

Selbsthilfe nach wie vor gefragt

Laut einer Studie ist das Ziel von Genossenschaften in Europa fast überall die Nutzenmaximierung für die Mitglieder

Markus Hanisch, Professor für „Kooperationswissenschaften“ an der Berliner Humboldt-Universität, hat gemeinsam mit zahlreichen weiteren Wissenschaftlern aus ganz Europa im Auftrag der EU-Kommission die Studie „Support for Farmers' Cooperatives“ erarbeitet. Im Interview mit „Profil“ spricht der Forscher über die zentralen Ergebnisse der Studie und darüber, warum genossenschaftliche Kräftebündelung im ländlichen Raum auch heute noch unabdingbar ist.

Profil: Die EU-Kommission hat Ende 2012 die Studie „Support for Farmers' Cooperatives“ veröffentlicht. Ist das ein Zeichen für höhere Wertschätzung, die Genossenschaften in der Politik genießen?

Markus Hanisch: Die Politik sucht ganz allgemein nach Lösungen für große Probleme auf den Agrarmärkten. Dort sehen sich die Erzeuger einerseits immer größer werdenden Einzelhändlern und Verarbeitern gegenüber. Globale Ereignisse auf den Weltmärkten haben zudem in den letzten Jahren zu steigenden Preisrisiken und großen Preisschwankungen geführt. Für die Landwirtschaft sind solche Probleme nichts Neues. Die EU-Agrarpolitik und die Wettbewerbshüter in Brüssel haben aber beispielsweise in der Milchkrise vor fünf Jahren bemerkt, dass die Dimensionen der genannten Probleme für die Erzeuger neu sind. Die Frage ist nun, wie man in der Agrarpolitik auf dem Weg zu mehr Wettbewerb und Markt bleiben, gleichzeitig aber etwas gegen die wachsenden Kräfteunterschiede zwischen den Bauern und der Ernährungsindustrie tun kann. Eine bewährte Antwort ist nach wie vor die Bündelung der Kräfte in „Erzeugerorganisationen“.

Profil: Versteht man überall in Europa dasselbe unter dem Begriff „Genossenschaft“?

Hanisch: Europa, wie wir es heute kennen, ist ja noch relativ jung. Vor allem der Beitritt der osteuropäischen Länder und der Südländer hat natürlich auch zu einem „Beitritt“ unterschiedlicher historischer Entwicklungen im Genossenschaftswesen geführt. Grundsätzlich ist eine Genossen-



Markus Hanisch

schaft ein Unternehmen, in dem die Eigentümer auch die Kunden oder Nutznießer der Erzeugerorganisation sind. In dem jene, die die Kontrolle im Betrieb ausüben, auch gleichzeitig Kunden sind. Und in dem das übergeordnete Ziel ist, den Mitgliedereigentümern gemäß dem Umfang, in dem sie die Genossenschaft tatsächlich beliefern, einen Vorteil zukommen zu lassen. Das geht gut mit den Genossenschaftsprinzipien in Deutschland zusammen, lässt aber auch genug Spielraum für ein „europäisches Verständnis“.

Profil: Was sind die grundlegenden Ergebnisse der Studie?

Hanisch: Man kann der Politik nun harte Fakten nennen, aber auch präzise Einzelfragen analysieren. Wir zeigen, welche riesige Bedeutung die Genossenschaften für die Agrar- und Ernährungsindustrie in Europa haben. In den entwickelten Volkswirtschaften Europas und Nordamerikas halten Genossenschaften über 40 Prozent der Marktanteile der wichtigsten Produkte des Agrar- und Ernährungssektors. In Deutschland sind annähernd alle landwirtschaftlichen Betriebe Mitglied in mindestens einer Genossenschaft. In den EU-27 liegt der durchschnittliche Marktanteil aller ländlichen Genossenschaften in den acht wichtigsten Branchen des Agrar- und Ernährungssektors bei über 40 Prozent. Oder schauen Sie auf die werthaltigsten Produkte: In Europa werden rund 60 Prozent der Milch genossenschaftlich verarbeitet.

Uns hat zum Beispiel interessiert, ob Genossenschaften Milchpreise stabilisie-

ren können und ob es Hinweise darauf gibt, dass mehr genossenschaftliche Organisation in einem Land zu insgesamt höheren Erzeugerpreisen führt. Mit den neuen Daten können wir belegen, dass Genossenschaften Wirkungen auf Marktpreise und Volatilitäten haben.

Profil: Die Genossenschaftsbewegung ist ein Kind des Marktversagens im 19. Jahrhundert. Warum ist genossenschaftliche Kräftebündelung in der Landwirtschaft auch im 21. Jahrhundert unerlässlich? Mittlerweile hat man doch überall in Europa funktionierende Märkte!

Hanisch: Man muss sich einmal die Handelsplätze anschauen. Die Supermarktketten kaufen auf 120 Aufkaufsstellen in ganz Europa die Produkte von drei Millionen Vollerwerbs-Erzeugern und dazu kommen etliche Nebenerwerbsbetriebe. Eine Handvoll Ketten dominieren den Einzelhandel in Europa. In diesem Prozess zählt Marktposition. Der einzelne Erzeuger muss sich organisieren, um bei Preisverhandlungen nicht ins Hintertreffen zu gelangen.

Profil: Welche politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen sind für die Entwicklung eines starken Genossenschaftssektors unabdingbar?

Hanisch: Man muss den Genossenschaften erlauben, mit den Märkten zu gehen.

Man muss den Genossenschaften erlauben, mit den Märkten zu gehen.

Die Wettbewerbshüter in Brüssel wissen das und haben für Genossenschaften durchaus Ausnahmen zugelassen, beispielsweise im Milchpaket, welches Genossenschaften erlaubt, zu relativ großen Spielern auf dem Markt heranzuwachsen.

Den Genossenschaften selbst kann man helfen, indem man es ihnen leicht macht, gut ausgebildete Mitglieder in Gremien zu engagieren. Dies ist nicht immer einfach, denn Ehrenamt kostet Zeit. In diesem Bereich lässt sich sicher noch mehr für die Genossenschaften verbessern.

Profil: Was möchte Brüssel?

Hanisch: Brüssel steht momentan vor der Frage, ob es die Gründung neuer Absatzorganisationen fördern oder ob sie die traditionellen Erzeugerorganisationen, also die Genossenschaften, stärken will. Pauschal sollte man solche Fragen nie beantworten. Wir haben die Genossenschaften im Rahmen der Studie gefragt, wie ihre Vorstellungen hierzu aussehen. Sie sagten ganz ihrem liberalen Erbe verpflichtet: „Weniger Politik ist besser.“

Profil: Wie kann die Politik die Gründung von Genossenschaften fördern beziehungsweise ihre Wettbewerbsposition stärken?

Hanisch: Die Politik muss zunächst mehr wissen über die Bedeutung und Organisation der traditionellen Erzeugerorganisationen, bevor beispielsweise Anreize für Neugründungen oder Subventionen gegeben werden. Eine Aufgabe der Studie war, zu zeigen, was an Erzeugerorganisationen bereits da ist, und was man tun kann – aber auch, was man lieber las-

sen sollte – wenn man die Erzeuger besser stellen will.

Wir haben uns rund 300 politische Maßnahmen und Rahmengesetze in 27 Ländern angeschaut, um herauszufinden, welche gesetzgeberischen Aktivitäten starke Genossenschaftssektoren fördern. Offenbar gibt es keine Patentlösungen. Die Politik kann allerdings sehr wohl negativ auf die Entwicklung von kooperativen Strukturen Einfluss nehmen – etwa durch Doppelbesteuerung, durch die künstliche Schaffung neuer, subventionierter Erzeugerorganisationen, über Eingriffe in genossenschaftliche Kontrollstrukturen oder zu eng ausgelegte Gesetze.

Profil: Wie können Genossenschaften aus eigener Kraft ihre Wettbewerbsposition verbessern?

Hanisch: Das ist ein wichtiges Thema. Die Genosschaftsorganisation in Europa steht unter gewaltigem Anpassungsdruck von außen. Wir werden daher Zeuge großer Veränderungsprozesse. Es wird fusioniert, expandiert, modernisiert und internationalisiert. Die entscheiden-

de Herausforderung von Genossenschaften ist, diese Prozesse an die Mitglieder zu kommunizieren. Es muss transparent gemacht werden, warum man bestimmte betriebswirtschaftliche und strategische Entscheidungen so getroffen hat, wie man sie getroffen hat. Oft legen Genossenschaften viel Wert auf ihre Marktpositionen, das professionelle Management und einen gut aufgestellten Aufsichtsrat, vernachlässigen es dabei manchmal aber, im Tagesgeschäft die eigene Unternehmensstrategie und die getroffenen Entscheidungen den Mitgliedern richtig zu kommunizieren. Veränderungen sind immer notwendig. Die Mitglieder wissen das, aber es muss auch ausreichend kommuniziert werden, was man vorhat.

Profil: Herr Professor Hanisch, vielen Dank für das Interview! hh

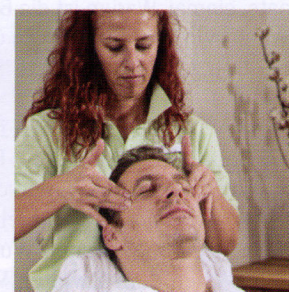


Hier kommen Sie zur Studie.



HOTEL AM BADERSEE

ZUGSPITZDORF GRAINAU



Genießen Sie den Sommer in Grainau!

Badersee-Special: „Bike & Relax – aktiv entschleunigen“
Preis pro Person im DZ ab 653,00 €

Die perfekte Kombination. Biken nach Lust und Laune und sich von geschulten Händen dann so richtig verwöhnen lassen.

7 Übernachtungen inklusive reichhaltigem Frühstücksbuffet, 5x Teilnahme an unserem knackfrischen Halbpensionsbuffet, 5x eine Tagesmiete für ein Mountainbike, 1x eine Medium Relax-Massage über 40 Minuten, 1x eine Gesichts-, Kopfmassage über 25 Minuten, 1x eine Fußdruckzonenmassage über 30 Minuten, Kurtaxe

HOTEL AM BADERSEE

Am Badersee 1-5
D-82491 Grainau

Tel. +49 (0)8821 821-0
www.hotelambadersee.de
info@hotelambadersee.de