Spar- und Bauverein Solingen eG

member value reporting

Vortrag Manfred Krause am 25.10.2005

- Vorstandmitglied der Spar- und Bauverein Solingen eG

Spar- und Bauverein Solingen eG

Spar- und Bauverein Solingen eG

- **Gegründet 1898**
- **gut 14.000 Mitglieder**
- **ca. 7.300 Wohnungen**
- **192,8 Mio. EUR Bilanzsumme (GJ 2004)**
- **45,4 Mio. EUR Spareinlagen (per 10/05)**

Spar- und Bauverein Solingen eG

shareholder value ?

- **Unternehmerische Entscheidungen daran messen, ob durch sie der Wert („value“) des Unternehmens für seine Anteilseigner („shareholder“) gesteigert wird.**
- **Im Vordergrund : Aktionärsinteresse**
- **Brisanz dadurch: gesamtgesellschaftliche Verantwortung ist offenbar keine Zielgröße mehr für das Handeln des Managements**

3

Spar- und Bauverein Solingen eG

stakeholder value ?!

- **Unternehmen haben nicht nur den Anteilseignern zu dienen, sondern verschiedenen Interessensgruppen, wie Arbeitnehmer, Kunden, Lieferanten, Gemeinde / Staat, Umwelt, etc..Auch diese Gruppen haben jeweils eingesetzt („at the stake“).**
- **Der Ausgleich der verschiedenen stakeholder-Gruppen ist erforderlich.**
- **Unternehmenstätigkeit berührt nicht nur Aktionärsinteresse. Auch gegenüber anderen stakeholdern sollte Rechenschaft abgelegt werden.**
- **Beispiele: Öko-Audit und Sozialbilanz**

4

Spar- und Bauverein Solingen eG

member value ! I

- Im Mittelpunkt des genossenschaftlichen Handelns steht das Förderprinzip.
- Das eingesetzte Kapital dient dem Förderzweck.
- Der erwirtschaftete Gewinn hat ausschließlich den Zweck der sozialen und wirtschaftlichen Förderung.
- Eine möglichst hohe Dividende ist nicht Ziel der Unternehmenspolitik.

5

Spar- und Bauverein Solingen eG

member value ! II

- Das Prinzip der unbedingten Mitgliederförderung unterscheidet die Genossenschaften von allen anderen wirtschaftlichen Unternehmensformen.
- Eine Wohnungsgenossenschaft kann ihren Förderauftrag z.B. durch erwirtschaftete Überschüsse, preiswerte Nutzungsentgelte oder durch besondere (soziale und kulturelle) Dienstleistungen erbringen.
- Der Wert einer Mitgliedschaft wird auch mit dem Begriff „member value“ bechrieben.

6

Spar- und Bauverein Solingen eG

member value reporting I

- Eine mitgliederbezogene Geschäftspolitik bietet der Wohnungsgenossenschaft die Möglichkeit, sich von konkurrierenden Wohnungsunternehmen abzuheben.
- Soziale und kulturelle (Neben-)Dienstleistungen ergänzen das Hauptziel der wirtschaftlichen Mitgliederförderung: z.B. gemeinschaftsähnliche Wohnformen, soziale Gestaltung des Wohnungsfeldes oder die einer intensiven Kommunikation (mit und) zwischen den Mitgliedern.

7

Spar- und Bauverein Solingen eG

member value reporting II

- Da sich individuelle Bedürfnisse ändern, ist eine ständige Erneuerung der Inhalte genossenschaftlicher Förderung erforderlich.
- Voraussetzung auch hier: ausreichende Kommunikation innerhalb der Wohnungsgenossenschaft.
- Das demokratische Prinzip, die auf der Selbstverwaltung durch die Mitglieder basierende Unternehmensorganistion und -führung, bedarf der (kommunikativen) Willensbildung.
- Nur so kann die Mitgliederbeteiligung an der Entwicklung und Kontrolle des genossenschaftlichen Geschäftsbetriebes gewährleistet werden.

8

Spar- und Bauverein Solingen eG

Engagement und Partizipation

- **Das Engagement der Mitglieder artikuliert sich insbesondere in der Teilnahme an Wahlen, Versammlungen und (informellen) Nachbarschaftszusammenkünften.**
- **Schwächen: z.B. rückläufige Beteiligung bei Vertreterwahlen; Selbstverwaltungsstrukturen oftmals weitgehend unbekannt: beschränkte Möglichkeit der Mitglieder, sich selbst einzubringen.**
- **Voraussetzungen für wirkungsvolle Partizipation müssen von Vorständen geschaffen werden, z.B. in Form von geeigneten Informationsmedien und Mitwirkungsangeboten (wie Informationsgespräche im Vorfeld von Vertreterversammlungen)**

9

Spar- und Bauverein Solingen eG

Neue Partizipationswege gehen

- **Bisherige Aktivierungsformen (und deren Institutionalisierung) scheinen nicht mehr hinreichend tragfähig zu sein (Beispiel SBV: anhaltende Krise der traditionellen Selbstverwaltungsgremien)**
- **Zusätzlich werden neue Wege zur Aktivierung des freiwilligen sozialen Engagements gegangen werden müssen.**

- **projektbezogene, spontane und zeitlich befristete Angebote**
- **Planungsbeteiligungen**
- **auch: (Mit-)Gestaltung von Informationsmedien (SBV Beispiele: Stadtteilinfos und Fernsehkanal, möglicherweise sogar als offenes Angebot)**

10

Spar- und Bauverein Solingen eG

Mitgliederorientierung und Informationspolitik

- Das Angebot an Informationsmedien für Genossenschaftsmitglieder hat sich insgesamt - zumindest quantitativ - verbessert
- Vier Medien stehen dabei im Vordergrund:
  - Geschäftsbericht
  - Internetauftritt
  - Zeitung
  - Rundbrief
- Kaum vorhanden: Mailing / Newsletter oder Förderbericht

11

Spar- und Bauverein Solingen eG

SBV-Informations“politik“ I

- „Flagschiff“ der SBV Informations“politik“ ist die mehrfach ausgezeichnete und dreimal im Jahr erscheinende MITGLIEDERZEITUNG „Wohnen im Licht“

  - Titelblatt 1/05
  - Inhaltsverzeichnis 1/05
  - ausgewählte Beispiele aus der Ausgabe 1/05

12

Spar- und Bauverein
Solingen eG

13

Spar- und Bauverein
Solingen eG

14

Spar- und Bauverein
Solingen eG

BEWOHNERTREFF BÖNKHAUSER FELD STARTET PROGRAMM

15

Spar- und Bauverein
Solingen eG

COOLES TREIBEN AUF DER TEUFELSINSEL

BSV-REFORM: FAZIT ZUM ENDE DER PROBEZEIT

16

Spar- und Bauverein
Solingen eG

17

Spar- und Bauverein
Solingen eG

SBV-Informations“politik“ II

- **Verbesserungswürdig ist der SBV-INTERNET-AUFTRITT, z.B. im Hinblick auf Aktualität, Ansprache jüngerer Menschen, Eignung als Kommunikationsmedium.... . Im Rahmen unseres Marketingkonzeptes steht die Neugestaltung als Aufgabe an**

  - **Beispielseite aus Internetauftritt**

18

Spar- und Bauverein Solingen eG

"Nicht nur wirtschaftlich eine gute Bilanz"

19

Spar- und Bauverein Solingen eG

SBV-Informations“politik“ III

- **Traditionell eine wichtige Rolle spielt der SBV-GESCHÄFTSBERICHT**
- **Sehr ausführlich werden neben Lagebericht und Bilanz auf die Geschäftsentwicklung der Genossenschaft (und ihrer Rahmenbedingungen) eingegangen und alle wichtigen Bereiche (z.B. Mietentwicklung, Serviceprojekte, Unternehmens- und Finanzplanung, Modernisierung, Sozialmanagement, Nachbarschaftsaktivitäten...) reflektiert.**
- **Der Geschäftsbericht geht als Teil von „Wohnen im Licht“ allen Mitgliedern zu und kommt einem Förderbericht nahe (⁎ vergl. Inhaltsverzeichnis und 1. Seite des Geschäftsberichtes)**

20

Spar- und Bauverein Solingen eG

21

Spar- und Bauverein Solingen eG

22

Spar- und Bauverein Solingen eG

Vorstand - Mitglieder - Kommunikation

- Eine intensive und möglichst dialogorientierte Kommunikation zwischen der Genossenschaft und ihren Mitgliedern bietet die Grundlage für Identifikation, Bindung und Partizipation.
- Zentrale Impulse müssen vom Vorstand ausgehen.
- Ansatzpunkte für die Weiterentwicklung:
  - Verbesserung des (Kommunikations-)Klimas auf Versammlungen/Gremienarbeit
  - individuelle Ansprache
  - Schaffung von Angeboten mit Projektbezug
  - Einbindung in lokale Netzwerke

23

Spar- und Bauverein Solingen eG

Instrumente interner Kommunikation

- Themenspezifische Informationsveranstaltungen
- Wochenendseminare
- Ausspracheabende
- Nachbarschaftsversammlungen
- Informations- und Kulturreisen
- Feste und Feierlichkeiten
- Siedlungsbeiräte und aktive Selbstverwaltungsgremien
- Arbeits- und Projektgruppen für bestimmte Aufgaben

u.s.w.

24

Spar- und Bauverein Solingen eG

Zusammenfassend

- **Der Bereich der Kommunikation (nach innen und außen) ist in den vergangenen Jahren oftmals stark vernachlässigt worden.**
- **Eine intensivere interne Kommunikation bildet eine wesentliche Voraussetzung insbesondere für eine Beteiligung/Partizipation der Mitglieder (auch als Voraussetzung für eine offensive externe „Vermarktung“ der Merkmale und Vorteile des genossenschaftlichen Wohnens) und ist entscheidendes Kriterium für die Identifikation der Mitglieder mit ihrer Genossenschaft.**

25

Spar- und Bauverein Solingen eG

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

26