



Lagebericht des Vorstandes zur Generalversammlung am 10. Juni 2008

Entwicklung der Genossenschaft

Liebe Genossinnen und Genossen, liebe Mitglieder, sehr geehrte Damen und Herren!

Es gibt nicht viel zu berichten, jedoch vieles zu sagen. Generalversammlung, das bedeutet Vorlage des Jahresabschlusses, Beschluss über die Gewinnverwendung und Ausblick.

Wie Sie den ausliegenden Unterlagen entnehmen können, ist bis zum 31.12.2007 außer einigen Anlaufkosten nichts gewesen. Deshalb haben die Formalien heute noch einen etwas geringeren Stellenwert. Ich werde auf diese Anlaufkosten zurückkommen.

Hinter diesen Anlaufkosten verbirgt sich jedoch der Start einer Initiative für die Bürgerinnen und Bürger der Stadt und der Region Hannover und wir wünschen uns, dass aus dieser Initiative eine Institution wird – zum „Nutz und Frommen“ aller.

Es war die Initialzündung von Pastor Walter Lampe, die fairkauf entstehen ließ. Ohne ihn wären wir heute nicht hier. Sein Weitblick und seine Gabe, aus unterschiedlichen Wahrnehmungen eine Projektidee zu formulieren, sind bekannt. fairkauf ist sein letztes und ein für Hannover notwendiges und wichtiges Werk als Diakoniepastor.

Im April 2006 installierte er eine Arbeitsgruppe. Ihr Auftrag war, zu prüfen, ob ein sog. „Sozialkaufhaus“ in Hannover wirtschaftlich, das heißt nicht unbedingt rentabel, zu betreiben wäre. Die Erarbeitung einer Beschreibung der Aufgaben eines derartigen Betriebes war nicht erforderlich. Bundesweit gibt es ausreichend Beispiele dafür. Schwerpunkte dieser Art diakonischer oder caritativer Aktivität sind südwest- und ostdeutsche Bundesländer. Das Kaufhaus in Mannheim, einer Stadt mit ähnlicher Größe, sozialer und ökonomischer Struktur, wurde zum externen Erkenntnis- und Erfahrungsobjekt für fairKauf in Hannover.

Damit Sie sehen können, dass fairkauf in Hannover eine Innovation, bundesweit je-

doch nur die Ergänzung vorangegangener Initiativen Anderer ist, lassen Sie mich bitte einen kurzen Überblick über andere fairkauf-Häuser geben. Der Name fairKauf für die Genossenschaft und das Kaufhaus ist also keine hannoversche Kreation. Die Rechte an einem Teil der Wort- Bildmarke, der Raute mit dem innen liegenden Schriftzug, liegen beim Caritasverband Konstanz. Die Rechte an der Figurengruppe gehören uns. Projektgruppe und Lenkungs-Ausschuss fanden diesen Namen zutreffend; der Caritasverband Hannover besorgte uns die schriftlich fixierten Mitbenutzungsrechte an der Wort-Bild-Marke.

Die Bedürfnislage allein in der Stadt Hannover mit ca. 96.000 von 516.000 Einwohnern [~ 19% der Stadtbevölkerung], die unterhalb der sog. Armutsgrenze [Einkommen < 50% des Durchschnittseinkommens] leben, von denen ca. 75.000 [~ 15% der Stadtbevölkerung] von öffentlichen Transferleistungen den Lebensunterhalt finanzieren müssen, ergibt – um in der Sprache der Ökonomen zu reden – ein für fairKauf ausreichendes Marktpotential auf der Absatzseite. Das klingt hart, aber ein soziales Kaufhaus, das insolvent ist, kann keinen Nutzen stiften. fairKauf Hannover hat als Kunden jedoch die gesamte Stadtbevölkerung im Blick.

fairKauf ist im Miteinander einer Stadtgesellschaft an der Schnittstelle zwischen einer sozialen Einrichtung, von der es die Zielsetzung erhält, und einem traditionellen Wirtschaftsbetrieb, dessen Regelwerk es sich bedient, angesiedelt. Deshalb war es in der Konzeptionsphase erforderlich, neben der ökonomischen Prognose und dem ökonomischen Ziel der Kostendeckung, die Unternehmensziele zu beschreiben, nach denen sich alle geschäftlichen Aktivitäten zu richten haben. In dieser deutlichen Zielbeschreibung und der Kombination der Teilziele mit der Rechtsform der eingetragenen Genossenschaft hat fairKauf bis heute eine überregionale Alleinstellung.

Es geht uns um:

- **Qualifizierung** für den Arbeitsmarkt im Sinne von Chancenoptimierung für Arbeit suchenden Menschen aus dem Einzelhandel – Verkauf, Distribution, Lagerung und Verwaltung – mit den Mitteln eines Kaufhauses
- **Verkauf von Gegenständen des täglichen Bedarfs** zu für alle Kunden



erschwinglichen Preisen, insbesondere Möbel, Hausrat und Kleidung.

- In Verfolgung des Prinzips: „**Verwenden statt Vernichten**“ sollen gespendete Gegenstände einer weiteren Verwendung zugeführt werden.

Problemstellung und Problemlösung sind nicht konfessionsspezifisch. Darum hat die Projektgruppe dafür geworben, das soziale Kaufhaus als drittes ökumenisches Projekt nach der Bahnhofsmision und dem Ansgarhaus in Hannover zu installieren. Diakonisches Werk und Caritasverband akzeptierten die Planungsergebnisse und verabredeten die Zusammenarbeit. Auch darin ist fairKauf – Hannover nach unseren Beobachtungen einzigartig.

In ehrenamtlicher Arbeit aller Beteiligten wurde in den darauf folgenden 12 Monaten das Konzept verfeinert. Das Ergebnis war am 19. Juli 2007 die Gründung der fairKauf eG. Gründungsmitglieder waren:

- Diakonisches Werk Stadtverband Hannover e. V.
- Caritasverband Hannover e. V.
- Werkheim e. V.

sowie sechs Privatpersonen. Die *institutionellen* Gründungsmitglieder zeichneten je 1.000 Anteile.

Im Verlauf der Gründungsversammlung wurden Rechtsanwalt Carl-Alexander Schiedat Caritasgeschäftsführer Manfred Becher und Diakoniepastor Walter Lampe in den Aufsichtsrat gewählt. Dieser Aufsichtsrat ergänzte sich später durch Zuwahl im Rahmen einer außerordentlichen Mitgliederversammlung um die hannoversche Unternehmerin Tina Voß und den Vorstandsvorsitzenden der Sparda-Bank, Klaus Woyna.

In seiner konstituierenden Sitzung bestellte der Aufsichtsrat Reinhold Fahlbusch, Gottfried Schöne, Gerhard Jürgens und Jörg Mattheai zu ehrenamtlichen Vorstandsmitgliedern. Im November 2007 wurde die Betriebswirtin Nicola Barke zum hauptamtlichen Vorstandsmitglied und damit zur Leiterin des Kaufhauses bestellt.

Mit der Anmietung des wesentlichen Teils der Immobilie Limburgstraße 1, in der vorher das Möbelgeschäft Borsum betrieben wurde, ist es gelungen, das von Anfang an anvisierte Ziel der Etablierung des Kaufhauses mitten in der City zu erreichen.

Warum dieses Ziel, wenn Räume an anderer Stelle billiger zu mieten sind? fairKauf muss wegen des Bewusstseins der Kunden [in

Hannover geht man zum Einkaufen „in die Stadt“] und der Chancen der zu qualifizierenden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, ein „normales“ Kaufhaus sein. Aufgelassene Fabriken in abgelegenen Gewerbegebieten sind dafür ungeeignet. Der Erfolg im Geschäft und die öffentliche Wirkung von fairKauf bestätigt diese Zielsetzung. Wir wollen nicht mit einem Minimum an Stamm-Personal das Geschäft mit einem Maximum an Arbeitsgelegenheiten zu 1€/Std. bewältigen. Wir wollen auch und in erster Linie Menschen aus dem Einzelhandel in sozialversicherungspflichtigen und tarifgebundenen Zeitarbeitsverträgen qualifizieren, indem wir durch „Training on the Job“ ihre Chancen am Arbeitsmarkt verbessern. Dafür mussten wir in die City und dort ein Kaufhaus unter Kaufhäusern sein. Deshalb war der erste Schritt nach der Eintragung in das Genossenschaftsregister der Beitritt zum Einzelhandelsverband. Aus diesem Grund haben wir die Hannover City GmbH gebeten, uns das Preisgeld für den City-Stern nicht einfach aufs Konto zu überweisen. Wir haben diese um die hannoversche Innenstadt besorgte und bemühte Einrichtung eingeladen, sich mit dem Preisgeld an fairKauf zu beteiligen und Anteile zu zeichnen. Sie sind jetzt unsere Genossen und fairKauf ist als Fördermitglied auf der untersten Stufe dieser Gemeinschaft angeschlossen.

fairKauf verfolgt bei der Erreichung seiner Ziele ein dreischichtiges Personalkonzept. Ein Mitarbeiterstamm, der sich aus *Fachpersonal* der unterschiedlichen Bereiche zusammensetzt, ist im Rahmen sozialversicherungspflichtiger und tarifgebundener Zeitarbeitsverträge tätig. Dieser Mitarbeiterstamm ist das Tragwerk des Betriebes und der Qualifizierungsmaßnahmen. Jedoch ist ein Teil dieser Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter selbst das Objekt von Qualifizierungsmaßnahmen. Die nächste Schicht, zu *qualifizierende Personen*, z.B. Praktikantinnen und Praktikanten unterschiedlicher Bildungsträger, sind zeitlich begrenzt tätig und sollen sich den Arbeitsplatz mit *Ehrenamtlichen* teilen und von deren Berufs- und Lebenserfahrung profitieren.

Qualifizierung durch Erfahrungsteilung ist ein Teil des fairKauf-Konzeptes. Viele Menschen sind am Ende ihres Berufslebens noch voller Wissen und Fertigkeiten, die niemand mehr nachfragt. Diese Assets können bei fairKauf eingebracht werden. Sie leben in den Qualifizierungskräften weiter und geben z.B. den Ehrenamtlichen die Möglichkeit, auf diesem Wege das eigene



Berufsleben abzuschließen und frei zu werden für den bevorstehenden Lebensabschnitt.

Die Qualifizierungskräfte kommen von unterschiedlichen Bildungsträgern. Auch Mitarbeiter, die sog. Sozialstunden abzuleisten habe, werden zur allseitigen Zufriedenheit beschäftigt.

Zum Berichtszeitpunkt beschäftigt fairKauf 17 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als Stammpersonal. Es sind 21 Praktikantinnen und Praktikanten tätig. Beide Gruppen werden von 21 aktiven Ehrenamtlichen, die jedoch nur stundenweise tätig sind, unterstützt. Vom Stammpersonal waren zum Zeitpunkt des Abschlusses des Arbeitsvertrages 71% teilweise länger Arbeit suchend. Zur Betreuung der Qualifizierungskräfte und der Ehrenamtlichen, zur Konzeption und Umsetzung der Qualifizierungsmaßnahmen, ist eigens eine Dipl.-Sozialpädagogin eingestellt worden.

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von fairKauf haben in dieser Aufbauzeit ab Mitte Dezember 2007 außerordentliche und vorbildliche Leistungen vollbracht. Hoch motiviert und ideenreich sind sie gestartet und haben sich mit ihrer ganzen Persönlichkeit eingebracht. Es wäre unangebracht, jetzt Namen und Einzelleistungen zu nennen. Jede und jeder hat sich voll eingebracht. Aber erzählen will ich Ihnen von einer jungen Frau, die, weil wir noch nicht so weit waren und den Vertrag mit ihr noch nicht abschließen konnten, zwei Monate lang bis zum Abschluss des Arbeitsvertrages ehrenamtlich aus Celle mit einem gebrochenen Mittelfußknochen an Gehhilfen mit öffentlichen Verkehrsmitteln ins Kaufhaus zur Arbeit kam.

Ich denke, in Ihrer aller Namen zu sprechen, wenn ich den Damen und Herren, die bei und für fairKauf in Hannover tätig sind, Respekt, Dank und Anerkennung ausspreche. Darin schließe ich auch und besonders die Damen und Herren ein, die sich uns ehrenamtlich zur Verfügung stellen. Auch hier lassen Sie mich bitte exemplarisch mit vier Beispielen illustrieren, was auch dazu führt, fairKauf in Hannover nach vorne zu tragen:

- Im Oktober 2007, nach der ersten Presseveröffentlichung, hat uns eine Dame aus einem Ort im Süden der Region Hannover Sachspenden angeboten, weil sich durch die Pflegebedürftigkeit ihres Mannes die familiären Umstände verändert hatten.

Wir konnten zu dem Zeitpunkt diese Spende noch nicht empfangen und Sie hat Andere damit bedacht. Als fairKauf im Januar eröffnete rief sie erneut an und berichtete, dass sie inzwischen verwitwet sei und jetzt Freiraum hätte, uns unter die Arme zu greifen. Und das tut sie regelmäßig. Es ist unschicklich, öffentlich über das Alter von Damen zu sprechen, aber ihre Entfernung zu 80 ist inzwischen kleiner als zu 70.

- Zwei Mütter von Mitarbeitern, längst im Rentenalter, kamen sofort und dann ständig. Und wenn Sie nachher in das Kaufhaus gehen und sich daran erfreuen, dass es im Bereich Haushaltswaren besonders schön ist – die beiden Frauen haben die Grundlagen dafür geschaffen.
- Im ASPHALT-Blick finden Sie eine gut sortierte Buchhandlung. Wenn man näher tritt, fällt die Qualität des Sortiments auf. Das ist das Werk einer Gruppe von sechs Ehrenamtlichen, die sich selbst organisiert und die Verantwortung für diesen Bereich übernommen hat.
- An jedem Montag und Mittwoch betritt ein Mann das Kaufhaus, der sich kurz zeigt, schnell einen Werkzeugkasten schnappt und tut, was zu tun ist. Ohne besondere Thermik zu erzeugen geht er seiner Arbeit nach, sorgt dafür, dass alles in Ordnung ist, sagt auf Wiedersehen und geht von dannen!

Bedenken Sie bitte darüber hinaus das gute Beispiel, das durch die Ehrenamtlichen jungen Praktikantinnen und Praktikanten gegeben wird. Aber wenn es an dieser Stelle so klingt, als wenn fairKauf genug ehrenamtliche Hilfe hätte: das ist weit gefehlt. Wir hoffen auf Sie, dass Sie sich in Ihrem Bekanntenkreis und vor dem Spiegel einmal nach weiteren geeigneten Damen und Herren umschauen.

Auf die Wichtigkeit der Umgebungs-konformität des Kaufhauses fairKauf wurde bereits hingewiesen. Die Chancen der Qualifizierungskräfte verbessern sich mit dem steigenden Ansehen von fairKauf. Neben einem sachgerechten und erfolgreichen Geschäftsablauf trägt zum positiven Image bei, dass sich die Kundschaft aus allen Bevölkerungsschichten zusammenfindet. Diese Mixtur ist von Anfang an gut gelungen. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben aus-



reichend Gelegenheit, Erfahrungen mit Kundschaft aus allen Stadtteilen zu sammeln. Das ist für sie und uns alle wichtig!

Für das Wachstum der Chancen der Qualifizierungskräfte ist ein gutes **Fremdbild** erforderlich. An dieser Stelle ist es uns ein Bedürfnis, den Informationsmedien, insbesondere der lokalen Presse, für die subtile, objektive und wohlwollende Berichterstattung herzlich zu danken. Wir fühlen uns von den Damen und Herren gut verstanden und richtig dargestellt. Sie haben großen Anteil daran, dass unser Anliegen und die Art, wie wir es umsetzen wollen, in die Köpfe und Herzen derjenigen transportiert wurde, die uns als Sach- und Geldspender, Käufer, Mitglieder und Ehrenamtliche [hier sehen Sie, was man bei fairKauf alles sein kann] verbunden wurden und werden.

Am 22. 2. ist eine respektable Zahl von Führungskräften aus Politik, Kirche, Wirtschaft und Verwaltung unserer Einladung zum ersten Jahresempfang gefolgt. Dass deutet auf Interesse an *fairKauf* hin.

Die Hannover City GmbH, das Quartiersmanagement in Hannover, verleiht monatlichen den City-Star, einen Preis für besonders gute Initiativen zur Belebung der Innenstadt. *fairKauf* war der erste Preisträger.

Am 25.3. besuchte der Oberbürgermeister das Kaufhaus – auf eigenen Wunsch. *fairKauf* ist auch in der Politik angekommen.

Gleichwohl ist uns neben dem Bestreben nach belastbaren Kontakten zu Politik und Wirtschaft die Einbindung der *fairKauf* eG in den Kreis gemeinnütziger Unternehmen wichtig. Ein stabiles Netzwerk ist unser Ziel. Eine geschwisterliche Verbundenheit „aus gemeinsamer Vaterschaft“ hält uns mit dem hannoverschen Straßenmagazin ASPHALT zusammen. Ein Zeichen dafür ist der ASPHALT_Blick im 4. OG, der installiert ist und nun mit Leben erfüllt werden soll. Wir werten es als Zeichen zielführenden Kooperationsinteresses, dass ASPHALT mit einer Mehrfachzeichnung seinen den Beitritt zur *fairKauf* eG erklärt hat.

Wir haben unsere Betriebs- und Geschäftsausstattung im Wesentlichen nicht gekauft. Hannoversche Kaufleute haben sie uns aus ihren Beständen abgegeben. Dadurch leben auch wir wie unsere Kunden mit „gutem Gebrauchten“ und danken den Kaufleuten, die durch ihre Sachspenden ihre Aktiva mit uns geteilt und uns auf diesem Wege in

ihren Kreis aufgenommen haben. Pars pro toto nennen ich hier mit Dank das Haus Erdmann, WMF und Frau Margarete Böhm, die im Rosenquartier leider dem Umbau weichen musste. Auch aus einem anderen hannoverschen Traditionssunternehmen leben Ausstattungsgegenstände in unserem Hause weiter: wir haben einige Regale aus dem Hause Göbelhoff übernommen.

Besonderen Dank schulden wir auch der gemeinnützigen GmbH NEUE ARBEIT, die unser Haus renoviert hat. Man kann ein Treppenhaus streichen, das ist normal. Aber unser Treppenhaus ist gemalt. Hans-Werner Wendt, Malermeister und Restaurator, hat sich um die Attraktivität unseres Gebäudes Verdienste erworben.

Unser Logo, die Figurengruppe, wurde uns unentgeltlich von der Agentur NOVUM entworfen. Diese junge Agentur, bekannt durch die City Cards, erkannte schnell, dass es bei dem, was wir tun, um Menschen geht und hat das in Form und Farbe umgesetzt. Unter diesem Zeichen gehen wir gerne an die Öffentlichkeit. Wir fühlen uns mit unserem Anliegen dort verstanden und von dieser Agentur gut in Szene gesetzt. Frau Sandra Bartölke mit ihrer Agentur VM-Creativ aus Altwarnbüchen hat uns überwiegend als Spende mit hochwertigen Folien in- und extern die Räume gestaltet. Beide Unternehmen tragen dazu bei, durch einen guten und nicht übertriebenen Außenauftritt ein gutes Fremdbild von *fairKauf*-Hannover zu erzeugen. Natürlich braucht auch ein Kaufhaus einen Sanitärbereich. Dort war viel zu sanieren. Der Sanitärgroßhandel Welcker hat durch Stiftung der Sanitärobjekte geholfen, die Einbauten erfolgten zu günstigen Preisen durch die Installateurfirma NAZARUK. Das hannoversche Architektenduo Friedrich Baller und Jürgen Dumschadt hat uns ehrenamtlich bei Behördenverhandlungen und durch die Baumaßnahmen begleitet. Alle Freunde und Förderer verewigen wir auf unserer Homepage und in unserer „Ehrenecke“ im Treppenhaus – wir wollen auf diejenigen aufmerksam machen, die bürger-schaftliches Engagement ernst nehmen und dabei an unserer Seite stehen.

Wesentliche Investitionen

Die Wahl der Immobilie hat sich als Glücks-, jedoch auch als Sanierungsfall erwiesen. Der Renovierungsbedarf war umfangreich, konnte aber mit maßgeblichem Einsatz der NEUE ARBEIT gGmbH fristgerecht und fachlich vorzüglich bewältigt werden. Die Renovierungskosten waren jedoch sehr

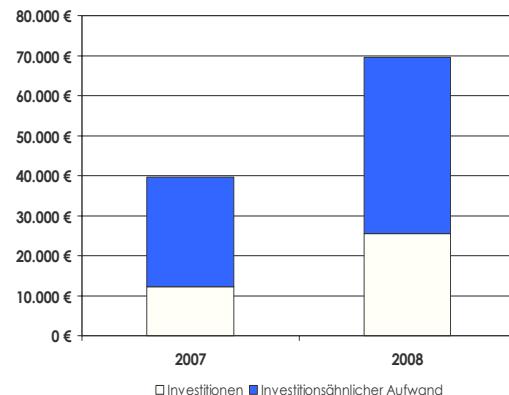


hoch und führten nicht zur Möglichkeit der bilanziellen Aktivierung der Ausgaben mit der Konsequenz der Beeinträchtigung des Überschusses und der Bildung eines Verlustvortrages. Finanzielle Unterstützung der Sparda-Bank-Stiftung hat jedoch dabei geholfen, ebenso wie Zuwendungen des Diakonischen Werkes Stadtverband Hannover eV, der Diakoniestiftung und aus der Kollekte, die zur Verabschiedung von Pastor Lampe im November vergangenen Jahres in der Marktkirche gesammelt wurde. Gleichwohl verbleibt bei der Genossenschaft der Löwenanteil der finanziellen Kraftanstrengung. So wie es heute sichtbar ist, werden wir auch noch in den Folgejahren auf derartige Zuwendungen angewiesen sein.

Der überalterte Zustand der Immobilie macht sich auch bei den Energiekosten bemerkbar. Die denkmalgeschützte Einscheiben- Totalglas-Fassade leuchtet wie ein Kristall, sie beleuchtet und beheizt die Innenstadt. Zur Zeit laufen Sondierungen zur Gewinnung finanzieller Unterstützung bei der Problemlösung. Die durchschnittliche Temperatur ist in Ordnung. Das bedeutet jedoch: im Winter zu kalt und im Sommer zu heiß.

Ein besonderes Problem ist der Aufzug im Kaufhaus, der immer wieder ausfällt. Diese Ausfälle führen unmittelbar zum Umsatzzrückgang an den entsprechenden Tagen, weil viele Besucher des Hauses die oberen Etagen ohne Aufzug nicht erreichen können und wollen. Die Herstellung der Funktionalität der Mietsache ist die Aufgabe des Eigentümers. Wir haben uns externen Rates bedient, damit wir in dieser zentralen Frage der für das Geschäft essentiellen Immobilie kundig sind und expertengerechte Auswege zur Problemlösung anstreben. Nach dem, was wir z.Zt. hören, ist für die fällige Erneuerung der Technik mit einem Aufwand von 60-80.000 € zu rechnen. Weil durch die Konzentration der Anbieter schwierige Marktverhältnisse herrschen, ist von langen Lieferzeiten auszugehen. Die Gespräche mit dem Vermieter zur schnellen und sachgerechten Problemlösung sind bereits im vollen Gange.

Investitionen oder investitionsähnliche Aufwendungen



Wie Sie dem Zahlenwerk entnehmen können, waren der größte Teil der in die Immobilie und deren Einrichtung investierten Mittel nicht bilanziell zu aktivieren. Als Aufwand beeinträchtigten Sie das Jahresergebnis. Weil diese Investitionen und Reparaturen jedoch kein Aufwand zur Finanzierung der Ressourcen für den laufenden Geschäftsbetrieb sind, kommt ihnen wegen der Einmaligkeit bzw. der periodischen Dauerhaftigkeit wirtschaftlich der Stellenwert von Investitionen zu, auch wenn steuerliche und handelsrechtliche Vorschriften zu einer anders lautenden Zuordnung führen müssen.

So nehmen im Geschäftsjahr 2007 die Investitionen noch einen bescheidenen Platz ein. Das ändert sich nach der bisherigen Planung im Jahr 2008.

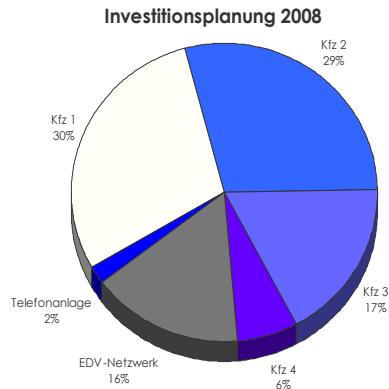
Wir planen:

- Erneuerung des Fuhrparks
- Aufbau eines dem Geschäftsumfang angemessenen EDV-Netzes
- Anschaffung einer den aktuellen und künftigen Kommunikationsbedürfnissen entsprechenden Telefonanlage

Insbesondere der Fuhrpark ist ein Flaschenhals. Wir haben vorsichtig mit zwei für kleines Geld übernommenen alten Lastwagen begonnen. Ziemlich bald war als Folge der erfreulich hohen Resonanz die Ergänzung durch einen guten gebrauchten Sprinter erforderlich. Die zwei alten Lastwagen haben gerade noch die rote Plakette erhalten. Wir wollen antizyklisch jetzt und nicht zum Auslaufen der roten Plakette [31.12.2009] den Austausch vornehmen, denn dann wollen es alle tun. Das verteuert die Neuan schaffung und lässt die Preise für die abzugebenden Fahrzeuge verfallen.



Investitionsplanung 2008



Kreditfinanzierungen

Bisher sind die liquiden Mittel ausreichend gewesen, um alle Investitionen finanzieren zu können. Es existiert ein Kreditlimit in geringer Höhe bei unserer Hausbank zum Ausgleich von Liquiditätsspitzen; es musste bisher noch nicht in Anspruch genommen werden.

Wir beabsichtigen jedoch im Sinne einer weit vorausschauenden Liquiditätsplanung, die geplanten und die bisher vorgenommenen aktivierten Investitionen über mittel- bis langfristige Kredite zu finanzieren. Das ist erforderlich, um nicht zur Finanzierung von Betriebsmitteln in nennenswertem Umfang auf teurere Kontokorrentkredite angewiesen zu sein. Wir versprechen uns dadurch auch eine Limitierung unserer Kapitalkosten bei erwartet steigenden, zumindest aber gleich bleibenden, Zinsen.

Wirtschaftliche Lage

Vermögenslage und Finanzlage

Die bedeutendsten Aktivposten von fairKauf sind:

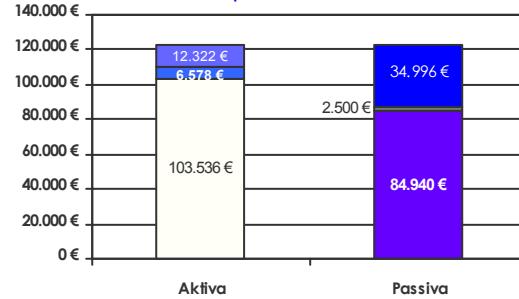
- Die Idee
 - Die Methoden zur Umsetzung
 - Einbindung in die Stadtgesellschaft
 - Großzügige Sach- und Geldspender
 - Motivierte, ideell und finanziell engagierte Mitglieder
 - Einsatzbereite und ideenreiche haupt- und ehrenamtliche Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen
 - Interessierte Qualifizierungskräfte
 - Viele gute Kunden
 - Kooperationsbereite Dritte
- und bedauerlicher Weise

fairKauf Hannover Jahresbericht 2007
10.06.2008

- Der sich durch die um sich greifende Verarmung vergrößernde Markt

Nichts davon finden Sie in den Bilanzzahlen, die ich Ihnen für das Jahr 2007 wie folgt vorstelle:

Bilanz per 31.12.2007



■ Barmittel ■ Forderungen ■ Sachanlagen
■ Kapital ■ Rückstellungen ■ Verbindlichkeiten

Aber auch künftig werden Sie die eingangs erwähnten Aktivposten von fairKauf nicht in der Bilanz aufgeführt finden. Diese immateriellen Werte führen jedoch dazu, dass sich, wenn wir erfolgreich sind, in der Bilanz ein zum Betrieb von fairKauf erforderliches Vermögen ansammelt. Wir müssen um die immateriellen Werte ringen um die materiellen Werte zu bekommen. So und nicht anders ist die Reihenfolge. Die isolierte Bereitstellung von Geld führt nicht zum Erfolg sondern nur zu dessen Verbrauch!

Qualifizierung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, der Empfang von Sachspenden, das Einwerben von Geldspenden, das Werben um Genossinnen und Genossen sowie um ehrenamtlicher Unterstützung – das alles hat mit dem Umgang von Menschen zu Menschen zu tun. Wir erwerben Humankapital; die Bilanz zeigt nur Geldkapital.

Wichtig ist die Reihenfolge! Wichtig ist die Herstellung des Gleichgewichts zwischen beiden Größen.

Ertragslage

Trotz der geschilderten finanziellen Lasten hat das operative Geschäft der ersten vier-einhalb Monate einen kleinen Überschuss erwirtschaftet. Das ist bei einem Start-up-Unternehmen nicht der Normalfall. Dieser positiv verlaufende Start darf nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Sommermonate erfahrungsgemäß schlechter verlaufen. Der geplante Sollumsatz konnte bisher erwirtschaftet werden.

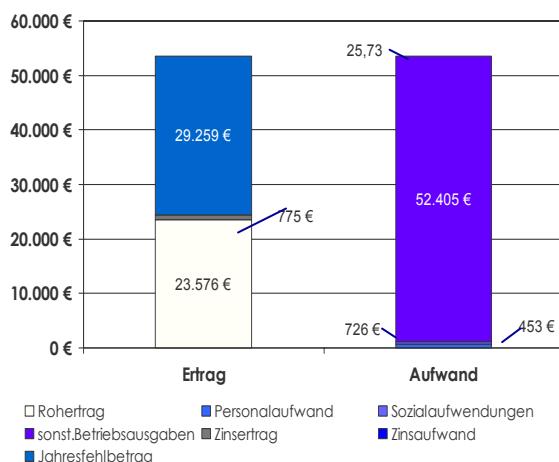
Der Umsatz zeigt jedoch eine andere Struktur als erwartet. Erwartet waren weniger Kunden mit höheren Umsätzen pro Bon. Tatsächlich hat fairKauf erheblich mehr Kunden mit kleineren Umsätzen. Das hat einen höheren Einsatz eigenen und fremden



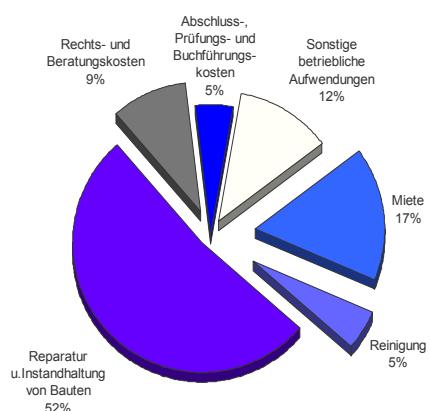
Personals mit erhöhten Kosten zur Folge. Auch durch Beantragung von AGH-Kräften, die zu Lasten der Kostenrechnung nicht so früh wie geplant erfolgen konnte, kommen wir zur gewünschten Problemlösung. Wir sind sicher, dass der normale Geschäftsverlauf in den unsatzschwächeren Zeiten auch dazu führen wird, dass Kreditmittel nicht nur zur Investitionsfinanzierung sondern auch zur Stärkung der Betriebsmittel aufgenommen werden müssen und dass uns dabei die institutionellen Gründungsmitglieder mit der Stellung von Sicherheiten begleiten müssen.

Die Ihnen vorliegenden Zahlen des Rumpfgeschäftsjahres 2007 haben zur Abbildung des bisherigen und künftigen Geschäftsverlaufs keine Bedeutung. Deshalb will ich Ihnen zeigen, wie es per 31.05.2008 aussieht. Später im AUSBLICK erläutere ich die Planzahlen die der Vorstand heute dem Aufsichtsrat vorgestellt hat:

Gewinn und Verlustrechnung per 31.12.2007



Sonstige betriebliche Aufwendungen



Mitgliederentwicklung

Der Wahl der Genossenschaft als Rechtsform für fairKauf-Hannover ging eine gründliche Diskussion und Untersuchung der unterschiedlichen Rechtsformen voraus. Wichtig war, eine Publikumsgesellschaft zu gründen, an der sich viele Menschen beteiligen können, ohne dass dieses zu hohem rechtlichen und wirtschaftlichen Aufwand führt.

Es ist Zielsetzung von fairKauf, als Teil der Stadtgesellschaft diese zu gewinnen, durch Zeichnung von Genossenschaftsanteilen fairKauf bei der Linderung von Armutserfolgen – was bekanntlich eine gesellschaftliche Aufgabe ist – durch Bereitstellung von Kapital zu helfen. Vorstand und Aufsichtsrat appellieren an Sie, die Sie sich durch Ihren Beitreitt zur Genossenschaft bereits mit diesen Zielen identifiziert haben:

Machen Sie das nicht zur Geheimsache. Werben Sie Mitglieder für fairKauf. Tragen Sie dazu bei, dass fairKauf ein Instrument der sozialen Stadtgesellschaft wird. Stellen Sie sich vor, was passiert, wenn jedes Mitglied *nur ein* weiteres Mitglied wirbt und die neuen Mitglieder das Gleiche tun. Dann wird fairKauf zum Instrument des Teilens innerhalb einer städtischen Gemeinschaft mit bescheidenem Aufwand für den Einzelnen und mit einer großen Wirkung für alle!

Ein weiteres Motiv zur Genossenschaftsgründung war, den Kunden mit wirtschaftlichen Schwächen Gelegenheit zur Beteiligung mit dem Mindestbetrag von lediglich 50€ zu geben. Damit haben diese Kunden ein völlig anderes Einkaufserlebnis:

einkaufen in einem Geschäft, an dem man selbst beteiligt ist – wo gibt es das sonst? Eine solche Beteiligung ist kein Alibi. Schon mit nur einem Genossenschaftsanteil hat jedes Mitglied in der Generalversammlung das gleiche Stimmrecht wie jemand, der eine Vielzahl von Anteilen erworben hat.

EINER FÜR ALLE - ALLE FÜR EINEN:
fairKauf tritt in ein die große Tradition der Konsumgenossenschaften, an die die Älteren unter uns sich noch lebhaft erinnern können.

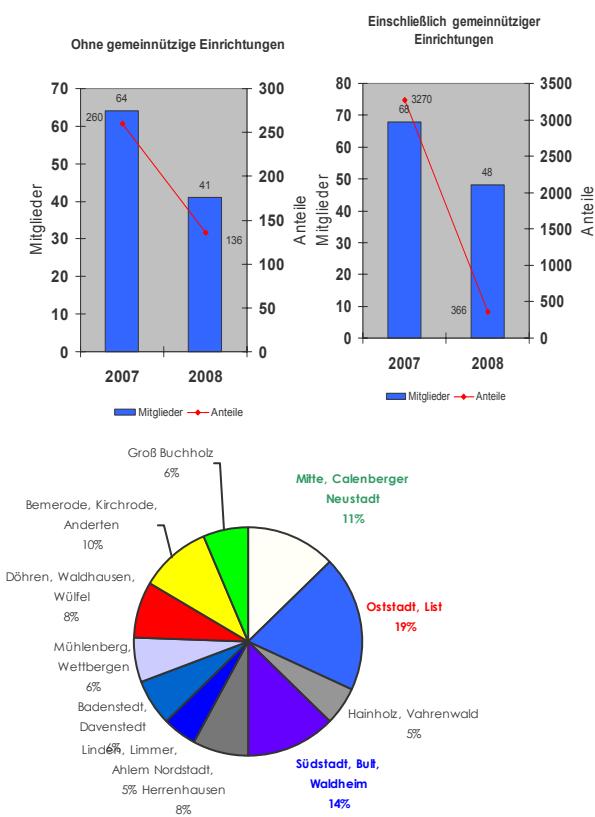
Die Genossenschaft bietet einen weiteren gravierenden Vorteil: ein Unternehmen in dieser Rechtsform wird erst dann in ein öffentliches Register eingetragen - existiert also zuvor nicht - wenn ein gesetzlicher Prüfungsverband die Aufnahme dieser Genossenschaft in diesen Prüfungsverband bestä-



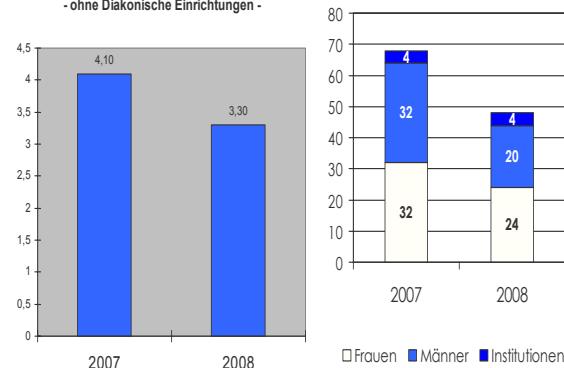
tigt und außerdem ein Gutachten über mit dem positiven Ergebnis der Prüfung des Gründungskonzepts vorliegt. Das schafft neben der Begrenzung der Haftung auf den Betrag der Einlage zusätzliche Sicherheit für die Mitglieder. Schon allein die Tatsache, dass drei Monate nach Geschäftseröffnung ein Verbandsprüfer des Genossenschaftsverbandes Norddeutschland eine Prüfung der Geschäftsführung durchführte und diese ausgesprochen positiv bewertete, gibt die Sicherheit, in der immer turbulenten Zeit des Beginns das Richtige getan zu haben und über eine organisatorische Basis zu verfügen, die Garant für die Bewältigung des hoffentlich weiter stürmischen Geschäfts ist. Die *fairKauf eG* ist als gemeinnützige Genossenschaft eine Besonderheit, vermutlich ein Unikat. Nach dem Genossenschaftsgesetz dient eine Genossenschaft „...der Förderung des Erwerbs und der Wirtschaft der Genossen...“; das ist eine eindeutig kapitalistische Zielsetzung, die die Gemeinnützigkeit verhindert. Weil *fairKauf* durch die oben genannten satzungsfestgelegten Ziele nicht die Förderung der wirtschaftlichen Ziele sondern der idealistischen Zielsetzung der Mitglieder bezweckt, waren die Voraussetzungen für die Gemeinnützigkeit gegeben.

Die Mitgliederbewegung im Einzelnen:

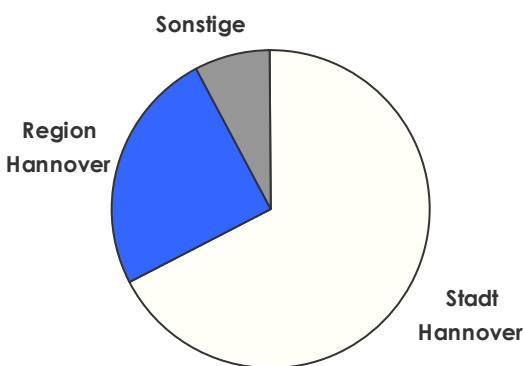
Mitgliederbewegung



Durchschnittliche Anzahl Anteile pro Mitglied
- ohne Diakonische Einrichtungen -



Mitgliederverteilung nach Wohnsitz



Ordnungsmäßigkeit des Rechnungswesens

Obwohl bei dieser ersten Generalversammlung nach Abschluss der Gründungsphase mehr von ideellen als von materiellen Werten die Rede ist, spielt von Anfang an die ordnungsmäßige Abwicklung des Geschäftsbetriebes eine wesentliche Rolle. Wir haben das gesamte Rechnungswesen in fremde Hände gegeben. Die Wirtschaftstreuhand Herrmann in Hannover, eine Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft, deren Prokuristin, die Steuerberaterin Rita Herrmann, ehrenamtlich schon in der Projektierungsphase mitarbeitete, ist als Auftragnehmer für Buchführung, Rechnungslegung, Steuererklärung und Zahlungsverkehr verantwortlich. Es ist nicht möglich, derartige Leistungen auf hohem Niveau zu diesen oder geringeren Kosten selbst zu produzieren. Wir haben dadurch Qualitätssicherung ohne Einbußen an Transparenz und Schnelligkeit. Intern wurden und werden Komponenten eines Berichtswesens nach und nach aufgebaut, die bedarfsgerecht für ausreichend dimensionierte Informationen zur Steuerung des Geschäftsbetriebes sorgen.



Auch an dieser Stelle erfahren wir ehrenamtliche Unterstützung durch die Fachkraft aus einer anderen Wirtschaftsprüferkanzlei, die das Monitoring interner Aufzeichnungen und der Unterlagenkommunikation mit der Wirtschaftstreuhand Herrmann durchführt und uns in der Führung der Genossenschaft weitere Sicherheit vermittelt.

Die hohe Zahl der rund 44.500 Kassenbons in den ersten viereinhalb Monaten des Geschäftsbetriebes zeigt das hohe Beschaffungsvolumen, jedoch auch das große Interesse an fairKauf und seinem Angebot.

Um die Idee und deren Umsetzung auch an Stellen prüfen zu können, an denen nicht die Berichterstattung oder eine Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanz oder Kostenstellenrechnung Hinweise oder Auskünfte gibt, läuft eine wissenschaftliche Begleitforschung durch die Professoren Dr. Hoburg (Theologie, Diakoniewissenschaft) und Dr. Disterer (Wirtschaftsinformatik) von der Fachhochschule Hannover. Als Methode wurde die Befragung von Straßenpassanten, Besuchern des Hauses und ausgewählten Unternehmen gewählt. Die kompletten Ergebnisse liegen noch nicht vor; erste Teilergebnisse haben bereits eindeutige Steuerungshinweise gegeben.

Die Kosten für die Begleitforschung werden aus Eigenmitteln (25%), Mitteln der FH Hannover (25 %) und der Hanns-Lilje-Stiftung finanziert.

Ausblick auf die weitere Entwicklung

Was muss und soll getan werden?

Nach heutigem Stand der Dinge kann festgehalten werden, dass der Sektor Verkauf bei fairKauf gut aufgestellt ist. Die stürmische Nachfrage und die Umkehrung der Komponenten des Umsatzes haben uns in der Distribution erhebliche Schwierigkeiten bereitet. Neben der bereits erwähnten Investition in den Fuhrpark ist die Aufstellung neuer Teams im Rahmen der Bereitstellung von Arbeitsgelegenheiten erforderlich. Die notwendige Antragstellung beim Jobcenter ist bereits Mitte April erfolgt; die Unbedenklichkeit im Hinblick auf eventuelle Wettbewerbsverzerrungen wurde von der IHK, der HWK, der Kreishandwerkerschaft und dem Gartenbau bescheinigt. Wir erwarten endlich

einen Bewilligungsbescheid und rechnen dann mit Folgendem:

- Reduktion des Zeitraumes vom Spenderanruf bis zur Besichtigung und Abholung der Spenden
- Schnelle Auslieferung verkauften Mobiliars
- Übernahme ergänzender Transportleistungen als Gegenleistung für Sachspenden in den Bereichen, die zum Weiterverkauf nicht geeignet sind
- Erweiterung der Kooperationen mit Wohnungsvermieter zur Problemlösung in Fällen sozialer Not, beispielsweise bei Tod oder Umsiedlung ins Pflegeheim, wenn Angehörige nicht vorhanden sind oder Hilfestellung benötigen. Das kann auch die Übernahme von Transportleistungen bei erforderlichem Umzug von ALG II Empfängern gegen Erstattung knapp oberhalb der Selbstkostengrenze sein.
- Ausdehnung des örtlichen Radius unserer geschäftlichen Aktivitäten in weitere Bereiche der Region Hannover
- Vereinbarung strategischer Partnerschaften mit anderen gemeinnützigen Qualifizierungsbetrieben. In der Vor-Handels-Stufe benötigen wir Leistungen von Handwerkern bei der Wiederherstellung oder Funktionalitätsprüfung von Mobiliar und Hausrat. Wir halten nichts davon, dass jeder alles macht und sich gemeinnützige Organisationen untereinander am Markt das Leben schwer machen. Die strikte Beachtung des elementaren betriebswirtschaftlichen Grundsatzes, nach dem Arbeitsteilung die Produktivität erhöht, sollte auch für gemeinnützige Betriebe gelten. Wir können und wollen nur Handel. Handwerk überlassen wir gerne unseren Partnern. Wir träumen von einem Netzwerk verschiedener Betriebe, die nach vereinbarten Spielregeln dem Markt eine einheitliche Leistung bereithält und dafür vergütet wird. Wir stellen uns eine Gemeinschaft gemeinnütziger Betriebe vor, die sich wie wir weitgehend durch geschäftliche Aktivitäten finanzieren und dabei nicht die Maximierung der Eigenkapitalrendite sondern die Verfolgung sozialer Ziele im Auge haben. Der Absatzmarkt ist vorhanden. Es fehlen



jedoch die gleichgerichteten gemeinschaftlichen Aktivitäten. Damit soll der traditionellen Wirtschaft keine Konkurrenz entstehen. Soziale Betriebe besetzen die Äcker, die die konventionelle Wirtschaft brach liegen lässt. Der Gedanke der Gemeinwirtschaft ist in den letzten Jahrzehnten als Folge der wirtschaftlichen Prosperität in unserem Land untergegangen. Das heißt noch lange nicht, dass der Gedanke absurd ist und nicht neu belebt werden kann.

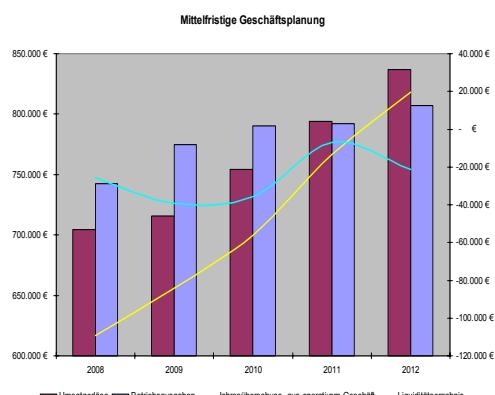
Helmut Schmidt wird mit dem Ausspruch zitiert: "Wer Visionen hat, der soll zum Arzt gehen!" Vergessen wir bitte seinen Spitznamen nicht.

Wir sagen dazu: „Wer nicht über den Tellerrand schaut, wird niemals erkennen, was noch in den Schüsseln ist!“

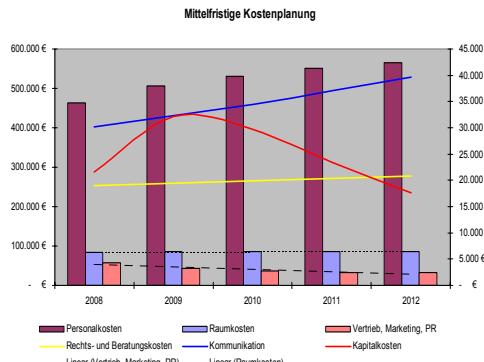
Wenn wir uns keine Nah- und Fernziele setzen, werden wir sie auch nicht erreichen. Der Blick unmittelbar vor die Füße führt zwar zu einer den Christenmenschen zierenden demütigen Haltung, aber ansonsten nicht viel weiter. Er versperrt den Blick auf naheliegende Pfützen und Nahrhaftes am Rande des Weges.

Gleichwohl wollen wir nicht phantasieren. Wenn wir rechnen, rechnen wir mit dem, was wir wissen und was wir uns zutrauen. Das sieht für die nächsten Jahre so aus. Die Darstellung ist aus heutiger Sicht. Wir haben Instrumente und Verfahren entwickelt, die die Fortschreibung, das heißt Anpassung an neue Gegebenheiten, ermöglichen.

Ergebnisentwicklung



Kostenentwicklung



Natürlich sind diese Zahlen von einem gewissen Optimismus geprägt. Wenn wir als Pessimisten auftreten wollten, also für jede Lösung das passende Problem hätten, gäbe es fairKauf nicht. Wir bekennen hier in aller Offenheit, dass das Projekt „auf Kante genäht“ ist. Ein Kaufmann, der keine Wagnisse eingeht, ist kein Kaufmann sondern ein Warenverteiler. Entscheidend ist die Gewissheit, überschaubare Risiken einzugehen.

Um diese Risiken zu verkleinern, müssen wir werben. Um Kunden, um Sachspender, um Mitglieder, um Ehrenamtliche, um Privatpersonen und Institutionen, die uns mit einer Geldzuwendung unter die Arme greifen und um Dritte, die mit uns kooperieren wollen.

In erster Linie müssen wir in allen Bereichen gut sein. Darum müssen *wir* uns bemühen, die Gremien der Genossenschaft, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Kaufhaus, Lager und Transport.

Und man muss gut über uns reden – dabei können Sie unterstützen. fairKauf ist keine Geheimsache. Sie sind fairKauf; wir freuen uns über das Kapital, das Sie uns gegeben haben, wir freuen uns aber auch über Sie, dass Sie sich für fairKauf entschieden haben. Wir alle sind fairKauf, wir alle sind diejenigen, die in bürgerschaftlichem Engagement dazu beitragen, etwas Wärme in eine Welt zunehmender sozialer Kälte zu bringen.

"Vielleicht wird es ja doch besser, irgendwann mal. Versprochen haben sie es ja.“ Das sagte Michael Alperstedt (47) Käufer im Sozialkaufhaus Erfurt, Diabetiker, ehem. Möbelpacker, in einem Interview.

fairkauf Hannover hat schon einmal damit angefangen, die Versprechen in die Tat umzusetzen.