



Solidarisch, regional und träge

Viktor Dubský

Genossenschaften / Eine aktuelle Studie zeigt, dass Bevölkerung und Bauern genossenschaftliche Strukturen schätzen, doch als unbeweglich wahrnehmen.

BERN Die Vereinten Nationen (UNO) rufen jährlich ein sogenanntes Themenjahr aus. Ziel dieses Jahres ist es, Aufmerksamkeit auf ein bestimmtes Thema zu lenken und dieses zu stimulieren – sei es im Bewusstsein der Bevölkerung, in der Forschung, oder gar in politischen Initiativen. 2024 rief die UNO das internationale Jahr der Kamele aus – heuer das Jahr der Genossenschaften.

Gemeinsam stark am Markt

Anders als zum Kamel unterhält die Schweiz eine innige Beziehung zu ihren Genossenschaften.

Sie entstanden vor rund 150 Jahren mit den Zusammenschlüssen von Bauern. In Selbsthilfeorganisationen wollten diese gemeinsam-demokratisch und solidarisch landwirtschaftliche Produkte ein- und verkaufen und ihre Macht am Markt vereinen.

Die Idee sprang später in andere Sektoren über und verbreitete sich. Heute sind über 8000 Genossenschaften in der Schweiz aktiv, jährlich kommen 100 neue dazu. Manche davon haben beträchtliches wirtschaftliches Gewicht: Die zehn grössten Genossenschaften tragen zusammen 11 % zum Bruttoinlandsprodukt bei.

Studie zum Image

Wie blickt die Schweizer Bevölkerung heutzutage auf diese urschweizerische Organisationsform? Und ticken Landwirtinnen und Landwirte anders?

Fenaco, die Schweizer Hagel und die Idée Coopérative – sozusagen die Genossenschaft der Genossenschaften – nahmen das UNO-Themenjahr zum Anlass und gaben bei Sotomo, einem privaten Forschungs- und Beratungsinstitut, eine Studie in Auftrag, um diesen Fragen nachzugehen.

Am vergangenen Dienstag präsentierten David Käser, Leiter Division Landi Fenaco, Elias Maier, Geschäftsführer Idée Coopérative, Mi-

chael Hermann, Geschäftsführer Sotomo, und Adrian Aebi, CEO Schweizer Hagel, die Erkenntnisse aus der Studie.

Gleich, aber anders

«Regionalität, Kundennähe, Solidarität» seien primäre Eigenschaften, die sowohl Landwirte als auch die Gesamtbevölkerung mit einer Genossenschaft verbinden. Auffallend: Landwirtinnen und Landwirte verbinden die Genossenschaft stark mit der Landwirtschaft, die Bevölkerung hingegen mit Wohnen, und für jüngere Landwirte ist Wirtschaftlichkeit ebenfalls eine bedeutende Eigenschaft.

Im Vergleich zum gewinnorientierten Unternehmen schliessen Genossenschaften in vielen Punkten, etwa bei der sozialen Verantwortung oder der Kundennähe, besser ab. In puncto Wirtschaftlichkeit und Innovationskraft sehen jedoch sowohl Bevölkerung als auch Landwirte die Privatunternehmen im Vorteil. Sprich – die Genossenschaften werden als träge wahrgenommen. Ebenfalls ein Erkenntnis: Viele Befragte nehmen Genossenschaften als solche nicht wahr, und eine knappe Mehrheit möchte, dass diese vermehrt soziale und ökologische Projekte fördern.

Innovation fördern

Die Auftraggeberinnen Fenaco und Schweizer Hagel zeigen sich zufrieden mit den Ergebnissen und kündigen Handlungsbereitschaft an. Fenaco will weiterhin auf Stabilität und Verlässlichkeit setzen und diese mit «zukunftsgerichteten Impulsen» verknüpfen. Schweizer Hagel betont, dass Innovation kein Selbstzweck sei, sondern zum Kern einer Versicherung gehöre.

Wie genau Innovation in Genossenschaften Einzug hält, bleibt abzuwarten. Die nahe Zukunft wird zeigen, welche Konsequenzen Fenaco und Schweizer Hagel aus der Studie

ziehen. Als Inspiration bietet sich das nächste UNO-Themenjahr an: 2026 ist dem Weideland und den Hirten gewidmet – wie wäre es mit einer Versicherung vor Wolfsrissen?



David Käser, Elias Maier, Michael Hermann und Adrian Aebi (v.l.n.r.)

informierten zur und über die Resultate der Studie.

(Bild Idée Coopérative)