

Genossenschaften im Porträt

Internationales Jahr der Genossenschaften 2012



**EIN GEWINN
FÜR ALLE**

Die Genossenschaften

Die Vereinten Nationen haben 2012 zum Internationalen Jahr der Genossenschaften ausgerufen.

Damit weist die UNO weltweit auf die soziale Ökonomie dieser besonderen Unternehmensform hin. Aus diesem Anlass stellen wir interessante Genossenschaften

aus den verschiedensten Bereichen des Lebens vor. So bekommen unsere Kunden ein Bild davon, was die Genossenschaften in ihren kleinen Einheiten alles leisten, wie demokratisch sie organisiert sind und wie ausgeprägt der soziale Charakter einer Genossenschaft ist.

IN DIESEM MONAT IM PORTRÄT:

taz, die tageszeitung Verlagsgenossenschaft eG

Wer hier mitmacht, der findet eine politische Rendite wichtiger als finanzielle Gewinne. Mehr als 12.000 Menschen tun es. Sie sind Mitglied bei der taz Geno, der Verlagsgenossenschaft der Tageszeitung „taz“. Gegründet wurde sie vor 20 Jahren aus existenzieller Not – um die taz vor der Pleite zu retten. Zum Jubiläum, just im Internationalen Jahr der Genossenschaften, unterstützt sie vier Zeitungsgenossenschaften im Ausland. In Deutschland bildet die Genossenschaft das Rückgrat einer Zeitung, die selbst jeden Tag aufs Neue Rückgrat beweisen muss im Kampf um jene politische Rendite, die nichts weniger ist als der Erhalt einer unabhängigen, vielfältigen Presse.



Das taz-Geno-Team (von links): Tine Pfeiff, Konny Gellenbeck, Carsten Reichelt, Irene Scheda, Rebecca Finke und Berit Lusebrink. (Foto: Julia Baier)

„Tunix“ – schon der Name des Kongresses, auf dem die „taz“ 1978 in Berlin von 18 politischen Initiativen aus ganz Deutschland aus der Taufe gehoben wurde, klingt eher nach antiautoritär-fröhlichem Nichtstun als nach einem durchdachten Konzept für eine linke alternative Tageszeitung. Genau dies aber war das Ziel der taz, seit sie am 17. April 1979 zum ersten Mal erschien: ethischer Journalismus, frei und unabhängig von Verleger- oder Politiker-Interessen, alternativ auch in den Strukturen. Es gab damals weder einen Chefredakteur noch Ressorts, weder feste Arbeitszeiten noch eine sichere Finanzierung. Kein Kapital, keine Leserschaft.

7.000 Vorab-Abos waren alles, womit die taz damals aus den Startlöchern stolperte. Die kühne Entscheidung, die Zentralredaktion in Berlin anzusiedeln und nicht in Frankfurt/Main, war nicht unwesentlich in der Berlin-Förderung begründet, von der die Stadt bis zum Mauerfall profitierte. Der Wegfall dieser Finanzierung war es dann auch, der 1989 mit der politischen Wende zur größten Krise der taz führte. Die Zeitung stand faktisch vor der Pleite und die Redakteure vor der Frage: Einen Investor/Verleger finden und verkaufen – oder ein Modell finden, um die Unabhängigkeit zu erhalten.

Wie wär's mit der uralten Idee der Genossenschaft, jener Unternehmensform, die den wirtschaftlichen Erfolg aller mit demokratischer Mitwirkung und sozialem Engagement ermöglicht?

3.000 retten die Zeitung

Berlin, Rudi-Dutschke-Straße 23, Verlagshaus, das taz-Cafe im Erdgeschoss. Konny Gellenbeck, Leiterin der taz-Genossenschaft, verschmitztes Lächeln unter blondem Lockenkopf über schwarzem Kaffee, erzählt von den Anfängen. „Die Idee einer Genossenschaft gab es schon bei der Gründung der taz – aber keinen Genossenschaftsverband, der uns aufgenommen hätte.“

1990 war es Olaf Scholz, heute SPD-Oberbürgermeister



Die taz-Mitarberschaft auf den Balkonen des Redaktionsgebäudes in der Rudi-Dutschke-Straße in Berlin. (Foto: Jonas Maron)

von Hamburg, damals Syndikus des Zentralverbands deutscher Konsumgenossenschaften, der den Anstoß gab und das Angebot: Gründet eine Genossenschaft, wir nehmen euch auf! Nicht alle waren damals dafür, der Riss zog sich quer durch Redaktion und Verlag. Dass die Entscheidung die richtige war, müssen aber heute selbst die Skeptiker von damals zugeben.

Innerhalb von drei Monaten wurden rund 3.000 Leser und Freunde als Genossen gewonnen, die das nötige Startkapital von drei Millionen Euro als Beiträge zeichneten. Die taz war gerettet, vorerst. Das hieß aber nicht, dass in den Folgejahren nicht weitere Rettungskampa-

gnen nötig waren. Die letzte, im Jahr 2000, verhalf der Zeitung zu einem stabilen Abonnentenstamm, mit dem sie sich seither behaupten konnte: Klein, in einer Nische, aber eine Marke. So wie ihre Kernthemen von den Rändern in die Mitte der gesellschaftlichen Wahrnehmung rückten – Umweltschutz, Atomkraft, Überwachungs-schutz und Globalisierungskritik –, so wurde auch die taz zunehmend anerkannt und geschätzt.

Ihr unabhängiger Journalismus ist so frei, dass er sich auch kritische Berichterstattung über Berufsgruppen nicht verbieten lässt, die unter den Genossen stark vertreten sind (Stichwort: Ärzte). Heftige Kontroversen gab es u.a. auch in den 1990-ern um Anzeigenschaltungen der Atomindustrie (Die Mehrheit der Genossen war dafür: „Nehmt das Geld, um weiterhin freie Berichterstattung finanzieren zu können“) oder um den Antrag auf Mitgliedschaft von Kai Dieckmann. Ausgerechnet der Chefredakteur von BILD?! – Aber ja, Freiheit gilt auch für Andersdenkende und -schreibende.

Unabhängiger Journalismus ist ein Wert

Die Finanz- und Wirtschaftskrise hat der taz in den vergangenen drei Jahren einen anhaltenden Zulauf beschert. Gleichschaltungstendenzen der Medien in Italien, Frankreich oder den USA haben dazu beigetragen, dass unabhängige Medien als gesellschaftlicher Wert geschätzt werden. Artikel 5 des Grundgesetzes liest sich leicht: „Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Eine Zensur findet nicht statt“. Dieses Recht ‚taztäglich‘ gegen die Interessen von politischen Parteien, Lobbyisten, Interessenverbänden und Eiferern zu verteidigen, ist alles andere als einfach.

„Tazsächlich“ hat die taz Geschichte geschrieben. Sie führte bereits 1988 eine Frauenquote ein, und sie war 1990 die erste Westzeitung im sich auflösenden Osten. Mit dem Immobilien-Investment in der Berliner Kochstraße postierte sich der linke Etabliertenschreck 1988 in Berlin-Kreuzberg, räumlich genial, einen Steinwurf vom Axel-Springer-Hochhaus entfernt. Die Umbenennung des östlichen Teils der Kochstraße in „Rudi-Dutschke-Straße“, die nach jahrelangen politischen und gerichtlichen Auseinandersetzungen 2008 vollzogen wurde, basierte auf einer Initiative der taz.



Gewinn trotz sinkender Auflage: In der Jahresversammlung der taz-Genossenschaft konnte Verlagsgeschäftsführer Karl-Heinz Ruch im September 2012 verkünden: Die taz schreibt schwarze Zahlen, hat drei gute Jahre hinter sich. Gegen sinkende Abo-Zahlen kämpft die Zeitung mit Preiserhöhungen und dem vor zwei Jahren eingeführten Wochenend-Abo erfolgreich an.



Blick auf die Dachterrasse des taz-Gebäudes, wo sich Redakteure und Mitarbeiter bei schönem Wetter in den Pausen zum Plausch treffen.

1995 war sie die erste deutsche Tageszeitung mit einem täglichen Online-Auftritt. Inzwischen hat die digitale taz.de mehr Leser als die gedruckte taz. Selbstkannibalisierung der Presse? Bei der taz sieht man es offiziell nicht so. Die erhöhte publizistische Reichweite habe auch zum wirtschaftlichen Erfolg der Tageszeitung beigetragen. Das 2012 eingeführte E-Paper als Ergänzung zum Print-Abo ist nicht kostenlos. Und taz.de setzt auf das Modell des freiwilligen Bezahlers – statt einer Gratiskultur auf eine Kultur der Fairness.

Eine andere Form des Wirtschaftens ist möglich

Wer kostenlos im Internet taz liest, er sollte wenigstens als Mitglied seinen Beitrag leisten, findet Konny Gellenbeck. Die taz-Getreue, die 1986 als Aushilfe in der Abo-Abteilung anfang, jahrelang unter anderem die „Knast-Abos“ betreute und seit 1996 das Geno-Team aufbaute, ist eine leidenschaftliche Verfechterin der genossenschaftlichen Idee. Das kann man in ihrem Buch „Gewinn für alle! Genossenschaften als Wirtschaftsmodell der Zukunft“ nachlesen. Das spürt man auch im Gespräch mit ihr. „Ich glaube an das Prinzip der freien, unabhängigen Presse. Und an eine andere Art des Wirtschaftens, die nicht am Profit orientiert ist. Wo Entscheidungen gemeinsam demokratisch getroffen werden und jeder einbezogen wird.“ Das sei ein Lebensprinzip, dafür werbe sie auch gern gutes Geld ein, keine falsche Bescheidenheit.

Sie setzte sich dafür ein, die Genossenschaft kontinuierlich zu entwickeln, nachdem sie von 1991 bis 1996 im Vorstand miterlebt hatte, wie nach dem Schwung der Gründungszeit „eine Art Schlafphase“ einsetzte – immer bis zur nächsten dringend nötigen Mitgliederkampagne. Seit 1996 kümmert sich Konny Gellenbeck hauptamtlich um Kundenbindung und Neuakquise. Zuerst allein, inzwischen sind sie im Team zu sechst, die den Interessenten meist nicht erst groß erklären müssen, was der eingangs zitierte Satz bedeutet: Wer hier mitmacht, findet eine politische Rendite wichtiger als finanzielle Gewinne.

3 FRAGEN AN KONNY GELLENBECK, LEITERIN DER TAZ-GENOSSENSCHAFT:

„ Warum haben Sie die Form der Genossenschaft gewählt? “

Konny Gellenbeck: Aus einer existenziellen Krise heraus, um die Unabhängigkeit der taz zu sichern. Wir waren überzeugt, dass wir genügend Unterstützer finden, die bereit sind, Mitglied zu werden und uns dafür Geld zu geben. Wir haben die Form der Genossenschaft gewählt, weil hier jeder eine Stimme hat, unabhängig von der Höhe seines Anteils.

„ Inwiefern halten Sie das Modell der Genossenschaft noch heute für aktuell? “

Konny Gellenbeck: Die über 150 Jahre alte genossenschaftliche Idee hat heute wieder solch eine große Relevanz bekommen durch die schier wahnsinnig gewordene Entwicklung des Kapitalismus, die Übermacht der Banken und des gesamten Finanzsektors. Die Menschen tun sich zusammen, um Alternativen zum bestehenden Wirtschaftssystem aufzubauen – hierarchiefrei, aber nicht ideologiefrei. Der Tenor: Wirtschaftlichkeit ja – aber der Mensch muss im Mittelpunkt stehen.

„ Wer kann bei Ihnen Mitglied werden? “

Konny Gellenbeck: Jeder, der mit uns den unabhängigen Journalismus des taz-Verlages unterstützen möchte, der uns die ausgefüllte Beitrittserklärung zuschickt und einen Anteil von mindestens 500 Euro zeichnet. Den kann man übrigens auch in 20 Monatsraten einzahlen.

i Anlässlich des „Internationalen Jahres der Genossenschaften“ 2012 rief die taz Geno zu Spenden für vier internationale Mediengenossenschaften auf. Bis zur Generalversammlung der Genossenschaft am 15. September 2012 in Berlin sind 74.000 Euro an Spenden zusammengekommen. Unterstützt werden damit „la diaria“ aus Uruguay, „Fria Tidningen“ aus Schweden, „Kulturni noviny“ aus Tschechien und „BirGün“ aus der Türkei.

Aber mal ehrlich: Keine Zinsen, nicht mal eine klitzekleine Dividende? Nein, wer kündigt, bekommt mit dem sogenannten Auseinandersetzungsguthaben, das Verluste aus Vorjahren einpreist, bisher sogar weniger zurück, als er eingezahlt hat. Im Grunde hat man nicht mal ein inhaltliches Mitspracherecht bei der taz. „Es gibt bei uns zwei Arten von Genossen“, bestätigt Konny Gellenbeck. „die Produktiv-Genossen, also die Macher, die den Vorstand wählen und über die inhaltliche Ausrichtung der Zeitung mitentscheiden. Und die Konsumgenossen, das sind die Leser, die, wie in anderen Genossenschaften auch, unter anderem über die Besetzung des Aufsichtsrates und die Geldverwendung abstimmen.“

Print und die digitale Welt

Rund ein Drittel der Genossen sind nicht Abonnenten der gedruckten Zeitung, aber zumeist Online-Leser. Hingegen sind längst nicht alle Leser Genossen, auch wenn das ein Wunschtraum von Konny Gellenbeck und ihrem Geno-Team wäre. Ihre Arbeit wird nicht leichter dadurch, dass sich die taz-Leserschaft in immer weniger homogene Gruppen splittet. Da sind die täglichen Leser – darunter viele Akademiker, gutsituiert, Alter 55 plus. Da sind die Nutzer des Nur-Wochenende-Abos, das es seit 2010 gibt – mehr Frauen als Männer, Alter 44 plus. Dazu kommt die noch größere Zahl der Online-Leser – viele Studenten, 33 minus. Das Verhältnis: rund 60.000 Print- zu 4.000 E-Paper-Abos.

Die Zukunft der Medien ist digital, kann man in der Genossenschaftsinfo-Broschüre lesen, aber auch: Print lebt. „Wir setzen darauf. Wir glauben, dass die gedruckte Zeitung bestehen bleibt, zumindest am Wochenende, als Kernmarke“, sagt Konny Gellenbeck bei einem Rundgang durchs Gebäude, „wenn auch vielleicht künftig als eine Art Luxus, den man sich aus Tradition leistet und weil er einen Wert verkörpert.“ Ausruhen lässt sich auf dieser Überzeugung nicht. Deshalb: Her mit neuen Standbeinen! 2003 wurde – vor allem aus steuerlichen Gründen – die taz Entwicklungs KG gegründet, in der man als Kommanditist Anteile zeichnen konnte.

2006 war das Investitionskapital von drei Millionen Euro beisammen. Die Kommanditgesellschaft verantwortet nicht nur die „digitaz“ und das Regionalfenster „taz Nord“, sondern gibt auch die deutsche Ausgabe der „Le Monde Diplomatique“ heraus. Zusammen mit dem „Atlas der Globalisierung“ wurden davon seither rund 440.000 Exemplare verkauft. Seit April 2012 erscheint das Umwelt-

magazin „zeo2“, zuvor von der Deutschen Umwelthilfe herausgegeben, ebenfalls unter dem Dach der taz.

Beitreten, aufstocken, stiften, spenden

An der taz Genossenschaft kann man sich nach wie vor beteiligen. Durchschnittlich 600 Menschen werden pro Jahr Mitglied, 2011 waren es über 1.000. Jedes Jahr stockt eine dreistellige Zahl Genossen ihren Anteil weiter auf. Wem das nicht reicht, für den gibt es noch die Panter-Stiftung. Rund 2.440 Menschen haben hier bisher 1,6 Millionen Euro gestiftet, um mit der taz kritische, unabhängige Journalisten sowie das soziale und politische Engagement unabhängiger Initiativen zu unterstützen. 2008 gegründet, hat die Stiftung die taz-Akademie für journalistische Aus- und Weiterbildung aufgebaut, sie führt Veranstaltungen und Workshops durch, fördert durch Volontariate Frauen mit Migrationsgeschichte und vergibt jährlich den „taz Panter Preis“ für sozial engagierte „HeldInnen des Alltags“.

Dass die Vereinten Nationen 2012 zum „Internationalen Jahr der Genossenschaften“ erklärt haben, empfindet man bei der taz-Geno wie ein Geschenk zum eigenen 20. Geburtstag. Zwei bewegte Jahrzehnte, in denen die Genossen die journalistische Unabhängigkeit ihrer Zeitung sichern konnten. Im Genossenschaftsjahr gaben sie etwas von jener Solidarität weiter, die sie selbst erfahren haben: an alternative Tageszeitungen in der Türkei und in Uruguay, eine Wochenzeitung in Schweden sowie eine Kulturzeitung in Tschechien. Auch dort machen Genossen Zeitung, bei denen es vor allem um eine politische Rendite geht, um ein Ergebnis, das im Gegensatz zur gedruckten Zeitung eher unsichtbar ist: Pressefreiheit ist ein Wert, den mancher erst bemerken würde, wenn es ihn nicht mehr gäbe. *Claudia Bioly*

taz.die tageszeitung

taz, die tageszeitung
Verlagsgenossenschaft eG

Gründung	1992
Mitglieder	12.200
Genossenschaftskapital	ca. 11 Millionen Euro
www.taz.de/genossenschaft	

Stand 11.2012

