Profil

Das bayerische Genossenschaftsblatt

TOPTHEMA

Wie Genossenschaften Mitgliedernutzen stiften

Wie stiften Genossenschaften Mitgliedernutzen? Und wie profitiert davon die ganze Region? Die Vorstände und Geschäftsführer von vier verschiedenen genossenschaftlichen Unternehmen haben sich dazu Gedanken gemacht.

Zusammengestellt von Florian Christner, Redaktion „Profil“

Foto: picture alliance/imageBROKER/MAL

Hier geht’s direkt zu den Genossenschaften:

- Münchner Bank eG: „Wir sind eine Gemeinschaft, die sich gegenseitig hilft und füreinander da ist“

- Allgäu Milch Käse eG: „Die Genossenschaft spricht die Sprache der Landwirte“
- Winzergemeinschaft Franken eG (GWF): „Partner in allen Fragen des Weinbaus“
- Sanacorp eG: „Im Haifischbecken der Digitalisierung muss sich die Vor-Ort-Apotheke auf ihre Stärken besinnen“

Münchner Bank eG: „Wir sind eine Gemeinschaft, die sich gegenseitig hilft und füreinander da ist“

Sandra Bindler und Michael Dandorfer, Vorstände der Münchner Bank eG: Unsere Genossenschaftsbank feiert in diesem Jahr ihr 160. Jubiläum. Wenn man bedenkt, dass zur Zeit ihrer Gründung noch Gulden die vorherrschende Währung waren, ist das schon eine beachtliche Geschichtsspanne, in der vieles passiert und neu entstanden ist. Doch das Schöne und Beruhigende ist: Genossenschaft funktioniert wie eh und je und ist gleichzeitig so modern wie nie!

Vorstands-Duo der Münchner Bank eG: Sandra Bindler (Vorsitzende) und Michael Dandorfer. Foto: Münchner Bank eG

Denn genau wie 1862, als unsere Bank von 22 Kaufleuten, Handwerkern und Gewerbetreibenden am Frauenplatz gegründet wurde – ziemlich nahe an dem Ort, an dem bis heute unser Stammhaus steht – bildet auch 2022 noch die Mitgliedschaft unser Fundament. Unsere mittlerweile rund 60.000 Mitglieder sind das Herzstück unserer Genossenschaft und machen sie zu einem der größten und vielfältigsten Netzwerke Münchens. Der Grundgedanke unserer Bank ist dabei derselbe geblieben: Wir sind eine starke Gemeinschaft, die sich gegenseitig hilft und füreinander da ist. So stiften wir vielschichtigen Nutzen von Mitgliedern für Mitglieder.

„Was einer nicht schafft, schaffen viele." Das war einer der Gründungsgedanken der Münchner Bank eG. Dieses genossenschaftliche Prinzip leben wir noch heute in vielen Facetten. Allein an unseren Partnerwänden in den Filialen und online finden unsere Mitglieder zahlreiche Gewerbetreibende, Dienstleister und Firmen aus unserem Netzwerk. Diese bieten wiederum anderen Mitgliedern exklusive Vorteile an, zum Beispiel Vergünstigungen oder einen besonderen Service. Das kann bei einem Handwerker in München, der innerhalb von 24 Stunden vor Ort ist, sehr wertvoll sein. Der Ausdruck „Viele schaffen mehr" findet sich auch auf unserer Crowdfunding-Plattform. Hier bringen wir Projektinitiatoren und Münchnerinnen und Münchner zusammen, die Gutes tun wollen. Denn es gibt so viele gemeinnützige Vereine und Organisationen mit tollen Ideen, die das Leben in unserer Stadt noch ein bisschen schöner machen.

Vernetzung erwünscht: Die Münchner Bank eG versteht sich als regionales Ökosystem für ihre Mitglieder. Foto: Münchner Bank eG

Wir verstehen uns als regionales Ökosystem mit einem nachhaltigen Fokus auf unsere Mitglieder. Das heißt, wir kümmern uns nicht nur um Themen wie Zahlungsverkehr, Immobilienfinanzierung oder Versicherungen, sondern wir sind für unsere Mitglieder auch in jeder Lebenssituation da, egal an welchem Punkt sie gerade stehen. Als Netzwerk, gepaart mit durchdachten Lösungen für smartes Banking, wollen wir echte Mehrwerte für unsere Mitglieder stiften. Dafür müssen wir – über das reine Produkt hinaus – die Wünsche unserer Mitglieder ganzheitlich betrachten und lösen. Ein Ansatz wäre die Elektromobilität: Wir haben Mitglieder mit einer Wallbox, die zeitweise ungenutzt ist. Warum nicht diese Ladestation für andere Mitglieder erschließen? Wir könnten die Abrechnung als Bank sicherstellen. So bekommen wir es hin, auch solch ein Thema genossenschaftlich anzugehen.

In München bietet sich zudem in vielfältiger Weise das Thema Immobilien an. Nur mit der Finanzierung liefern wir als Bank keinen Mehrwert, weil eine Baufinanzierung heute schnell über das Internet abgewickelt werden kann. Einen Bauherrn beschäftigen aber erfahrungsgemäß noch viele weitere Fragen rund um sein Bauprojekt oder seinen Kauf. Hier liegt unser Ansatzpunkt, indem wir anbieten: Können wir beim Umzug oder dem Bezug der neuen Immobilie mit Handwerks- und

Umzugsunternehmen aus unserem Kundenbestand helfen? Wir könnten zum Beispiel Handwerker organisieren, die bei unseren Kunden die Küche neu aufbauen oder liefern. Oder wir kümmern uns um eine Notarin oder einen Notar, weil es in München nicht einfach ist, zum gewünschten Zeitpunkt einen Termin zu bekommen.

Im Herzen der Stadt: Die Münchner Bank eG eröffnete 1899 gegenüber der Frauenkirche ihren Hauptsitz. Heute befindet sich die Zentrale an der Richard-Strauss-Straße, aber die Filiale am Frauenplatz gibt es immer noch. Foto: Münchner Bank eG

Ein weiteres Beispiel wäre die Vermietung einer Wohnung. Im Internet werden Vermieter im Regelfall mit Offerten überschüttet. Alternativ könnte unser Mitglied die Wohnung aber auch über uns anbieten. Unsere Bankberaterinnen und -berater würden dann überlegen: Welche Kundin oder welcher Kunde passt zu unserem Mitglied als Mieterin bzw. Mieter? Wenn wir hier Angebot und Nachfrage zusammenbringen, erleichtert das beiden Seiten die Entscheidung.

Es geht also in Zukunft viel mehr um die Vernetzung als um den Verkauf von Bankprodukten. Wir übernehmen für unsere Mitglieder die Rolle eines regionalen Kümmerers. Bisher hat die Bank das Handeln bestimmt, künftig wird es die Genossenschaft sein. Und da können wir mit Selbstvertrauen und Stolz auf die eigenen Leistungen blicken, denn wir alle sind oft besser, als wir es selbst glauben. Wenn es eine bestimmende Konstante in der 160-jährigen Geschichte der Münchner

Bank eG gibt, dann die: Gemeinsam können wir für jeden Einzelnen mehr erreichen, als es der Einzelne für sich allein könnte. Lässt sich Mitgliedernutzen besser beschreiben?

Allgäu Milch Käse eG: „Die Genossenschaft spricht die Sprache der Landwirte“

Hubert Dennenmoser, Geschäftsführer der Allgäu Milch Käse eG: Die Allgäu Milch Käse eG ist eine moderne und erfolgreiche Genossenschaftsmolkerei mit etwa 1.000 Milchlieferanten aus dem Allgäu, die jedes Jahr rund 400 Millionen Liter Milch zu hochwertigen Molkereiprodukten wie Käse, Butter und Quark verarbeitet. Die Genossenschaft gehört ihren Mitgliedern, also den Milchlieferanten. So profitieren diese direkt vom Erfolg der Allgäu Milch Käse eG. Das ist der unmittelbare Mitgliedernutzen. Die Milchlaster der Allgäu Milch Käse eG holen übrigens nicht nur die Milch bei den Mitgliedern ab, sondern sie beliefern diese auch mit Molkereiprodukten zu Herstellerkosten – entweder zum Eigenverbrauch oder zum Weiterverkauf. Ein kleiner Service, der aber sehr gerne angenommen wird.

Hubert Dennenmoser, Geschäftsführer der Allgäu Milch Käse eG. Foto: Allgäu Milch Käse eG

Im Gegensatz zu einem Privatunternehmen nimmt eine regional verwurzelte

Genossenschaft immer eine besondere Stellung ein. Die Allgäu Milch Käse eG versteht sich als bäuerliches Unternehmen, das soziale Verantwortung übernimmt und in sein ländliches Umfeld integriert ist. Wie es dem Wesen der Genossenschaft entspricht, haben unsere Mitglieder direkten Einfluss auf die Geschicke des Unternehmens – der bäuerliche Wille steht somit immer im Vordergrund.

Ein zusätzlicher und wichtiger Mehrwert ist der Erhalt von Landschaft und Landwirtschaft im Allgäu. Wie das? Die Allgäu Milch Käse eG erfasst insgesamt fünf Milchsorten: Bergbauernmilch, Biomilch, konventionelle Milch, Heumilch und Bioheumilch. Diese Diversifizierung ermöglicht es den Mitgliedern, genau die Milch zu liefern, die am besten zu ihrem Hof und zu ihrer Unternehmensphilosophie passt.

Die Produktionsstätte der Allgäu Milch Käse eG am Standort Kimratshofen. Foto: Allgäu Milch Käse eG

Bäuerinnen und Bauern, die zum Beispiel aufgrund der Lage ihres Anwesens oder wegen eines fehlenden Nachfolgers nicht in einen neuen Stall investieren können oder wollen, erhalten so die Chance, sich zu spezialisieren und auch in kleineren Strukturen auskömmlich zu wirtschaften. So wirkt sich der Mehraufwand, den die Genossenschaft durch die getrennte Erfassung fünf verschiedener Milchsorten hat, bei den Mitgliedern strukturerhaltend aus.

Freilich kann auch die Allgäu Milch Käse eG den Strukturwandel in der Landwirtschaft nicht gänzlich aufhalten. Die Anzahl der Milchviehbetriebe wird weiter zurückgehen. Aber die Allgäu Milch Käse eG kann dazu beitragen, den Wandel abzufedern. Wenn zum Beispiel ältere Bäuerinnen und Bauern durch die Spezialisierung auf eine bestimmte Milchsorte ihren Milchviehbetrieb mit kleineren Investitionen fortführen können, bis sie in Rente gehen, dann trägt die Genossenschaft zumindest dazu bei, Brüche in den Lebenslinien dieser Menschen zu verhindern.

Käselager der Allgäu Milch Käse eG: Diese Diversifizierung der Milchsorten ermöglicht es den Mitgliedern, genau die Milch zu liefern, die am besten zu ihrem Hof und zu ihrer Unternehmensphilosophie passt. Foto: Allgäu Milch Käse eG

Darüber hinaus bezieht die Allgäu Milch Käse eG ihre Mitglieder bei wesentlichen Entscheidungen mit ein, um diese auf eine möglichst breite Basis zu stellen. Beispielsweise diskutieren ausgewählte Mitglieder mit den Verantwortlichen der Genossenschaft in verschiedenen Arbeitskreisen Fragen zur Anbindehaltung oder zur Nachhaltigkeit mit dem Ziel, bestmögliche Lösungen für alle Beteiligten zu finden.

Mitgliedernutzen stiftet die Genossenschaft auch, indem sie die Milchviehhalter in Rundschreiben, Marktberichten oder Prognosen, aber auch in mehreren

Regionalversammlungen pro Jahr mit wichtigen Informationen etwa zur Entwicklung des Milchmarkts oder zu neuen gesetzlichen Bestimmungen versorgt. Dazu kommen Angebote zur Fortbildung und Beratung, etwa zum Tierwohl. Das mag selbstverständlich klingen, aber die Geschäftsleitung der Allgäu Milch Käse eG verwendet viel Zeit darauf, die oft kompliziert formulierten Informationen von Juristen und anderen Experten in verständliches Deutsch zu übersetzen. So können alle Mitglieder nachvollziehen, was Sache ist, und sie werden bei Entscheidungen der Molkerei mitgenommen. Die Genossenschaft spricht die Sprache der Landwirte. Auch das stiftet Mitgliedernutzen – vielleicht mehr, als man vermuten möchte.

Winzergemeinschaft Franken eG (GWF): „Partner in allen Fragen des Weinbaus“

Andreas Oehm, Vorstandsvorsitzender der Winzergemeinschaft Franken eG (GWF): Das Weinbaugebiet Franken umfasst eine Rebfläche von rund 6.300 Hektar. Knapp ein Drittel davon, nahezu 1.800 Hektar, werden von den Mitgliedern der fränkischen Winzergenossenschaften bewirtschaftet. Die Genossenschaften garantieren ihren Mitgliedern die Abnahme ihrer Trauben. So sorgen sie dafür, dass viele kleine Winzer, die wirtschaftlich nicht in der Lage sind, den Wein selbst zu keltern, im Keller auszubauen und in Flaschen abzufüllen, trotzdem dem Weinbau erhalten bleiben. Damit verleihen die Genossenschaften der fränkischen Weinwirtschaft ein hohes Maß an Stabilität.

Die Winzergemeinschaft Franken eG sieht sich als Interessenvertreterin ihrer Mitglieder, sagt Vorstandsvorsitzender Andreas Oehm. Foto: GWF

Bei der Winzergemeinschaft Franken eG geht die Förderung der Mitglieder dabei weit über den finanziellen Aspekt hinaus. Frei nach dem Motto „Was dem Einzelnen nicht möglich ist, das vermögen viele“ schafft die GWF in vielerlei Hinsicht Zusatznutzen für die Mitglieder. Dazu gehört zum Beispiel eine Cloud-Lösung, in der alle Rebflächen digital erfasst sind. Das gesamte Qualitätsmanagement und die Weinlese werden über diese Cloud organisiert. Für die Mitglieder der GWF hat das den Vorteil, dass sie individuell über eine an die Cloud angebundene App mit der GWF kommunizieren können und immer auf dem aktuellen Stand sind. Auch die gesetzlichen Dokumentationspflichten im Weinbau können die Mitglieder nun rechtskonform über diese App erfüllen. Bisher mussten sie dafür von Hand zahllose Formulare ausfüllen. Das hat viel Zeit gekostet.

Die Winzergemeinschaft Franken eG sieht sich zudem als Interessenvertreterin ihrer Mitglieder. Für die Vertreter des Vorstands und des Aufsichtsrats ist es

selbstverständlich, sich in vielen unterschiedlichen Gremien der Branche zu engagieren. Auf diese Weise sind Vorstand und Aufsichtsrat der Genossenschaft nicht nur Ansprechpartner zu allen Fragen der Genossenschaft, sondern in Personalunion auch zu allen Fragen des Weinbaus, die bei Problemen bestmöglich beraten und unterstützen.

Blick auf die Weinberge von Randersacker bei Würzburg: Die Winzergemeinschaft Franken eG (GWF) garantiert ihren Mitglieder die Abnahme ihrer Trauben. So sorgt sie dafür, dass viele kleine Winzer dem Weinbau erhalten bleiben. Foto: GWF

Die Beratung der Mitglieder gehört ebenfalls zum Wesenskern der Winzergemeinschaft Franken eG. Der Weinbauberater der GWF berät die Mitglieder umfassend zur Anbautechnik und zu betriebswirtschaftlichen Belangen. Gemeinsam mit den Mitgliedern erörtert der Berater zudem die strategische Aufstellung, wie die Winzerbetriebe wachsen können und welche Investitionen sinnvoll sind. Auch Mitgliedern, die aus Altersgründen ihre Rebflächen reduzieren oder aufgeben wollen, steht der Weinbauberater mit Rat und Tat zur Seite. Er vermittelt Flächen weiter und schafft für das Mitglied gute Lösungen zum Flächenübergang innerhalb der Familie oder der Genossenschaft. Dadurch trägt die Winzergemeinschaft Franken eG dazu bei, dass die Mitglieder auch in Zukunft ihrer Passion nachgehen können: Trauben anzubauen und zu lesen, die anschließend im Keller der GWF zu

hervorragenden Frankenweinen gekeltert werden. Zum Wohle der gesamten Weinbauregion Franken.

Sanacorp eG: „Im Haifischbecken der Digitalisierung muss sich die Vor-Ort-Apotheke auf ihre Stärken besinnen“

Herbert Lang, Vorstandsvorsitzender der Sanacorp eG: Sanacorp – eine Apothekergenossenschaft im Pharmagroßhandel – ist leistungsstark, modern und zukunftsorientiert. Aber Sanacorp ist noch viel mehr. Denn Genossenschaft bedeutet, dass unsere Kunden gleichzeitig unsere Eigentümer sind. Wie in einer Familie oder in einer verlässlichen Freundschaft begründet diese Interessenidentität ein vertrauensvolles Miteinander, das uns in besonderer Weise auszeichnet.

Herbert Lang, Vorstandsvorsitzender der Sanacorp eG. Foto: Sanacorp

Aus den frühen Anfängen im Jahr 1924, als sich engagierte Apothekerinnen und

Apotheker zusammengeschlossen haben, um ihre Interessen zu bündeln, hat sich eine starke Unternehmensgruppe entwickelt, die inzwischen über die Grenzen Deutschlands hinaus marktregulierend tätig ist. Wir sehen unser gemeinsames Apothekerunternehmen als etwas Unverwechselbares, etwas Besonderes. Es bereitet uns Freude, Verantwortung für selbstständige Individualapotheken zu übernehmen, sie zu fördern und einen wichtigen Beitrag für deren Wettbewerbsfähigkeit und Existenzsicherung zu leisten. Aus diesem Selbstverständnis heraus entwickeln wir ertragsorientierte Strategien und praxisgerechte Förderprogramme, die selbstständigen Apotheken zeitnah Erfolg bringen und auf Dauer Bestand haben. Denn wir sind davon überzeugt, dass niemand die Menschen so gut mit Arzneimitteln und Gesundheitsprodukten versorgen und beraten kann wie die inhabergeführten Vor-Ort-Apotheken.

Seit der Gründung unserer Genossenschaft haben wir die Bedürfnisse unserer Mitglieder und Kunden fest im Blick. Wir überdenken stetig unser Leistungsportfolio und passen es den aktuellen Anforderungen an. Weit über unser Kerngeschäft hinaus bieten wir unseren angeschlossenen Apotheken ein umfassendes Servicespektrum: optimierte Prozesse für Bestellung und Versand, attraktive Einkaufsvorteile und umfangreiche Unterstützung im Marketing und bei digitalen Anwendungen zur Entlastung der Apotheken und Stärkung ihrer Wettbewerbsfähigkeit. Eine besondere Rolle spielt dabei der Zusammenschluss von mehr als 3.000 Apotheken vor Ort unter der Marke „mea – meine apotheke“, die 2004 von der Sanacorp gegründet wurde. Mit der meineapotheke.de-App haben wir zum Beispiel einen weiteren neuen Kommunikationskanal für unsere mea-Apotheken geschaffen. Mit dieser App hat der Endkunde seine Vor-Ort-Apotheke gewissermaßen immer dabei. Denn wir sind uns sicher: Im Haifischbecken der Digitalisierung muss sich die Vor-Ort-Apotheke auf ihre Stärken besinnen und diese mit den neuen technischen Möglichkeiten kombinieren.

Logistikhalle der Sanacorp: Mehrmals täglich werden die Mitglieder des genossenschaftlichen Pharmagroßhändlers mit Arzneimitteln und Gesundheitsprodukten beliefert. Foto: Sanacorp Pharmahandel

An 19 Standorten sorgen wir mit einer ausgeprägten Sortimentstiefe und -breite und mehrmals täglichen Lieferungen für absolute Verlässlichkeit bei der Belieferung mit Arzneimitteln und Gesundheitsprodukten. Die langfristige Zufriedenheit unserer Mitglieder und Kunden, aber auch unserer Mitarbeiter und externen Dienstleister ist unser Ziel. Deshalb bauen wir starke geschäftliche und persönliche Beziehungen auf, die von Ehrlichkeit, Fairness und Achtung geprägt sind.

Sanacorp ist eine starke Gemeinschaft Gleichgesinnter, die Einfluss nehmen, ihre Zukunft selbst bestimmen wollen und dafür auf Gemeinschaft setzen. Gemeinsam mit unseren Mitgliedern setzen wir uns für die rechtliche Selbstständigkeit und für die wirtschaftliche Unabhängigkeit der Apotheken vor Ort ein und tragen damit entscheidend zu deren Zukunftssicherung bei.

WEITERFÜHRENDE LINKS

- Informationen zur Mitgliedschaft auf der Webseite der Münchner Bank eG
- Die genossenschaftlichen Grundsätze der Allgäu Milch Käse eG
- Informationen zur Winzergemeinschaft Franken eG (GWF)
- Die Webseite der Sanacorp eG