

19.05.2009

Neue Genossenschaften

Geschäfte unter Freunden

Von: René Martens

Egal ob Musikfirmen, IT-Dienstleister oder Handwerker: In der Krise entdecken junge und traditionelle Branchen das alte Genossenschaftsmodell neu - und haben Erfolg damit.

Der Berliner Admiralspalast ist bekannt für seine Musicals, die Plattenfirma City Slang für Independent-Rock aus den USA und das Dance-Label K7 für die von renommierten Musikern und Bands zusammengestellte Compilation-Reihe "DJ Kicks". Dass diese Institutionen der Popkultur etwas mit Genossenschaften zu tun haben, scheint auf den ersten Blick recht abwegig. Trotzdem gehören alle drei Firmen einer Genossenschaft an: der Berlin Music Commission (BMC).

Traditionell findet man Genossenschaften - als Rechtsform im Jahr 1849 entstanden - vor allem im Bankgeschäft, im Wohnungsbau und in der Landwirtschaft. Mittlerweile haben aber auch andere Branchen die Vorteile entdeckt: Dienstleister jeglicher Art, die Energiewirtschaft, das Gesundheitswesen - und eben die Musikbranche. Wir erleben gerade einen historischen Pendelschwung vom egoistischen zum kooperativen Wirtschaften, sagt BMC-Vorstand Olaf Kretschmar. "In der derzeitigen Finanzkrise spielen Netzwerke eine wichtigere Rolle als jemals zuvor."

BMC setze Projekte um, die allen Genossen nützen, ein einzelnes Unternehmen aber überfordern würden. "Man muss für effektive Maßnahmen eine gewisse Investitionshöhe erreichen, sonst verbrennt man Geld", erläutert Kretschmar.

Ein Beispiel für ihre Schlagkraft lieferte die Genossenschaft vor wenigen Wochen beim South by Southwest in Austin, einem der weltweit wichtigsten Musik- und Medienfestivals. "Wenn man da als einzelnes Label eine Band platziert, bringt das wenig. Die geht unter, denn insgesamt treten fast 2000 Gruppen auf", sagt Kretschmar. Um besser wahrgenommen zu werden, organisierte die Musikgenossenschaft deshalb ein eigenes "Berlin Fest", wo nur Berliner Künstler auftraten.

Der Vorteil einer Genossenschaft lässt sich schnell zusammenfassen: Sie bindet ihre Mitglieder stärker ein als ein Verein, ist aber nicht so hierarchisch wie eine GmbH. Das sieht auch Reinhard Hoffmann so. Er ist Vorstandsmitglied von Towerbyte in Jena - ein Verbund aus 28 Firmen, die insgesamt fünf Etagen im 131 Meter hohen JenTower belegen und zuletzt 18,1 Mio. Euro erwirtschafteten. Die Genossenschaft ist ein gutes Beispiel dafür, dass eine vermeintlich alte Organisationsform auch in jungen Branchen wie der IT-Dienstleistung gut funktioniert.

Altgedient - und trotzdem hochmodern

Wachstum Die Zahl der genossenschaftlichen Neugründungen hat sich laut Deutschem Genossenschafts- und Raiffeisenverband seit 2005 verdreifacht. Der Grund: In schlechten Zeiten setzen viele auf Kooperationen. Besonders im Gesundheitswesen und im Energiesektor stößt das Modell auf Resonanz.

Obwohl sich jedes Mitglied der Genossenschaft auf einen anderen Bereich des E-Commerce spezialisiert hat, profitieren alle von den Synergien - etwa bei der Marktbeobachtung: "Unser Geschäftsfeld hat eine hohe Innovationsgeschwindigkeit, der Markt ändert sich schnell, die Gefahr, Trends zu verschlafen, ist groß", sagt Hoffmann.

Bei Towerbyte behält jedes Mitglied das Marktsegment, das es bedient, im Blick. Der Vorteil: Nicht jedes Unternehmen muss alle Entwicklungen am Markt verfolgen. Darüber hinaus vermitteln sich die Unternehmen untereinander Kundenkontakte. "Wenn ein Kunde mehr benötigt, als eine Firma leisten kann, wird er an ein anderes Unternehmen aus dem Verbund weitergeleitet", sagt Hoffmann.

Towerbyte ist immer offen für neue Mitglieder. Als beispielsweise das Thema Suchmaschinenmarketing an Bedeutung gewann, "hat Towerbyte systematisch nach einem Unternehmen aus diesem Bereich gesucht", sagt Hoffmann. Die neu angeworbene Firma Finnwaa arbeitet nun in diesem Segment für die anderen Mitglieder der Genossenschaft - und natürlich auch für externe Unternehmen.

Allein im vergangenen Jahr stießen fünf neue Firmen hinzu. Derzeit gibt es nach Angaben von Towerbyte drei ernsthafte Bewerber, über deren Beitritt demnächst auf der Jahreshauptversammlung entschieden werden soll.

Eine der genossenschaftlichen Neugründungen hat letzthin viel Aufmerksamkeit auf sich gezogen: die Nordhand in Dortmund. Sie bietet Existenzgründern und Kleinstbetrieben Mikrokredite bis 10.000 Euro an - für Anfangsinvestitionen und zur Überbrückung kurzfristiger Engpässe. Auf lange Sicht will sie 120 Kleinkredite pro Jahr vermitteln.

Wer bei der Nordhand einen Kredit bekommen will, muss allerdings Mitglied der Genossenschaft werden und sich mit mindestens 50 Euro beteiligen. Darüber hinaus ist ein Monatsbeitrag von 5 Euro fällig. Ganz umsonst ist die Angelegenheit also nicht. "Für die Mitgliederbetriebe ist es reizvoll, dass sie ein Mitspracherecht haben und die Geschäftspolitik aktiv gestalten können", sagt Frank Lunke, Vorstand von Nordhand. Er ist seit rund 20 Jahren als Unternehmensberater tätig. Mittlerweile wendet er aber rund die Hälfte seiner Arbeitszeit allein für Nordhand auf.

"Zu unseren Stärken gehört es auch, dass wir innerhalb von zwei Wochen eine Entscheidung fällen, das ist bei einer konventionellen Bank nicht möglich", sagt Lunke. Ohne ein klassisches Kreditinstitut als Kooperationspartner würde das Nordhand-Konzept allerdings nicht funktionieren. Deshalb arbeitet die Genossenschaft mit der GLS Bank Bochum zusammen.

"Großes Potenzial" für Neugründungen sieht Hans Rösner, Professor am Seminar für Genossenschaftswesen an der Universität Köln, bei **Unternehmen**, deren Nachfolge bisher nicht geregelt wurde - etwa in Handwerksbetrieben. Früher übernahmen meist die Kinder das Unternehmen ihrer Eltern.

Das ist heute schon lange nicht mehr üblich. In diesen Fällen kann eine Genossenschaft eine durchaus moderne Lösung sein: Wenn etwa eine genossenschaftlich organisierte Mitarbeitergesellschaft den Betrieb übernimmt.