

WIRTSCHAFT VOR ORT

15

Ein bewährtes Prinzip: 70 neue Gründungen

2012 Internationales Jahr der Genossenschaften

Ob Bäcker oder Elektronikverkäufer, ob Apotheker oder Mineralwasser-Abfüller: Alle sind sie organisiert, um gemeinsam stark zu sein.

Von Damian Ryschka

Kreis Vechta – Selbsthilfe, Selbstverwaltung und Selbstverantwortung. Das macht die Genossenschaften in Deutschland aus. Und das schon seit Mitte des 19. Jahrhunderts, als Friedrich Wilhelm Raiffeisen und Hermann Schulze-Delitzsch die ersten Konstrukte dieser Art ins Leben riefen. Notleidenden Landbewohnern und Handwerkern sollte geholfen werden. Das Prinzip hat sich bewährt. So sehr, dass die Vereinten Nationen das Jahr 2012 zum Internationalen Jahr der Genossenschaften ausgerufen hat.



Eric Meyer

Rund 7500 Genossenschaften gibt es bundesweit, sie haben über 20 Millionen Mitglieder und schieben einen Umsatz von 150 Milliarden Euro. Knapp 20 davon arbeiten im Kreis Vechta. Im Trend bei den Neugründungen sind dabei die Energiegenossenschaften, darunter die VR Solar in Steinfeld, die Energiegenossenschaft Dammer Berge, die Energiequelle Neuenkirchen-Vörden und die Elferrat Solar in Vechta. Hinzu kommen sieben Volksbanken, eine Molkereigenossenschaft, Viehvermarktungen und Tierfutter-Genossenschaften.

„Seit der Novellierung des Genossenschaftsgesetzes 2006 sind alleine in Weser-Ems 70 neue Genossenschaften gegründet worden“, so Rainer Backenköhler und Georg Litmathe, Ver-

bandsdirektoren beim Genossenschaftsverband Weser Ems. „Das Internationale Jahr der Genossenschaften bietet uns die Möglichkeit, die erfolgreichen Genossenschaften in Weser Ems noch bekannter zu machen.“ Davon gibt es insgesamt 257, darunter 56 Volksbanken und Raiffeisenbanken, 45 Waren-, 26 Vieh-, acht Molkerei-, 41 Energie- und 81 weitere Genossenschaften und Gesellschaften.

„Man trifft sie überall, ohne es zu wissen: Beim Bäcker, der Mitglied bei einer Bäko ist, wenn man ein Glas Mineralwasser trinkt und dabei die berühmte Mineralwasserflasche der Genossenschaft Deutscher Brunnen nutzt, bei der Apotheke, die Mitglied bei der Noweda ist oder beim Einkauf: Intersport, Edeka, Euronics. Marken, die viele kennen, aber nicht das, was dahinter steht: Selbstständige Händler, die sich zusammengenommen haben, um am Markt erfolgreich sein zu können“, sagt Eric Meyer, Geschäftsführer des Instituts für Genossenschaftswesen der Universität Münster.

Und Meyer erklärt die Vorteile: „Mittelständische Unternehmen und Handwerker aber auch Freiberufler stehen vor dem Problem, dass sie sich in einem harten Wettbewerb befinden, als Händler häufig im Wettbewerb mit großen Konzernen. Andererseits wollen sie ihre Eigenständigkeit bewahren“, erklärt er. Eine Eigenständigkeit, die es ihnen erlaube, ihre regionale Verankerung und ihre Markt- und Kundenkenntnis vor Ort auszuspielen. „Der Zusammenschluss in einer Genossenschaft erlaubt es den Unternehmen, ihre Vorteile durch die bessere



Was für eine Flasche: Diese Form kennt jeder. Dafür sorgt die Genossenschaft Deutscher Brunnen. Foto: Ryschka

MEINE MEINUNG

Ein altes Erfolgsmodell

Von Damian Ryschka

Oft werden sie belächelt, weil sie ein wenig altbacken wirken: Unsere Genossenschaften. Zu Unrecht. Was das Geschäftliche angeht, verdienen sie hohen Respekt.



Nicht umsonst hat dieses Wirtschaftsprinzip über 150 Jahre überlebt. Wichtig sind in diesem Zusammenhang zwei Dinge. Jedes Genossenschaftsmitglied hat die gleiche Stimme, und entschieden wird an der Basis.

Dass dies erfolgreich ist, zeigen allein die Genossenschaftsbanken in der Wirtschaftskrise. Sie behielten ihre Kunden – vor allem den Mittelstand – im Blick und sie zeigten Treue auch bei der Kreditvergabe. Zweifelsohne hätte man schneller Geld machen können, doch es fehlte die Gier. Die Genossen entscheiden sich für einen anderen Weg. Für einen besseren.

Kundenkenntnis mit den Kostenvorteilen einer günstigen Beschaffung zu kombinieren“, sagt Meyer. „Ohne die Mitgliedschaft in einer Genossenschaft, wären in vielen Branchen mittelständische Unternehmen kaum noch denkbar.“ Zum Erfolg trage auch bei, dass die Kunden der Genossenschaft gleichzeitig ihre Eigentümer sind. Deshalb verfolgen Genossenschaften keinen Shareholder Value, der den Ertrag für die Eigentümer mit den Kunden maximiert, sondern eine Art Member Value, der den Ertrag für die Kunden mit den Kunden maximiere. „Und Genossenschaften leisten die Wertschöpfung vor Ort.“