

Genossenschaftsprinzipien

Wolfgang Fabricius (w.fabricius@isp-eg.de)

Stand: 20.04.06

Erik Nölting [Nölting 1949] weist darauf hin, dass Adam Smith, Urvater der Liberalen und Neoliberalen, und sein Gegenpart, Karl Marx, sich zumindest in diesem Punkt einig sind: Aller Ertrag stammt aus der Arbeit, die alleinige Quelle aller wirtschaftlichen Werte ist. Diese Werte müssen dem Zugriff der Profiteure entzogen werden, nicht nur im Produktions-, sondern auch im Verbraucherbereich.

Marx und Engels schreiben 1847/48 im 'Kommunistischen Manifest: *'Ist die Ausbeutung des Arbeiters durch den Fabrikanten soweit beendet, daß er seinen Arbeitslohn bar ausgezahlt bekommt, so fallen die anderen Teile der Bourgeoisie über ihn her, der Hausbesitzer, der Krämer, der Pfandleiher usw.'* [[Marx/Engels 1848](#)].

Für Klaus Novy waren damit *„die Ansatzpunkte der wirtschaftlichen Selbsthilfe der Arbeiter auch schon genannt:*

- *Wohnungsbaugenossenschaften,*
- *Konsumgenossenschaften sowie*
- *Spar- und Kreditvereine, Hilfskassen“* [Novy 1985].

Diese Genossenschaften sind Genossenschaften der Arbeiter als Verbraucher und nicht der Arbeiter als Produzenten. Die Verbrauchergenossenschaften sind auf der Nachfrageseite und nicht auf der Anbieterseite des Marktes angesiedelt. Ihr Schwerpunkt liegt im Mitgliedergeschäft.

1. Verbrauchergenossenschaften

Das Identitätsprinzip

Die Verbrauchergenossenschaften sind gekennzeichnet durch das Identitätsprinzip. Die zwei normalerweise durch den Markt getrennten Seiten des Bürgers - Anbieter und Verbraucher - finden durch Genossenschaften ihre Identität wieder:

- in der Wohnungsgenossenschaft ist der Mieter auch der Vermieter,
- in der Konsumgenossenschaft ist der Käufer auch der Anbieter und
- in der Genossenschaftsbank ist der Schuldner auch der Gläubiger.

Weitere Prinzipien der Genossenschaften waren bzw. sind u.a.:

Demokratieprinzip

Im Gegensatz zur Aktiengesellschaft oder der GmbH hat nach dem Demokratieprinzip jedes Mitglied eine Stimme, unabhängig von der Anzahl der erworbenen Geschäftsanteile. Anders als in anderen Institutionen wie Parteien und Gewerkschaften galt in den Genossenschaften seit ihren Anfängen gleiches Stimmrecht für Männer und Frauen. Alle Mitglieder haben gleiche Rechte und Pflichten. Historische und aktuelle Beispiele zeigen allerdings, dass praktische Demokratie auch in den Konsumgenossen-

schaften wesentlich von der politischen Kultur der Mitglieder und Funktionäre abhängt.

Das Förderprinzip

Die Genossenschaft dient als freiwilliger Zusammenschluß der wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Förderung ihrer Mitglieder. Daher war für Genossenschaften früher das reine Mitgliedergeschäft bindend. Schwerpunkte des Förderprinzips liegen auf wirtschaftlichem, sozialen und kulturellen Gebiet.

Die Rückvergütung

Die Genossenschaft kann ihre Produkte nicht zum Selbstkostenpreis abgeben, da sie Investitionen in den weiteren Ausbau oder für zusätzliche Leistungen tätigen muss. Auch unsichere Preisentwicklungen müssen berücksichtigt werden. Die nach Abzug der beschlossenen Ausgaben (Investitionen, Gehälter etc.) erzielten Überschüsse werden an die Mitglieder, nicht jedoch wie bei Kapitalgesellschaften, nach der Höhe der Einlagen, sondern in Höhe der getätigten Einkäufe, verteilt.

Beschränkte Kapitalverzinsung

Das genossenschaftliche Grundkapital, das von allen Mitgliedern in Form von Geschäftsanteilen aufgebracht wird, wenn überhaupt, nur beschränkt verzinst.

Bildungsarbeit

Die Bildungsarbeit diene in erster Linie dazu, den Mitgliedern die Kenntnisse zu vermitteln, die sie zu wertvollen Mitarbeitern für die Genossenschaftsbewegung machen sollte.

Politische und konfessionelle Neutralität

In England war im wesentlichen religiöse Neutralität gemeint, in Deutschland wollte man nicht in politische Auseinandersetzungen hineingezogen werden.

2. Produktivgenossenschaften

Produktivgenossenschaften erfüllen das wichtigste Prinzip der Verbrauchergenossenschaften – das Identitätsprinzip – nicht. Sie sind nicht auf der Nachfragerseite, also diesseits des kapitalistischen Marktes, sondern auf der Anbieterseite, jenseits dieses Marktes angesiedelt und damit den ganzen Instrumentarien des globalen kapitalistischen Marktes ausgeliefert. Über kurz oder lang tendieren sie in der Regel zur Selbstaussbeutung und sind schließlich oft zum Scheitern verurteilt.

Ob Genossenschaften ohne das Identitätsprinzip überhaupt so genannt werden sollten, wird bezweifelt. Allerdings drängt der Gesetzgeber das Genossenschaftsgesetz aufgrund seiner neoliberalen Ausrichtung insbesondere auf europäischer Ebene immer weiter in Richtung Aktiengesellschaft, in der das Identitätsprinzip völlig unbekannt ist.

Produktivgenossenschaften waren im Gegensatz zu den Verbrauchergenossenschaften

nach Franz Oppenheimers^{*)} "Transformationsgesetz" von 1894 in zweierlei Hinsicht zur Schließung verurteilt:

1. Da sie sich auf dem profitorientierten Markt behaupten mussten, waren sie den immer wiederkehrenden Wirtschaftskrisen wie jeder andere Betrieb unterworfen. In einer Wirtschaftskrise konnte sich die Geschäftsführung aber nicht von ihren Mitarbeitern, die ja auch Mitglieder waren, trennen. Die Mitglieder aber hatten, da der Betrieb ihre einzige Einnahmequelle war, wenn sie „arbeitslos“ wurden, zusätzlich zum fehlenden Einkommen auch noch die Betriebskosten aufzubringen und standen sich schlechter als die regulären Arbeitslosen. Sie mussten in praktisch allen Fällen nach relativ kurzer Zeit schließen.
2. Sollten sie eine Krise überlebt und endlich Geld in den Kassen haben, wollten sie dieses keinesfalls mit weiteren Mitgliedern teilen. Sie tendierten vielmehr dazu, statt neue Mitglieder anzuwerben, Angestellte zu beschäftigen, die sie „heuern und feuern“ konnten und hatten damit zwei unterschiedliche Mitarbeitergruppen („Eigentümer“ und Angestellte) mit den entsprechenden Auseinandersetzungen.

3. Einkaufsgenossenschaften

Eine Zwitterstellung nehmen die Einkaufsgenossenschaften ein, die sich sowohl auf der Nachfrageseite als auch auf der Anbieterseite des Marktes befinden. Sie sind in den unterschiedlichsten Sparten, wie z.B. Einzelhandel, Landwirtschaft, Internetproviding etc., angesiedelt.

4. Statistische Verteilung der Genossenschaftstypen

Während in Deutschland die Gebrüder Albrecht (Aldi) die mit Abstand reichsten Personen darstellen und weltweit zu den 10 reichsten Personen avancierten (Aldi-Nord, Besitz: 29,2 Mrd. DM, Umsatz 2000: 19,7 Mrd. DM, Aldi-Süd, Besitz: 25,2 Mrd. DM, Umsatz 2000: 16,5 Mrd. DM), hat z.B. in der Schweiz die Konsumgenossenschaft Migros im Jahr 2000 einen vergleichbaren Umsatz von 19,6 Mrd SFR gemacht. Von den 2,8 Millionen Schweizer Haushalten sind 1,8 Millionen, also fast zwei Drittel, Mitglied der Konsumgenossenschaft Migros. Die Gewinne wurden bei Migros allerdings nicht individuell privatisiert, sondern vergesellschaftet. Sie sind der Qualität, den Preisen, den Gehältern, den Lieferanten und der Infrastruktur zugute gekommen.

Parteien haben in Deutschland mit fallender Tendenz noch etwa 1,5 Millionen Mitglieder, die Gewerkschaften des Deutschen Gewerkschaftsbundes mit ebenfalls fallender Tendenz noch etwa 7 Millionen Mitglieder. Genossenschaften jedoch haben, trotz aller Behinderungen durch das Dritte Reich, die DDR und die BRD [Fairbairn], einen kontinuierlichen Mitgliederzustrom (1960: ca. 7 Mio., 1980: ca. 10 Mio. und 2000 ca. 20 Mio. Mitglieder [Herweg]).

^{*)}Franz Oppenheimer (1864-1943), eine herausragende Persönlichkeit innerhalb der sozialen Bewegungen des 19. Jahrhunderts, war ursprünglich praktischer Arzt im Berliner Wedding. Nach intensiver Beschäftigung mit sozialpolitischen Problemen und der wissenschaftlichen Sozialökonomie, die er mit journalistischer Tätigkeit finanzierte, wurde ihm der erste Soziologielehrstuhl in Deutschland an der Universität Frankfurt eingerichtet. Zudem war er Doktorvater von Ludwig Erhard.

Genossenschaften in der BRD

Jahrgang		1960		1980		2000	
Typus		Mitglieder	Anteil in %	Mitglieder	Anteil in %	Mitglieder	Anteil in %
Kredit- und Banken	Unternehmen	11.676	43,0	4.267	36,5	2.053	22,9
	Mitglieder*	3.855	39,3	9.105	69,1	14.834	
Ländliche Waren-, Verwertungs- u. Dienstleistungen	Unternehmen	12.025	44,3	5.227	44,8	3.961	41,2
	Mitglieder*	2.016	20,5	1.555	11,8	970	
Gewerbliche u. Dienstleistung	Unternehmen	1.447	5,3	804	6,9	1.422	15,1
	Mitglieder*	257	2,6	232	1,8	260	
darunter Produktivgen.	Unternehmen	(?) 50		28			
	Mitglieder						
Verkehrsgenossenschaften	Unternehmen	72	0,3	71	0,6		
	Mitglieder*	18	0,2	14	0,1		
Konsumgenossenschaften	Unternehmen	272	1,0	94	0,8	46	0,5
	Mitglieder*	2.585	26,3	665	5,0	880	
Wohnungsbaugenossenschaften	Unternehmen	1.653	6,1	1.217	10,4	2.002	20,3
	Mitglieder*	1.081	11,0	1.613	12,2	2.953	
Genossen. insgesamt	Unternehmen	27.145		11.680		7.000	
	Mitglieder*	9.812		13.184		20.000	

(*)=in 1000

Quelle: Deutsche Genossenschaftsbank (1984). Statistischer Teil und Deutsche Zentralbank (2000).

Produktivgenossenschaften sind allerdings, trotz aller Bemühungen von SPD und Gewerkschaften „solidarische Arbeitsplätze zu schaffen“, weder ökonomisch erfolgreich noch weisen sie erkennbare Mitgliederzahlen auf [Herweg]. Einkaufsgenossenschaften wie z.B. Rewe und Edeka sind zwar ökonomisch erfolgreich, doch unterscheiden sie sich in ihren Praktiken bezüglich Arbeitnehmer, Verbraucher und Lieferant nicht wesentlich von der profitmaximierenden Konkurrenz.

5. Literatur

1. Brett Fairbairn: Wiederaufbau und Untergang der Konsumgenossenschaften in der DDR und in der Bundesrepublik 1945 bis 1990. IWK, 34 (1998), 2, 171
2. Erwin Hasselmann: Geschichte der Deutschen Konsumgenossenschaften, COOP Verlag GmbH, Hamburg, 1971.
3. Vera Herweg: Können Genossenschaften als Gemeinschaften bezeichnet werden? Westfälische Wilhelms-Universität – Münster, Institut für Soziologie, Seminar "Vergemeinschaftung und Gemeinschaftsbildung" Prof. Matthias Grundmann Wintersemester 2001/02.
4. Robert Kurz: Antiökonomie und Antipolitik. Zur Reformulierung der sozialen Emanzipation nach dem Ende des 'Marxismus' 2001
<http://www.opentheory.org/keimformen/text.phtml>
5. Gustav Landauer: Drei Flugblätter (1913), 2. Was ist zunächst zu tun?,
<http://www.anarchismus.at/txt3/landauer6.htm>
6. Karl Marx, Friedrich Engels: Manifest der Kommunistischen Partei.
http://www.mlwerke.de/me/me04/me04_459.htm#ZT22
7. Erik Nölting: Wirtschaftsformen gestern, heute und morgen – Nach einem auf dem 3. deutschen Genossenschaftstag in Köln am 7. September 1949 gehaltenen Vortrag. Verlag des Zentralverbandes deutscher Konsumgenossenschaften e.V., 1949.

8. Klaus Novy, Michael Prinz: Illustrierte Geschichte der Gemeinwirtschaft -
Wirtschaftliche Selbsthilfe in der Arbeiterbewegung von den Anfängen bis 1945.
Verlag J.H.W. Dietz Nachf. Berlin/Bonn, 1985. <http://www.utopie1.de/novy/>