

Genossenschaften

Wolfgang Fabricius

Stand: 01.02.06

1. Vorbemerkung

Howard Zinn, emeritierter Professor für Geschichte an der Boston University, stellt fest: *„Wenn ich morgens die Zeitung lese, habe ich das Gefühl, in einem besetzten Land zu leben, in dem eine fremde Clique die Macht übernommen hat.“* Haben wir dieses Gefühl in Deutschland auch?

Adam Smith, Urvater der Liberalen und Neoliberalen, und sein Gegenpart, Karl Marx, sind sich zumindest in diesem Punkt einig: Aller Ertrag stammt aus der Arbeit, die alleinige Quelle aller wirtschaftlichen Werte ist. (Auch den Schöpfungsberichten der Religionen ist zu entnehmen, dass nicht das Kapital, sondern der Mensch zuerst da war.) Die Neoliberalen aber behaupten das Gegenteil: *Nicht die Arbeit schafft Kapital (so wie die Feinde des Liberalismus im Gefolge von Marx) sondern das Kapital schafft die Arbeit* [MPS-Mitglied Detmar Doering, Friedrich Naumann-Stiftung, Potsdam].

Auch die Shareholder-Value-Theorie fordert: *Aktionäre als Eigentümer der Unternehmen müssen den ungeteilten Gewinn erhalten. ... Manager, die sich zu sehr für die Belegschaft, die Gemeinden oder den Umweltschutz einsetzen, vergehen sich am Eigentum der Aktionäre!* [Jensen und Meckling, 1986]

Und das Ergebnis sieht folgendermaßen aus: *Mehrere Billionen Dollar haben internationale Fonds eingesammelt – bei den Reichen der Welt, aber auch bei Normalbürgern, die für ihr Alter vorsorgen, oder bei Banken und Versicherungen, die wiederum das ihnen anvertraute Geld mehren wollen. Rund um den Globus suchen sie nach Anlagechancen, sie spekulieren mit Währungen und Rohstoffen, Anleihen und Aktien. Sie nehmen ganze Volkswirtschaften in die Zange – und zunehmend auch deutsche Unternehmen. ... Aber wie soll ein nationaler Staat internationale Finanzströme regulieren.*" [Der Spiegel 18/2005, S. 131]

Globalisierter Shareholder Value! Kann die Profitmaximierung durch eine Profitminimierung unterlaufen werden? Müssen die 150 Jahre Arbeitskampf der Produzenten, die Minijobs, Ich-AG und Hartz IV nicht verhindert haben, durch die Aktivierung der Verbraucher ergänzt werden, um endlich die Umverteilung von unten nach oben dauerhaft zu beenden, oder besser: umzukehren?

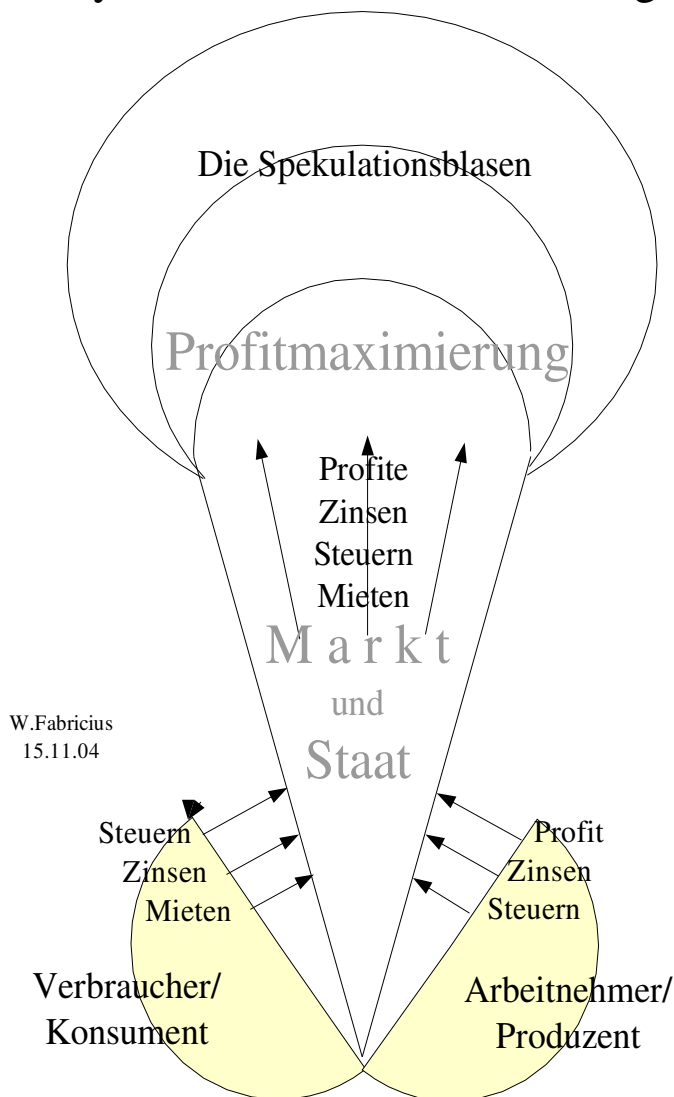
2. Strategien der Profitminimierung

Robert Kurz führt in „Antiökonomie und Antipolitik“ aus: *„Historisch hat sich der Markt von den Grundstoffen, den Vor- und Zwischenprodukten immer weiter vorgeschoben und immer mehr reproduktive Bezüge okkupiert; nicht nur bis zu den Endprodukten, die direkt in die Konsumtion eingehen, sondern darüber hinaus bis zur Vermittlung der Konsumtion selber in Form von Dienstleistungen und bis in den*

Intimbereich. ...

Für eine emanzipatorische Bewegung, die sich der Notwendigkeit bewusst ist, aus Keimformen heraus die gesellschaftliche Identität von Produktion und Konsumtion auf einer höheren Entwicklungsstufe wiederherzustellen, folgt daraus, daß sie in genau umgekehrter Reihenfolge von den Dienstleistungen und den direkt in die Konsumtion eingehenden Endprodukten ausgehend dem Markt seine historische Beute wieder entreißen muss, um von diesen Endpunkten aus die gesamte Reproduktion aufzurollen und emanzipatorisch umzuformen, bis sie bei den Grundstoffen angelangt und das warenproduzierende System aufgehoben ist. ...

Das System der Profitmaximierung



W.Fabricius
15.11.04

Die beiden Teilhälften des durch den Markt gespaltenen Individuums

vernachlässigte Rolle gespielt. Was für die Fachwissenschaft gilt, trifft für eine breitere Öffentlichkeit allemal zu.

Wer, außer wenigen Spezialisten, weiß, daß in der Programmatik der frühen Arbeiterbewegung genossenschaftliche Selbsthilfeunternehmen einen höheren

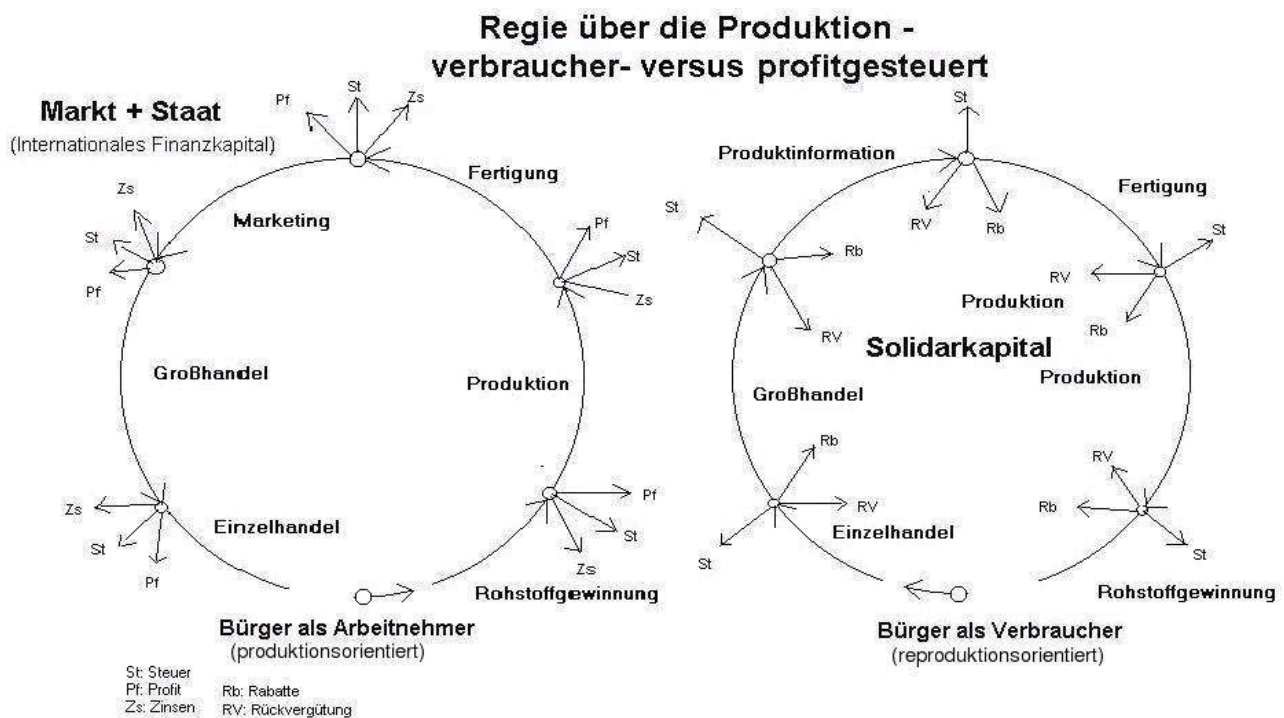
*Die Initiativen für entkoppelte Sektoren der Reproduktion können durchaus Kooperativen oder Genossenschaften genannt werden; nur daß es sich eben nicht um warenproduzierende Unternehmen, sondern um autonome Bereiche mit einer sozialen Identität von Produktion und Konsumtion handeln würde. Es gibt wenigstens ein Beispiel für einen solchen Ansatz, das die alte Arbeiterbewegung hinterlassen hat, und das waren die **Konsumgenossenschaften**. Es ist merkwürdig und zeigt wiederum die Ignoranz der "orthodoxen" Marxisten und der postmodernen Linken, daß die bloße Erwähnung dieses Worts bei ihnen sämtliche Scheuklappen fallen lässt.“ [Kurz 2001].*

Klaus Novy stellt 1985 resigniert fest: „In der Geschichte der Arbeiterbewegung haben Selbsthilfeunternehmen eine große, von Historikern wie Ökonomen bis in die jüngste Zeit fast völlig

Stellenwert besaßen als etwa die gewerkschaftliche Organisation? Nur wenig bekannter dürfte die Tatsache sein, daß die mit der Arbeiterbewegung eng verbundene konsumgenossenschaftliche Bewegung bereits um die Jahrhundertwende eine Massenorganisation mit mehr als einer Million Mitglieder bildete. Konsumvereine erfassten in der Weimarer Republik, auf dem Höhepunkt ihrer Entwicklung, annähernd vier Millionen Haushalte, während es alle drei großen Gewerkschaftsverbände zusammen gerade auf knapp sechs Millionen Mitglieder brachten.

... Wie schon Marx und Engels (1847/48) im 'Kommunistischen Manifest' herausstellten, beschränkte sich die Ausbeutung nicht auf den Bereich der Produktion: '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]. Und damit sind die Ansatzpunkte der wirtschaftlichen Selbsthilfe der Arbeiter auch schon genannt:

- Wohnungsbaugenossenschaften
- Konsumgenossenschaften
- Spar- und Kreditvereine, Hilfskassen.



In allen Fällen übernimmt die Gruppe der Mitglieder und Kunden als Gemeinschaft auch die andere Marktrolle: Vermieter und Mieter, Händler und Kunde, Kreditgeber und Kreditnehmer sind „eins“ (Identitätsprinzip).“ [Novy 1985]

Marx und die Marxisten haben das Identitätsprinzip der Genossenschaftsbewegung allerdings nicht gefördert, sondern sich in ihren politischen Konzepten ausschließlich

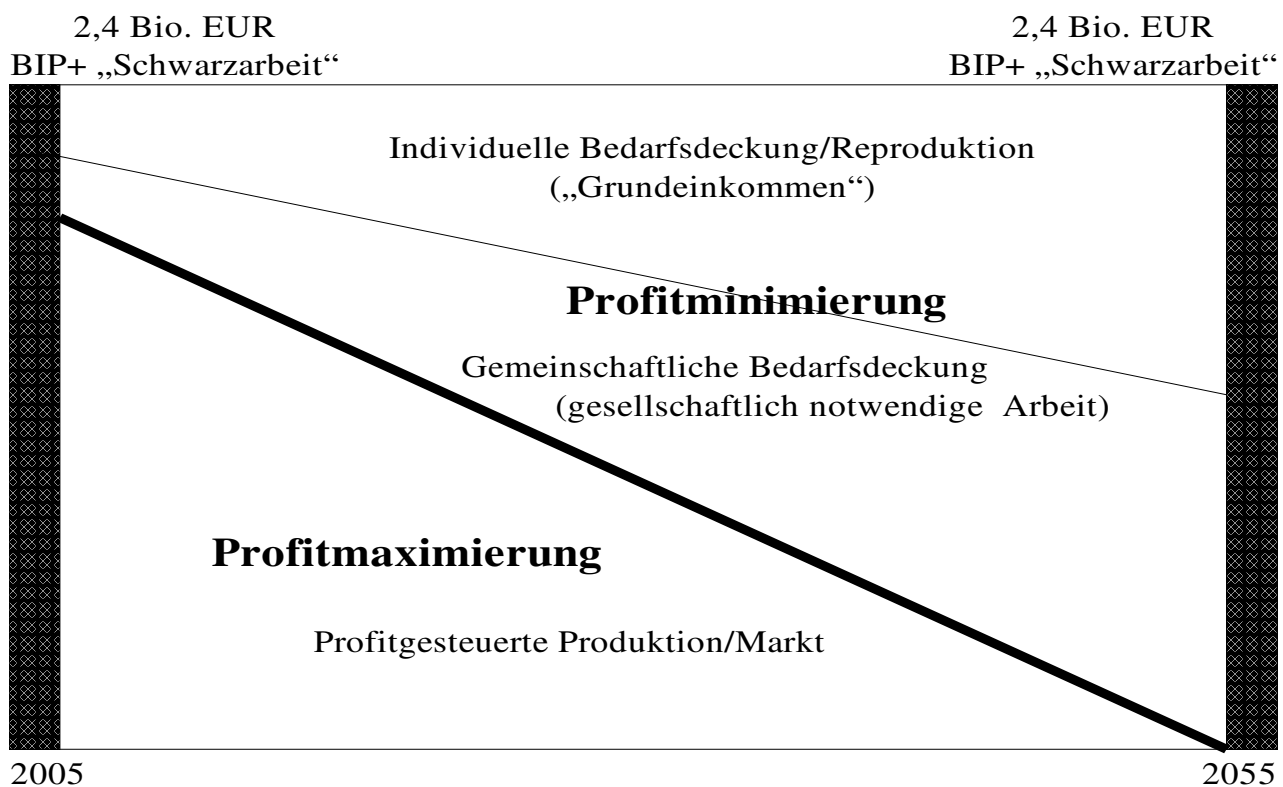
auf den Arbeitnehmer bezogen, obwohl die ersten Konsumgenossenschaften bereits ab 1844 gegründet wurden. Im Gegenteil, sie haben von den Konsumgenossenschaften nachhaltig abgeraten (s.u.) [[Marx](#), [Engels](#)].

Nachdem die Mitgliederzahlen sowohl von Parteien als auch Gewerkschaften rückläufig sind, lohnt es sich vielleicht doch, die ehemals „dritte Säule der Arbeiterbewegung“ genannte Genossenschaftsbewegung noch einmal näher ins Auge zu fassen, insbesondere, da die Mitgliederzahlen der Verbrauchergenossenschaften selbst in Deutschland kontinuierlich steigen.

Der Zweck genossenschaftlicher Wirtschaft ist *„nicht die Erzielung von Gewinn, sondern die unmittelbare Förderung ihrer Mitglieder durch ihre Leistungen. ... Ziel der Konsumgenossenschaften (ist es), die Lebenshaltung ihrer Mitglieder durch die Verbesserung und Verbilligung ihrer Warenversorgung zu heben.“* [Hasselmann 1971]

Entökonomisierung der Gesellschaft

W. Fabricius, 08.04.05



Unabhängig von der Lösung ökonomischer Probleme standen auch Qualitätsfragen im Mittelpunkt der wirtschaftlichen Selbsthilfe. Den Lebensmittelfuschereien zur Zeit der Gründung der Konsumgenossenschaften: Mehl wurde mit Gips gestreckt, Brot war mit Sägemehl verlängert, Milch mit Wasser gepanscht etc. stehen heute GenFood, Rückstände und Zusatzstoffe in Lebensmitteln etc. gegenüber.

3. Historie der Verbrauchergenossenschaften

„Die kapitalistische Produktionsweise wirkte sich bereits im 19. Jahrhundert insbesondere in England, dem Mutterland der Industrialisierung, sehr nachteilig auf

die Lebensumstände der Lohnabhängigen aus. Zusätzlich verboten es die Gesetze den Arbeitern, sich selbst zu bilden, und die Regierung verweigerte ihnen wegen ihres Mangels an Bildung und, da sie kein Haus besaßen, das Wahlrecht. Deshalb propagierte bereits um 1820 der Industrielle Robert Owen die Gründung von "kommunistischen Siedlungen" zum Aufbau eines neuen Gesellschaftssystems. Seine praktischen Versuche scheiterten zwar, beeinflussten aber die auf realistischerer Grundlage beruhenden Anfänge der englischen Genossenschaftsbewegung, die sich später auf ganz Europa ausbreitete.“ [Novy 1985].

„Als Folge gescheiterter Arbeitskämpfe der Chartisten entwarfen 28 Weber, die ' Redlichen Pioniere von Rochdale' im Jahr 1844 die Prinzipien und Grundsätze der ersten erfolgreichen Konsumgenossenschaft, die das Modell für die spätere Genossenschaftsbewegung in ganz Europa darstellte und eröffneten am 28. Oktober 1844 ihren ersten Laden. (Redliche Pioniere nannten sie sich, weil sie nicht wie frühere Genossenschaften Waren auf Kredit abgaben und dadurch zahlungsunfähig wurden bzw. wie die Einzelhändler, die ihre Kunden durch Kredite bewußt zu weiteren Käufen in ihren Läden an sich banden.)“ [Mersmann]

Der Aufbau einer Konsumgenossenschaft war nicht das eigentliche Ziel der Rochdaler Weber. Die Konsumgenossenschaft sollte vielmehr die Grundlage für die Errichtung einer Vollgenossenschaft sein, die alle Lebens- und Wirtschaftsbereiche der Beteiligten einbezieht. Durch die Selbstorganisation sollte die wirtschaftliche Abhängigkeit der Lohnabhängigen vom Prozess der Industrialisierung aufgehoben werden. Der Genossenschaftsgedanke war Träger einer erhofften umfassenden Wirtschafts- und Sozialreform.

Neben einer teilweisen Rückvergütung von Gewinnen beschlossen deshalb die Rochdaler Pioniere die Rücklage von Geldern für soziale und kulturelle Aufgaben und für den weiteren Ausbau ihres Unternehmens. Neben der Bildungsarbeit nahm man den Ankauf oder den Bau von eigenen Wohnhäusern für Mitglieder auf, ebenso die Herstellung eigener Produkte, um Handelsgewinne auszuschalten und erwerbslosen Mitgliedern Arbeitsplätze zu beschaffen.

Erst als die Mitgliederzahl 600 überstieg (1848) wurden die ersten Angestellten entlohnt. 1849 wurde Buch- und Zeitungsladen eingerichtet, 1850 eine Schule für Kinder und 1855 eine Schule für Erwachsene.

1850 erwarb man Anteile an einer Kornmühle und verteilte sie an 200 Mitglieder. Damit wurde die bisher eigenständige Produktivgenossenschaft zum Produktionsbetrieb der Konsumgenossenschaft, eine Baumwollspinnerei und -weberei, eine Schlachtereie etc. kamen in den nächsten Jahren hinzu. Die Arbeiter, die sich mit verfälschten Produkten ernährten und mit minderwertigen Stoffen gekleidet hatten, bezogen jetzt vorzügliche Lebensmittel, webten selbst ihre Kleiderstoffe, mahlten selbst das Korn, schlachteten selbst ihr Vieh.

1860 wurde auch eine Unterstützungskasse für Krankheits- und Todesfälle eingerichtet und immer weitere Lebensbereiche konnten selbstbestimmt verwaltet werden.

Wie war es möglich, dass im Laufe der folgenden Jahrzehnte Millionen Menschen ihre wirtschaftlichen Angelegenheiten in die eigenen Hände nehmen konnten und demokratische, selbstverwaltete Unternehmen aufbauten, die ein spürbares Gegengewicht zur gewinnorientierten Privatwirtschaft darstellten und solidarische Lebensformen ermöglichten?

3.1. Prinzipien und Grundsätze

Die Besonderheit der Konsumgenossenschaften bestand darin, dass sich nichtbesitzende lohnabhängige Konsumenten zusammenschlossen und durch die Einlage vieler kleiner Beiträge Kapital zum Nutzen gemeinsamer Interessen einsetzten. Je mehr Konsumenten gewonnen werden konnten, desto höhere Preisnachlässe konnten beim Einkauf erzielt werden und wenn von den Konsumgenossenschaften die Produktion eines ganzen Betriebes abgenommen wurde, konnten durch die Übernahme dieses Betriebes weitere Einsparungen erzielt werden. So wurde in kleinen Schritten der profitmaximierende Markt vom Konsumenten aus seinem eigenen Umfeld verdrängt.

Wesentlich für den Erfolg der Konsumgenossenschaften der Rochdaler Pioniere waren folgende Prinzipien:

Das Demokratieprinzip

Im Gegensatz zur Aktiengesellschaft oder der GmbH hat nach dem Demokratieprinzip jedes Mitglied eine Stimme, unabhängig von der Anzahl der erworbenen Geschäftsanteile. Oberstes Entscheidungsorgan ist die Mitgliederversammlung, die ab 1500 bzw. 3000 Mitglieder durch die Vertreterversammlung abgelöst wird.

Anders als auf der politischen Ebene 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 Konsumgenossenschaften wesentlich von der politischen Kultur der Mitglieder und Funktionäre abhängt.

Das Identitätsprinzip

Die Konsumgenossenschaft schließt jeweils zwei normalerweise durch den Markt getrennte Rollen im Interesse der Schwächeren zu einer Organisation zusammen. Verbraucher werden ihr eigener Einzelhändler, später Großhändler, Kreditgeber und schließlich Produzent.

In der Wohnungsbaugenossenschaft werden die Mieter zu ihrem eigenen Vermieter und schließlich ihr eigener Bauherr.

In Genossenschaftsbanken werden die Schuldner zum eigenen Gläubiger.

Produktivgenossenschaften erfüllen dieses wichtigste Prinzip der Verbrauchergenossenschaften nicht und sind zudem nicht auf der Nachfragerseite, also diesseits des kapitalistischen Marktes, sondern auf der Anbieterseite, jenseits dieses Marktes angesiedelt und damit über kurz oder lang zum Scheitern verurteilt (s. Oppenheimersches Transformationsgesetz [Novy 1985]). Ob sie ohne das Identitätsprinzip überhaupt als Genossenschaft anerkannt werden sollen, 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 immer 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 am Hals 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.

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

^{*)}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.

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, wird 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.

3.2. Anlaufphase und Entwicklung zur dritten Säule der Arbeiterbewegung

In Deutschland kam es bereits ab 1845 in Sachsen zu ersten Gründungen von Konsumvereinen durch Arbeiter (z.B. Arbeiterkonsumverein Ermunterung in Chemnitz).

Der eigentliche Genossenschaftsaufbruch in Deutschland stand im Zusammenhang mit der bürgerlichen Revolution von 1848 und ging im wesentlichen von der Allgemeinen deutschen Arbeiterverbrüderung, der ersten deutschen Arbeiter-Massenbewegung aus. Geplant war der Aufbau einer Assoziationswirtschaft mit "Assoziationskassen" auf lokaler Ebene, genossenschaftlich fundierten Kreditbanken, Produktivbetrieben und "Ankaufgenossenschaften, welche sich zur Aufgabe machen, durch gemeinsame Beschaffung von Lebensbedürfnissen:

1. diese ihren Mitgliedern im Großeinkauf und möglich aus erster Hand besser und vorteilhafter zu beschaffen,
2. durch direkte Vermittlung ihren Mitgliedern bessere Arbeitsgelegenheit, auf Gegenseitigkeit gestützt, zu schaffen,
3. Unternehmungen ins Leben zu rufen, welche das Gesamtvermögen der Verbrüderung erweitern (Associationswerkstätten, Fabriken etc.). ...

Der Verwaltungsrat der Verbrüderung bestimmt auf Antrag der Mitglieder diejenigen Gegenstände, welche gemeinsam beschafft werden; er leitet und beaufsichtigt alle Geschäfte, die nach den Grundsätzen der Verbrüderung geführt werden."

Victor Aime Huber propagierte den ersten genossenschaftlichen Wohnungsbau für Arbeiter.

Eduard Pfeiffer gründete Konsumgenossenschaften für Arbeiter.

Abweichend vom Konzept der Rochdaler Pionieren, die sich als Gegengewicht gegen die kapitalistische Wirtschaftsordnung verstanden, gründete der Jurist und Abgeordnete

der preußischen Nationalversammlung Schulze-Delitzsch 1849 die ersten auf Selbsthilfe beruhenden Einkaufsgenossenschaften für Tischler und Schuhmacher, die durch Einrichtung gemeinsamer Einkaufs-, Kredit- und Absatzgenossenschaften für den freien Markt kokurrenzfähiger gemacht werden sollten. Von ihm stammt der Satz: Je mehr der Rausch über die Verheißungen von 1848 verfliegt, desto geneigter wird man, die Sache selbsttätig in die Hand zu nehmen. Es gibt Systeme und Pläne genug, ganz neue Welten fertig in den Köpfen der Denker. Schade nur, daß die Brücke fehlt, welche vom Boden der nackten Wirklichkeit zu ihnen hinüberführt.

Friedrich Wilhelm Raiffeisen entwickelte den Genossenschaftsgedanken für landwirtschaftliche Betriebe.

Ferdinand Lasalle, der Gründer der heutigen SPD, favorisierte allerdings - wie Marx und Engels und auch die SPD - abweichend vom Konzept der Verbrauchergenossenschaften immer die Gründung von Produktivgenossenschaften.

Das Scheitern der Revolution von 1848 leitete eine Phase politischer "Reaktion" ein, die zu einer Unterbrechung der Aktivitäten der Arbeiterverbrüderung führte und die Konsumgenossenschaftliche Bewegung stark schwächten. Über die Zeit bis 1860 gibt es auch nur unzureichende Aufzeichnungen, die jede zusammenfassende Charakterisierung sehr erschweren.

Etwa um die Mitte der 1860er Jahre begann eine neue Phase der konsumgenossenschaftlichen Entwicklung im Deutschen Reich. Die Zahl der Gründungen nahm sprunghaft zu. Eine eingeschränkt repräsentative Übersicht über die Entwicklung in den 1860er Jahren hat der Allgemeine Verband der deutschen Erwerbs- und Wirtschaftsgenossenschaften veröffentlicht. In nur 6 Jahren verdreifachte sich die Zahl der diesem Verband angehörenden Konsumvereine, der Gesamtumfang der Mitgliedschaft stieg um annähernd das sechsfache, während sich der Umsatz mehr als verzehnfachte. Bis 1871 hatte dieser Verband eine viertel Million Mitglieder und einen Umsatz von 57 Millionen Reichsmark.

In fast allen größeren Städten des Reiches gab es vereinsmäßige Zusammenschlüsse der Konsumenten. Auch für den unregelmäßig und schlecht verdienenden Fabrikarbeiter waren die niedrigen Geschäftsanteile tragbar, der erreichbare Nutzen erheblich. Die Höhe der gezahlten Rückvergütungen lag in diesen Jahren oft über 10%. Dafür konnten periodisch anfallende höhere Ausgaben ohne Verschuldung bewältigt werden ("Kohlengeld der armen Leute"; das heutige 13. Monatsgehalt ist vielleicht ein Relikt aus dieser Zeit.).

Zur rechtlichen Absicherung der Selbsthilfevereinigungen entwarf Schulze-Delitzsch als liberaler Abgeordneter der Fortschrittspartei das erste deutsche Genossenschaftsgesetz, das 1867 von der preußischen Nationalversammlung verabschiedet wurde.

Die Zeit zwischen 1860 und 1890 kann in Deutschland als Anlaufphase bezeichnet

werden, der Durchbruch von der lokalen Selbsthilfebewegung zur sozialen Bewegung fiel in die Zeit von 1890 bis 1914. Um das Jahr 1900 überschritt die Mitgliederzahl die Grenze von 500.000, fünf Jahre später war die Millionengrenze erreicht.

Konsumgenossenschaften (und auch Wohnungsbaugenossenschaften) organisieren das "allgemeinste" Interesse der Endverbraucher, das Konsumenteninteresse; sie sind somit tendenziell gemeinwirtschaftliche und nicht bloß kollektiv-privatwirtschaftliche Gebilde.

Diese Selbsthilfeunternehmen im Dienste der Endverbraucher waren auf Öffnung, auf Mitgliederzuwachs, angelegt, denn je mehr Mitglieder die Genossenschaft besaß, umso höhere Rabatte konnte sie beim Einkauf erzielen. Wenn dann die Produktion eines ganzen Betriebes von Konsumgenossenschaften abgenommen wurde, konnten durch die Übernahme dieses Betriebes weitere Einsparungen für die Verbraucher erzielt werden.

Unter den Wirtschaftsunternehmen der deutschen Arbeiterbewegung nahmen daher die Konsumgenossenschaften über einen Zeitraum von mehr als einem halben Jahrhundert eine Sonderstellung ein. Kein anderes der zahlreichen Selbsthilfeunternehmen konnte sich hinsichtlich Grad der Verbreitung, Höhe der Mitgliederzahlen und Stärke des auf eigene Produktionsbetriebe gestützten wirtschaftlichen Einflusses mit ihnen messen.

Der überwiegende Teil der 1914 existierenden Konsumgenossenschaften war Mitglied des 1903 gegründeten Zentralverbandes Deutscher Konsumgenossenschaften (ZdK). Neben dem ZdK existierte seit 1894 als zweite konsumgenossenschaftliche Zentralorganisation die Hamburger Großeinkaufsgesellschaft Deutscher Consumvereine (GEG).

Einmal errichtet entwickelte sich die GEG zum Motor für den weiteren Zusammenschluß der Bewegung. Durch die Zentralisierung des Einkaufs wurden Mengenrabatte möglich, die zu einer höherer Stufe der Kapitalumwandlung führten.

Oft als Antwort auf mittelständige Boykottaktionen hatten einzelne finanzkräftige Vereine seit den 1890er Jahren eigene Bäckereien und Schlachtereien eröffnet, was von der GEG in großem Stil fortgesetzt wurde. Auch der Konflikt mit dem Verband der Markenartikelfabrikanten, der versuchte, das Prinzip der Preisbindung auch für die Konsumvereine durchzusetzen, scheiterte am längeren Atem der GEG.

Der Handkarren als Verteilungsstelle, Symbol der frühen Konsumvereine, wurde durch die Errichtung von Läden, Lagern und Eigenbetrieben abgelöst. Die Konsumvereine wurden zu bedeutenden Arbeitgebern. 1913 beschäftigten die im ZdK zusammengeschlossenen Vereine bereits mehr als 20.000 Angestellte, obwohl sich die Bewegung in großen Teilen noch immer auf die ehrenamtliche Tätigkeit engagierter Mitglieder in den Ausschüssen, der Fest- und Freizeitkultur stützen konnte.

Das Verhältnis von Arbeiterbewegung und Konsumgenossenschaften unterlag im Zeitraum zwischen 1850 und 1914 mehreren Wandlungen. Die Anerkennung als "dritter Säule der Arbeiterbewegung" erfolgte erst relativ spät. Ferdinand Lasalle, die führende Persönlichkeit der Arbeiterbewegung in dieser Zeit, versprach sich eine "Hebung der Lage der Arbeiter" allein von den Produktivgenossenschaften, nur sie seien imstande, das eiserne Lohngesetz, unter dem die Arbeiterschaft stehe, zu zerbrechen. In den Konsumvereinen sah er eher ein Palliativmittel, das die Energien der Arbeiterschaft vom richtigen Wege ablenke.

Die Änderungen im Verhältnis von Arbeiterbewegung und Konsumgenossenschaften gingen von der Praxis aus. Die Theorie tat sich dagegen schwer, dieser Entwicklung zu folgen. Die als "Dritte Säule der Arbeiterbewegung" bezeichneten Konsumgenossenschaften wurden von Parteien und Gewerkschaften immer als Konkurrenz angesehen. Von der Gründung des ersten Arbeiterkonsumvereins 1845 in Chemnitz bis zur Anerkennung durch die Gewerkschaften dauerte es immerhin 60 Jahre.

Erst auf dem 5. Kongress der Freien Gewerkschaften 1905 in Köln wurde eine Resolution verabschiedet, in der es hieß: "Der Gewerkschaftskongress erblickt in der Organisation des Konsums durch die Genossenschaften ein Mittel zur Erhöhung der Lebenshaltung und der genossenschaftlichen Erziehung des Volkes und hält es deshalb im Interesse des Proletariats für geboten, daß die gewerkschaftlich organisierten Arbeiter und Arbeiterinnen durch ihren Beitritt zu den Konsumvereinen und Propagierung der genossenschaftlichen Ideen die Genossenschaftsbewegung in Deutschland aufs tatkräftigste unterstützen."

Waren die Gewerkschafter viel unmittelbarer mit der materiellen Not der Arbeiter konfrontiert - um 1900 wurden viele der später bedeutenden Konsumgenossenschaften in Arbeitskämpfen von organisierten Gewerkschaftern mitgegründet -, verzögerte sich die Anerkennung der Genossenschaften durch die sozialdemokratische Partei. Noch 1892 beschloss der SPD-Parteitag:

„... haben die Parteigenossen der Gründung von Genossenschaften entgegenzutreten und namentlich den Glauben zu bekämpfen, dass Genossenschaften im Stande seien, die kapitalistischen Produktionsverhältnisse zu beeinflussen, die Klassenlage der Arbeiter zu beseitigen oder auch nur zu mildern.“

Erst 1910 wurde auf dem internationalen Sozialisten- und Gewerkschaftskongress in Kopenhagen u.a. beschlossen:

*„In Erwägung, dass die Konsumvereine nicht nur ihren Mitgliedern **unmittelbare materielle** Vorteile bieten können, sondern dass sie berufen sind,*

- die Arbeiterklasse durch Ausschaltung des Zwischenhandels und durch Eigenproduktion für den organisierten Konsum **wirtschaftlich zu stärken und ihre Lebenshaltung zu verbessern,***

- die Arbeiter zur selbständigen Leitung ihrer Angelegenheit zu **erziehen** und dadurch die Demokratisierung und Sozialisierung der Produktion und des Austausches vorzubereiten helfen,

erklärt der Kongress, dass die Genossenschaftsbewegung ... eine wirksame Waffe im Klassenkampf sein kann ... **Der Kongress fordert deshalb alle Parteigenossen und alle gewerkschaftlich organisierten Arbeiter mit der größten Entschiedenheit auf, tätige Mitglieder der Konsumvereinsbewegung zu werden und zu bleiben und in den Konsumvereinen in sozialistischem Geiste zu wirken ...**

Der Kongress macht es deshalb den Parteigenossen zur Pflicht, in ihren Konsumvereinen darauf hinzuwirken,

- daß die Überschüsse nicht ausschließlich zur Rückvergütung an die Mitglieder, sondern auch zur Bildung von Fonds verwendet werden, die es den Konsumvereinen ermöglichen, selbst oder durch ihre Verbände und Großeinkaufsgesellschaften zur genossenschaftlichen Produktion überzugehen und für die Erziehung und Bildung sowie für die Unterstützung ihrer Mitglieder zu sorgen;
- daß die Lohn- und Arbeitsverhältnisse ihrer Angestellten im Einvernehmen mit den Gewerkschaften geregelt werden;
- daß ihre eigenen Betriebe in jeder Hinsicht vorbildlich organisiert werden und
- daß beim Bezug von Waren gebührende Rücksicht auf die Bedingungen genommen wird, unter denen sie hergestellt wurden."

Auch die deutsche SPD beschloss dann schliesslich 1910 auf ihrem Parteitag in Magdeburg: " ... die genossenschaftliche Tätigkeit ist eine wirksame Ergänzung des politischen und gewerkschaftlichen Kampfes für die Hebung der Lage der Arbeiterklasse. ... Bei der Beratung der Wirtschaftsgenossenschaften kommen für die sozialdemokratische Partei vornehmlich die Konsumvereine in Betracht. Die Konsumvereine sind Organisationen zur Erzielung wirtschaftlicher Vorteile, indem sie durch direkte Übermittlung der wichtigsten Gebrauchsgegenstände des täglichen Bedarfs an die Konsumenten deren Kaufkraft erhöhen."

Karl Marx schrieb noch in den "Instruktionen für die Delegierten des Provisorischen Zentralrats zu den einzelnen Fragen" Ende August 1866 unter 5. (c): „Wir empfehlen den Arbeitern, sich eher mit Produktivgenossenschaften als mit Konsumgenossenschaften zu befassen. Die letzteren berühren nur die Oberfläche des heutigen ökonomischen Systems, die erstern greifen es in seinen Grundfesten an."

Friedrich Engels äußert sich in gleicher Weise in "Das Auftreten Mazzinis gegen die Internationale" am 28. Juli 1871: "Es ist notwendig, daß die italienischen Arbeiter erkennen, daß der große Verschwörer und Agitator Mazzini für sie nur einen Rat hat: Bildet euch, lernt so gut ihr könnt (als ob dies ohne Mittel geschehen könnte!) ..., bemüht euch, soviel wie möglich Konsumgenossenschaften zu bilden (nicht einmal Produktivgenossenschaften!) - und vertraut auf die Zukunft!!!"

Dem hält Gustav Landauer im zweiten seiner drei Flugblätter 1913 entgegen: "Einst

war die Sozialdemokratie auf Grund der **unsinnigen Lehren von Karl Marx** der Todfeind der Genossenschaften, heute werden die Genossenschaften in manchen Bezirken schon fast von Partei wegen gegründet, obwohl die Genossenschaftsbewegung immer noch das Stiefkind der Sozialdemokratie ist. Aber doch haben die Arbeiter, die ihren Konsum zusammengetan haben, schon eigene Fabriken, Großbäckereien, Schlächtereien, eine Großeinkaufsgesellschaft mit eigenen Dampfern. Wo kam das Geld her zu diesen vielen Grundstücken, Baulichkeiten, Fabriken und Maschinen? Sie haben ihre Kundschaft organisiert! Kundschaft ist Kredit; Kredit ist wirtschaftliche Macht. Die organisierte Kundschaft ist der Arbeitgeber im beginnenden Sozialismus; anders und besser ausgedrückt: Im Sozialismus wird für den Konsum produziert; die Arbeitgeber sind die Konsumenten, die Arbeitnehmer die Produzenten; und beides sind dieselben Personen, und es gibt keine Arbeitgeber und Arbeitnehmer mehr. ... Nicht die Lohnkämpfe der für den Kapitalismus Produzierenden schaffen den Sozialismus. Der Sozialismus beginnt mit der Organisation des Konsums. **Die Organisation des Konsums schafft den für ihre Gemeinsamkeit arbeitenden Menschen die wirtschaftliche Macht** und ihren Sachausdruck: gegenseitigen Kredit, Grundstücke, Baulichkeiten, Fabriken, Maschinen und alles, was not tut. Die Organisation des Konsums nimmt den schmarotzenden und anhäufenden Machthabern die wirtschaftliche und damit jegliche Macht: das Kapital, den Wert ihres Geldes, die Arbeiter, die Möglichkeit, ohne produktive Arbeit zu leben." [Landauer 1913]

3.3. Weimarer Republik

Wohl in keiner anderen Phase der deutschen Geschichte gab es im Bereich der wirtschaftlichen Selbsthilfe der Arbeiterbewegung so vielfältige praktische Initiativen, so intensive theoretische Reflektionen und Debatten wie zur Zeit der Weimarer Republik.

Der Umfang wirtschaftlicher Aktivitäten der Arbeiterbewegung nahm schließlich auch dadurch zu, daß die gewerkschaftlichen Verbände ihre traditionellen Bedenken gegenüber der Gründung eigener Wirtschaftsunternehmen endgültig ablegten und auf einer Reihe von Feldern, wie dem Bankensektor, neue Initiativen unternahmen.

Nicht zu übersehen ist aber der Beitrag, den die Basis selbst zum Ausbau der Wirtschaftsunternehmen leistete. Die Enttäuschung über die Konzeptionslosigkeit der Organisationen und ihrer Führungen in den entscheidenden Monaten der Revolution und das Ausbleiben der erhofften demokratischen Umgestaltung der wirtschaftlichen Verhältnisse erwiesen sich als starker Motor für Versuche der Sozialisierung von unten. Vor allem auch im Bausektor kam es zur Gründung einer größerer Zahl genossenschaftlicher Unternehmungen.

Mit dem Ende des ersten Weltkrieges und dem Zusammenbruch des Obrigkeitsstaates sah sich die Arbeiterbewegung plötzlich in die Rolle der innenpolitisch wichtigsten Ordnungsmacht versetzt. Die Mitgliederzahlen der Gewerkschaften und auch der Konsumgenossenschaften nahmen sprunghaft zu. In den Jahren 1918 bis 1922 erlebten

die Konsumgenossenschaften eine regelrechte Beitrittswelle, indem sich ihnen eine Million neue Mitglieder anschloss. Doch dann kam die Geldentwertung. Die Anfangserfolge der Gewerkschaften bei den Lohnabschlüssen wurden durch die Inflation bald zunichte gemacht. Parallel zum Rückgang der Massenkaufkraft sanken auch die Umsätze und Gewinne der Konsumgenossenschaften. Erst die Stabilisierung der Währung durch die Rentenmark konnte die Schäden durch Krieg und Inflation beseitigen.

Erst in der zweiten Hälfte der zwanziger Jahre konnte die Mitgliederzahl den Vorkriegsstand wieder erreichen und dann bei weitem übertreffen. 1930 stand die Bewegung auf ihrem Höhepunkt. Die Gesamtmitgliederzahl betrug 3,5 Millionen, einschließlich der in den Haushaltungen damals noch nicht erfaßten Personen kommt man auf eine Zahl von mehr als 10 Millionen Menschen, die sich über Konsumgenossenschaften versorgten. In Berlin gehörten z.B. sämtliche Brotfabriken den Konsumgenossenschaften.

3.4. Drittes Reich

Die Durchsetzung der imperialistischen außenpolitischen Ziele der NSDAP erforderte auch die Brechung der Macht und Unterordnung der politisch geschulten und organisierten Arbeitnehmerschaft.

Die Mittelständler forderten die sofortige Auflösung der "marxistischen" Konsumgenossenschaften, was allerdings zu bedrohlichen Ernährungsgängen geführt hätte. Der Angriff auf die Konsumgenossenschaften erfolgte also schrittweise auf mehreren Ebenen:

1. Das 1933 bereits erlassene Rabattgesetz reduzierte in § 5 die Rückvergütung auf den handelsüblichen Rabattwert von 3%,
2. es wurden regelrechte Beutezüge veranstaltet und überall Verteilungsstellen der Konsumgenossenschaften zerstört,
3. bereits zugesagte Kredite wurden gestrichen,
4. Neugründungen wurden verboten,
5. eine Konzessionspflicht wurde eingeführt,
6. Zentralen und Filialen der Arbeiterbank, der Volksfürsorge und eines Teils der Baugesellschaften wurden besetzt,
7. die demokratische Selbstverwaltung wurde durch das Führerprinzip ersetzt, d.h. Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder wurden von oben bestellt. (z.B.: Als sich Vorstände diesem Vorhaben widersetzen, marschierte eine Hundertschaft SA auf. Als die Anwesenden der Gewalt weichen wollten, wurden sie teilweise mit Waffengewalt daran gehindert, den Saal zu verlassen. Die entsprechende Neubesetzung von Vorstand und Aufsichtsrat war dann nur noch reine Formsache.)
8. in Pressekampagnen wurde der wirtschaftliche Bankrott unterstellt und einzelnen Genossenschaftern persönliche Bereicherung vorgeworfen,
9. Einlagen mussten ausbezahlt werden,

10. das 1935 erlassene "Gesetz über die Verbrauchergenossenschaften" schrieb vor, dass wirtschaftlich gefährdete Konsumgenossenschaften aufzulösen seien,
11. das Vermögen der ca. 1.500 Konsumgenossenschaften mit ca. 12.000 Läden, 400 Lagern, 300 Bäckereien, 60 Fleischereien und 200 sonstigen Betrieben wurde in das neu gegründete Gemeinschaftswerk der Deutschen Arbeitsfront überführt.

Von diesen Maßnahmen gegen die Konsumgenossenschaften waren über 70.000 Arbeitsplätze betroffen.

3.5. Konsumgenossenschaften nach 1945

Nach dem Zusammenbruch des "Dritten Reiches" lag auch die Genossenschaftsbewegung in Trümmern. Das ehemalige Genossenschaftseigentum im Besitz der "Deutschen Arbeitsfront" wurde von den Besatzungsmächten beschlagnahmt und kommissarisch verwaltet. Zwar hatten sich die Militärregierungen der Besatzungszonen für den Aufbau von Genossenschaften ausgesprochen, jedoch wurden solche Aufbauversuche durch die unterschiedliche Politik der einzelnen Zonen behindert.

Die Konsumgenossenschaften hofften noch lange, sich wieder zu einer großen Konsumgenossenschaftsbewegung mit starkem Zentralverband und Großeinkaufsgesellschaft zusammenschließen zu können. Sie mussten jedoch einsehen, dass das auch für sie bei zwei verschiedenen Gesellschaftssystemen nicht möglich war. Zunächst kam es also darauf an, auf lokaler Ebene wieder in den Besitz des ehemaligen konsumgenossenschaftlichen Vermögens zu kommen. Dies war nicht einfach, da alles bis zur Währungsreform unter der Aufsicht der drei Militärregierungen stand und Vollmachten erteilt und auch wieder zurückgezogen wurden. Auch die Trennung der Mitglieder und Einrichtungen in Ost und West bereitete große Schwierigkeiten.

3.5.1. Bundesrepublik

Der eigentliche Wiederaufbau eines westlichen Zentralverbandes der Konsumgenossenschaften erfolgte erst nach der Währungsreform. Dem neu gegründeten Einheitsverband, der sich bewusst an die konsumgenossenschaftliche Tradition der Vorkriegszeit anlehnte, gelang es zunächst, bis Ende 1953 eine Mitgliederzahl von nahezu 2 Millionen zu erreichen.

Allerdings wurde bald von den alten Zielsetzungen der Konsumgenossenschaften grundlegend abgewichen. Erik Nöltig, wie Ludwig Erhard Schüler Franz Oppenheimers, und bereits vor 1933 u.a. Abgeordneter im Preußischen Landtag, mahnte 1949 die Konsumgenossenschaften in einer auch im europäischen Ausland vielbeachteten Rede: *„Während der großen Wirtschaftskrise der Jahre 1929 bis 1933 saß der Wirtschaftsliberalismus auf der allgemeinen Anklagebank. Heute aber sind viele Hände bemüht, um seinen kahl gewordenen Scheitel einen neuen Heiligenschein zu weben. Im Zeichen des sogenannten Neoliberalismus erleben wir eine Renaissance des liberalen Wirtschaftsdenkens.“* . . . *„Die Genossenschaftler dürfen nie vergessen, dass die Genossenschaft keine Erwerbsgesellschaft ist, und dass der Geist der*

Profitmacherei Sünde wäre gegen die genossenschaftliche Ausgangsidee!“ [Nölting 1949]

Vergebens: In einer Schrift des Zentralverbandes Deutscher Konsumgenossenschaften mit dem Titel „Aufgaben und Anliegen der Konsumgenossenschaften in der Gegenwart“ beschloss man, sich bewusst unter die Gesetze des Marktes und des Wettbewerbs zu stellen und sich dem anbahnenden wesensfremden Mainstream hinzugeben. Dies dürfte die wesentlichste Ursache des späteren endgültigen Scheiterns des überwiegenden Teils der wetsdeutschen Konsumgenossenschaften gewesen sein. Nur die co op Schleswig-Holstein wich von diesem Beschluss ab, hat heute 38.000 Mitglieder und ist in Nord-, Ost- und Süddeutschland mit Super- und Verbrauchermärkten, SB- Warenhäusern sowie Bau- und Gartencentern über 250 mal vertreten.

Erschwerend kam hinzu, dass die Rückvergütung über das Rabattgesetz von 1933 auf handelsübliche Rabatte von 3% begrenzt war, und damit das ökonomische Motiv entfiel, Mitglied einer Genossenschaft zu werden. Hinzu kamen tiefgreifende Veränderungen im Lebensstil und Bewusstsein der Arbeiterschaft. Mit der Teilnahme am stetig wachsenden gesellschaftlichen Wohlstand schienen die Interessen der Arbeiter an einer Verbesserung ihrer Lebensumstände problemlos realisierbar. Dies spiegelte sich in einer allgemeinen Entpolitisierung der Öffentlichkeit wieder, die noch durch die Erfahrung des Nationalsozialismus und durch einen hysterischen Antikommunismus verstärkt wurde.

Der Anteil der Genossenschaftsmitglieder stieg nie wieder über vier Prozent der Bevölkerung und in den fünfziger Jahren wurde nur ein reichlich dreiprozentiger Anteil am Einzelhandelsumsatz erreicht. In der alten Bundesrepublik waren die Konsumgenossenschaften längst von den Lebensmittelketten aufgesogen oder zerschlagen worden. Der letzte Schlag erfolgte 1989, als die Banken die letzten Reste der in COOP umgetauften ehemaligen Konsumgenossenschaften durch Kreditverweigerung in den Tod schickten.

Doch da seit 1982 die Lohnquote in Deutschland kontinuierlich sinkt und sich auch durch Rot-Grün daran nichts geändert hat, gewinnen ökonomische Selbsthilfemodelle als Projekte diesseits von Markt und Staat wieder an Attraktivität.

3.5.2. DDR

Im sowjetischen Sektor Berlins organisierten sich die Genossenschaftler sofort nach Kriegsende in den Bezirken. Der Befehl 176 der SMAD vom 18.12.1945 regelte die organisatorischen, rechtlichen und wirtschaftlichen Seiten des Wiederaufbaus deutscher Konsumgenossenschaften in der Ostzone. In den ersten Verkaufsstellen mangelte es fast an allem - u. a. an Einrichtungsgegenständen, an Schnellwagen und Transportmittel fehlten sowieso. Dennoch - Ende 1949 bestand z.B. der Konsum Berlin aus 160.944 Mitgliedern, verfügte über 483 Lebensmittel- und 26 Industriewaren Verkaufsstellen.

Favorisiert wurde dagegen staatlicherseits die Handelsorganisation (HO), da im Statsmonopolkapitalismus autonome (ökonomische) Projekte grundsätzlich suspekt waren. Die Behinderungen der Konsumgenossenschaften erstreckten sich u.a auf folgende Maßnahmen:

- 1949 wurde der 'gesellschaftliche Einzelhandel' erstmals in den Volkswirtschaftsplan einbezogen.
- 1953 muss der Konsum per SED-Beschluss den Schwerpunkt seiner Tätigkeit auf das Land verlegen.
- 1956 wurde er gesetzlich der Weisungsbefugnis des Ministeriums für Handel und Versorgung unterstellt.
- 1960 muss der genossenschaftliche Großhandel zugunsten des staatlichen Großhandels aufgegeben werden,
- 1968 die Lichtenberger Bäckerei dem VEB Backwarenkombinat Berlin angegliedert.
- Später musste z.B. der Konsum Berlin wichtige Objekte wie die Markthalle, die Ackerhalle, das Bauarbeiterhotel und die Bauarbeiterversorgung abgeben.

Der Konsum fand jedoch immer wieder genügend Freiräume, sich zu einem der grössten Handelsunternehmen in der DDR zu entwickeln. [Fairbairn]

1960 gab es bereits 3,7 Millionen Mitglieder, der unteilbare Genossenschaftsfonds war damals auf über eine Milliarde Mark angewachsen. Die Konsumgenossenschaften, die sich zu Kreis- und Bezirksverbänden zusammengeschlossen und in dem Verband deutscher Konsumgenossenschaften GmbH vereinigt hatten, verfügten 15 Jahre nach Kriegsende über 42 000 Verkaufsstellen, hatten Gaststätten und Produktionsbetriebe erworben; 1960 bestritten sie 32,9 Prozent des gesamten Einzelhandelsumsatzes in der DDR. [Czepuck 2004]

3.6. Konsumgenossenschaften nach 1990

Mit der Öffnung der Mauer und der Einführung der D-Mark übernahmen sehr schnell und effizient (wie das neue Zauberwort hieß) Lebensmittelketten aus dem Westen die Konsumläden im Osten, die besonders in den Neubaugebieten über moderne Ladenflächen – wertvolle Immobilien also – verfügten. Allen vorweg die alten Konkurrenten aus der Nazizeit Tengelmann, Kaiser's, EDEKA und Spar und (bis zu seiner Pleite) auch Bolle. Die von der Treuhand zu Schleuderpreisen veräußerten Läden und Märkte, einschließlich der konsumeigenen Produktionsbetriebe, wurden allerdings, wie leider so vieles, von DDR-Bürgerinnen und Bürgern sowie den Genossenschaftsmitgliedern nicht erfolgreich verteidigt. Die Euphorie der ersten Nachwendezeit ließ solche Gedanken nicht zu. Da in den Untergrunddiskussionen jahrelang der Westen als das Konsumparadies (auf die Betonung kommt es an) gepriesen wurde, tauschte man bereitwillig die zugegebenermaßen nicht immer attraktiven Konsumläden gegen die reichbestückten, wie sich aber bald herausstellen sollte, mehr oder weniger kostspieligen Neulinge auf dem Gebiet des Handels, von ALDI bis Kaiser's. [Czepuck 2004]

Wie rüde mit dem Konsum Berlin umgegangen wurde, zeigt ein Urteil des **Bundesamtes zur Regelung offener Vermögensfragen** vom 30.12.2002 [BARoV]:

1935 löste sich die Konsumgenossenschaft Berlin mit Zustimmung des Reichswirtschaftsministers nach den Vorschriften des Gesetzes über die Verbrauchergenossenschaften auf. 1942 wurde die Genossenschaft im Register gelöscht.

Die aus der Konsumgenossenschaft eGmbH - einer im Jahre 1968 im Ostteil Berlins aus acht Bezirksgenossenschaften entstandenen Vereinigung - hervorgegangene Klägerin beanspruchte die Rückübertragung eines Grundstücks, das früher der Konsumgenossenschaft eGmbH gehörte. Die Bezirksgenossenschaften waren im Ostsektor Berlins auf der Grundlage des SMAD-Befehls Nr. 176 gebildet worden.

Die Konsumgenossenschaft beschloss am 24. November 1990 ein neues Statut und nannte sich fortan Konsumgenossenschaft Berlin und Umgebung eG. Im Februar 1991 wurde sie in das Genossenschaftsregister eingetragen.

Eine Berechtigung der Klägerin zur Rückübertragung des Grundstücks nach § 2 Abs. 1 Satz 1 VermG scheidet aus, weil sie nicht mit der in der Zeit der nationalsozialistischen Herrschaft zwangsaufgelösten Konsumgenossenschaft identisch (a) und auch nicht deren Rechtsnachfolgerin kraft Hoheitsakt sei (b).

(a) Eine Identität der Klägerin mit der geschädigten Konsumgenossenschaft wäre nur denkbar, wenn die im sowjetischen Sektor von Berlin vorgenommene Gründung der später miteinander verschmolzenen Bezirksgenossenschaften als eine Reaktivierung der registerrechtlich erloschenen Konsumgenossenschaft anzusehen wäre. Eine solche Reaktivierung nach den Grundsätzen, die der Bundesgerichtshof in seinem Urteil vom 17. November 1955 - II ZR 172/54 - (BGHZ 19, 51 ff.) entwickelt habe, komme jedoch schon deswegen nicht in Betracht, weil es sich seinerzeit nicht um eine Wiedergründung durch die Genossen handelte. Vielmehr sei die Wiederherstellung des Konsumgenossenschaftswesens durch den SMAD-Befehl Nr. 176 eine staatlich angeordnete Errichtung von Organisationen gewesen, die unter formaler Beibehaltung der genossenschaftlichen Rechtsform vollständig in die hierarchisch und zentralistisch organisierte sozialistische Wirtschaftsordnung eingebunden waren

(b) Aus demselben Grund sei auch die Annahme einer Rechtsnachfolge der Klägerin kraft Hoheitsaktes, wie von ihr vorgetragen, ausgeschlossen. Eine solche Rechtsnachfolge wäre nur vorstellbar, wenn der SMAD-Befehl Nr. 176 die Konsumgenossenschaften oder das Konsumgenossenschaftswesen wirklich „wie der hergestellt“, d. h. die Schaffung sich selbst bestimmender Privatrechtssubjekte im Auge gehabt hätte. Das sei jedoch nicht der Fall, weil es darum gegangen sei, die Genossenschaftsidee zu Zwecken der aufzubauenden staatlichen

Zentralverwaltungswirtschaft zu nutzen. Die von den Nationalsozialisten enteigneten Vermögenswerte der Genossenschaften blieben enteignet, obwohl sie den neu errichteten Genossenschaften „kostenlos zu überweisen“ (Nr. 5 des SMAD-Befehls Nr. 176) oder „zurückzugeben“ waren (SMAD-Befehl Nr. 82); denn sie seien auch dort in staatlicher Hand geblieben. Die Ausstattung dieser neuen Organisationen mit dem enteigneten Vermögen der früheren Konsumgenossenschaften sei nichts anderes als eine eigentumsrechtliche Umorganisation im staatlichen Bereich gewesen (BVerwG, a. a. O., 150). Etc. **Die Revision hat keinen Erfolg.**

Auch das **von Hitler 1933 erlassene Rabattgesetz** ist erst mit dem Inkrafttreten des "Gesetzes zur Aufhebung des Rabattgesetzes und zur Anpassung anderer Rechtsvorschriften" am 25. Juli 2001 aufgehoben worden. Erst jetzt können Genossenschaften wieder Rückvergütungen über 3% gewähren.

4. Aktuelle Situation der Genossenschaften

Genossenschaften haben im In und Ausland eine bis weit in das vorletzte Jahrhundert hineinreichende Tradition und - in tausenden von Ausprägungen eines einheitlichen Grundmusters - heute weltweit Hunderte von Millionen Mitgliedern

- in Deutschland 20 Mio. [Herweg],
- in den USA etwa 47.000 Genossenschaften mit etwa 100 Mio. Mitgliedern [Blum],
- in Europa über 300.000 Genossenschaften mit 2,3 Mio. Arbeitsplätzen und 140 Mio. Mitgliedern [Kommission der EU],
- in Indien 504.000 Genossenschaften mit über 200 Mio. Mitgliedern [Sisodia].

Sie spielen, nachdem Parteien und Gewerkschaften den Sozialstaat nicht dauerhaft retten konnten auch in der gegenwärtigen politischen Diskussion wieder eine zentralere Rolle.

5. Europa

Auf der Sommeruniversität 2001 in Arles gab es einen runden Tisch "Solidarwirtschaft - Illusion oder Weg in die Zukunft", über den unter [\[Eme\]](#) eine Dokumentation zu finden ist. Dort wird über die unerwartete Aufmerksamkeit berichtet, die die Schaffung eines Staatssekretärs für Solidarwirtschaft in Frankreich hervorgerufen hat. Während die vorherrschende Diskussion uns davon überzeugen möchte, dass die Wirtschaft ewigen Gesetzen - besonders dem berühmten Gesetz des freien Marktes - gehorcht, auf die wir keinen Zugriff haben, zielen die Initiativen einer Solidarwirtschaft darauf ab, dass die BürgerInnen sich aktiv wieder Teile des Austauschs, der Verteilung und der Produktion aneignen, und damit eine "humane" Wirtschaft vorantreiben wollen. Die Gesellschaften innerhalb der Marktwirtschaft hätten es trotz eines tendenziell großen Wachstums auf mittlerweile höchster Stufe nicht erreicht, eine Fortschrittsdynamik in Gang zu setzen, von der alle profitieren könnten. Auch die Revolution der Informationstechnologie habe phantastische Versprechungen geweckt: Hoffnungen auf eine Welt, in der die Maschine den Menschen dank des Phänomens der Automation

zunehmend von Produktionsaufgaben befreien würde und in der die Natur stärker respektiert werden könnte.

Leider wurde die technologische Mutation an einen Markt gekoppelt, auf dem der Staat national und international den Privatinteressen immer weniger Einhalt gebietet und auf dem Angebot und Nachfrage künftig auch jene Bereiche besetzt, die sich traditionell Marktanbindungen entzogen haben.

Unter der Vielzahl der aufgeführten praktischen Beispiele der Demokratisierung der Wirtschaft wird der Vorzug der Solidarwirtschaft gegeben, die den Aufbau eines Kollektivvermögens betreibt. Es wird mitgeteilt, dass 30% der europäischen Bevölkerung Mitglied in einer Organisation sind, die zur Solidarwirtschaft zu zählen ist. 1990 zählte die Europäische Union 1.267.968 Organisationen (1.150.446 Vereine, 103.738 Genossenschaften und 13.784 genossenschaftliche Versicherungen und Banken), die 5.255.000 Beschäftigte repräsentieren.

Ziel dieser Unternehmungen ist es nicht, möglichst hohe Gewinne zu erwirtschaften, sondern zu den geringsten Kosten und so gut wie möglich ihre Mitglieder und Teilhaber zufrieden zu stellen. So halten die Genossenschaftsbanken mit ihren 36 Millionen Teilhabern und ihren 91 Millionen Kunden 17% des europäischen Binnenmarktes (21% in Deutschland, 37% in Frankreich etc.) und die genossenschaftlichen Versicherungen und Vereine auf Gegenseitigkeit besitzen fast 30% des westeuropäischen Marktes.

Dass Genossenschaften auch auf europäischer Ebene ein beachtlicher Wirtschaftsfaktor sind, bestätigt ein Bericht der Kommission der Europäischen Gemeinschaften im Februar 2004 an den Rat, das Parlament etc.: *In der Europäischen Union gibt es mindestens 300.000 Genossenschaften, die 2,3 Millionen Arbeitsplätze zur Verfügung stellen. Genossenschaften gibt es in allen Mitglieds- und Beitrittsländern der Europäischen Union (EU) und allen Kandidatenländern. Sie beeinflussen das tägliche Leben von über 140 Millionen Bürgern, die Mitglieder von Genossenschaften sind.*

5.1. Deutschland

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; als Nächstreichster ist Kladden/Quandt mit einem Besitz von 15 Mrd. DM, also nur noch 50% des ersten, aufgeführt), 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 privatisiert, sondern sie sind den Preisen, den Gehältern, den Lieferanten und der Infrastruktur zugute gekommen.

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.	Unternehmen	27.145		11.680		7.000	
Insgesamt	Mitglieder*	9.812		13.184		20.000	

(*)=in 1000

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

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. Verbraucher-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]). Produktivgenossenschaften dagegen können trotz aller Bemühungen von SPD und Gewerkschaften weder ökonomisch erfolgreich noch weisen sie erkennbare Mitgliederzahlen auf [Herweg]. Einkaufsgenossenschaften wie z.B. Edeka sind ökonomisch erfolgreich doch unterscheiden sie sich in ihren Praktiken bezüglich Arbeitnehmer, Verbraucher und Lieferant nicht wesentlich von der profitmaximierenden Konkurrenz.

1. **Genossenschaftsbanken** sind in Deutschland mit 14 Millionen Mitgliedern am stärksten vertreten. Groteskerweise mokiert sich Henrik Müller, Redakteur bei "manager magazin" und Autor des Buches "Wirtschaftsirrtümer - Richtigstellungen von Arbeitszeitverkürzung bis Zinspolitik" über die Probleme der privaten Banken in Deutschland, die unter den über Jahrzehnte extrem niedrigen Zinsen leiden würden. Eine wesentliche Ursache sei, dass das Kreditgeschäft in Deutschland von Sparkassen und Genossenschaftsbanken dominiert werde (Marktanteil 75%). "Die öffentlich-rechtlichen Sparkassen werden durch den Staat in die Lage versetzt, sich extrem günstig zu refinanzieren - im Zweifel stehen die Steuerzahler für Ausfälle gerade. Die **Genossenschaftsbanken verfolgen keinen Gewinnzweck - entsprechend eng können sie ihre Margen kalkulieren.**" [Müller]. Offensichtlich ist es in unserem Wirtschaftssystem ehrenrührig, keinen Profit zu machen, da derartige Projekte ja marktbestimmend werden könnten.
2. **Wohnungsbaugenossenschaften** haben in Deutschland etwa 3,2 Millionen Mitglieder. In Berlin werden mehr als 180.000 Wohnungen (über 10% des gesamten

Wohnungsbestandes) von über 80 Wohnungsbaugenossenschaften verwaltet. Eine - trotz aller zweifelsohne existierender schlechter Beispiele - durchaus positive Entwicklung, da die konventionellen Mieten sich ja zu 70-80% aus Zinsen zusammensetzen, obwohl die meisten der Häuser und Wohnungen im Laufe der Jahrzehnte bereits mehrfach abgezahlt sind und nur noch Instandhaltungs-, Modernisierungs- und Betriebskosten zu finanzieren wären.

3. **Konsumgenossenschaften** haben in Deutschland etwa 1 Million Mitglieder. Unter diesen hat die Coop Schleswig-Holstein den größten Umsatz und ist im Lebensmittel- Einzelhandel über 250 mal in Nord-, Ost- und Süddeutschland mit Super- und Verbrauchermärkten, SB-Warenhäusern sowie Bau- und Gartencentern in Schleswig-Holstein, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Baden-Württemberg und Bayern präsent. In der Schweiz sind mehr als 2/3 der Haushalte Mitglied in der Konsumgenossenschaft "Migros", die einen mit AldiNord vergleichbaren Umsatz hat.

Selbst im Bundesbeamtengesetz (§ 66) und in Landesbeamtengesetzen (z.B. Niedersächsisches Beamtengesetz, § 74) sind die Genossenschaften verankert. Für den deutschen Beamten ist demnach eine ehrenamtliche Tätigkeit in einer Genossenschaft nicht genehmigungspflichtig, da behördlicherseits Genossenschaften eine staatsentlastende Funktion zugeschrieben wird.

Zur Veranschaulichung real existierender Konsumgenossenschaften sind im folgenden einige Beispiele aufgeführt, die teils auf Selbstdarstellungen, teils auf Zeitungsberichten beruhen.

5.1.1. Konsum Berlin (zur Zeit in Liquidation)

Der Konsum Berlin ist nach der Wende, wie 1952 auch die westdeutschen Konsumgenossenschaften, von der Verbraucherseite des Marktes immer weiter auf die Anbieterseite des kapitalistischen Marktes übergewechselt, indem er z.B. Bolle übernahm, dessen Kundschaft im Westen Berlins wohnte, während seine Mitglieder im Osten zuhause waren. Es handelte sich bezüglich dieses Geschäftsbereiches also um ein reines Nichtmitgliedergeschäft. Diese Immobilien wurden schließlich zu sicher nicht optimalen Konditionen an Metro u.a. vermietet. Außerdem errichtete er weitere Lebensmittelmärkte wie z.B. das Einkaufscenter in Berlin-Buch. Finanziert wurden diese waghalsigen Investitionen mit Geschäftsanteilen von Mitgliedern, die zu 6% verzinst wurden. Viele Mitglieder und ihre Familien hatten sich mit der Höchstsumme von 120.000 Euro eingekauft und bangen jetzt um ihre Einlagen. So rächt sich das Verlassen des Identitätsprinzips im Genossenschaftsbereich.

Die nachfolgende Selbstdarstellung stammt aus der Zeit vor Einleitung des Insolvenzverfahrens, ist also nur insofern lehrreich, als sie die Verkennung der eigenen Strategie und Situation drastisch veranschaulicht.

Die Konsumgenossenschaft Berlin und Umgegend eG steht in der Tradition der

genossenschaftlichen Idee, die Mitte des 19. Jahrhunderts entstanden ist. 1899 als Handelsunternehmen gegründet, hat die „Konsumgenossenschaft Berlin und Umgegend eG“ über 100 Jahre schwerste Zeiten überdauert. Zuletzt war die mit der Wiedervereinigung notwendig gewordene Umstellung vom Handelsunternehmen hin zum Vertriebs- und Dienstleistungsunternehmen zu meistern.

Das Hauptgeschäftsfeld ist heute der Vertrieb von Produkten und Serviceleistungen durch Vorteilsweitergabe an die Mitglieder. Durch die Bündelung der Nachfrage von 190.000 Mitgliedern sind erhebliche Vorteile in Form von Rückvergütungen, Rabatten usw. für die Mitglieder möglich.

Außerdem betreibt die Konsumgenossenschaft die Reisebüroketten K-Tours und ist Inhaber und Betreiber des Hotels Dorint. Am Müggelsee Berlin und der Ausflugsgaststätte Rübezahl mit Müggelsee-Terrassen.

Die Konsumgenossenschaft Berlin verwaltet weiterhin ein umfangreiches Immobilienvermögen, in dessen Kern über 60 Handelsstandorte stehen.

Nach einem radikalen Sanierungskurs wandelte sich das Unternehmen ab 1992 unter dem Druck uneffektiver Strukturen, hoher Kosten, komplizierter Eigentumsprobleme und übermächtiger Konkurrenz von einem defizitären Handelsriesen zu einem prosperierenden Immobilienunternehmen. 1994 war das erste Jahr, in dem die Konsumgenossenschaft schwarze Zahlen schrieb. Vorstandschef Ernst Vatter: "Unsere Unternehmensphilosophie heißt Grund und Boden erwerben, Gebäude sanieren, Mietflächen schaffen, Eigentum und Erträge sichern. Gleichzeitig errichten wir mit dreistelligen Millionenbeträgen neue Wohn- und Geschäftskomplexe zum Verkauf oder zur Vermietung."

In den letzten fünf Jahren entstanden im Unternehmen selbst 50 und im Umfeld etwa 1.000 Arbeitsplätze. Die Bilanzsumme lag 1998 bei 400 Millionen Mark, der Gewinn bei über drei Millionen. Im fünften Jahr in Folge wurden sechs Prozent Dividende an die Konsummitglieder ausgeschüttet. Die Geschäftseinlagen der rund 190 000 Mitglieder stiegen von zehn auf über 50 Millionen Mark.

Die Berliner Genossenschaft will auch in Zukunft ihren Expansionskurs fortsetzen. Vorstandsmitglied Hannelore Winter: "Wir stehen mitten in der Planung für einen neuen modernen Komplex von Einkaufszentrum und Hotel in Berlin-Buch. Er soll bis 2001 entstehen und ist mit einer Investitionssumme von 120 Millionen Mark das bisher umfangreichste Vorhaben in der Konsum-Geschichte werden."

5.1.2. Konsum Dresden

Der Konsum Dresden entstand 1990 durch die Fusion der Genossenschaften Dresden Stadt und Land. Von damals 500 kleinflächigen Läden betreibt das Unternehmen heute mit gut 1.000 Beschäftigten noch knapp 50.

Vorstandssprecherin Gabriele Grismayer: *"Mit der Schließung von den 450 Filialen waren 4.000 Mitarbeiter betroffen. Das sind einmal menschliche Schicksale gewesen, aber auf der anderen Seite, dadurch, dass sehr, sehr lange Betriebszugehörigkeiten eigentlich ' a Besonderheit sind unserer Genossenschaft - denn wer einmal im Konsum anfängt, bleibt eigentlich im Konsum - war das auch vom wirtschaftlichen Aspekt her sehr, sehr schwierig zu bewältigen, denn die Abfindungen waren sehr, sehr hoch.*

Die Konkurrenz der westdeutschen Handelsketten und die besonderen Eigentumsverhältnisse der Konsumgenossenschaften stellten weitere Herausforderungen.

Mit der Wende kam für viele das wirtschaftliche Aus oder die Neuorientierung als Immobiliengenossenschaft. Die Läden wurden an westliche Filialunternehmen wie Edeka, Rossmann, Tip, Extra, Plus verkauft. In Dresden überlebte die einstige Konsumgenossenschaft Vorwärts, die im Juni 1888 gegründet wurde. Seit 2000 ist die Dresdner Konsum eG. nach eigenen Angaben sogar wieder Marktführer in der Region. Und gleichzeitig, während diese Sanierung lief, mussten wir ja sehr, sehr intensiv in die Immobilien, in den Immobilienbestand investieren, um überhaupt eine Chance am Markt zu haben. Denn aus den alten Bundesländern, die Ketten, die stürmten hier die Region, haben neue, moderne Märkte errichtet, hatten viel bessere Voraussetzungen als wir, denn man muss wissen: Bei unseren Märkten gehörte uns zwar überall der Baukörper, aber der Grund und Boden gehörte nicht der Genossenschaft. Und den mussten wir, und da sind wir heute noch nicht zu Ende, Stück für Stück dazukaufen. Auch das ist eine sehr, sehr große finanzielle Belastung gewesen."

Bis Ende 2001 gab es in Dresden noch die Konsummarken. Zu DDR-Zeiten, aber auch in den Anfangsjahren der Bundesrepublik hatte es Tradition, Konsummarken zu kleben. Dafür wurde die ganze Familie engagiert, von Oma und Opa bis zum Enkelkind. Am Jahresende sprang so meist der Weihnachtsbraten heraus. Diese traditionelle Form der Rückvergütung hat man eingestellt. Jetzt gibt es eine „Konsum-Mitgliedercard“, mit der die Einkäufe elektronisch erfasst werden. Die Rückvergütung erhalten die Mitglieder in Dresden automatisch.

5.1.3. Konsum Leipzig

Der Konsum Leipzig wurde am 8. Mai 1884 als "Consum-Verein für Plagwitz und Umgegend", einem Stadtteil von Leipzig, gegründet. Im alleinigen Besitz von knapp 70.000 Mitgliedern operiert er in voller Eigenständigkeit und Unabhängigkeit in den Geschäftsbereichen Handel und Immobilien. Er betreibt 77 Lebensmittelgeschäfte in Leipzig und seinem engeren Umland und beschäftigt knapp 836 Mitarbeiter, darunter knapp 73 Auszubildende. Er betreut mehr als 50.000 Kunden pro Tag. Er gehört neben Deutsche Bank AG, Quelle AG, Siemens AG etc. zu den 15 größten IHK-zugehörigen Unternehmen im Kammerbezirk Leipzig.

Auch im Konsum Leipzig gibt es keine Marken mehr. Doch anstelle der in Berlin und Dresden gezahlten Rückvergütung erhalten die Mitglieder hier eine Dividende auf

ihren Geschäftsanteil. Wie in Dresden gelang der Konsumgenossenschaft in Leipzig mit großen Einschnitten in den Altbestand die Konsolidierung. Stephan Abend ist seit 1991 im Konsum Leipzig. Damals hatte das Unternehmen 580 Geschäfte: *„Heut e haben wir 79 Filialen, schwerpunktmäßig in Leipzig und im engeren Umland. Wir haben aber auch eine Filiale in Sachsen-Anhalt, wir haben zwei Filialen in Thüringen, aber der Schwerpunkt liegt in Leipzig und im engeren Umland. Wir sind Nahversorger, haben also wenig verkehrsorientierte Standorte. Da, wo die Menschen wohnen, versorgen wir sie.“*

5.1.4. co op Schleswig-Holstein eG

1899 als „Allgemeiner Konsumverein Kiel und Umgebung“ gegründet ist die Genossenschaft mit den Vertriebslinien Wandmaker, plaza und SKY über 250 Mal in Nord-, Ost- und Süddeutschland präsent. Mit Super- und Verbrauchermärkten, SB-Warenhäusern sowie Bau- und Gartencentern in Schleswig-Holstein, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Baden-Württemberg und Bayern

In Kiel hat die co op Schleswig-Holstein ihren Sitz. Mit mehr als 1,3 Milliarden Euro Umsatz, 38.000 Mitgliedern und fast 10.000 Beschäftigten ist sie die größte deutsche Konsumgenossenschaft. Ganz bewußt hat man vor 30 Jahren entschieden, sich nicht der Frankfurter co op AG anzuschließen.

Der heutige Vorstandsvorsitzende Winrich Wolke äußert über die damaligen Motive: *„Vorstand und Aufsichtsrat haben von Anfang an diesen Weg sehr skeptisch verfolgt und hatten, aus heutiger Sicht berechtigt, Zweifel daran, ob ein Zusammenschluss von überwiegend finanz- und wirtschaftlich schwachen Unternehmen gelingen kann. Ich finde es aus heutiger Sicht bewundernswert, wie diese Gremien dem Druck, der aus Frankfurt kam, standhalten konnten, und wie mutig sie den Weg aufgezeichnet haben, den die co op Schleswig-Holstein gehen sollte, bis heute im Übrigen mit Erfolg.“*

In den achtziger Jahren dehnten die Kieler ihre Tätigkeit auf das nordöstliche Niedersachsen aus. Nach der Grenzöffnung nahm man die neuen Bundesländer in den Blick und engagierte sich in Mecklenburg-Vorpommern. Seit Ende der neunziger Jahre findet sich darüber hinaus die co op Ulm unter dem Dach der Genossenschaft in Kiel.

Ganz neue Pläne verfolgt die co op Schleswig-Holstein im internationalen Geschäft. Nach dem Ende des „Kalten Krieges“ hat sich die politische Lage im Ostseeraum stark verändert. Die ehemaligen Planwirtschaften orientierten sich gen Westen, und man selbst hat, wie Winrich Wolke berichtet, die Fühler in die Gegenrichtung ausgestreckt: *„Eine große Herausforderung kann auf uns zukommen, wenn wir unsere Vision realisieren können, nämlich eine Zusammenarbeit mit den Konsumgenossenschaften der GUS-Staaten, wir sind seit langer Zeit in sehr intensiven Kontakten, sind gerade dabei, ein Konzept zu entwickeln für kleinere Läden in der Größenordnung von 300 bis 500 qm, von denen noch im Sommer diesen Jahres zwei in St. Petersburg eröffnet werden sollen.“*

5.1.5. Edeka

Edeka ist mit einem Jahresumsatz von über 31 Mrd. Euro, über 8.500 Geschäften und etwa 220.000 Mitarbeitern der größte deutsche Einzelhandelskonzern. Es handelt sich jedoch um keine Verbraucher- sondern um eine Einkaufsgenossenschaft, die exakt 3803 selbständigen Edeka-Einzelhändlern gehört. Edeka ist zumindest nicht an der Börse notiert und muss daher keine hohen Renditeerwartungen seitens der Anleger erfüllen. Die Mitglieder und Eigentümer der Genossenschaft erwarten lediglich, daß sie mit ihren Läden ein Auskommen haben. Ihre Renditeansprüche sind mit zwei oder drei Prozent vergleichsweise gering. Edeka hat Spar und zum Teil Netto übernommen. Spar ist mit etwa 2000 selbständigen Einzelhändlern vorwiegend im Norden vertreten. Netto Süd betreibt im Süden Deutschlands derzeit 1050 Standorte. Durch die Übernahme wächst Edeka auf 37 Mrd. Euro Umsatz.

Edeka zeigt, dass selbst Einkaufsgenossenschaften auf dem globalen Markt ökonomisch erfolgreich sein können, indem es keine Dividende an Kapitaleigner abführen muss. Bezüglich Arbeitnehmer, Verbraucher und Lieferant soll es sich aber kaum von den Praktiken anderer Lebensmitteleinzelhändler unterscheiden.

5.2. Schweiz

5.2.1. Migros-Genossenschaften

Von den 2,8 Millionen Schweizer Haushalten sind 1,96 Millionen Mitglied der Konsumgenossenschaft Migros.

Migros wurde von Gottlieb Duttweiler an seinem 40. Geburtstag 1925 als Aktiengesellschaft mit 100.000 SFR Startkapital und 5 Verkaufswagen gegründet.

1926 wurde der erste Laden in Zürich eröffnet.

1933 wurde die erste Migros-Genossenschaft im Tessin gegründet.

1941 wird die Aktiengesellschaft in regionale Genossenschaften umgewandelt

1998 Einführung des Online-Shopping

Im Laufe der Jahre werden Reiseunternehmen (1935), ein Giro-Dienst (1937), Klubschulen (1944), der erste Schweizer Selbstbedienungsladen (1948), ein Buchclub (1950), die Gelben Taxis (1951), eine Benzin- und Heizölgesellschaft (1954), die Migros-Bank (1957), eine Versicherungsgesellschaft (1958), das erste Schweizer Freizeit-Center etc. gegründet.

Filialen in Frankreich (1993) und Österreich (1993) kommen hinzu.

1998 beschließt Migros die Zusammenarbeit mit OBI.

Gottlieb Duttweilers Maxime wurde von ihm 1942 so formuliert: *„Das Kapital unserer Genossenschaften, der Franken- und das geistige Kapital, soll in sozialer Richtung wirken. Es soll stets für die Schwachen - und das ist die grosse Mehrheit - gegen die Starken, die ihre Macht missbrauchen, entstehen: gegen Truste, gegen gewalttätige Verbände, gegen alle Gewaltanwendung von Kapital und Koalition.“*

Die Migros ist die grösste Detailhandelsfirma in der Schweiz und eine der größten Europas. 2004 erzielte Migros einen Umsatz von mehr als 20 Milliarden Franken und

steigerte den Einzelhandelsumsatz um 1,6 Prozent. Die zehn Genossenschaften, verteilt über die Schweizer Kantone, warten mit 581 Verkaufs-Standorten auf. Migros beschäftigt über 79.000 Mitarbeiter, davon rund 60 % Mitarbeiterinnen.

Besonderes Kennzeichen ist das Sortiment mit ökologischem und sozialem Mehrwert. Mit 99 Artikel (vom Vollkornzweiback BIO bis zum Bio Zucker aus Zuckerrohr von Max Havelaar) und 1,8 Milliarden Franken Umsatz ist Migros Marktführerin in diesem Bereich.

Alkohol und Tabak sucht man bei Migros vergebens.

Zum Migros Genossenschaftsbund gehören neben den Supermärkten und Restaurants auch Fit- und Wellnesscenters, Betriebe der Lebensmittelherstellung, Schulen, Reisebüros, Banken und Tankstellen, um nur einen kleinen Überblick über die Standbeine des Konzerns zu geben.

5.2.2. COOP

Als genossenschaftlich organisiertes Unternehmen ist Coop in erster Linie ihren mehr als zwei Millionen Mitgliederhaushalten verpflichtet. Coop ist die zweitgrösste Detailhandelsgruppe der Schweiz und gehört ebenfalls zu den 30 größten Lebensmittelunternehmen Europas. Kundennah in fünf Verkaufsregionen organisiert unterhält Coop rund 1.600 Verkaufsstellen und beschäftigt über 45.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im Bereich der Öko- und Fairtrade-Produkte ist Coop klarer Marktleader. Coop hat den Anspruch der beste und kundennächste Grossverteiler der Schweiz zu sein. Deshalb orientiert sich Coop an den langfristigen Konsumtrends Lebensfreude, Frische, Gesundheit, Convenience und Dynamik. Die Schweizer Coop hat ihren Bio-Umsatz zwischen 1997 und 2000 auf 360 Mio. Sfr mehr als verdoppelt -- das entspricht 5 Prozent vom Gesamtumsatz.

6. USA

Die USA sind eines der genossenschaftsreichsten Länder der Welt. 47.000 Genossenschaften mit rund 100 Millionen Mitgliedern gibt es in Amerika. Genossenschaftsbanken (credit unions), Lebensmittelgeschäfte (food co-ops), Wohnungsbaugenossenschaften (housing cooperatives) und die über 4.000 landwirtschaftlichen Genossenschaften (agricultural cooperatives) zählen zu den mitgliederstärksten Bereichen. Es gibt aber auch Kindergärten, kleine Elektrizitätsunternehmen und Telefongesellschaften in genossenschaftlichem Besitz, um nur einige weitere Zweige zu nennen.

Wenn man die Möglichkeit hat, ein Konto bei einer Genossenschaftsbank (credit union) zu eröffnen, z. B. wenn man einer bestimmten Berufsgruppe bzw. Organisation angehört oder Student ist, dann sollte man diese Chance wahrnehmen. Credit unions sind non-profit, d. h. sie sind nicht profitorientiert und müssen keine Steuern zahlen, was sich für ihre Kunden auszahlt: Sie bieten die gleichen Leistungen wie Banken, verlangen aber weniger Gebühren, zahlen in der Regel höhere Zinsen für Guthaben und

erheben niedrigere Zinsen für Kredite.

Die meisten housing cooperatives bestehen aus Reihenhäusern oder Wohnungen. Um Wohnraum in einer co-op zu erwerben, kauft man einen Anteil der Genossenschaft.

Viele größere Städte haben auch eine food co-op. Die Lebensmittel, die dort angeboten werden, stammen oft aus landwirtschaftlichen Genossenschaften oder von kleinen Farmen der Umgebung, die in der Regel mit biodynamischen Methoden arbeiten. Um einer food co-op beizutreten, bezahlt einen bestimmten Betrag, mit dem man Miteigentümer der Genossenschaft wird. Man bekommt eine Mitgliedskarte, die man beim Bezahlen scannen lässt, so dass der ausgegebene Betrag per Computer festgehalten wird. Am Jahresende bekommen die Mitglieder des Genossenschaftsladens dann einen Teil des ausgegebenen Geldes wieder, vorausgesetzt natürlich, dass ein Gewinn erwirtschaftet wurde.

7. Japan

An der Spitze der Konsumgenossenschaften steht die 1951 gegründete Zentralkonsumgenossenschaft (Japanese Consumers Cooperative Union - JCCU). An dieser hängen verschiedene geschäftsspezifisch differenzierte Verbände von Konsumgenossenschaften:

- 46 regionale Konsumgenossenschaftsverbände (Prefectural Unions of Consumer Cooperatives)
- Nationaler Verband der Universitätsgenossenschaften (National Federation of University Cooperative Associations - INFUCA) mit 210 angebundenen Genossenschaften, über 2.000 Mitarbeitern, 1,3 Mio. Mitgliedern, Yen 208.286 Mio. (DM 3 Mrd.) Umsatz.
- Nationaler Verband der Wohnungsbaugenossenschaften (National Federation of Housing Cooperative Societies - Zenjuren) mit 48 Genossenschaften, die in 1.369 Häusern 932.000 Mitgliedern zur Verfügung stehen.
- Nationaler Versicherungsverband für Arbeiter und Konsumgenossenschaftsmitglieder (National Federation of Workers and Consumers Insurance Cooperatives - Zenrosai) mit 59 Genossenschaften, 2.426 Mitarbeitern, 13,2 Mio. Mitgliedern und einem Bestand von 34 Mio. Versicherungspolice.

Die Gesamtgruppe der Konsumgenossenschaften setzt jährlich ca. Yen 3.400 Mrd. (DM 48 Mrd.) um, beschäftigt 59.000 Mitarbeiter und weist **19 Millionen Mitglieder** aus. Die JCCU mit einem Eigenkapital von Yen 7,9 Mrd. (DM 113 Mio.), einem Umsatz von Yen 285 Mrd. (DM 4,7 Mrd.) und 1.000 Angestellten betreut über die 46 regionalen Konsumgenossenschaftsverbände 646 lokale Konsumgenossenschaften. Die größte dieser lokalen Konsumgenossenschaften, Coop Kobe (1938 lehrte Franz Oppenheimer an der Universität von Kobe), setzt ca. Yen 384.564 Mio. (DM 5,5 Mrd.) um und betreut 1,3 Mio. Mitglieder. Insgesamt verfügt diese Organisation über etwa 3.000 Läden.

Daneben ist ein Japan-spezifisches, flächendeckendes Home-Delivery-System aufgebaut, über das 46% des Gesamtumsatzes abgewickelt wird. Dessen Basis sind nachbarschaftliche Kleinstgruppen von fünf bis sieben Familien.

7. Schlussbetrachtung [\[Miotti\]](#)

Trotz aller Schikanen seitens des Kapitalismus wie des Sozialismus hat sich die Idee der Konsumgenossenschaft erhalten und kann heute noch auf mit Parteien und Gewerkschaften durchaus vergleichbare Mitgliederzahlen verweisen.

Was macht Konsumgenossenschaften so attraktiv, dass sie nicht eliminierbar erscheinen? Von der wirtschaftlichen Tätigkeit einer Konsumgenossenschaft profitieren in erster Linie die Konsumenten, als sie in den Genuss billiger Preise, guter Qualitätsware und Dienstleistungen kommen und - betrachtet man ganz allgemein die wettbewerbsbelebende und preisregulierende Funktion, welche den Konsumgenossenschaften zugeschrieben wird - die Gesellschaft. Von der nichtwirtschaftlichen Tätigkeit (angesprochen ist hier v.a. die kulturelle Seite) profitiert zunächst der einzelne, sei es als Besucher eines verbilligten Konzerts, als Kursteilnehmer einer Klubschule, als Gesuchsteller für ein kulturelles oder soziales Projekt oder aber als Empfänger vorgesehener sozialer Leistungen (etwa Hilfe für Ausländer, Katastrophenhilfe, Behindertenhilfe etc.). Begreift man Kultur, Kunst, Wirtschaftspolitik und soziale Hilfestellung darüber hinaus als Beitrag an die Lebensqualität der Bevölkerung und deren Auseinandersetzung mit der Gesellschaft, geht der Nutzen über jenen des einzelnen weit hinaus. Auch vom Engagement in Umweltbelangen, Ethik und der nachhaltigen Entwicklung profitiert letztlich die Gesellschaft, als die eine Konsumgenossenschaft für sie die Verantwortung gegenüber der Umwelt und Menschheit wahrnimmt. Daneben profitieren auch die Mitarbeiter etwa von einer fortschrittlichen Mitarbeiter- und Lohnpolitik und natürlich auch die Mitglieder. Sie profitieren jedoch weitgehendst im selben Umfang wie die Nichtmitglieder von der Gesamtheit der von der erbrachten Leistungen für die Konsumenten, dazu kommen einige besondere Zuwendungen und Privilegien.

8. Literatur

1. Alexander Bürkner: Die japanischen Genossenschaften. Internationale Raiffeisen-Union, IRU Courier 1/98.
<http://www.iru.de/de/publikationen/courier/1-98/Deutsch-3.html>
2. BARoV (Bundesamt zur Regelung offener Vermögensfragen): BVerwG, Urteil vom 6. Juni 2002, Az. 7 C 7.02: Rechtsnachfolge; Konsumgenossenschaft; Zwangsauflösung; etc.
<http://www.barov.bund.de/service/rechtsprechungsuebersicht/rue2002/12-2002.pdf>
3. Harri Czepuck: Glasperlenspiel - Entschädigungslose Enteignung: Wie die Berliner Konsumgenossenschaft gerettet werden sollte. Junge Welt, 6.3.2004, <http://www.jungewelt.de/2004/03-06/005.php>

4. COOP: Geschichte von Coop - ein Unternehmen in Bewegung.
http://www.coop.ch/ueber/zahlen_fakten/pdf/coop_geschichte-de.pdf
5. Helmut Creutz: Das Geld-Syndrom - Wege zu einer krisenfreien Wirtschaftsordnung. Econ Taschenbuch, 5. Auflage, 2001, z.Z. vergriffen, ist aber unter <http://userpage.fu-berlin.de/~roehrigw/creutz/geldsyndrom/> abrufbar.
6. Susanne Elsen: Gemeinwesenarbeit und Gemeinwesenökonomie im Zeitalter der "Globalisierung". http://www.leibi.de/takaoe/84_20.htm
7. Bernard Eme, Jean-Louis Laville, Jean-Paul Marechal: Solidarwirtschaft - Illusion oder Weg in die Zukunft, Sommeruniversität von Attac in Arles, August 2001, Runder Tisch zur Solidarwirtschaft. <http://www.france.attac.org/i3190>
8. Friedrich Engels: Das Auftreten Mazzinis gegen die Internationale.
http://www.mlwerke.de/me/me17/me17_390.htm
9. Brett Fairbairn: Wiederaufbau und Untergang der Konsumgenossenschaften in der DDR und in der Bundesrepublik 1945 bis 1990. IWK, 34 (1998), 2, 171
10. Erwin Hasselmann: Geschichte der Deutschen Konsumgenossenschaften, COOP Verlag GmbH, Hamburg, 1971.
11. 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.
<http://www.uni-muenster.de/Gemeinschaftsforschung/Arbeitsgruppe/AG%20Genossenschaften.pdf>
12. Wilhelm Jäger und Rolf Greve: Sektorenanalyse - Wohnungsbaugenossenschaften vor neuen Herausforderungen - Eine Strukturanalyse -
13. Konsum Berlin: <http://www.konsum-berlin.de/>
14. Robert Kurz: Antiökonomie und Antipolitik. Zur Reformulierung der sozialen Emanzipation nach dem Ende des 'Marxismus'
<http://www.opentheory.org/keimformen/text.phtml>
15. Ulrich Kurzer: 100 Jahre Zentralverband deutscher Konsumvereine. Deutschlandfunk: Hintergrund Politik, Manuskript vom 17.5.2003.
<http://www.dradio.de/dlf/sendungen/hintergrundpolitik/125369/drucken/>
16. Gustav Landauer: Drei Flugblätter (1913), 2. Was ist zunächst zu tun?,
<http://www.anarchismus.at/txt3/landauer6.htm>
17. Karl Marx: Instruktionen für die Delegierten des Provisorischen Zentralrats zu den einzelnen Fragen, http://www.mlwerke.de/me/me16/me16_190.htm
18. Karl Marx, Friedrich Engels: Manifest der Kommunistischen Partei.
http://www.mlwerke.de/me/me04/me04_459.htm#ZT22
19. Arno Mersmann: Wirtschaftliche Selbsthilfe und Selbstverwaltung als politische Bewegung. In: Klaus Novy, Bodo Hombach, Frank Karthaus, Ulrich Bimberg, Arno Mersmann, Albert Schepers (Hrsg.): Anders Leben - Geschichte und Zukunft der Genossenschaftskultur. Verlag J.H.W. Dietz Nachf. Berlin/Bonn, 1985.
20. Claudia Maria Miotti: Fallstudie am Beispiel des Migros-Genossenschafts-

Bundes: "Non-Profit" - Wer profitiert wirklich? Seminararbeit im Rahmen des interdisziplinären Seminars "Der Homo oeconomicus und die Freiwilligenarbeit" des Rechtswissenschaftlichen Institutes der Universität Zürich, WS 2002/2003.
<http://www.rwi.unizh.ch/vdc/seminare/WS02/Seminararbeiten/Claudia%20Miotti.pdf>

21. 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.
22. 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/>
23. Walter Staub: Migros - Schweizer machen es vor - Auf den Websites von Migros wird Nachhaltigkeit kommuniziert. Unternehmen und Umwelt 1/03.
24. Genossenschaften in den USA:
<http://www.auswandern.us/genossenschaften.html>