

WHITEPAPER WE4WE-PROJEKT

STAND 03-2019



WE4WE - WHITEPAPER

WENN MENSCHEN UND UNTERNEHMEN IHRE KOOPERATIVE INTELLIGENZ
WIRTSCHAFTLICH NUTZEN

THOMAS BEYERSDORF
GOOLIFE EG
HERZCOOP.COM

We4We - Whitepaper

Die Dominanz von Amazon, Alibaba, Ebay oder „Dropshipping-Großportale“ entwickelt sich permanent in Richtung „Konzentration“. Das ist inzwischen nicht nur für Verbraucher ein Problem, auch die kleineren, sogar mittelständischen Unternehmen (KMU) verlieren bei ihren Vertriebsaktivitäten zunehmend ihre Souveränität.

Fast alle Startups sind mehr oder weniger intensiv gezwungen, ihre Angebote über machtvolle Verkaufsportale anzubieten.

Neben den Preisen spielt auch der Service für Nachfrager eine besondere Rolle. Dieser ist – insbesondere bei größeren Anbietern – auf Call-Center „delegiert“. Die Studie „Handel im Wandel“ zeigt die Folgen – wenn auch lediglich aus Sicht des „stationären Handels“ recht deutlich. Bis zum Kauf ist alles betreut, danach fast nichts mehr; Service ist eher theoretisch, selten praktisch und funktionsfähig.

Wer eine Alternative dazu bieten will, hat nur eine Chance, wenn er dies aus Sicht von Kooperation sieht, weil genau diese Sicht bisher – recht bewusst und konsequent – von besonders großen Anbietern konsequent ignoriert wurde.

DAS We4We KONZEPT – DIE ALTERNATIVE

Das **We4We** - Konzept ist das erste Projekt, was diesen „Gemeinschafts-bzw. Gruppen-Markt“ erkannt hat und Kooperation als Gegengewicht zu Konzentration und Konkurrenz bietet.

Nachfrager können im Internet zwar Bestpreise „ergooglen“, aber das sind immer „Best-EINZEL-Preise“.

So etwas wie „Gruppenvorteile“ oder „Gruppenpreise“ gibt es nicht.

Genau in diese „Lücke“ zielt **We4We eG**.

Dazu sollte We4We von folgenden Prämissen bzw. Zielen ausgehen:

- Stärkung der Vielfalt von Angeboten aus KMU-Unternehmen durch **We4We**-Verbindung von Angebot und Nachfrage
- Förderung von (innovativen) Startups durch intelligente und kostengünstige Kundenfindung
- Einsparungen von hohen finanziellen „Streuverlusten“ beim Marketing durch fehlende Kenntnis der konkreten Nachfragergruppen
- Gruppenmarkt als Alternative oder sinnvolle Ergänzung zum Verkauf über MarktMacht-Portale (Amazon, etc.)
- Stärkung innovativer und nachhaltigkeitsbewusster Anbieter.
- Stärkung der regionalen Angebotsvielfalt.
- Einführung von Möglichkeiten zur Zahlung mit Krypto- bzw. Regio-Zahlungsmitteln/Komplementär-Währungen
- Einführung der Blockchain-Technologie und smarte-Systeme in Handelsstrukturen und Verwaltung.

Folgende Funktionalitäten für Genossenschaftsprozesse sind bereits möglich:

1. Elektronische Mitgliederverwaltung,
2. Elektronisches Voting
3. Verwaltung der Register Ledger/Verzeichnisse/Anteile
4. Elektronische Versammlungen auf der Blockchain durchführen
5. Elektronische Meinungsumfragen

6. Digitaler Zahlungsverkehr abwickeln
7. IT-Angebot „**Genossenschaft as a Service**“
8. Aufbau einer Consulting- und Beratungsfunktionalität für andere Genossenschaften
9. U.v.a. mehr

Zielsetzung – Auszug/Potenziale:

- Schnelles Wachstum der Mitgliederzahlen der We4We eG (Nachfrager/Anbieter), um verhandlungsgünstige Angebotskonditionen zu erreichen.
- Denken und Handeln im „We4We-System“. (Anbieter und Nachfrager sind der gleichen Genossenschaft Mitglied, jedoch mit unterschiedlich hohen Geschäftsanteilen)
- Verbraucherschutz wird nicht außerhalb der Kunden- bzw. Anbieterverbindung geregelt, sondern vorrangig innerhalb von We4We.

Die **We4We** verdient nicht an Provisionen, sondern an den erreichten Vorteilen. Eine „Pareto-Verteilung“ (80:20) sollte zur Diskussion gestellt werden.

Höhe der Geschäftsanteile:

- Für Nachfrager sollte der GA zwischen 1 bis 10 EU sich bewegen
- Für Anbieter sollte sich die Höhe an der Unternehmensgröße und der Art der Angebote orientieren (mindestens 100 EU, möglichst 500 besser 1.000 EU und höher)

Verwaltungsgebühren?

- Es kann auch eine Nutzungsgebühr für Anbieter eingeführt werden, um regelmäßige Verwaltungskosten abzudecken

DROPSHIPPING – AUCH DORT BENÖTIGT MAN We4We

...WEIL MAN KUNDEN BEÖTIGT!

Dropshipping ist eine höchst interessante Variante, die zeigt, wie „verrückt“ sich der Wandel im Handel entwickelt.

E-Commerce bringt sehr viel, sehr schnell in Bewegung. Der **Einzelhandel** steht quasi im Überlebenskampf.

Auch der Großhandel sucht – deshalb eigentlich logisch – nach neuen Funktionen. Tut er das nicht, wird auch er den Wandel kaum überleben.

Aber er scheint etwas tun zu wollen. Und was er derzeit gewaltig macht, nennt sich „Dropshipping“. Dropshipping kommt aus Amerika, wie fast alles, was im Internet „punktet“. Dropshipping heißt – vereinfacht gesagt: **DIREKT-VERSAND**.

Kennen alle schon – aber dennoch ist etwas jetzt anders: Der Online-Handel braucht sich nicht mehr mit den Themen „**Logistik**“ und „**Lagerhaltung**“ zu befassen. Das übernimmt für den Händler komplett der Großhandel. Und es scheint auch noch so, als sei die Ware tatsächlich vom Shop gekommen, bei dem der Kunde bestellt hat.

Auch das Thema „**Zahlungs-Risiko**“ ist (fast) erledigt. Man nimmt konsequent „**Vorkasse**“ – und das wird auch in fast allen Shops akzeptiert.

Der Weg ist frei, für JEDES Unternehmen – mit Handel – ganz einfach Zusatzerträge zu machen.

Welcher Handel? JEDER Handel – der Sinn macht. Man muss das Handeln also keineswegs auf die Branche begrenzen, aus der man kommt.

BEISPIEL: FRISEURBETRIEBE ENTDECKEN DIE CHANCEN DES HANDELS

Keine Frage: Friseurbetriebe machen Handelsumsatz, manche durchaus recht erfolgreich.

Sie handeln mit – besser - sie verkaufen an ihre Kunden – Produkte, die recht eng am Thema Friseur und/oder Kosmetik sind.

Aber warum sich nur darauf begrenzen?

Friseure sind heute für ihre Kunden „Ratgeber und Profi in Sachen Haare-Schönheit-Wellness“.

Wenn man diese Profistellung mit allem verbindet, was dazu „handelbar“ ist, wäre das schon ein großer Schritt zum **Zusatzertrag**.

Und wo hin liefern wir? In die Region, nur an unsere Kunden?

Da ist viel mehr drin. Warum so eingrenzen?

Heute zeigen Shops im Internet, dass Handel „ohne Grenzen“ denkbar und machbar ist.

Aber dazu brauche ich Lager und Logistik. Kann man machen, muss aber nicht sein. Immer mehr Großhändler und auch Hersteller, erledigen das für Sie - so „**als ob**“ die Ware direkt von Ihnen kommt.

Wer „Meister“ in Sachen Schönheit ist, muss sich keineswegs einschränken. Frage er oder sie nur: **Was gehört alles zum Thema Schönheit?** Sie kommt von außen, sie wächst von innen, sie berührt den schönen Kopf, die gute Kosmetik, usw. und sogar die darauf abgestimmte Bekleidung.

Und Handel kann – das zeigt die Entwicklung draußen deutlich – sogar **branchenübergreifend** erfolgen ...

Das muss auch nicht unbedingt über den schon bestehenden Fachbetrieb laufen. Man könnte vielleicht sogar eine "Tochter" gründen, z.B. eine „**Beauty Handels eG**“

Ein bekannter Fernsehspot würde es so formulieren: „So geht Handel – mit dem du Erfolg hast, da er zeitgerecht attraktiv abläuft!“

BEISPIEL: HANDWERKSBERIEBE ENTDECKEN DIE CHANCEN DES HANDELS

Handwerker scheinen ihr Geld damit zu verdienen, in dem sie „Handwerks-Stunden“ verkaufen, während ein Händler derjenige ist, der den Handwerker beliefert, damit dieser – mit einem Zuschlag – die verarbeitete Ware dem Handwerkskunden in Rechnung stellen kann.

Dieses Grundmuster gilt etwa ähnlich für alle Handwerks-Branchen.

Ein **Stück „Handel“** ist also ehemals im Handwerk schon vorhanden. Nur erfolgt dieser Handel bezogen auf konkrete Aufträge.

Im Mittelpunkt steht nach wie vor der „Stundenverkauf“.

Das gilt übrigens auch für alle Rechtsformen und auch die Unternehmensgrößen scheinen das wenig zu verändern.

Vergleicht man in der **BWA** eines Handwerksbetriebs jedoch die betriebswirtschaftlichen Ergebnisse von verkauften Stunden mit denen des Handels, wird – in nicht gerade wenigen

Handwerksbetrieben – der Handelsertrag zur „**Subventionierung**“ des Handwerksertrags mitgenutzt.

Das kann man so machen, wenn man z.B. will, dass die Stundensätze moderat bleiben sollen.

Aus rein unternehmerischer Sicht sollte das jedoch Anlass sein, das „**Subventions-Modell**“ zu überprüfen.

Gut, Sie wollen die Handwerksleistungen niedrig halten und nutzen dazu den Handelsertrag. Dann spräche doch nichts dagegen, die Komfortzone „**Handwerks-Handel**“ weiter zu optimieren.

Lassen Sie uns dazu einige Anregungen geben:

- a. Sie begrenzen das Handelsvolumen nicht nur auf die konkreten Aufträge, sondern beurteilen grundlegender, was alles zu „Handeln“ wäre, z.B. für andere Handwerksbetriebe.
- b. Sie beurteilen die Angebote Ihrer Zulieferer. Sie ahnen den Zuschlagssatz, den diese nehmen und welcher Ihren eigenen Ertrag mindert.
- c. Sie prüfen – von Fall zu Fall – ob Sie wirklich beim Großhandel bestellen müssen oder gar selbst Großhändler werden können.

Viele sagen – sinngemäß:

Dazu fehlt mir die Zeit, der Lagerplatz, die Qualifikation, die Logistik.

Es lohnt sich, bei diesen Begrenzungen genauer hinzuschauen. Inzwischen ist in Sachen Handel einiges in Bewegung geraten.

Lagerplatz und Logistik ist in vielen Branchen gestern gewesen. Heute bieten zahlreiche Hersteller an, direkt auszuliefern und machen sogar kenntlich, „**als ob**“ die Ware von Ihnen gekommen sei, bei dem der Kunde bestellt hat.

Und wenn Sie das alles sogar zu sehr zu begrenzen scheint, weil Sie inzwischen wissen, dass „jeder mit allem – egal wohin“ handeln kann, dann schauen Sie z.B., was Sie finden, wenn Sie im Internet z.B. den Begriff „Dropshipping“ googlen.

Auch – neben Ihrem Handwerksbetrieb – über die Gründung einer **eigenen Handelsgesellschaft** nachzudenken, sich sozusagen ein zweites Standbein zu bauen, könnte interessant werden.

Noch spricht man nur vom „Handel im Wandel“. Sicher wird **Wandel** auch bald ein Thema vom Handwerk sein (können). Die „3 D – Technik“ deutet es an.

Wenn Sie dann noch den Handel mit einer einfach zu gründenden eG verbinden, würden Sie auch gleich das finden, was jedes Unternehmen gern sieht: Die **KUNDEN**. Dazu sollten Sie das **We4We**-Projekt kennen.

BEISPIEL: LANDWIRTE – MIT HANDEL UND WE4WE DIE ERTRÄGE STEIGERN

Viehhandel, Getreidehandel, Energiehandel - in der Landwirtschaft ist das längst betrieblicher Alltag.

Die Handels-Ressourcen scheinen ausgeschöpft. Aber ist das wirklich so?

Mit „**Dorfläden-Projekten**“ hat man einen Schritt in die richtige Richtung getan. Raus aus der Enge, die oftmals den Landwirt auf die Situation eines **Rohstoff-Erzeugers** brachte. Das ist eigentlich nicht schlecht, aber besser für die, die den Rohstoff „veredeln“ und dann gewinnbringend vermarkten. Schwankende Brotpreise, sinkende Fleischpreise - seltenst erlebt! Die „Veredler“ scheinen es leichter zu haben.

„Hausgemacht“, „Hausgeschlachtet“, usw. die Dorfladen-Idee hat eigentlich ihren Charme. Woran liegt es, dass es eher zu wenig Ertrag gebracht hat?

Spezialitäten scheinen ihren Markt – und so etwas wie eine MARKE - zu brauchen. Ein Markt, der größer ist, als die Stammkundschaft im Dorfladen hergibt.

Eigentlich naheliegend, sich das nochmals genauer anzuschauen, vielleicht unter dem Aspekt der „**Lieferung**“. Die Logistik von heute überwindet viele Barrieren, führt aus der Sicht der näheren Umgebung heraus.

Und mit **Kooperation** von mehreren Landwirtschaften, wäre auch eine interessante „**Veredelungsstufe**“ denkbar. Nicht nur für Fleisch, auch für Kartoffeln, Gemüse oder sogar Kräuter. Man könnte z.B. über eine **Landwirtschaftliche Handelsgenossenschaft** nachdenken. Oftmals sind größere landwirtschaftliche Betriebe oder Agrargenossenschaften ein zentraler Teil des ländlichen Gefüges. Durchaus denkbar - zur allseits begrüßten Förderung des ländlichen Raumes - dass eine solche Handelsgenossenschaft sogar begänne „**Händler für Mehr**“ zu werden. **Alles ist handelbar** und es ist heute recht einfach, Händler für Hersteller oder Großhändler zugleich aus vielen Bereichen zu sein.

Ein Beispiel: MediaMarkt ist ebenfalls Händler. Nun, einen Laden und Lagerfläche können sie getrost Media überlassen. Ihre Kunden schauen sich bei Media um, recherchieren im Internet und bestellen bei Ihnen. Lagerhaltung? Nicht erforderlich! Es gibt längst den **Direktversand** (Dropshipping genannt).

Man redet oft so viel darüber, dass der ländliche Raum „ausblute“, dass das Geld in der Stadt verdient würde. Prüfen Sie mal selbst, ob das wirklich nicht zu ändern wäre! Da würde sicherlich auch kein Bürgermeister abgeneigt sein.

Landwirte haben die **unternehmerische Kompetenz** – und diese führt weg vom „**Jammern**“ hin zum „**Lösen**“.

Und mit dem **We4We** haben Sie schnell Zugang zu vielen, vielen Menschen!

BEISPIEL: WOHNUNGSBAU-GENOSSENSCHAFTEN (EIGENTUMSORIENTIERT) – DIE MITGLIEDERFÖRDERUNG GANZHEITLICH OPTIMIEREN UND GESTALTEN

Wohnungsbau-Genossenschaften haben meist – analog Bausparkassen – zwei Formen von Mitgliedern:

- A. Mitglieder, die Wohnraum der Genossenschaft nutzen oder über die Genossenschaft Wohneigentum anstreben und aufbauen.
- B. Mitglieder, die aktuell (noch) keinen Wohnraum der Genossenschaft nutzen und auch bisher (noch) kein Wohneigentum mit ihrer Genossenschaft aufbauen wollten.

Vereinfacht gesagt, benötigt die Wohnungsbau-Genossenschaft zahlreiche Mitglieder der „Gruppe B“, damit die Aktivitäten **zum Ausbau** der „Gruppe A“ erhöht werden können. Bausparkassen bezeichnen diese Menschen als „**Freundsparer**“. Ohne sie würde das Bausparwesen – in der jetzigen Form – kaum funktionieren können.

Gibt es etwa bei Wohnungsbau-Genossenschaften „**2-Klassen-Mitglieder**“? Auf den ersten Blick könnte man zu dieser Annahme kommen, wenn man davon ausgeht, dass der genossenschaftliche Wohnraum und die Mietkonditionen dem Förderzweckgedanken strikt folgen.

Im Idealfall hätte das „nutzende Mitglied“ dann einen Vorteil (Miete und Kündigung) gegenüber den Mitgliedern, die keine Wohnung bekommen können oder auch bisher keine angebotene Mietwohnung der Genossenschaft haben wollten.

Liegt es nicht jetzt nahe, über eine gewisse „**Dankbarkeit**“ gegenüber den vielen Mitgliedern nachzudenken, die solche Privilegien den „nutzenden Mitgliedern“ erst ermöglichen?

Man wäre schlecht beraten, an den „Privilegien“ zu drehen, sie vielleicht gegen mögliche Rendite aufzurechnen oder in ähnlich negative Handlungen zu verfallen.

Wir meinen, dass das „Schrauben“ an Mieten oder Renditen der Mitglieder kein guter Einfall wäre. Erstens gibt es so etwas wie „Bestandsschutz“ und zweitens sollte man die **Attraktivität** der Wohnungsbau-Genossenschaft nicht mindern.

Intelligenter wäre es wohl, einen Weg zu wählen, den „Freund-Sparern“ in der Wohnungsbaugenossenschaft nunmehr VORTEILE anbieten zu können, die ihnen effektiv zeigen, dass es sich lohnt, Mitglied in einer Wohnungsbau-Genossenschaft zu sein.

Geht das – ist das zulässig? Ist es wirklich möglich, **zusätzliche VORTEILE** für Mitglieder und Genossenschaft zu erreichen? Solche Fragen werden zu Recht von verantwortlichen Gremien gestellt. **JA – Es geht**. Es geht sogar hervorragend!

Und dafür gibt es (mindestens) 3 hochinteressante Wege!

A. Die Wohnungsbau-Genossenschaft gründet eine „Tochter-eG“.

Nennen wir sie neutral „Handels-Genossenschaft“. Diese „Tochter-eG“ ermittelt den Einkaufsbedarf ihrer Mitglieder und schließt entsprechende Handelsverträge ab.

VORTEIL 1:

Die Mitglieder kaufen vorteilhaft ein, weil sie Mitglied der Wohnungsbau-Genossenschaft sind.

VORTEIL 2:

Anders als Renditen, sind solche VORTEILE nicht zu versteuern!

VORTEIL 3:

Die Gewinne der „Tochter-eG“ können (fast unbesteuert) an die Wohnungsbau-Genossenschaft ausgeschüttet werden und stärken deren Ertrag, der die Rendite erhöht.

B. Die Wohnungsbau-Genossenschaft ermöglicht ihren Mitgliedern die Nutzung der Zusatz-VORTEILE der We4We eG (denn genau für solche Zwecke wurde sie – auf Initiative der MMW-Verbände) geschaffen.

Die Wohnungsbau-Genossenschaft kann sogar die Wege A+B kombinieren und damit die **Attraktivität noch weiter erhöhen!**

C. Die Wohnungsbau-Genossenschaft ist daran interessiert, weitere NEU-Mitglieder einzuwerben. Damit kann nicht nur Kapitalabfluss kompensiert werden, sondern es kommt zusätzliches und mehr Eigenkapital herein. Der weitere Aufbau des Wohnbestandes wird gefördert, die Wohnungsbau-Genossenschaft strahlt noch mehr Attraktivität nach innen und außen aus.

Um genau die vorstehenden Wege A-C zur praktischen Entfaltung durch Wohnungsbau-Genossenschaften bringen, hat MMWCoopGo das **We4We-Konzept** mit initiiert.

Der Grund:

Das Konzept (eigentumsorientierte) Wohnungsbau-Genossenschaft ist hervorragend. Die Umsetzung jedoch nicht immer einfach. Mit Blick auf den **FÖRDERZWECK** lassen sich einige Hindernisse auflösen. So z.B., den „Freundsparetern“ dadurch zu danken, dass man ihnen andere Vorteile anbietet, die ihnen zeigen, dass es Sinn macht, in dieser Gemeinschaft – Wohnungsbau-Genossenschaft – Mitglied zu sein.

BEISPIEL: VON EINER SENIORENGENOSSENSCHAFT ZU EINER KOMMUNAL- ODER BÜRGERGENOSSENSCHAFT – DER WE4WE MACHT'S MÖGLICH!

Seniorengenossenschaften erfüllen schon heute **wichtige Aufgaben**, besonders in ländlichen Räumen. Sie allerdings auf eine (rein) „sozial-karitative“ Aufgabenstellung einzugrenzen, würde bedeuten, viel **Potenzial** quasi zu verschenken.

Nur weil vielleicht hier vorwiegend Menschen zusammengeschlossen sind, die sich in einem Lebensabschnitt bewegen, der gemeinhin als „Ruhestand“ bezeichnet wird, dies mit einer – vorrangigen - Zuständigkeit auf „soziale Angelegenheiten“ zu verbinden, trifft oft bei den **Betroffenen** selbst auf wenig Euphorie.

Natürlich sind Seniorengenossenschaften auch sozialgebunden ein Gewinn für jede Gemeinde. Jede Hilfe wird sicherlich gern angenommen. Was wir meinen ist, **dass Seniorengenossenschaften sich nicht darauf begrenzen lassen sollten.**

Die Souveränität der Gruppe ist entscheidend. Und wenn eine Seniorengenossenschaft definiert, sich auch um andere Dinge zu kümmern, dann sollte sie das auch tun. Sollte die Satzung – noch – eingeschränkt sein auf „soziale Aufgaben“ oder gar das „ehrenamtliche“ Handeln, dann könnte es Sinn machen, solche **Grenzen zu überschreiten.**

Der Begriff „Senioren“-Genossenschaft könnte z.B. auch assoziieren, dass hier lediglich Menschen (erst) ab einem bestimmten Alter Mitglied werden können. Dies ist keineswegs so, stimmt auch immer weniger mit dem überein, wie sich moderne Seniorengenossenschaften selbst sehen. Der Begriff „Senioren“ mag noch so richtig sein, ob er wirklich förderlich ist - dazu sollte genauer überlegt werden.

Sagen wir es ruhig deutlicher: Energie-Genossenschaften befassen sich mit Energiefragen, Wohnungsbau-Genossenschaften mit Bauen und Wohnen, Ärzte-Genossenschaften schaffen Vorteile für Ärzte. Und eine Senioren-Genossenschaft?

Sollten diese sich wirklich (nur) auf Seniorenthemen begrenzen und auf Ehrenamtlichkeit“ einschränken?

Kann sein – muss aber keineswegs sein, wie zahlreiche Beispiele inzwischen gut zeigen.

Menschen im Rentenalter sind heute meist recht **vital**. Sie sind gut ausgebildet, haben viel Lebens- und Berufserfahrung angehäuft, fühlen sich absolut nicht als „Rentner“. Manche würden auch gern noch etwas hinzuverdienen; warum eigentlich auch nicht?

Würde man heute in einer Gemeinde oder einem Städtchen die Einwohnerstatistik zu Rate ziehen, wüsste man rasch, welche „**Berufs- und Lebenserfahrungs-Schätze**“ bei Rentnern zu finden sind; „Schätze“ die man heben sollte. Das nützt den Betroffenen, das nützt den örtlichen Bewohnern, das nützt der **Vitalität der Kommune**.

Nennen wir – um die Erweiterung der Aufgabenstellung auch kenntlich zu machen – diese Genossenschaft (statt Senioren-Genossenschaft) zeitgemäß „**Kommunal-o. Bürger-Genossenschaft**“. Neben Senioren könnten vor allem auch Arbeitslose einbezogen werden. Eigentlich könnten bzw. sollten alle Bewohner dort Mitglieder sein können.

Und das Tätigkeits-Spektrum“? **Ohne Einschränkung**, allein orientiert nach Angebot und Nachfrage, sowie den Kompetenzen und Interessen der mitmachenden Menschen.

In Sachen „Soziales“ tätig zu sein, durchaus. Auch **Leistungen** anzubieten, die dem örtlichen Handwerk nicht die Aufträge strittig macht – warum eigentlich nicht? Gartenpflege, Kleinstreparaturen, usw.: der Bedarf ist sicherlich groß, zumal, wenn die Preise stimmig sind.

Was gäbe es noch zu tun? Wie wäre es mit **Handels-VORTEILEN** für Mitglieder und Bevölkerung? Probieren Sie es aus, z.B. wenn eine **Sammelbestellung für Brennstoff** erfolgen würde. Der Preis ist dann für jeden Einzelnen Abnehmer erheblich vorteilhafter. Das muss halt nur jemand organisieren. Wie z.B. die Kommunal-Genossenschaft!

Und Reisen, Freizeitgestaltung, Fahrten ins Theater, Möbeleinkauf, usw. Es gilt immer und überall der (genossenschaftliche) Grundsatz: „**Was der Einzelne nicht schafft, schafft die Gemeinschaft**“.

Was hält Sie ab, z.B. auch in der Nachbargemeinde tätig zu sein? Was hält diese Genossenschaft ab, die Handelsvorteile der Großstadt in ihre Gemeinde zu holen?

Das Internet macht es möglich. Z.B. könnte die Kommunalgenossenschaft **in allen relevanten Bereichen Händlerverträge nutzen**. Sie braucht heute dazu noch nicht einmal Lagerhaltung. Sie sammelt Bestellungen und leitet diese einfach – möglichst an den Hersteller oder Großhändler weiter.

Gruppen-Preis-Vorteile gehen **direkt** an die Mitglieder. **Provisionen gehen in die Genossenschaft**. Davon lebet die Genossenschaft, erweitert ihre Angebote, und zahlt sogar noch Rückvergütung oder Rendite – ganz wie man möchte.

KOMMUNAL 2.0 – Die ländlichen Regionen helfen sich mit CoopDigitalMarkt selbst

Für **We4We** sind Kommunal-bzw. Bürger-Genossenschaften gute Partner.

Und wenn alle Kommunal-Genossenschaften ihre Mitglieder für nur 1,00 EUR zu **We4We**-Mitgliedern werden lassen ... **Ahnen Sie wie groß dann eine solche Bewegung wird!**

Und wie groß daraus die (GROß-) GRUPPEN-VORTEILE werden, an denen alle Beteiligten teilhaben. Natürlich auch **jede** Kommunal- oder Senioren-Genossenschaft!

DAS We4We-PROJEKT – PARTNER FÜR MEHR ENERGIEWENDE

Energie-Genossenschaften sind per se schon eine echte Bereicherung für das Land und wichtige Garanten auf dem Weg zur **Energiewende**.

Ihre dauerhafte Entwicklung zu stärken, ist eines der Anliegen von **We4We**.
Ohne speziell auf jede Eigenheit konkreter Energie-Projekte eingehen zu wollen, greifen wir einige Punkte gezielt heraus, um zu erkennen, wo die unsere **gemeinsamen Synergien** liegen:

A. Energie-Genossenschaften wünschen sich dauerhaft Zuwachs von Mitgliedern und Eigenkapital.

Bei **We4We** können Sie **ihre Projekte und Ziele** hervorragend sehr **vielen Menschen präsentieren**, die sie sonst nur mit viel Zeit- und Geldaufwand erreichen würden.

Tausende von Menschen sind ansprechbar und können über das **We4We**-Koordinations-Portal informiert werden. Zusätzlich können auch besondere Interessengruppen gezielt angesprochen werden. Das gilt auch für Projekte, die sich auf bestimmte **Regionen** oder **Kommunen** konzentrieren, denn **We4We** kann das entsprechend selektieren.

Ein wirklich weiser Spruch, den einst ein bekannter Politiker sagte ist: **„Jetzt kommt zusammen, was zusammen gehört“**.

Im **We4We** ist genau das möglich und beabsichtigt!

B. Energie-Genossenschaft würden gern – weitere und eigene – Mittel zur Selbst-Finanzierung mobilisieren, um ihre Unabhängigkeit und Entwicklung abzusichern.

Erträge aus Energieproduktion – das versteht sich von selbst, ist fester Bestandteil des Auftrages (Unternehmensgegenstand). Doch der Unternehmensgegenstand ist **nicht gleich der FÖRDERZWECK**. Dieser geht weiter und ist eigentlich **„unbegrenzt“**.

Mittels Beschlüssen können die Gremien **jederzeit selbst definieren**, in welche Richtung und in welchem Umfang, die Mitglieder **zusätzlich zu fördern sind**.

Einen Unterschied von „Mitgliedern“ und „Investierenden Mitgliedern“ gibt es dabei nicht. Nehmen wir als Beispiel, die Energie-Genossenschaft habe 600 Mitglieder/Investierende Mitglieder. Das ist bereits eine recht starke Gruppe, die für viele Anbieter von Waren und Dienstleistungen schon recht attraktiv ist.

Denken wir nur an das „alte“ System der Sammelbestellungen. Schließt die Energie-Genossenschaft z.B. mit **regionalen oder überregionalen Anbietern** Rahmen- oder – besser – **Handelsverträge** ab, kann sie dabei selbst ordentliche (Zusatz-) Einnahmen erzielen und somit die Erträge der Genossenschaft steigern. Mindestens ebenso wichtig könnte jedoch sein:

C. Die Energie-Genossenschaft verschafft ihren Mitgliedern – direkt wahrnehmbare – VORTEILE.

„Wir freuen uns, Ihnen mitteilen zu können, dass sie beim Einkauf – z.B. eines neuen TV-Gerätes – zukünftig einen Rabatt von x% erhalten, **weil Sie Mitglied unserer Genossenschaft sind**“.

Kein „Card-System“, kein „Punktesammeln“ oder ähnliche „Spielchen“, sondern direkt und sofort – bar – den **VORTEIL** spüren können, ist wichtig.

Die Angebote könnte in einem kleinen Shop präsentiert werden – im Mitglieder-Login-Bereich.

„Aber wir haben keine Erfahrung mit Handel, haben kein Lagerplatz, auch eigentlich keine Zeit für so etwas“ könnten Gremien antworten.

Lassen Sie solche Äußerungen bitte nicht laut werden, denn sie klingen nicht unbedingt nach „Gemeinschaft“ und „Kooperation“. **Sie sind außerdem auch längst** veraltet, denn der Handel im Zeitalter des Internets funktioniert anders, vor allem **viel einfacher**.

WOW – Was könnte das für ein Signal“ sein, wenn die Gremien dazu ihre Mitglieder nach **deren Bedürfnissen und Förderinteressen befragten!**

Kooperation ist immer **GANZHEITLICH**, stets aktuell und auf Faszination ausgerichtet.

Nun könnten Sie sagen, dass die Gruppe mit 600 Mitgliedern zu klein wäre. Ist wirklich nicht so, aber natürlich sind große Gruppen besser für noch bessere Konditionen. Dann gründen Sie halt eine „**Tochter-eG**“ und werben – mit niedrigen Pflichtanteilen – zusätzliche Menschen aus Ihrem Umfeld ein. Ahnen Sie, was folgen kann? **Ein unternehmerisch denkender Vorstand sieht sofort die Verbindung zur Energie-Genossenschaft.** Natürlich, das sollten Menschen sein, die auf diesem (Um-) Weg, dann auch für Ihr Ursprungsthema zu begeistern sind: Die potenziell neuen Mitglieder für Ihre Energie-Genossenschaft. Und je enger der Handel am Thema ENERGIE liegt, umso eher werden aus der indirekten Berührung neue Mitglieder für Ihre Energie-Genossenschaft gewinnen können.

So „Machen Menschen Wirtschaft“

So geht CoopGo

So funktioniert Coop-2.0!

Und mit nur je 1,00 EUR – einmalig - können beide Genossenschaften Mitglied der **We4We eG** werden. Die Folge:

Plötzlich können Sie sogar Ihre guten Botschaften an Tausende richten, die Sie sonst nie erreicht hätten!

START-UP PARTNERSCHAFT: WIE DER We4We INNOVATIVE PROJEKTE FÖRDERT

Inzwischen haben sich im Startup-Bereich recht **merkwürdige Allianzen** gebildet. Fernsehsendungen wie „In der Höhle des Löwen“ gehören dazu, helfen aber wohl nicht wirklich, zumindest nicht im ganz gewöhnlichen, durchschnittlichen „Startup-Alltag“. Ein Fernsehsender ist ebenfalls mit einer originellen Methode präsent geworden. Dort bietet man **kostenlose Fernsehspots gegen Unternehmensbeteiligung** an.

Auch Banken gehen ganz gezielt auf „**Startup-Fishing**“ und bieten Kreditabsicherung gegen Unternehmensbeteiligung an.

Das alles mag für **sehr wenige Startups** ein (vorläufiger) Lichtblick sein, vorläufig deshalb, weil mit so übermächtigen Partnern viel Souveränität verloren gehen kann. Unterhalb dieser „Exoten“ steht eine Vielzahl von hervorragenden Innovationen / Innovatoren bereit und wartet darauf, dass ihre Innovationen wahrgenommen – und dann natürlich auch geordert werden.

Fehlt eine **Eigenfinanzierung** – und die fehlt bei fast allen Startups – wird es bereits bei (notwendigen) Finanzierungswegen und Finanzierungsüberlegungen recht eng.

Staatliche Förderung oder andere Wege, wie z.B. Crowd Funding mögen für den Unternehmensaufbau nützlich sein, aber für das zentrale unternehmerische Interesse, die **Findung der Kunden** haben sie eher weniger Antworten.

Das führt dann oft genug zu recht absurden Maßnahmen, wie den Wechsel von der Startup-Geschäfts-LEITUNG hinaus in den VERTRIEB.

Der innovative Managementberater Reinhard K. Sprenger würde wohl darauf antworten: „Jetzt hat das Unternehmen gleich 2 Probleme. Einen Geschäftsführer weniger und einen (schlechteren) Verkäufer mehr.“

So oder so ähnlich ist es oftmals in dem, was man als den **Alltag der Startups** (in Deutschland) bezeichnen könnte. Es fehlt ganz einfach und vor allem:

Ein kostengünstiger, zeitnaher Weg direkt zum (potenziellen) Kunden!

Und genau hier beginnt das **We4We**-Projekt **hilfreich** zu sein:

We4We ist und versteht sich als **Koordinationspunkt** von Angebot und Nachfrage.

Tausende von Menschen können kurzfristig mit dem Angebot des Startups in Verbindung kommen.

Aber der Gruppen-VORTEIL, den die **We4We**-Mitglieder erwarten?

„Wie soll ich den Gruppen-Vorteil gewährleisten?“, könnten der/die Innovatoren erwidern, „ich/wir haben ehedem schon knapp kalkuliert.“

Es wäre ein **Missverständnis zum Begriff „Gruppen-Vorteil“**, diesen ausschließlich in Geld zu sehen. Auch Service, Qualität, innovativer Vorsprung - oder was auch immer - Gruppenvorteil kann vieles beinhalten.

Wenn ein/e Startup-Unternehmer/in jedoch bedenkt, wieviel Werbung und Marketing – im traditionellen Sinne – das oder die Produkt/e verteuern würde, wieviel „Streuverlust“ damit meist verbunden ist, dann könnte sogar ein Gruppen-Preis-Vorteil viel Sinn machen.

Und was für Startups besonders wichtig sein könnte:

We4We respektiert garantiert die Souveränität der Menschen, die nicht nur hinter jedem Startup stehen!

FRAGEN UND ANTWORTEN

Wer kann am We4We – teilnehmen?

Vereinfacht gesagt: **Jedes Mitglied der We4We eG.**

Dabei ist es gleich, ob das Mitglied ein Anbieter von Waren, Dienstleistungen oder Konsument bzw. Nutzer ist.

Wie können auch Vereine und Stiftungen beim We4We mitmachen?

Im Bereich der Wirtschaft können sich Vereine nur sehr eingeschränkt betätigen. Warum sollten Vereine nicht prüfen, ob es Sinn macht – zusätzlich – mit dem Verein eine Genossenschaft zu verbinden. Das machen Großvereine schon längst so, nur machen die das in Form einer AG. Bei kleineren Vereinen ist die Genossenschaft ein idealer Partner, denn es werden eher alle Mitglieder einbezogen, während eine AG eher dazu dient, nur „ausgewählte“ Mitglieder einzubeziehen.

Bei Stiftungen sieht dies ein wenig anders aus. Aber auch dort könnten Genossenschaften Sinn machen, wenn es z.B. darum geht, Stiftungskapital zu mehren.

Wie könnte sich z.B. das We4We-Projekt finanzieren?

Um es vorweg zu nehmen: Die **We4We eG** verdient nicht an den Umsätzen der Anbieter und Kunden! In keiner Form gibt es Provisionen oder andere Honorierungen. ALLE VORTEILE der Anbieter werden 1:1 zu Vorteilen der **We4We**-Mitglieder.

Es gibt auch **keine** Vergütung für die Vorstände. Die Arbeit ist sozusagen **ehrenamtlich**. Nur tatsächlicher Aufwand an Zeit und für Reisen wird erstattet. Das ist Beschlusslage und wird auch so angewandt.

Den Vorständen ist es jedoch nicht verwehrt, eigene Unternehmen zu gründen und darüber Produkte / Leistungen anzubieten, wie das jedes andere Mitgliedsunternehmen auch kann.

Das Verbraucher-Informations-Portal (VIP), das die **We4We eG** betreibt, funktioniert wie ein großes „Kaufhaus“ oder eine Art „Fernsehsender“. Für besondere „Sendeleistungen“ oder „Platznutzung“ wird eine Gebühr bzw. Miete erhoben. Diese ist jedoch – in Relation zu anderen Informationsarten – für Anbieter nicht nur sehr preisgünstig, sondern auch sehr viel wirksamer. Wenn man so will, lebt das **We4We**-Projekt von solchen Einnahmen.

In keinem Falle ist das **We4We**-Projekt als Renditeobjektgedacht. Deshalb gibt es auch keine Gewinnausschüttungen. Alle Erträge gehen in die Rücklagen und dienen dem stetigen Ausbau der eG. Genossenschaftliche Rückvergütungen können jedoch gezahlt werden.

Das alles ist – wie bei einer Genossenschaft üblich – sehr nachvollziehbar und überprüfbar. Alle Mitglieder können das überwachen, denn alle Mitglieder haben das Recht zur Generalversammlung zu erscheinen. Und weil es auch keine „investierenden Mitglieder“ gibt oder eine Vertreterversammlung, müssen die Gremien **allen** Mitgliedern gegenüber Rechenschaft ablegen. In Sachen Transparenz und Demokratie möchte **We4We eG** ebenfalls Vorbild sein.

Wie kann die We4We eG den Mittelstand fördern?

Das Wichtigste für jedes Unternehmen ist die Klärung der Frage: „Wie finde ich meine Kunden?“

Jede gut gemeinte Mittelstandsförderung gibt jedoch hierzu keine zufriedenstellende Antwort. Der Weg, den selbst ein sehr innovatives Produkt benötigt, um die gewünschte Zahl von Kunden zu finden, kostet viel Zeit und vor allem viel Geld. Das wissen auch die Geldgeber, und manche Finanzierung kann daran scheitern.

Zumindest der kleinere Mittelstand verfügt einfach nicht über das erforderliche Stehvermögen, um das notwendige Kundenpotenzial zu bekommen und auch zu halten. Dann sind Wege vorgezeichnet, die allesamt genauso unbefriedigend sind:

- Der Unternehmer resigniert und zieht seine Innovation zurück.
- Der Unternehmer ist bereit, Zusatzkapital einzusetzen, um in langer Zeit sein Ziel zu erreichen. Oft sind inzwischen kapitalkräftigere Anbieter am Markt und der gedachte Vorsprung ist dahin. Er scheitert mit Zeitverzögerung.
- Der Unternehmer verkauft – ungewollt – seine Innovation an Großunternehmen.
- Der Unternehmer holt sich kapitalkräftige Investoren ins Boot und gibt damit ein gutes Stück eigenständig ab.

Der **We4We** gibt jedem Unternehmer ein Stück Souveränität zurück. Zeitnah, für wenig Geld mit hoher Wirkung, kann er jetzt seine Kunden finden.

Man könnte durchaus sagen: **We4We** führt zu mehr **Chancengleichheit** zwischen Kleinunternehmen und Mittelstand zu Großunternehmen.

Was We4We z.B. für den Energiefortschritt tun kann?

Mit **We4We** wird es z.B. möglich, dass Anbieter neuer Energie-Technologien zeitnah Kunden finden. Außerdem können Anbieter zugleich eine Menge dafür tun, bei noch mehr Menschen eine Haltung „Pro Energiewende“ zu erzeugen und Möglichkeiten darstellen, wie das aktiv getan werden kann.

Auch Energie-Initiativen, die neue Mitglieder suchen, haben über **We4We** ein gutes „Resonanzfeld“. Bei **We4We** wird das Anbieten nicht auf Produkte oder Leistungen eingegrenzt. Auch Meinungen haben einen Markt – auch einen **We4We**.

Welche Mitgliederzahlen gestrebt We4We an?

We4We will schnell wachsen. Mit jedem Mitglied steigt die Attraktivität für seine Mitglieder und Anbieter. Wir haben in Deutschland über 20 Millionen Menschen, die bereits jetzt Genossenschaftsmitglieder sind. **We4We** möchte gern helfen, dass es über 25 Millionen Genossenschaftsmitglieder werden.

Zu ehrgeizig? Was spricht dagegen?

Mit 1,00 EURO – einmalig – haben wir bewusst die „Eintrittsstufe“ sehr niedrig gemacht, denn wir wollen, dass auch diejenigen Menschen, die sozusagen den „Euro zweimal umdrehen müssen“, bevor sie ihn ausgeben, zu Ihren Gruppen-Vorteilen kommen. **We4We** versteht sich durchaus auch

als „Sozialmarkt“. **We4We** denkt an MENSCHEN nicht an „Reich oder Nichtreich“. **We4We** bringt Gruppen-VORTEILE für ALLE!

Was sind die wichtigsten Ziele von We4We?

We4We will Deutschlands größter GRUPPEN-Markt werden.

We4We will eine intelligente Lösung anbieten, um die Koordinations-Schwierigkeiten am Markt zu minimieren.

Derzeit wird viel Geld dafür ausgegeben, dass Anbieter ihre Kunden finden bzw. die Kunden ihre interessantesten Angebote.

Allein für Werbung werden in Deutschland über **80.000 Millionen** EURO ausgegeben. Das sind ganz überwiegend Kosten, die NICHTS für die **WERTE** der Produkte und Leistungen bringen. Auch die Handelsstufen / Handelsspannen sind von Fall zu Fall unteroptimal. Für die effektive Wertschöpfung bringen sie auch wenig. E-Commerce zeigt, wie rasant sich der Markt wandelt.

Allerdings bringt weder das Internet mit seinen Vergleichsportalen, noch bringen Verkaufsportale wie Amazon, Alibaba oder E-Bay für den GRUPPEN-MARKT etwas. Alle diese Angebote sind „Einzel-Angebote“ (auch wer nach langen Google-Recherchen das „günstigste Angebot“ gefunden hat, sollte wissen: Das ist das günstigste Angebot für den EINZELNEN). **We4We** bietet **zusätzlich** den GRUPPEN- oder GROß-GRUPPEN-VORTEIL.

Aus der Optimierung des (latenten) Koordinationsproblems in der Marktwirtschaft, entsteht immer ein WIN-WIN. Anbieter können dann TOP-Angebote machen und trotzdem mehr am Produkt verdienen. Das nennt **We4We** „SmartCoop“.

We4We orientiert sich am WERT der Produkte oder Leistungen und will echten MEHRWERT schaffen. Wer – sozusagen – nette Werbespots im Fernsehen möchte, sollte wissen, wer das zahlt: Der Anbieter und der Kunde!

We4We möchte keinesfalls solche Konzepte kritisieren. **We4We** möchte nur dazu eine OPTION anbieten. Das nennen WIR, die Souveränität der Marktteilnehmer steigern! „**So geht MARKT!**“

Warum We4We für Verbände, Vereine, Unternehmen, etc. besser geeignet ist, als Rahmenverträge oder Card-Systeme?

We4We möchte echte Gruppen-Vorteile für seine Mitglieder erzielen. Diese Vorteile sollen sofort erkennbar und (preis-)wirksam für jedes **We4We**-Mitglied sein.

Außerdem sind Vorteile von ca. 1,5 % - wie sie Card-Systeme versprechen - aus unserer Sicht völlig unattraktiv.

Auch Rahmenverträge werden selten mit Leben erfüllt. Sie haben ein relativ kurzes Verfallsdatum. Bei **We4We** werden attraktive VORTEILE angeboten, die ständig überprüft und korrigiert werden. Bei **We4We** werden „BEST-VORTEILE“ (Preis-Leistung-Service, usw.) geboten und angeboten.

Wie Unternehmen neue Erträge erwirtschaften können?

Man nimmt z.B. Kontakt zu seinen Lieferanten, Geschäftskunden oder anderen bekannten Unternehmen auf. Diese informiert man über das Potenzial der **We4We**-Partnerschaft.

Ganz nebenbei lassen sich auch aus dieser **We4We**-Kooperation die eigenen Konditionen mit Lieferanten durchaus (noch) positiver gestalten.

Macht We4We im Vergleich zu Amazon, Alibaba, E-Bay, etc. und Vergleichsportalen überhaupt Sinn?

Im Internet gibt es – ein bisher wenig zur Kenntnis genommenes – „Prinzip“. Egal, wie lange man „googlet“, welches Vergleichsportal man auch getestet hat, man bekommt bestimmt irgendwann, den besten Preis oder das beste Angebot. Unstrittig, „googlen“ bringt Vorteile. Aber Vorsicht: Diese Vorteile gelten für den Einzelnen – **NUR** – für den Einzelnen.

Einen „**GruppenMarkt**“ gibt es so gut wie nicht – man sollte es kaum glauben!

We4We kümmert sich genau um diesen Markt: den GruppenMarkt.

Und die wichtigste Aufgabe von **We4We** ist, den **Gruppen-Vorteil** zu schaffen. Die Grundlage ist offensichtlich: Angebote an Gruppen (Preise, Service, Qualität, etc.) sind **attraktiver** als Angebote an Einzelne!

Denn: Angebote an Gruppen haben auch für Anbieter enorme Vorteile. Das betrifft nicht nur das Thema Werbung. Und genau diese Vorteile werden bei **We4We** fair aufgeteilt. Daraus entsteht eine **WIN-WIN** Situation für alle Beteiligten: **Die Nachfrager und die Anbieter**.

Deshalb sagt **We4We** auch:

„Googeln Sie ruhig den besten **Einzelpreis**. Und bevor Sie kaufen, schauen Sie bei **We4We** rein, ob es dazu schon einen – **natürlich noch attraktiveren** - Gruppen-Preis gibt“.