

Thesen zum gesetzeskonformen Umgang mit dem genossenschaftlichen Förderauftrag

1. Das Genossenschaftsgesetz gibt als zentrales Unternehmensziel einer jeder Genossenschaft die **Förderung der Mitglieder** vor. Während diese **oberste Leitmaxime** für alle Arten von Genossenschaften einheitlich Geltung besitzt, werden die nachgeordneten Ziele und ausgewählten Strategien von Genossenschaft zu Genossenschaft verschieden sein.
2. Eine **auf lange Sicht angelegte Mitgliederförderung** bildet die Grundlage der Unternehmensphilosophie einer Genossenschaft und von der Verwirklichung dieser Maxime hängt ihre Existenzberechtigung ab.
3. Der **Förderauftrag** soll stets Richtschnur für das Handeln aller Akteure in der Genossenschaft sein. Der **Gesetzgeber selbst hat keinen Auftrag** zur Mitgliederförderung im Sinne einer **inhaltlichen Anweisung** an die Genossenschaft oder deren Leitung erteilt. Er bietet lediglich Personenvereinigungen, die beabsichtigen, ihre Mitgliederwirtschaften zu unterstützen, eine dazu geeignete Organisationsform einer eG an – mehr nicht.
4. Da das Motiv für die Zugehörigkeit zu einer Genossenschaft der erwartete Nutzen ist, versteht sich von selbst, dass es allein der **Mitgliedergruppe** zusteht, ihrem „gemeinschaftlichen Geschäftsbetrieb“ den **Auftrag** zur Förderung zu erteilen. Dies geschieht **grundsätzlich** und damit **stillschweigend durch den Beitritt** zur Genossenschaft, der von der Erwartung geleitet ist, auf dem Kooperativweg wirksam gefördert zu werden.
5. „Förderung“ ist zwar ein unscharfer, aber gerade deshalb **elastischer Rechtsbegriff**, der im Zeitablauf einer den jeweiligen Anforderungen gemäßen **inhaltlichen Ausfüllung bedarf**. Darin, dass ein weiter Rahmen für jeweils geeignete Lösungen geschaffen wurde, liegt eine große Chance und Verpflichtung: Jede Genossenschaft hat ein **eigenes Förderkonzept** zu erarbeiten und umzusetzen.
6. Die **Mitglieder** sind „**durch gemeinschaftlichen Geschäftsbetrieb zu fördern**“. Als genossenschaftsadäquat wird daher in erster Linie eine **an den Leistungsaustausch** zwischen der Genossenschaft und ihren Mitgliedern **gebundene Förderung** beurteilt und gefordert. Gewinn in Form einer Kapitaldividenden an die Mitglieder weiterzuleiten reicht als Förderung im Sinne des GenG nicht aus.
7. Wie der Auftrag zur Mitgliederförderung inhaltlich zu bestimmen und konkret umzusetzen ist, lässt sich **nicht allgemeingültig für alle Genossenschaften** und alle Zeiten vorgeben. Entsprechend wird der Förderzweck sehr unterschiedlich und wohl nicht selten auch falsch gedeutet. Dies mag mit verursachend dafür sein, dass Genossenschaften über die verschiedenen Sparten hinweg in der **Spannweite** von wirklicher Förderwirtschaft bis hin zu bloßer Förderfassade wahrgenommen werden.
8. Im **Mittelpunkt** jeder Genossenschaftspolitik hat das **Mitglied mit seinen Bedürfnissen und Wünschen** zu stehen. Die gesetzlich verordnete Verpflichtung zur Mitgliederförderung primär über Leistungsbeziehungen ist deshalb mit konkreten Inhalten zu füllen.

Die Behauptung, der **Förderungsauftrag** sei nicht konkretisierbar, übersieht, dass es nicht an „**guten Lösungen**“ des Problems fehlt: Der **Förderauftrag** kann dadurch erfüllt werden, dass den Mitgliedern Leistungen angeboten werden, die sie anderweitig nicht erhalten. Die Genossenschaft kann ihren Mitgliedern aber auch Leistungen anbieten, die qualitativ den Angeboten der Konkurrenten überlegen sind. Weiterhin kann die Genossenschaft bei gleicher Leistung wie jene der Konkurrenz ihren Mitgliedern auch Preisvorteile und Verlässlichkeit bieten.

9. Um Förderung über Geschäftsbeziehungen erfahren zu können, müssen die Mitglieder das **Leistungsangebot der Genossenschaft in Anspruch nehmen**. Damit ist zu rechnen, wenn die angebotenen von der Genossenschaft offerierten Sach-oder/und Dienstleistungen dem wirklichen **Bedarf der Mitglieder** entsprechen. Die **Förderbedürfnisse** der Mitglieder lassen sich mittels **Beobachtung, persönliche Mitgliederkontakte, Informationsveranstaltungen, Telefonaktionen**, insbesondere aber durch **schriftliche Befragungen im Mitgliederkreis erfassen**.
10. Der **Förderauftrag** einer Genossenschaft, gleich welcher Sparte, ist in seinem Gültigkeitsbereich **begrenzt auf den Kreis der Mitglieder**. Nur sie haben einen Anspruch auf Förderung, und allein ihnen schuldet eine Genossenschaft, die ihre Legitimation aus den Bedürfnissen der Mitgliederwirtschaften erhält, **Fördereffekte**.

Nicht die Förderung Dritter oder der Allgemeinheit ist das vorrangige genossenschaftliche Bestreben, sondern ausschließlich die langfristige Förderung der Mitglieder. Sollten Genossenschaften beginnen, andere Anliegen als Hauptziel zu verfolgen, so geben sie sich damit selbst auf. Nach § 81 des GenG droht ihnen sogar die Auflösung von Amts wegen.

11. Unterhält eine Genossenschaft auch das sog. „**Fremdgeschäft**“ mit **Nichtmitglieder-Kunden**, was in fast allen Sparten der Genossenschaftsorganisation gängige Praxis ist, macht die Mitgliedschaft aufgrund der an die Genossenschaft zu leistenden „**Beiträge**“ nur Sinn, wenn **Mitglieder förderpolitisch spürbar besser gestellt** werden als Nur-Kunden. Und nur bei solcher Ungleichbehandlung der beiden Zielgruppen können Außenstehende daran interessiert sein, die Mitgliedschaft zu erwerben.
12. Eine **Bewertung des erreichten Fördererfolgs** könnte vom Standpunkt der Mitglieder, des genossenschaftlichen Managements oder des Marktes und Wettbewerbs her erfolgen. Letztlich wird jedoch das Urteil der Mitglieder darüber, ob sie durch die Verbindung mit der Genossenschaft gefördert worden sind oder nicht, für die Genossenschaftsleitung entscheidend sein.

Zufriedenheit bzw. Unzufriedenheit der Mitglieder als Empfänger und Nutzer angebotener Förderleistungen ist an deren **Resonanz** und am **Verhalten** gegenüber der Genossenschaft, z. B. an der **Inanspruchnahme genossenschaftlicher Leistungen**, abzulesen. Diese Indikatoren erlauben Rückschlüsse auf die erreichte **Fördereffizienz**. Zufriedenheit ließe sich auch direkt durch **Befragungen im Mitgliederkreis** erheben