

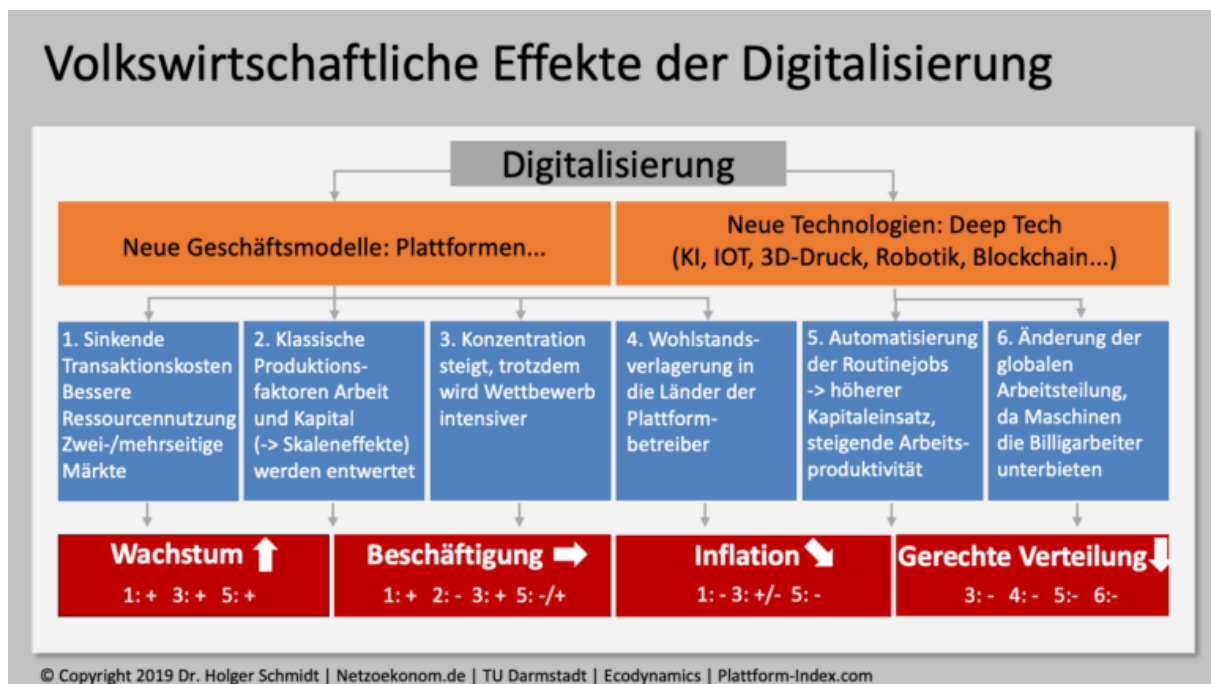
Plattformökonomie und Genossenschaften

11.03.2019

Plattformen sind das zentrale Geschäftsmodell der digitalen Ökonomie. Sieben der zehn wertvollsten Unternehmen arbeiten inzwischen als Vermittler zwischen Anbieter und Nachfrager. Weil die Plattformen viele Wettbewerbsvorteile gegenüber klassischen Unternehmen besitzen, setzen sie sich auch in B2B-Märkten immer stärker durch. Genossenschaften bieten dabei die Möglichkeiten der zielgerichteten und verbindlichen Zusammenarbeit ohne die rechtliche Selbstständigkeit aufzugeben.

Hintergrund: Neue Geschäftsmodelle gefragt

Digitalisierung und Plattformökonomie haben tiefgreifende Auswirkungen auf die globale Arbeitsteilung, den Wettbewerb und die Gesellschaft. Dabei profitieren insbesondere global agierende Großunternehmen, da sie aufbauend auf ihrem bereits gesammelten Datenschatz digitale Geschäftsmodelle entwickelt haben, während sich die meisten kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) auf die Digitalisierung interner Prozesse konzentriert haben. Nachhaltige Wettbewerbsvorteile und die daraus resultierende Wertschöpfung liegen aber vor allem in neuen Geschäftsmodellen.



Im Grunde genommen erfinden diese Plattformen das Rad nicht neu, sie verallgemeinern lediglich bereits bestehende Marktprinzipien. Bspw. helfen Crowdfunding-Plattformen Unternehmen, Arbeitsprozesse auszulagern – nicht an Subunternehmen, sondern an viele Einzelne im Internet. Das Prinzip des Selbständigen, der einzelne Aufträge für verschiedene Unternehmen übernimmt, wird damit nahezu unendlich ausgedehnt. Mithilfe von Crowdfunding-Plattformen lässt sich tendenziell jede Arbeit auslagern und damit potenziell eine global ständig verfügbare Masse an Arbeitern ansprechen, die auf Abruf einzelne Aufträge annehmen kann.

Genossenschaftliche Kooperation und Wettbewerbsfähigkeit

Die Rechts- und Unternehmensform der eingetragenen Genossenschaft (eG) ist ein etabliertes Organisationsprinzip, das zugleich Innovation und Sicherheit bietet. Im heutigen globalisierten und liberalisierten Wirtschaftsumfeld müssen viele kleine und mittlere Unternehmungen Kooperationen eingehen, um langfristig konkurrenzfähig zu bleiben. Die Wirtschaft wird dezentraler, projektorientierter und flexibler. Unternehmen bleiben dabei kleiner strukturiert und bilden nur einen Teil der Wettbewerbskette ab. Institutionalisierte Kooperationen nehmen deshalb weltweit zu. Dadurch wird mehr Effizienz bzgl. der Kosten erreicht oder Innovationen hervorgebracht, was zu einer „Kooperationsrente“ führt, die größer eingeschätzt wird als das Wachstum des eigenen Unternehmens allein.

Genossenschaften weisen Vorteile auf, die sowohl zur Lösung wirtschaftlicher wie auch ökonomischer und sozialer Herausforderungen beitragen können. So sind sie verpflichtet, die Interessen ihrer Mitglieder zu fördern. „Hilfe zur Selbsthilfe“ steht dabei im Vordergrund. Mitglieder einer Genossenschaft können sowohl natürliche als auch juristische Personen sein, also Bürger, Selbständige, KMU etc.. Neben einem hohen Innovationspotential durch eine Zusammenarbeit im Team und einer stärker ausgeprägten, rechtlichen Verbindlichkeit, können Mitglieder einer Genossenschaft von Skaleneffekten profitieren ohne ihre rechtliche Selbstständigkeit aufzugeben. Die Genossenschaft ist aufgrund der internen Kontrollmechanismen und der unabhängigen Prüfung durch den Genossenschaftsverband die mit weitem Abstand insolvenzsicherste Rechtsform in Deutschland.

Aufbau von Plattformgenossenschaften

Plattformgenossenschaften könnten genau das Experimentierfeld sein, um zu zeigen, wie ökonomische Produktion, menschliche Beziehungen und soziale Eingebundenheit in der Digitalwirtschaft gemeinsam funktionieren. Das Modell eines integrierten Unternehmens, also in Form von Meta-Kooperationen wird zunehmen. Genossenschaftliche Kooperationen können mögliche Instrumente der Unternehmen zur Anpassung an und Gestaltung von Digitalisierung und/oder Internationalisierung sein. So bieten z.B. Kooperationen im Handel und bei Banken die Möglichkeit, sich im Wettbewerb mit disruptiven Ansätzen des Online-Handels bzw. von FinTechs zu bestehen. Wichtig ist dabei, dass auch der Umgang und Austausch von Daten innerhalb einer integrierten Organisation möglich ist.

„Eine Genossenschaft ist [...] eine Vereinigung von Personen [oder Unternehmen], die sich freiwillig zusammenfinden, um ihre gemeinsamen wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse und Interessen durch ein gemeinschaftliches und demokratisch kontrolliertes Unternehmen zu erfüllen. Eine Plattform ist eine Online-Anwendung oder -Website, die von Einzelpersonen oder Gruppen verwendet wird, um sich miteinander zu verbinden oder Dienstleistungen zu organisieren. Der Plattform-Kooperativismus, die wachsende Bewegung von Plattform-Genossenschaften, verbindet vier Grundprinzipien miteinander:

- Kollektive Eigentümerschaft, in der die [NutzerInnen] [...] sowie die Beschäftigten gleichzeitig Eigentümer sind, die Technologie, Algorithmen und Daten der Online-Plattform besitzen und somit steuern und kontrollieren können. Kollektive Eigentümerschaft bedeutet auch, für gute Arbeitsbedingungen zu sorgen.
- Demokratische Organisation, bei der die [NutzerInnen] [...] sowie die Beschäftigten die Plattform nach dem Prinzip „[ein Mitglied] – eine Stimme“ selbst verwalten.
- Co-Design der Plattform, bei der die [NutzerInnen] [...] sowie die Beschäftigten in das Design und die Erstellung der Plattform einbezogen werden, so dass die Software ihren Bedürfnissen entspricht.
- Open-Source, so dass neue Genossenschaften das Rad nicht neu erfinden müssen.“

(Quelle: Trebor Schulz: Von der Sharing Economy zum Plattform-Kooperativismus, August 2018)

Beispiele und Ideen für Plattformgenossenschaften

Es gibt zahlreiche Beispiele dafür, dass diese Plattformen funktionieren können: Eine Green-Taxi-Kooperative in Denver in den USA, die über eine App Taxifahrer verbindet und damit Uber Konkurrenz macht; Coopify, eine Genossenschaft für häusliche Dienstleistung in New York, die über eine App bspw. Putzdienste vermittelt und dabei den ArbeiterInnen selbst gehört. Die Fotoplattform Stocksy, die sich in Besitz der Fotografen befindet, hat 2015, zwei Jahre nach ihrer Gründung, schon 200.000 Dollar an ihre Mitglieder ausgeschüttet. In Amsterdam entwickelt eine Gruppe von Programmierern und Stadtplanern gemeinsam mit der örtlichen Universität und der Stadt eine Alternative zu Airbnb.

Die Beispiele zeigen, dass Plattformgenossenschaften vor allem dort Erfolg haben, wo sie lokal verankert sind oder ein sehr spezielles Feld bedienen. Durch die Vernetzung der lokalen Akteure (online und offline) können genossenschaftlich organisierte Plattformen Handels-, Dienstleistungs- und Behördenangebote bündeln und damit die Wirtschaft vor Ort und insbesondere die Nahversorgung im ländlichen Raum stärken. Solche Online-Portale stellen einen Marktplatz für lokale Geschäfte und regionale Produkte und Dienstleistungen zur Verfügung und eröffnen gleichzeitig die Möglichkeit, Kunden umfassend zu informieren und ihnen dieselben Annehmlichkeiten zu bieten wie große Plattform-Unternehmen. Gleichzeitig bleibt aber die Wertschöpfung vor Ort. Idealerweise könnten damit auch die Verwaltung, Vereine etc. verknüpft sein sowie die Plattform anschlussfähig an andere Regionen bzw. Ebenen sein, damit neben den lokalen und regionalen Initiativen ggf. eine große Plattform daraus erwächst.

Diese Ideen für Plattformgenossenschaften bringt der BWGV auch in Initiativen der baden-württembergischen Landesregierung ein. Beim Förderwettbewerb zu lokalen Online-Marktplätzen des Ministeriums für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz würde sich partiell die Organisation dieser lokalen Plattformen als eG lohnen. Im Rahmen des Dialogprojekts Handel 2030 des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau könnten Genossenschaften als Organisationsstruktur für (regionale) Einzelhandels- und Innenstadtentwicklungsinitiativen fungieren. Gleiches gilt für evtl. Teilprojekte der „Initiative Wirtschaft 4.0“ des Wirtschaftsministeriums unter Einbeziehung von WirtschaftsförderInnen.

Ansprechpartner/in

Baden-Württembergischer Genossenschaftsverband e.V.

Heilbronner Straße 41
70191 Stuttgart

Anja Roth

Bereichsleiterin
Interessenvertretung
Tel.: 0711 222 13 - 27 25
Fax: 0711 222 13 - 29 79 33
Mail: anja.roth@bwgv-info.de

Eva Krauß

Fachgebietsleiterin Politik
Bereich Interessenvertretung
Tel.: 0711 222 13 - 14 27
Fax: 0711 222 13 - 29 79 33
Mail: eva.krauss@bwgv-info.de

Der Baden-Württembergische Genossenschaftsverband e.V. (BWGV) ist eine der mitgliederstärksten Wirtschaftsorganisationen im Südwesten. Der BWGV repräsentiert rund 900 mittelständische Unternehmen aus mehr als 50 Branchen, die alle einen gemeinsamen Nenner haben: die Rechtsform der eingetragenen Genossenschaft (eG). Die Mitgliedsgenossenschaften des BWGV werden von insgesamt mehr als 3,9 Millionen Menschen, also jedem dritten Einwohner Baden-Württembergs, als Einzelmitglieder getragen. Sie sind die Eigentümer der Genossenschaften und in ihrem Dienst steht die Genossenschaftsorganisation. Seit 2016 ist die Genossenschaftsidee und -praxis als immaterielles Kulturerbe der UNESCO anerkannt.