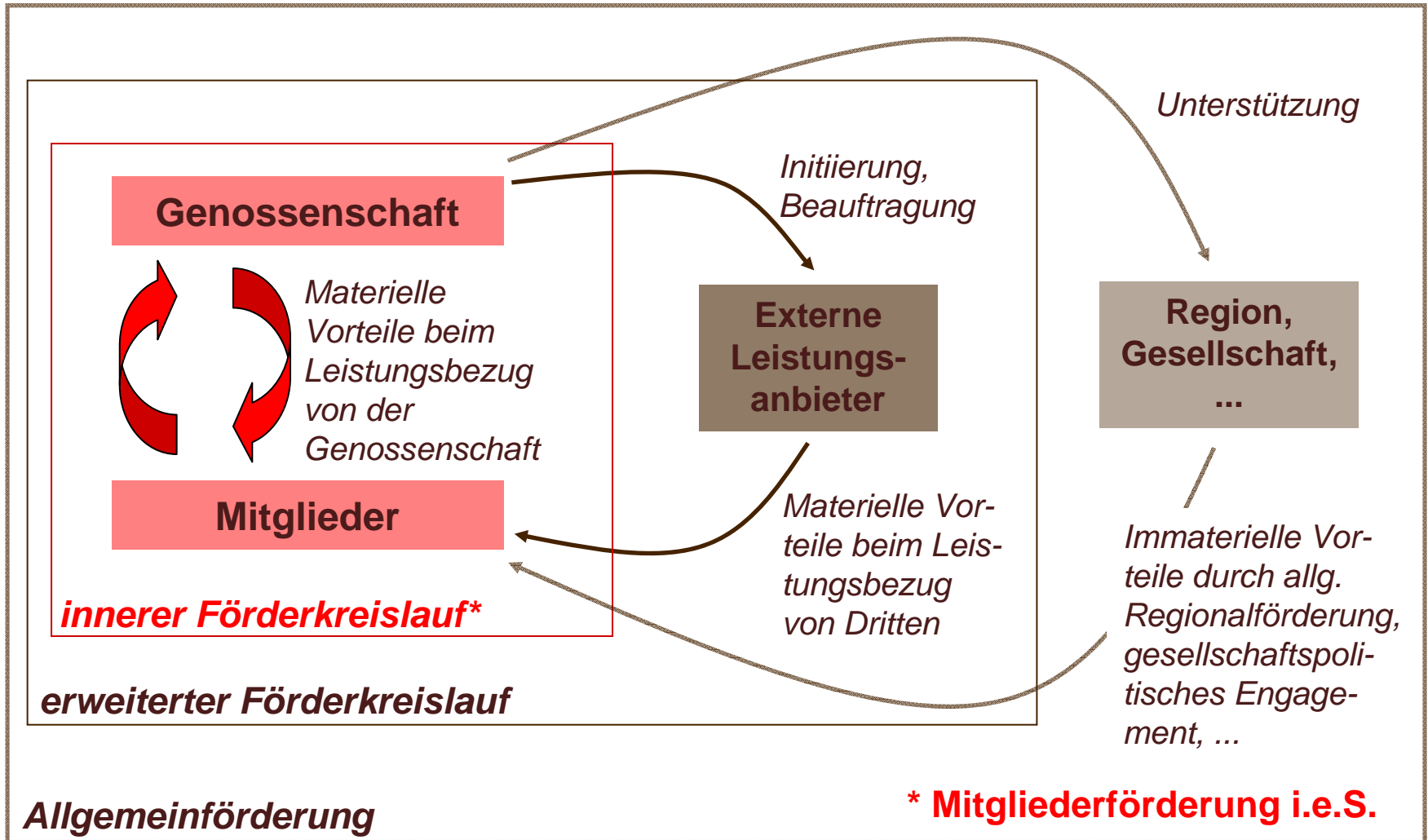
# Mitglieder- und Beziehungsebenen



# Der Unterschied zählt







# Genossenschaftsbanken: Praktizierte Förderinstrumente

	unmittelbar materiell		mittelbar materiell		immateriell/ideell bzw. allgemein
	Sonderkonditionen, Mitglieder-Bankprodukte	Bonus-systeme	Mitglieder-Mehrwert-Programme	Dividenden-ausschüttung	Regional-Förderung (als Bsp.)
Förderinstrument im engeren Sinne	😊 (ja)	😊 (ja)	😐 (möglich, selten)	😞 (nein)	😞 (nein)
Förderung des Leistungsbezugs	😊 (ja)	😊 (ja)	😐 (bei Segm., selten)	😞 (nein)	😞 (nein)
Unmittelbare materielle Erlebbarkeit	😊 (ja)	😐 (bei lauf. Info Punktestand)	😐 (nur bei entspr. Ausgestaltung)	😐 (Jahresende; Beteil. begrenzt)	😞 (nein, allenfalls indirekte Effekte)
Unmittelbare emotionale Erlebbarkeit	😊 (ja)	😐 (bei lauf. Info Punktestand)	😐 (nur bei entspr. Ausgestaltung)	😞 (nein)	😊/😐/😞 (abh. vom indiv. Empfinden)
Kundengew.- bzw. -bindungseffekt	😊 (ja)	😊 (ja)	😐 (nur bei Segm.)	😞 (nein)	😞 (nein)
Förderung der Kapitalbeteiligung	😐 (nein, aber ergänzbar)	😊 (direkt integrierbar)	😐 (nein, aber ergänzbar)	😊 (ja, aber ausschließlich)	😐 (nein, aber ergänzbar)
Umsetzungsaufwand	😊/😐/😞 (abh. von Segm.)	😊/😐/😞 (abh. von Segm.)	😊/😐/😞 (abh. von Segm.)	😊 (gering)	😊 (gering)

- **Markt und Wettbewerb**

Besserstellung der Mitglieder aus wirtschaftlichen Gründen nicht möglich

- **Strategische Ausrichtung**

Anpassung statt Differenzierung

- **Nicht-Mitgliedergeschäft ist Überlebensgrundlage**

- Mitgliederförderung wird tendenziell zum „Nebengeschäft“
- Diskriminierung von Nur-Kunden ist erfolgsgefährdend

- **Steuerliche Hemmnisse**  
Problem der vGA
- **Mitglieder sind Eigenkapitalgeber**
  - Behandlung wie Aktionäre
  - Eigenkapital ist teures Kapital
  - bewusste Begrenzung des Mitgliederkreises

## Mitgliederförderung (i. e. S.) ist Pflicht!

- Förderung der Mitglieder mittels *gemeinschaftlichem Geschäftsbetrieb* ist zwingender Unternehmenszweck (§1 GenG)
- **Verstoß** kann **erhebliche Folgen** haben:
  - Eine **eG** kann „**aufgelöst** werden“, wenn der „Zweck der Genossenschaft ... nicht auf die Förderung der Mitglieder gerichtet“ ist. [§81 (1) GenG]
  - **Vorstand und Aufsichtsrat haften** bei mangelnder Erfüllung des Förderzwecks [§ 34 (2) bzw. § 41 GenG]
  - **Prüfungsverbände** haben die „Ordnungsmäßigkeit der Geschäftsführung ... zu prüfen“ [§53 (1), **Haftung** nach § 62 (1) GenG]“, auch die Erfüllung des Förderauftrags

- **Anreiz-Beitrags-Überlegungen**
  - positiver Saldo
  - Saldo muss größer sein als bei ...
    - ... reiner Nur-Kunden-Beziehung
    - ... Kundenbeziehung zu (nichtgen.) Konkurrenz
- **Marketingargumente**
  - Differenzieren statt Anpassen
  - Nutzung des genossensch.spez. Alleinstellungsmerkmals
- **Steuerliche Vorteile**
  - Rückvergütungen als Betriebsausgaben
  - Sonderkonditionen für Mitglieder sind keine vGA

eG sein heißt:

## **Förderung der Mitglieder im Rahmen der Leistungsbeziehung**

und nicht:

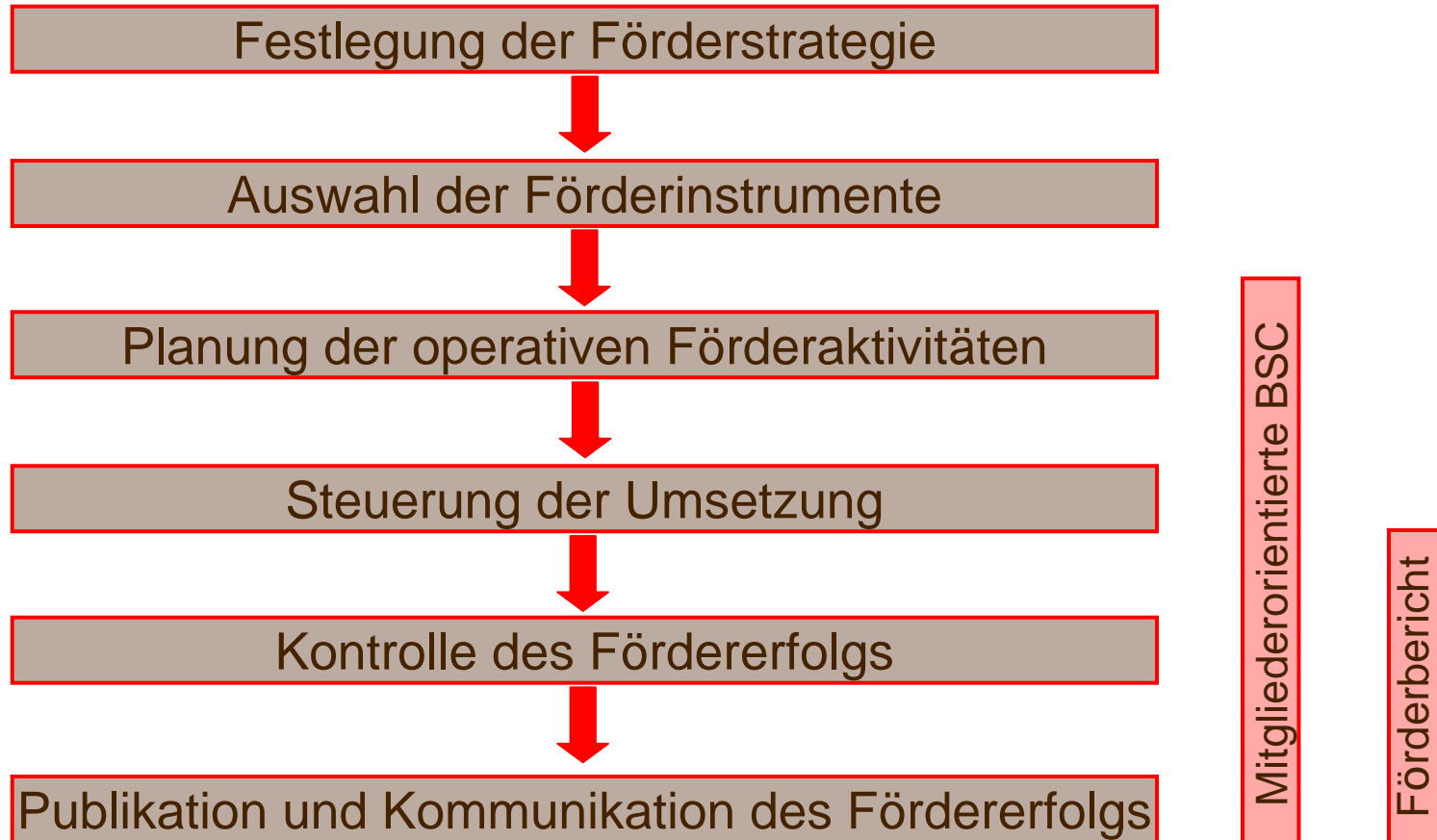
**MG-Förderung = Dividende + Mitw.- und Inforechte + „Event“**

⇒ Mitglieder sind anders (besser!) zu behandeln  
als Nur-Kunden,

⇒ nicht (nur) durch Honorierung der Kapitalbeteiligung

⇒ oder durch Mitwirkung an Entscheidung und Kontrolle

- **Mitgliederförderstrategien** müssen **formuliert** und **gelebt** werden.
- Anpassung der Managementinstrumente zur **Strategiesteuerung**
- Berücksichtigung der besonderen Rolle eines Mitglieds in einer **mitgliederorientierten BSC**
- Dokumentation/Kommunikation der Fördertätigkeit in einem **Förderbericht**
- Etablierung eines institutionalisierten **Fördermanagements** von der Strategiefestlegung bis hin zur Kontrolle und Kommunikation des Fördererfolgs







**Danke für Ihre  
Aufmerksamkeit!**

**Marburger Genossenschaftsinstitut**

Recht und Wirtschaft der Kooperation

Am Plan 2 • 35032 Marburg • Tel. 06421-2823939

info@ifg-marburg.de • www.ifg-marburg.de

The logo 'ifG MARBURG' is overlaid on a photograph of a curved stone wall. The 'ifG' is in a large, bold, black font, and 'MARBURG' is in a smaller, black font below it. The red step-like shape from the main logo is also visible, partially overlapping the wall.