

Genossenschaft mit Zukunftschance

Mitglieder der MedienPrintPartner eG sehen in der Rechtsform der Genossenschaft eine zukunftssichere Strategie der Kooperation.

Allianzen, Kooperationen, Netzwerke – in der Vergangenheit hat es vielfältige Varianten der Zusammenarbeit gegeben. Infolge des auffallenden Technologie- und Strukturwandels in der Druckbranche, beeinflusst durch Digitalisierung, Internet-, Mobile- und IT-Medien, rücken solche Netzwerke bei einigen Unternehmen wieder stärker in den Fokus. Technologien entwickeln sich meist rasanter, als manches Unternehmen reagieren kann. Ansprüche von Kunden werden komplexer, Margen teilweise geringer, und der steigende Termindruck erfordert eine geordnete Disposition. Investitionen in moderne Maschinen und Systeme lassen sich aufgrund des hohen Kapitaldienstes nicht mehr so einfach „schultern“. – Diese vielfach typischen Probleme kann man auch nicht immer innerhalb gut funktionierender Kooperationen von Unternehmen lösen. Dennoch bleibt es eine Tatsache, dass ein gemeinschaftlicher Auftritt von Unternehmen mehr Sinn macht als ein ständiges Gegeneinander von Wettbewerbern im Markt.

Vertrauensvolle Partnerschaften

Vorrangig sind es neue Organisationsformen von Unternehmen, die möglicherweise auch neue Existenzchancen darstellen. Hierbei sind Unternehmen gefragt, die nicht ausschließlich Wachstum als ihre Strategie sehen, sondern die sich als vertrauensvolle, spezialisierte Partner mit ihren jeweiligen Stärken im Portfolio gegenseitig ergänzen. Mitglieder der zur Jahresmitte 2013 gegründeten MedienPrintPartner eG (MPP) sehen in der Rechtsform der Genossenschaft eine zukunftssichere Strategie der Kooperation.

Erwirtschaftete Gewinne werden für die Weiterentwicklung des Portfolios verwendet oder unmittelbar an die Mitglieder ausgeschüttet. „Die Auftraggeber haben ihren regionalen Partner mit persönlicher Beratung und den gewohnten Ansprechpartnern vor Ort. Darüber hinaus greifen sie auf ein bundesweites Netzwerk von Dienstleistern zu, die in puncto Qualität, Termintreue und Beschaffung ganz vorn dabei sind“, erläutert Benjamin Wutz, neben Jens



Die Mitglieder der MedienPrintPartner eG: Produktion, Vertrieb und Marketing sowie Einkauf sind Grundlage des bundesweiten Netzwerks. FOTOS: MPP

Wahren gleichberechtigter Vorstand. Begonnen hatte das Netzwerk mit neun Unternehmen – indessen sind es schon 13, über ganz Deutschland verteilte Mitglieder, vorwiegend kleine und mittlere Unternehmen aus der Druck- und Werbebranche, die Kunden in ganz unterschiedlichen Bereichen betreuen. Besonders das Engagement des Einzelnen soll die Mitglieder der MedienPrintPartner eG auszeichnen. Im regelmäßigen Kontakt stehend, geht es darum, die jeweils optimale Lösung für die Kunden zu finden und mit den Stärken der Partner zu punkten.

Selbstständige Unternehmen

Insgesamt drei Säulen bilden die Grundlage des bundesweiten Netzwerks: Produktion, Vertrieb und Marketing sowie Einkauf. Hierbei sollen die Dienstleister als Mitglieder der Genossenschaft, aber auch als selbstständige Unternehmen im Markt agieren. „Einen gemeinsamen Einkauf realisieren wir über unsere Papiermarke, ‚Silvallo‘, die bei Kunden einen guten Zuspruch erfährt“, berichtet Vorstand Jens Wahren. Vertrieb und Marketing der Mitglieder-Services erfolgen unter anderem über die Homepage sowie über das viermal jährlich erscheinende Online- und Print-Kundenmagazin „media4you“. Pro-

duktion innerhalb der Genossenschaft bedeutet immer, dass die Mitglieder ihre Kunden auf die MPP-Dienstleistungen hinweisen, und dass sie sich bei Aufträgen im Bedarfsfall unterstützen. Jedes Mitglied agiert als Komplett-Dienstleister im Markt. Die Mitglieder fühlen sich mit Werten wie Ehrlichkeit und Vertrauen, Verbindlichkeit und Teamgeist gegenseitig verpflichtet.

Gegenseitige Konkurrenz ausschließen

Letztlich würde bei einer Mitgliedschaft in der MedienPrintPartner eG der Demokratie- und Solidaritätsgedanke zählen. „Jedes Mitglied hat unabhängig von der Anzahl der Anteile, von der Betriebsgröße oder vom Umsatz nur eine Stimme innerhalb der MPP eG“, erläutert Jens Wahren. „Außerdem haben bestehende Mitglieder ein uneingeschränktes Vetorecht, und neue Mitglieder können von ihrem Einspruchsrecht Gebrauch machen.“ Grundsätzlich werde auf diese Weise der partnerschaftliche und Genossenschaftsgedanke gewährleistet. Momentan beträgt die Mitgliedsgebühr 400 Euro im Monat.

Ebenso spielt der Umweltgedanke bei der Druckproduktion eine immer größere



Vorstand Jens Wahren: „Jedes Mitglied hat nur eine Stimme innerhalb der MPP.“



Vorstand Benjamin Wutz: „Die Auftraggeber haben ihren regionalen Partner vor Ort.“

Rolle. Passend dazu hat die MPP eG ein „Umweltsiegel“ ins Leben gerufen. Hiermit verpflichtet sich die Genossenschaft, für einen bestimmten Auftragswert jeweils einen Baum im Bremer Mischwald zu pflanzen. Ein entsprechendes Zertifikat dazu enthält die Urkunde und die GPS-Koordinaten des Baumes.

Laut selbst erklärtem Ziel sollte sich die Mitglieder-Anzahl der Genossen-

schaft in diesem Jahr auf ungefähr 24 Mitglieder erhöhen. Hierbei werde gleichermaßen Wert darauf gelegt, dass sich das Leistungsspektrum der Mitglieder weitgehend voneinander unterscheidet, sodass man sich nicht gegenseitig Konkurrenz macht. Vorteile ergeben sich für die Mitglieder als auch für die Kunden: „Weitere Maßnahmen wie der Aufbau eines gemeinsamen Vertriebs, die Ver-

triebsunterstützung für die Mitglieder, Beratung in Datenschutz- und Rechtsfragen bis hin zu gemeinsamer Ausbildung oder sogar dem Mitarbeiteraustausch dürften einen echten praktischen Nutzen bieten“, meint Vorstand Benjamin Wutz.

FRANK BAIER

Informationen: www.medienprintpartner.de

Das Fachmagazin für alles nach dem Druck

All inclusive!



Bestellen Sie gleich ein Abonnement:

Media & Service Büro
Bernd Lochmüller

Leserservice:

Anita Hartmann

Telefon (05 21) 400 21 0

Fax (05 21) 400 21 10

E-Mail: leserservice@bindereport.de

www.bindereport.de