



Neue Luzerner Zeitung AG
6002 Luzern
041/ 429 51 51
www.neue-lz.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 84'358
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 377.3
Abo-Nr.: 1076755
Seite: 11
Fläche: 81'910 mm²

Genossenschaften

«Gewinn mit sozialem Nutzen»

INTERVIEW VON RAINER RICKENBACH
rainer.rickenbach@neue-lz.ch

Mit der Finanzkrise ändert sich die Optik: Genossenschaften gelten nicht mehr als verstaubtes Auslaufmodell. Wirtschaftsexperte Taisch zu den Gründen.

Franco Taisch, warum trifft das Genossenschaftsmodell wieder den Nerv der Zeit?

Franco Taisch: Die Krise hat eine Wertediskussion über Sinn und Zweck des wirtschaftlichen Handelns in Gang gebracht. Es setzt sich dabei die Erkenntnis durch, Gewinnmaximierung sei nicht das Mass aller Dinge. Der Genossenschaftsgedanke gewinnt darum als Alternative zu Aktiengesellschaften wieder an Stellenwert. Wie sehr, zeigt sich daran, dass die UNO das Jahr 2012 zum Jahr der Genossenschaften erklärte, oder dass Elinor Ostrom im zurückliegenden Jahr den Nobelpreis für Wirtschaft gewann. Sie beschäftigt sich intensiv mit Genossenschaften.

Sind Genossenschaften wirklich vor Gewinnmaximierung gefeit? Die beiden Grossdetaillisten Migros und Coop sind Genossenschaften und trotzdem sehr wohl auf Wachstum getrimmt.

Taisch: Gewinnmaximierung und Wachstum sind zwei Paar Schuhe. Auch Genossenschaften sollen wachsen und Gewinne erzielen, keine Frage. Sie stehen schliesslich in Konkurrenz zu weiteren Anbietern. Aber ihr Wirken erschöpft sich nicht darin, dicke Gewinne einzufahren. Sie müssen mehr zu bieten haben. Denn im Wesen der Genossenschaft ist der Kunde auch Eigentümer. Anders als bei Aktiengesellschaften sind Genossenschaften nicht den Mehrheiten mit finanzieller Potenz verpflichtet. Jeder Genossenschafter hat gleich viel zu sagen, es gilt das Pro-Kopf-eine-Stimme-Prinzip.

Findet sich da der zentrale Unterschied zwischen den beiden Unternehmensformen?

Taisch: Ja. Aktiengesellschaften sind in erster Linie auf maximale Gewinne für die Eigentümer angelegt. Darum werden sie oft zu reinen Finanzanlageobjekten. Genossenschaftlich organisierte Unternehmen hingegen stützen sich auf die ganze Wertschöpfungskette des Unternehmens. So verfolgen sie mehrere Unternehmensnutzen. Früher war «Der Kunde ist König» eine geflügelte Redewendung. Der König wird nun aber mehr und mehr zum Demokraten. Immer mehr Kunden sind Mit-eigentümer und machen auf demokratischer Basis ihren Einfluss auf das Unternehmen geltend.

Wie wirkt sich das im Alltag aus?

Taisch: Etwa wenn eine Genossenschaft eine Art Service public betreibt, an dem sie nicht verdient. Wenn sie einen Lebensmittelladen in einem entlegenen Tal führt, der aus rein ökonomischer Sicht nichts einbringt. Unsere Gesellschaft hinterfragt die Aufgaben des Staates stets neu, sie ändert sie auch. In diesem Spannungsfeld sind Genossenschaften besser in der Lage, eine vermittelnde Rolle einzunehmen als Aktiengesellschaften, die dem Shareholder-Value verpflichtet sind.

Das hört sich alles schön an. Doch Migros und Coop verbannen ebenfalls gnadenlos Produkte von Zulieferern aus den Regalen, wenn die Verkaufsware den erwarteten Ertrag nicht abwirft.

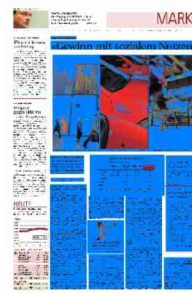
Taisch: Wie schon erwähnt: Auch Genossenschaften kommen nicht darum herum, Geld zu verdienen und Gewinne einzufahren. Darum können sie sich Ladenhüter nicht leisten. Doch eine «Immer-noch-mehr»-Mentalität ist ihnen fremd. Sie betrachten Gewinne als Grundlage, um soziale, kulturelle lokale und kollektive Aufgaben zu bewältigen sowie Nutzen für Mitglieder, Kunden und Mitarbeiter zu schaffen.

Wo sehen Sie noch brachliegende Geschäftsfelder für Genossenschaften?

Taisch: Geschäftsfelder, die sich für Genossenschaften nicht eignen, sind mir nicht bekannt. Das tägliche Leben ist fast vollständig von Produkten genossenschaftlicher Herkunft abgedeckt, von Lebensmitteln über Finanzdienstleistungen bis hin zu Reisen. Schade nur, dass viele der Anbieter ihren genossenschaftlichen Hintergrund verbergen. Dabei hätten sie heute allen Grund, ihn selbstbewusst als Marketingmittel einzusetzen.

Taugen Genossenschaften auch für globale Tätigkeit?

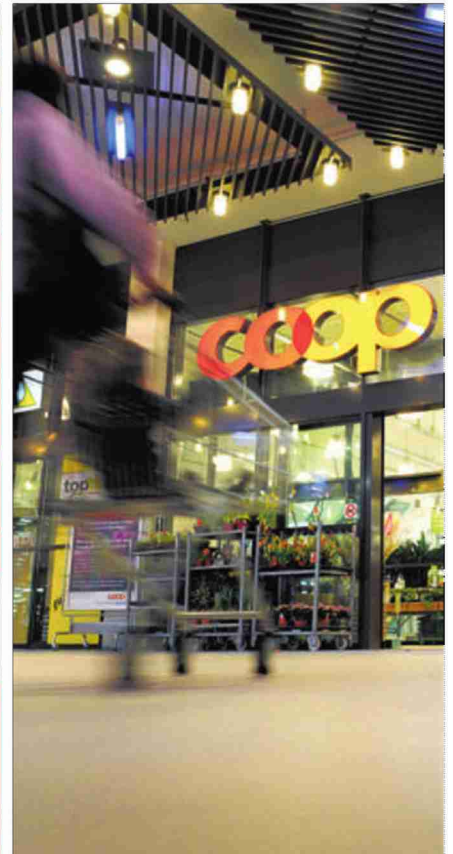
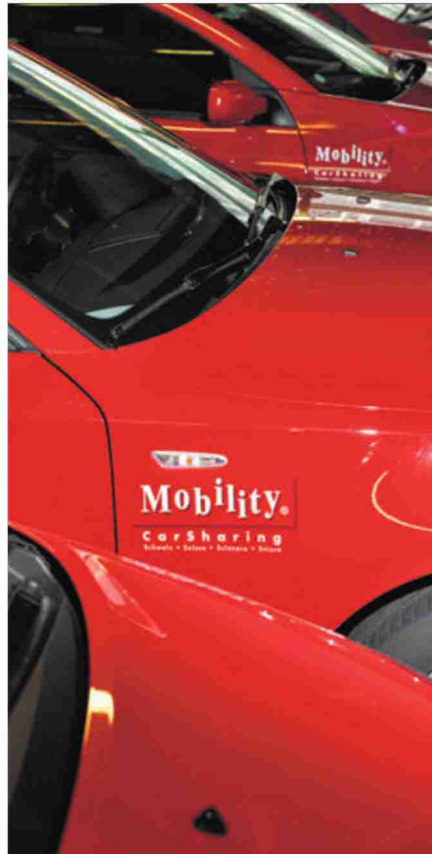
Taisch: Genossenschaften haben ihre Wurzeln in lokaler Selbsthilfe und Solidarität. Nicht wenige von ihnen agieren heute national, einige verfügen bereits über internationale Verbindungen. Die beiden Grossdetaillisten Coop und Migros etwa werfen einen Blick über die Landesgrenzen. Das kann ein nächster Schritt der Wachstumsstrategie sein. Es handelt sich allerdings um eine Gratwanderung zwischen der lokalen Verankerung und Eigentüternähe und einer vernünftigen einheitlichen Steuerung des Ganzen. Doch grundsätzlich stehen dem Genossenschaftsgedanken keine Landesgrenzen im Weg.



Neue Luzerner Zeitung AG
6002 Luzern
041/ 429 51 51
www.neue-lz.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 84'358
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 377.3
Abo-Nr.: 1076755
Seite: 11
Fläche: 81'910 mm²



Migros, Mobility, Coop (von links): Den Genossenschaftsunternehmen sei eine «Immer-noch-mehr»-Mentalität fremd, sagt Franco Taisch. BILDER PIUS AMREINVEDI WISMER

Grosse Genossenschaften in der Schweiz

	Branche	Umsatz/ Bilanz	Mitarbeiter	Mitglieder
Migros	Detailhandel	21,9 Mrd.	86 000	2,1 Mio.
Coop	Detailhandel	19,7 Mrd.	53 000	2,3 Mio.
Fenaco	Handel	5,4 Mrd.	8300	51 000
Raiffeisen	Bank	140 Mrd.	9600	1,6 Mio.
Mobiliar	Versicherung	2,9 Mrd.	3400	1,4 Mio.
Mobility	Auto-Sharing	63 Mio.	182	40 700

Grafik: Loris Succo



«Der Kunde als König wird mehr und mehr zum Demokraten.»

FRANCO TAISCH



Neue Luzerner Zeitung AG
6002 Luzern
041/ 429 51 51
www.neue-lz.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 84'358
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 377.3
Abo-Nr.: 1076755
Seite: 11
Fläche: 81'910 mm²

EXPRESS

- ▶ Der Genossenschaftsgedanke feiert in der Schweiz Renaissance.
- ▶ Er gilt als Alternativmodell zu stark profitorientierten, grossen Aktiengesellschaften.

UNI LUZERN

Zentrum für Genossenschaften

● **Franco Taisch:** Der 51-Jährige ist Professor für Wirtschaftsrecht an der Universität Luzern. Er gehört dem Verwaltungsrat der Raiffeisen-Gruppe an. Früher war er mehrere Jahre lang Mitglied der Geschäftsleitung bei der börsenkotierten Julius-Bär-Gruppe. Taisch ist Autor des Buches «Genossenschaftsgruppen und deren Steuerung» (Dike-Verlag Zürich/St. Gallen).

● **Kompetenzzentrum:** Am Institut für Unternehmensrecht der Universität Luzern entsteht im kommenden Jahr ein Kompetenzzentrum für Genossenschaftsunternehmen. «Hinter dem Projekt stehen die grossen Genossenschaftsunternehmen der Schweiz», sagt Franco Taisch. Vorgesehen ist eine Forschungs-, Lehr- und Dienstleistungsplattform. *rr*