

## VORTRAG 10.04.2008 IN NEBELSCHÜTZ

### „DIE GENOSSENSCHAFT – EIN MODELL ZUR LÄNDLICHEN NAH- VERSORGUNG“

Sehr geehrte Damen und Herren,

nachdem Sie heute schon Einiges gehört haben, was im engeren und weiterem Sinne mit der ländlichen Nahversorgung zu tun hat, möchte ich Ihnen aus der Sicht des Genossenschaftsverbandes aufzeigen, welche Möglichkeiten für Sie bestehen, Nahversorgungsprojekte umzusetzen.

Es ist bemerkenswert, wie sich viele von Ihnen, Vertreter der Gemeinden und Bürger, engagiert haben, um aus Eigeninitiative heraus eine Lösung für das jeweilige ganz spezifische örtliche Versorgungsproblem zu finden.

Gerade darin liegt auch das gesamtgesellschaftliche Interesse – Engagement und Eigeninitiative der Bürger. Hermann-Schulze-Delitzsch beschreibt es mit den Worten: „Was Du nicht allein vermagst, dazu verbünde Dich mit anderen, die das Gleiche wollen.“

Die klassische Beschreibung einer Genossenschaft. Heute genauso aktuell wie vor 150 Jahren.

In den Erfahrungsberichten werden heute noch die verschiedenen Ansätze zur Betreuung und Organisation der Nahversorgung vorgestellt. Ich möchte Ihnen Wege aufzeigen, wie über die Gründung einer eG die Nahversorgungsdefizite behoben werden können.

Wichtigste Voraussetzung ist stets der Wille / die Motivation der örtlichen Bevölkerung, ohne deren Engagement und „Mittun“ kann ein solches Projekt kaum verwirklicht werden.

Drei Schwerpunkte sind hierbei zu beachten:

### 1. **Öffentlichkeitsarbeit,**

das publik machen und eine große Zustimmung zu einem solchen Projekt sind immanent wichtig.

Beiträge in der örtlichen Presse und die Bürger konkret ansprechen

### 2. **Meinungsführerschaft**

Es bedarf eines „Zugpferdes“ in der Gemeinde. Zugpferd insofern, dass das Projekt vorangetrieben und immer wieder befördert wird. Die Bürgermeister können z. B. ein solches Zugpferd sein. Der oder Die an der Spitze des Projektes muss aber auch standhaft sein, mit langem Atem und nicht beim ersten Problem aufgeben.

Ein gutes Beispiel ist hier **Bad Schlema**, wo sich der Bürgermeister noch heute als Aufsichtsratsvorsitzender der Frischemarkt e. G. ganz konkret mit einbringt.

Auch in Zusammenarbeit einer Initiativgruppe aus engagierten Bürgerinnen und Bürgern sowie dem Bürgermeister kann solch ein Prozess erfolgreich verlaufen. Ein Beispiel dazu ist die **Gemeinde Falkenau**.

### 3. **eine Organisationsform** zu finden, die breite Bevölkerungsschichten einbezieht.

Diese Ansätze, ja Voraussetzungen, sind notwendig, um über Nahversorgungsprojekte nachzudenken. Ist das nicht der Fall, so wird eine Umsetzung fast unmöglich.

Die Integration eines Dorfladens in die Gemeinde, die Selbstorganisation der örtlichen Nahversorgung über einen Frischemarkt ist möglich durch die Gründung einer Genossenschaft.

Es gibt natürlich auch andere Möglichkeiten und Rechtsformen, aber die Genossenschaft ist gerade für dieses Modell nahezu ideal.

Warum? - Das möchte ich Ihnen sagen.

In einer Genossenschaft können die Interessen der Einzelnen mit Interessen der Gemeinschaft in Einklang gebracht werden. Alle haben dabei die gleichen Mitbestimmungsrechte.

Vorteil ist, es können viele Teilhaber einfach aufgenommen werden. Auch nach Gründung können weitere Mitglieder problemlos hinzu gewonnen werden.

Somit ist es wirklich eine Bürgergenossenschaft, in der das urdemokratische Prinzip – ein Mitglied – eine Stimme - gilt!

Ein weiterer Vorteil: Der Kapitalbedarf verteilt sich auf viele Schultern. 200 Mitglieder mit 100 EUR Beteiligung sind schneller organisiert als drei Mitglieder, die 20.000 EUR aufbringen müssen.

Denn, das darf man nicht verhehlen, Sie brauchen auch ein entsprechendes Startkapital, um die Finanzierung zu gewährleisten. Die Mitglieder einer Genossenschaft bestimmen in Abhängigkeit vom Kapitalbedarf und Fremdfinanzierung die Höhe ihrer Geschäftsanteile.

Das Startkapital wird benötigt, um die Kosten der Gründungsphase zu decken, aber auch um die Anlaufkosten zu schultern, d. h. Ausgestaltung des Marktes - Grundeinrichtung usw. Dafür benötigen Sie konkrete Informationen.

Was soll gebaut werden, wie groß soll gebaut werden?

Gibt es bestehende Objekte, in die man die Verkaufseinrichtung integrieren kann?

Sanierung, Umbau, Rekonstruktion oder Neubau – und ganz wichtig, die Kosten dafür.

Wie ist das Objekt dimensioniert, wie wird es von den Kunden angenommen?

Eine Planung in Richtung Wirtschaftlichkeit, d.h. Kundenfrequenz, durchschnittlicher Kundenbon, Kundenströme ...

Welches Angebot möchte man haben und was kann an Frequenzbringern integriert werden – ein örtlicher Fleischer, ein örtlicher Bäcker?

Bestehende Strukturen werden ergänzt und **nicht** zerstört. Keine Konkurrenz im Ort aufbauen, sondern integrieren und das Angebot ausbauen!

Die Mitglieder haben die Chance zur Sortimentsbestimmung. Die Sortimentshoheit liegt bei der Genossenschaft und hier können die Mitglieder maßgeblich die Ausrichtung mitbestimmen.

Über die Genossenschaft können Sie ideal die Käuferströme beeinflussen. Dies zeigt auch die Studie der BBE.

Was trägt besser zur Refinanzierung meiner Anteile bei, als der Einkauf in meinem eigenen Markt / Laden?

Damit ist die Motivation des Einkaufens auch bei mobilen Käuferschichten größer als im klassischen Einzelhandel.

„Der einzelne Bäcker oder Fleischer kauft ja auch nicht bei der Konkurrenz!“

Wir, der Mitteldeutsche Genossenschaftsverband, können Sie gern bei diesen Planungs- und Analyseaufgaben begleiten.

Danach gilt es zu überlegen, wie hoch der Kapitalbedarf ist und wie hoch ein Anteil sein sollte bzw. wie viele Mitglieder kann man für dieses Projekt gewinnen?

Voraussetzung ist natürlich die wirtschaftliche Tragfähigkeit und die wirtschaftliche Betreuung über mehrere Jahre.

Die Organisationsform der Kleinfläche hat dabei Vorteile gegenüber den Discountern und ist mit deren Struktur nicht vergleichbar. Somit kann eine Wirtschaftlichkeit schon mit geringeren Umsätzen erlangt werden.

Der gesellschaftsjuristische Leitfaden des Handelns ist die Satzung.

Vorteil auch hier: Das Genossenschaftsgesetz gibt Eckpunkte vor, aber Sie sind weitestgehend frei, auch Ihre Satzung zu bestimmen.

Damit bleibt es Ihnen vorbehalten, zu regeln, wie hoch ein Anteil ist, wie die Haftungsbegrenzung ausfällt, welche Rechte und Pflichten die Organe über das gesetzlich vorgeschriebene Maß hinaus erfüllen sollten.

Sie brauchen natürlich auch die Satzung, um entsprechend Mitglieder für Ihr Projekt zu gewinnen.

Sind diese Aufgaben erledigt, ist die Finanzierung zu klären.

Das Sächsische Staatsministerium für Wirtschaft und Arbeit unterstützt und bezuschusst seit 01.01.2008 über die Mittelstandsrichtlinie die Vorgründungsphase.

Gerade hier entstehen Kosten, die eigentlich vor der Gründung noch nicht geschultert werden können.

Auch die Startinvestitionen sind förderfähig. Gegebenenfalls im Rahmen des Leader-Programms - eine Säule des ELER-Konzeptes - also die Entwicklung in den ländlichen Räumen, können hier über das sächsische Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft Zuschüsse beantragt werden. Herr Dr. Schwarze hat dies bereits ausgeführt.

Sind diese Eckpunkte alle geklärt, kann das Gründungskonzept erstellt werden.

Es ist **die** wichtige Grundlage für die Gewinnung von Gründungsmitgliedern und zukünftigen Mitgliedern, aber auch für die Gewinnung von Finanziers, ggf. Fremdkapitalgebern.

Es dient auch der Gründungsprüfung und als Handlungsleitfaden für die künftigen Organe der Genossenschaft (Vorstand, Aufsichtsrat und Generalversammlung).

In der anschließenden Gründungsversammlung wird dieses Konzept vorgestellt und die potenziellen Mitglieder zeichnen ihre Anteile, werden so Mitglied und gründen die Genossenschaft.

Auch bestimmen sie **hier** ihre gesetzlichen Vertreter, d. h. den Vorstand als Geschäftsführungsorgan und als Überwachungsorgan den Aufsichtsrat.

Juristisch gesehen ist das der Startschuss der Umsetzung des Projektes!

Jedes Mitglied hat unabhängig von seiner Kapitalbeteiligung nur eine Stimme. Damit ist die Genossenschaft vor der Dominanz Einzelner geschützt; feindliche Übernahmen sind unmöglich.

Jedes Genossenschaftsmitglied behält auch nach dem Beitritt zur Genossenschaft seine Selbständigkeit. Insofern verbindet die Genossenschaft die Vorteile der Selbständigkeit mit den Vorteilen eines starken Netzwerkes.

Eine regelmäßige unabhängige Überprüfung der wirtschaftlichen Verhältnisse bietet zusätzlichen Schutz für die Mitglieder und steigert das Vertrauen in die Genossenschaft. Sie ist der Garant dafür, dass die Genossenschaft im Vergleich zu allen anderen Rechtsformen besonders insolvenzsicher ist.

Parallel dazu muss nach Kooperationspartnern gesucht werden, das heißt, wer kann mich beliefern, kostengünstig und frisch. Gibt es im näheren Umfeld Direktvermarkter, mit denen ich kooperieren kann, die ich in dieses Projekt integrieren kann, ggf. auch benachbarte Konsumgenossenschaften.

Diese können unterstützen, da sie Ladenplanung, Ladengestaltung sowie Sortimentsbestückung bestens aus dem eigenen Geschäft kennen und hier die entsprechenden Hintergrundinformationen besitzen.

Auch eine dauerhafte Partnerschaft ist denkbar.

Damit ergeben sich auch Alternativen zur klassischen Gründung eines „Versorgungszentrums“.

Z. B.: wenn eine bestehende örtliche Konsumgenossenschaft, eine Gemeinde und interessierte Firmen, wie Direktvermarkter, sich zusammenschließen und ein solches Nahversorgungszentrum betreiben.

Auch hier kann eine Genossenschaft gegründet werden, - eine gesetzlich vorgesehene Unternehmergenossenschaft, in der die Gemeinde integriert ist, um die Potenziale aus Verbundenheit der Bürger zu erschließen und Kenntnisse vor Ort zu nutzen.

Das ergibt eine „neudeutsch“ gesprochen „WIN WIN Situation“ – ein Mehrgewinnermodell! Die sich in der Genossenschaft wieder findenden Mitglieder partizipieren alle:

- die Gemeinde löst das Nahversorgungsproblem,
- die Konsumgenossenschaft weitet ihren Absatz aus und verteilt das wirtschaftliche Risiko,
- die Bürger haben einen Anlaufpunkt und Kommunikationszentrum und regeln die Warenversorgung ihres täglichen Bedarfs,
- die Direktvermarkter erhöhen ihren Umsatz und die Akzeptanz ihrer Produkte bei den Kunden,
- die Mitglieder bestimmen maßgeblich die Angebotsbreite ihres Marktes, das betrifft auch die Dienstleistungsbereiche, wie z.B. die Post und Bank.

Damit ist allen Akteuren geholfen, ohne dass nur ein Einzelner die Umsetzung bewältigen muss!

Ziel ist es in jedem Fall, und zwar zwingend, wirtschaftliche Tragfähigkeit zu erlangen - und dies dauerhaft.

Das muss nicht nur angestrebt, sondern **erreicht** werden, um die Anteile der Mitglieder zu schützen und die Anfangsinvestitionen zu refinanzieren.

Über die Häufigkeit der Einkäufe erfolgt die Existenzsicherung und langfristig die Refinanzierung der Mitgliedsanteile.

Mit den nicht unwesentlichen Nebenbedingungen der effizienten und guten Versorgung der Mitglieder und Kunden des Marktes.

Der Eine oder Andere wird sich sicher die Frage stellen, wenn alles so relativ einfach ist, wirtschaftlich tragfähig und die Kunden treu sind – wieso ziehen sich große Ketten zurück.

Die Frage ist berechtigt!

Weil unter 1.000 m<sup>2</sup> Marktfläche keiner der großen europäischen Lebensmitteldiscounter überhaupt anfängt, zu überlegen, geschweige denn, zu prüfen.

Wer von den kleinen Gemeinden braucht 1.000 m<sup>2</sup> Fläche? 1.000 m<sup>2</sup> brauchen einen Mindestumsatz von X, eine Rendite von Y und ein Umfeld von Z !

Genossenschaft heißt – im Gegensatz zu den großen Playern:

- Größe dem aktuellen und künftigen Bedarf entsprechend
- Sortimente werden vor Ort geregelt und nicht zentral
- Werbung kann dem Standort entsprechend erfolgen – man muss sich nicht einer Kampagne anschließen, die deutschlandweit greifen muss
- **kein** überdimensionierter Verwaltungs- und Managementapparat
- keine Notwendigkeit, die Interessen der Aktionäre zu vertreten, damit auch keine Gewinnmaximierung
- die Wertschöpfung bleibt in der Region

Das Sekundärziel besteht darin:

- das Dorf zu beleben,
- neue Arbeitsplätze zu schaffen,
- den Wegzug vermeiden und junge Familien wieder im Dorf zu halten
- oder einen Zuzug zu organisieren.

Gerde Frauen haben hier die Möglichkeit eines Arbeitsplatzes bzw. auch der Nutzung von Teilzeit ohne lange Wegstrecken zu bewältigen.

Das hilft gerade jungen Familien.

Dieser Gründungsprozess wird von uns unterstützt und begleitet. Dabei gilt es im Interesse des Vorhabens, alle Fördermöglichkeiten zu nutzen, die der Freistaat und Bund bis hin zur Agentur für Arbeit bietet, zu nutzen. Für die Startphase ist dies enorm wichtig, damit die Genossenschaft mittelfristig ohne Förderung auskommen muss. Eine subventionsabhängige Nahversorgung darf nicht das Ziel und der Weg sein. Die Kenntnis über all die Möglichkeiten hat der Verband umfassend und langjährig. Und er ist in der Region sächsisches Eigengewächs und kein einzufliegender Import.

Gerade in der Startphase muss die Kapitalbelastung überschaubar sein.

Dafür bekommen Sie Unterstützung in der Vorgründungsphase, bei der Gründung selbst, bei der Erarbeitung des Existenzgründungskonzeptes und der Satzung sowie in den ersten Jahren der Existenzfestigung.

Für die Umsetzung ist die Begleitung in den ersten fünf Jahren nach der Gründung ganz wichtig. Dies ist das sogenannte Gründercoaching, damit Sie sich – was eigentlich Ihre Aufgabe ist – mit der Festigung des Unternehmens beschäftigen können.

Das heißt Konzentration auf das eigentliche Geschäft und die optimale Betreuung Ihres Frischemarktes, Ihres Dorfladens, Ihres Nahversorgungsprojektes.

#### Fazit:

- Hilfe zur Selbsthilfe - ist aktueller denn je!
- Das ist das Prinzip der Genossenschaften seit 150 Jahren – praktiziert und gelebt! – Gerade in Sachsen!
- Es ist eine wirtschaftlich sich selbst tragende Einheit. Je mehr Sie Ihren Laden nutzen, umso rentabler wird er und damit Ihr Geschäft!
- Motivation und Bindung der Bürger über den Förderauftrag
- Mitbestimmung und Demokratie stehen nicht unternehmerischem Handeln entgegen

Um Ihnen diesen Ablauf zu visualisieren, haben wir zur Untermauerung des Gesagten Flyer ausgelegt, die Sie gern mitnehmen und interessierten Bürgern verteilen können.

Wir stehen Ihnen natürlich gern als Ansprechpartner, Problemlöser und Begleiter in allen Phasen der Gründung und darüber hinaus zur Verfügung.

Nutzen Sie die Angebote des Freistaates und des Verbandes, Ich wünsche Ihnen bei der Umsetzung Ihrer Projekte viel, viel Erfolg.

Vielen Dank!

***ENTWURF – es gilt das gesprochene Wort!***