GENOSSENSCHAFTLICHE INFORMATIONEN - 01 / 2009

Liebe Mitglieder des Bundesvereins zur Förderung des Genossenschaftsgedankens e.V. und liebe am Genossenschaftswesen Interessierte,

das genossenschaftliche Wirtschaften ist wieder verstärkt in den Fokus gerückt. Dies belegen die seit zwei Jahren stark gestiegenen Gründungszahlen. Die weltweite Wirtschaftskrise zeigt, dass die Erfüllung des Förderauftrages gegenüber den Mitgliedern auch seine Vorzüge haben kann im Vergleich zur reinen Dividendenausrichtung. Genossenschaften sind dazu da, um ihren Mitgliedern durch ihre Förderleistungen zu nutzen und nicht, um aus Kapitaleinlagen mehr Geld zu machen. Dieser Förderzweck zeichnet Genossenschaften besonders aus. Damit seine Erfüllung wieder mehr in die tägliche Arbeit der Genossenschaften rückt, wird sich der nächste Wettbewerb des BzFdG auch mit der Vermittlung der Förderleistungen beschäftigen. Dazu werden noch Informationen folgen.

Mit genossenschaftlichen Grüßen

Ihr

Jan Kuhnert

Vorsitzender

Boom bei Energiegenossenschaften

Mathias Fiedler

In den letzten Jahren zeigt sich auf dem Gebiet der Energiegenossenschaften, dass dieser Bereich für Genossenschaften sehr interessant ist. Bei den Energiegenossenschaften gibt es drei verschiedene Bereiche:

- produzierende Genossenschaften,
- Bioenergiedörfer und
- Vertriebsgenossenschaften.

Den zahlenmäßig größten Zuwachs gibt es bei den Energieproduzierenden Genossenschaften. Hier sind im letzten Jahr ca. 22 Eintragungen im Genossenschaftsregister erfolgt. Meist handelt es sich um Genossenschaften, die sich mit Photovoltaikanlagen beschäftigen. Viele dieser Genossenschaften sind dabei durch eine Zusammenarbeit mit den örtlichen Volks- und Raiffeisenbanken entstanden. Der Genossenschaftsverband Weser-Ems e.V., Oldenburg, hat dazu ein Konzept entwickelt, das die Genossenschaftsbanken übernehmen können. Teil dieses kostenpflichtigen Angebotes sind: Mustersatzungen, Musterverträge, Musterwirtschaftlichkeitsberechnungen etc. Auch wenn dies nicht der klassische Fall der genossenschaftlichen Selbsthilfe ist, zeigt sich doch, dass ein großes Interesse an genossenschaftlichen Lösungen besteht.

Ebenfalls eine größere Anzahl an Neugründungen gibt es im Bereich der Bioenergiedörfer zu verzeichnen. Bei den Bioenergiedörfern wird in lokalen Anlagen Energie produziert, die lokal verbraucht wird. Über solche Modelle kann erreicht werden, dass ganze Dörfer hinsichtlich des Energieverbrauchs autark werden können. Nachdem das Modellprojekt in Jühnde erfolgreich gestartet war, haben sich andere Dörfer dazu entschlossen, ebenfalls zu einem Bioenergiedorf zu werden. In den letzten fünf Monaten sind drei Bioenergiedörfer neu in das Genossenschaftsregister eingetragen worden. Dies zeigt, dass dieses Modell nicht nur dann funktionieren kann, wenn der Staat dies (als Modellprojekt) finanziell fördert, sondern auch dann, wenn sich die engagierten Bewohner zusammentun, um gemeinsam ihr Ziel zu erreichen.

Beim dritten Bereich der Energiegenossenschaften gibt es neben der Neueintragung auch Erfolgsgeschichten zu vermelden. Die Genossenschaften, die sich mit dem Vertrieb von Energie beschäftigen, haben neben dem Strommarkt nun auch im Gasmarkt Erfolg. Die ersten Gasgenossenschaften liefern an ihre Mitglieder Gas aus. Nachdem mit der Greenpeace-Energy eG schon der zweitgrößte Anbieter von alternativem Strom genossenschaftlich organisiert ist, zeigen die Gasgenossenschaften, dass die genossenschaftliche Rechtsform sehr gut dazu geeignet ist, ehemals monopolisierte Wirtschaftsbereiche erfolgreich zu besetzen.

Nachdem Mitte letzten Jahres zu diesem Thema bereits die alternativen Genossenschaftstage stattgefunden haben, nimmt sich nun auch Cooperatives Europe in Zusammenarbeit mit der innova eG diesem Thema an und veranstaltet am 30. April 2009 in Brüssel ein Seminar zu Energiegenossenschaften:
http://www.coopseurope.coop/spip.php?article688.

Herausgeber: Bundesverein zur Förderung des Genossenschaftsgedankens e.V. (BzFdG), Mariannenstr. 48, 10997 Berlin,
info@genossenschaftsgedanke.de, www.genossenschaftsgedanke.de, Verantwortlich: Jan Kuhnert (Vorsitzender)

GENOSSENSCHAFTLICHE INFORMATIONEN - 01 / 2009

Genossenschaftsmarketing – Schwachstelle von Genossenschaftstheorie und –praxis *Dr. Burghard Flieger*

Zu den Gründungsfehlern vieler Genossenschaften gehört, dass keine Kenntnisse über die Besonderheiten genossenschaftsspezifischen Marketings vorhanden sind (Purtschert, Robert / Schwarz, Peter: Genossenschaftsmarketing, ZfgG 2007, 78 – 94). Dies liegt nicht zuletzt auch daran, dass es kein Lehrbuch zum Genossenschaftsmarketing gibt (am stärksten noch: Purtschert, Robert: Marketing für Verbände und weitere Nonprofit-Organisationen, 2. Aufl., Bern 2008). Ebenfalls existieren weder Veröffentlichungen für ein praxisorientiertes Marketing von Genossenschaften im Allgemeinen noch für Neugründungen und Selbsthilfegenossenschaften im Besonderen. Der rechtlich als Förderauftrag definierte Sachzweck einer Genossenschaft, die Mitgliederförderung, verbunden mit dem Anspruch der Selbsthilfe und der Selbstverwaltung erfordert ein anderes Herangehen. Die damit im Idealfall verbundene partizipative Strukturierung ist dem klassischen Marketingdenken weitgehend fremd.

Mitgliedergeschäft als Marketingthema

Im Mittelpunkt einer Genossenschaft sollte das Mitgliedergeschäft stehen. Das bedeutet, im Rahmen des Geschäftszwecks bzw. des Unternehmensgegenstands geht es darum, den Mitgliedern eine Leistung anzubieten, die ihnen ohne die Existenz der Genossenschaft nicht zur Verfügung stände. Entsprechend bekommt bei Selbsthilfegenossenschaften, die sich dem genossenschaftlichen Förderauftrag verpflichtet fühlen, die Beziehung zu den Mitgliedern eine qualitativ andere Dimension als diejenige zu „gewöhnlichen“ Kunden.

Das bedeutet, sie müssen vor dem Einsatz klassischer Marketinginstrumente über die systematische Mitgliederpflege ein möglichst dauerhaftes, intensives Commitment im Sinne einer emotionalen Bindung schaffen (Purtschert / Schwarz: a.a.O., S. 83). Diese erfolgt nach genossenschaftlichen Verständnis nicht durch Werbung oder eindimensionale Kommunikation von der Genossenschaft zum Mitglied, sondern durch Partizipation bzw. Mitsprache, indem Ziele und Wege der Genossenschaft zur Erfüllung von Mitgliederbedürfnissen und Interessen gemeinsam geplant und umgesetzt werden.

Erste und vorrangige Aufgabe eines Genossenschaftsmarketings ist insofern die Mitgliederpflege (Ringle, Günther: Mitgliederorientierung der Genossenschaften und Mitgliederbindung, Hamburg 1996), indem Produkte und Leistungen oder der Arbeitseinsatz von Mitgliedern verkauft oder an andere Mitglieder gegen Kostenerstattung zur Verfügung gestellt werden. Umgekehrt kann dies je nach Geschäftszweck auch die Beschaffung oder Versorgung von Leistungen oder Produkten für Mitglieder sein. Erfüllt der Genossenschaftsbetrieb solche von den Gründungsmitgliedern festgelegten Aufgaben, ist Marketing eigentlich überflüssig. Vordergründig gilt dies zumindest für kleine neue Genossenschaften, in denen noch sehr enge Beziehungen zwischen Genossenschaftsbetrieb und Mitglieder bestehen.

Aufgabe Mitgliederkommunikation

Managergeführte Genossenschaften liefern allerdings teilweise bessere Qualität als mitgliederdominierte. Arbeitsdisziplin, Kundenfreundlichkeit, gute Arbeitsergebnisse etc. stellen sich meistens nicht von alleine ein. Deshalb kann Mitgliedermarketing auch so etwas wie „Mitgliedererziehung“ in Richtung qualitätsbewusstem oder marktgerechtem Verhalten gegenüber Dritten bzw. gegenüber externen Kunden der Genossenschaft sein. Dies verdeutlicht: Selbst bei Genossenschaften in überschaubarer Größe und mit direkter Mitgliederkommunikation ist intensives Mitgliedermarketing durch die gewählten Verantwortungsträger erforderlich. Nur so können bei vielen Selbsthilfegenossenschaften Erfolge erzielt werden, durch die erst die Einrichtung einer nennenswerten Zahl von Arbeitsplätzen möglich wird.

Informationsvertiefung

Mehr zu dem Thema steht in der Broschüre „Genossenschaften gründen – Genossenschaften nutzen. Hilfen zur Gründung von Genossenschaften aus der Arbeitslosigkeit. Erfahrungen aus den Jahren 2002 – 2007 in der Gemeinschaftsinitiative EQUAL“ zu bestellen bei der innova eG, Kurt-Eisner-Str. 41, 04275 Leipzig, andrea.geyer@innova-eg.de, Kostenbeitrag für Porto und Verpackung 5,00 Euro.

Herausgeber: Bundesverein zur Förderung des Genossenschaftsgedankens e.V. (BzFdG), Mariannenstr. 48, 10997 Berlin, info@genossenschaftsgedanke.de, www.genossenschaftsgedanke.de, Verantwortlich: Jan Kuhnert (Vorsitzender)

GENOSSENSCHAFTLICHE INFORMATIONEN - 01 / 2009

Konzepte und Beispiele zum Thema Genossenschaftsmarketing gesucht

Um für das Thema Genossenschaftsmarketing zu sensibilisieren, suchen die innova eG aufbereitete Beispiele und theoretische Beiträge zum Thema. Ansprechpartner Dr. Burghard Flieger, innova eG Projektbüro Freiburg, Erwinstr. 29, 79102 Freiburg, Email: genossenschaft@t-online.de

Statistik

Nach der Zählung des Zentralverbandes deutscher Konsumgenossenschaften e.V. sind 2008 insgesamt 181 neue Genossenschaften eingetragen worden. Da gleichzeitig 127 Genossenschaften gelöscht worden sind, gibt es im Saldo 54 neue Genossenschaften. Im Vergleich zum Vorjahr sind damit 41 Genossenschaften mehr eingetragen worden. Das bedeutet, dass sich die positive Entwicklung nach der Reform 2006 verfestigt hat und die Zahl der Neueintragungen wächst.

Die gute Entwicklung in 2009 ist ungebrochen. So sind in den ersten beiden Monaten des Jahres 2009 bereits 33 Genossenschaften eingetragen worden. Dies liegt sogar leicht über den Zahlen des Vorjahres (28 Eintragungen). Es würde uns freuen, wenn sich der positive Trend weiter verfestigen würde.

Fusionen von Genossenschaftsverbänden im DGRV

Der Genossenschaftsverband Frankfurt e.V. und der Genossenschaftsverband Norddeutschland e.V. haben sich zum Genossenschaftsverband e.V. zusammengeschlossen. Der neue Verband ist mit ca. 1.850 Genossenschaften in 13 Bundesländern vertreten und betreut alle Arten von Genossenschaften. Auch in Baden-Württemberg steht eine Fusion bevor. Dort werden sich der Badische Genossenschaftsverband e.V. und der Württembergischer Genossenschaftsverband Raiffeisen/Schulze-Delitzsch e.V. zum Baden-Württembergische Genossenschaftsverband e.V. zusammenschließen. Diese Fusion ist noch nicht abgeschlossen.

Nach Abschluss der Fusion sind (neben den Fachprüfungsverbänden) im DGRV noch sechs Regionalverbände zusammengeschlossen.

BzFdG setzt sich für Gleichberechtigung von Förderungen von Neugründungen ein

Der BzFdG hat sich an Bundesarbeitsminister Scholz (SPD) gewandt, um zu erreichen, dass Gründungen von eingetragenen Genossenschaften in gleicher Weise gefördert werden, wie Gründungen von Unternehmen, insbesondere dass die Förderung von arbeitslosen Arbeitnehmern nicht an der Rechtsform scheitert. Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales hat mitgeteilt, dass die Förderung von Existenzgründungen unabhängig von der Wahl der Rechtsform geprüft wird.

BzFdG ist gegen die Übernahme der internationalen Prüfungsstandards bei der Prüfung kleiner Genossenschaften

Im Zusammenhang mit der Bilanzrechtsmodernisierung sollen im Zuge der europäischen Harmonisierung internationale Prüfungsstandards bei der Prüfung von deutschen Unternehmen eingeführt werden. Diese Standards würden auch für die Prüfung von kleinen und Kleinstgenossenschaften verbindlich. Der BzFdG hat sich gegenüber Herrn MdB Benneter (SPD) dafür eingesetzt, dass diese Verweisung für kleine und Kleinstgenossenschaften nicht umgesetzt wird, um die Erleichterungen, die 2006 in das GenG aufgenommen worden sind, nicht wieder rückgängig zu machen. Die Stellungnahme finden Sie hier: http://www.genossenschaftsgedanke.de/documents/mdb_benneter_bilmog.pdf:

http://www.genossenschaftsgedanke.de/documents/mdb_benneter_bilmog.pdf.

Termine:

Die **SPD-Bundestagsfraktion** wird am 25. März 2009 eine Veranstaltung zum Thema „**Erleichterungen für Genossenschaftsgründer – Neue Wege zu mehr Genossenschaften**“ durchführen.

19. und 20. Juni 2009: **Selbständig in der Genossenschaft** in Frankfurt (Main), von der **Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR)**. Kosten 680,00 € (netto, ohne Unterkunft und Verpflegung). Referent Dr. Burghard Flieger. Wer darauf verweist, über die innova eG vermittelt worden zu sein, erhält einen Rabatt von 10%. Weitere Infos unter: http://www.genossenschaftsgedanke.de/documents/sb_genossenschaft_juni09.pdf:

http://www.genossenschaftsgedanke.de/documents/sb_genossenschaft_juni09.pdf.

Herausgeber: Bundesverein zur Förderung des Genossenschaftsgedankens e.V. (BzFdG), Mariannenstr. 48, 10997 Berlin, info@genossenschaftsgedanke.de, www.genossenschaftsgedanke.de, Verantwortlich: Jan Kuhnert (Vorsitzender)