

Zeitschrift: Widerspruch : Beiträge zu sozialistischer Politik
Herausgeber: Widerspruch
Band: 28 (2008)
Heft: 54

Artikel: Eine andere Energiewirtschaft ist möglich : neue
Energiegenossenschaften
Autor: Flieger, Burghard / Klemisch, Herbert
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-651978>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 03.04.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Eine andere Energiewirtschaft ist möglich

Neue Energiegenossenschaften

Ob Energieverbrauch, Kleidung oder Lebensmittel: Was wir kaufen, wie wir produzieren lassen, hat direkten Einfluss auf unsere Umwelt. Derzeit ist dieser Einfluss kein guter: Jeder Europäer verbraucht mehr als doppelt so viele natürliche Ressourcen, wie ihm eigentlich zustünden. Nachfolgende Generationen und Menschen in anderen Teilen der Welt werden so der Möglichkeit beraubt, ihren Lebensstil selbst zu wählen. Die Alternative heißt nachhaltiger Konsum. Mit Verzicht hat das nichts zu tun – mit einem Mehr an Lebensqualität, sozialer Gerechtigkeit und Umweltschutz eine Menge.

Nachhaltiger Konsum zeichnet sich durch die Nutzung von Waren und Dienstleistungen aus, die grundlegende menschliche Bedürfnisse befriedigen und zugleich für ein Mehr an Lebensqualität stehen. Nachhaltiger Konsum minimiert den Verbrauch natürlicher Ressourcen, verringert den Einsatz giftiger Stoffe und die Emission von Schadstoffen und sichert die Bedürfnisbefriedigung künftiger Generationen. Nachhaltiger Konsum macht ernst mit fairen Bedingungen in Handel und Produktion, sichert die Wohlfahrt aller und ist sozial gerecht. Für Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt bedeutet nachhaltiger Konsum somit Zukunftsorientierung und die Gleichrangigkeit der drei Dimensionen Ökonomie, Ökologie und Soziales.

Bei der Umsetzung nachhaltiger Lebens- und Konsumstile wird dem einzelnen Verbraucher ein hoher Stellenwert beigemessen. Während in den 70er und 80er Jahren des vergangenen Jahrhunderts in erster Linie Unternehmen für wachsende Umweltzerstörung und soziale Ungleichheiten verantwortlich gemacht wurden, hat sich diese Perspektive in den letzten zwanzig Jahren verschoben. Wirtschaft und Politik werden durch die Nachfrage der Konsumenten und die Interessen der Bürger gesteuert. Fragen Verbraucherinnen und Verbraucher sozial und ökologisch produzierte Waren und Dienstleistungen nach, wird die Wirtschaft diese Nachfrage befriedigen – so wie sie heute die der Nachfrage nach billigen Lebensmitteln oder preiswerten Kleidungsstücken befriedigt. Setzen BürgerInnen Aspekte der nachhaltigen Entwicklung und des Umweltschutzes auf die politische Agenda, wird die Politik reagieren müssen – Atomausstieg und Agrarwende sind dafür zwei erfolgreiche Beispiele.

Klimaschutz und Verbraucherbeteiligung

Ein bisher für Kundinnen und Kunden weitgehend unbearbeitetes und damit wenig transparentes Feld ist das der Energieversorgung. Woher beziehe ich meinen Strom, wie sieht der Energiemix aus? Welchen Anteil haben Erneuerbare Energien an meiner eigenen Stromversorgung? Hier

tappt der Verbraucher vielfach im Dunkeln und ist auf die spärlichen und wenig nutzerfreundlichen Auskünfte der großen Energieversorger angewiesen. Dabei ist die Steigerung der Akzeptanz für Erneuerbare Energien bedeutsam, um die Ziele der Klimaschutzpolitik zu erreichen. Dies lässt sich nur durch die Beteiligung aller relevanten Akteure und durch zielgruppenspezifische Kommunikation erreichen.

Die Ausweitung von Innovationen auf die gesamte Wertschöpfungskette und die Einbeziehung nicht nur von Unternehmen, sondern auch der Konsumenten, eröffnet Optionen für nachhaltiges Produzieren und Konsumieren. Dies gilt gerade für den Bereich der Energieerzeugung und -versorgung. Bei der Weiterentwicklung der Energiewirtschaft kommt es darauf an, möglichst alle erforderlichen Akteure – vom Produzenten über den Energiehändler bis zum Konsumenten – an einen Tisch zu bringen, um nach sozialen und ökologischen Optimierungen der Energieversorgung zu suchen. Ein Anforderungsprofil im Sinne eines idealtypischen Vorgehens für andere Bereiche nachhaltigen Konsums liegt als Konzept vor (Klemisch 2003, 200ff. und 2004, 280ff.), dessen Übertragbarkeit auf den Energiesektor plausibel erscheint.

Ein im Sinne von Kundenbeteiligung erweitertes Vorschlagswesen kann genauso Ansatzpunkt sein wie die Modellierung von Erzeuger-Verbraucher-Kooperationen. Beispiele wie etwa Ikea zeigen, dass auch sozial schwächere Konsumentengruppen bereit sind, als „mitarbeitende Kunden“ tätig zu werden (Voß/Rieder 2005). Es gilt, darüber hinaus Wege aufzuzeigen, wie der „mitarbeitende Kunde“ zum „mitbestimmenden Kunden“ werden kann. Damit übernimmt er Verantwortung und eine aktivere Rolle als mitgestaltender Konsument einer nachhaltigen Energiewirtschaft. Ziel ist, die Akzeptanz Erneuerbarer Energien insbesondere in der Wohnungswirtschaft und bei bestimmten Verbrauchergruppen zu erhöhen.

Nur eine tiefgreifende Neuorientierung kann die asymmetrischen Machtverhältnisse zwischen Herstellern und Konsumenten reduzieren. „Technologisches Empowerment“ wird in der Nachhaltigkeitsdebatte als Strategie zur nachhaltigen Gestaltung von Produkten und Stoffen gesehen. Die Beteiligung von Konsumenten an der Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen im allgemeinen und im Bereich der Energiewirtschaft im besonderen erweist sich noch als Defizitbereich von Forschung und Praxis (Scherhorn/Weber 2003). Bisher sind nur wenige exemplarische Praxisansätze vorhanden, und eine systematische wissenschaftliche Auswertung existiert nicht. Die kurze Konjunktur wissenschaftlicher Literatur zum Thema ist offensichtlich seit Beginn der 90er Jahre vorbei. Eines der wenigen Praxisprojekte zur Konsumentenbeteiligung im Sinne einer Erprobung findet aktuell mit einem Unternehmen im GELENA-Projekt statt (Forschungsgruppe GELENA 2006).

Gleichwohl hat es in den späten 80er Jahren eine Fülle von Vorschlägen und Experimenten zu partizipativen Formen der Verbrauchereinbindung

gegeben. Beispiele hierfür sind die gewerkschaftliche Forderung nach Produktmitbestimmung oder die Durchführung von Branchendialogen wie Energie- und Ernährungsforen etc. In diesem Zusammenhang ist es bereichernd, andere Wissenschaftsdisziplinen, insbesondere die Politikwissenschaft, als Erkenntnisfeld einzubeziehen. Dazu gehört die Einschätzung der Vielfalt der Methoden und Instrumente der Bürgerbeteiligung: Inwiefern eignen sie sich für eine Konsumentenbeteiligung? Die erwähnten Defizite gelten für die meisten Branchen. Für den Bereich Energie können als Impulsgeber für mehr Empowerment der Konsumenten aber besonders die Erfahrungen von Energiegenossenschaften von Nutzen sein. Diese praktizieren konsequente partizipative Umsetzungsstrategien.

Energiegenossenschaften als Lernfeld und Perspektive

Die Energiegenossenschaften sind eine besondere Form der Genossenschaften, die sich historisch in erster Linie mit der Erzeugung und dem Vertrieb von Strom befassen. Viele ermöglichten Anfang des 20. Jahrhunderts eine Versorgung vor allem ländlicher Räume mit Elektrizität. Beispielsweise gründeten im Jahr 1912 die Bürger der badischen Gemeinde Hauingen die Energiegenossenschaft Hauingen (www.egh-hauingen.de). Sie entstanden also häufig auf Initiative der späteren Nutzer im ländlichen Bereich, die sich von den etablierten Anbietern ausgegrenzt sahen und ihre Energieversorgung sicherzustellen oder wenigsten durch billigere beziehungsweise effizientere Energieversorgung zu verbessern trachteten.

Heute gibt es noch rund 40 Energiegenossenschaften aus der ersten Phase der Energieversorgung im ländlichen Raum. Etwa 30 wirtschaften in Bayern und haben sich dort zur gemeinsamen effektiveren Gestaltung ihrer Leistungen (Beschaffung, Absatz, Organisation etc.) zu einer Sekundär-genossenschaft zusammengeschlossen. Zu ihnen gehört auch die Unterfränkische Überlandzentrale eG (ÜZ) mit Sitz in Lültsfeld (www.uez.de). Die ÜZ ist mit 3'300 Anteilseignern die größte bayerische Stromgenossenschaft. Sie versorgt im Südosten Unterfrankens ein Gebiet von rund 1'000 Quadratkilometern und mehr als 122'000 Einwohnern mit elektrischer Energie. Über ein Verteilungsnetz von 5'200 km Länge fließen in der ländlich geprägten Region jährlich rund 360 Mio. kWh Strom zu den Kunden. Der Erhalt und Ausbau der Anlagen erfordert ein jährliches Investitionsvolumen von rund 5 Mio. Euro, ein direkter Beitrag zur Stärkung der Wirtschaftskraft der Region. Den größten Teil ihres Strombedarfs bezieht die ÜZ von den großen Energieunternehmen. Aus Eigenerzeugung und regenerativer Erzeugung werden ca. 17 Prozent zugeliefert.

Das Beispiel der ÜZ veranschaulicht die Struktur der meisten dieser Genossenschaften, die fast immer noch über eine oder mehrere alte Anlagen zur Energieerzeugung verfügen und aktuell zunehmend bemüht sind, durch kleinere Kraftwerke wie Biogas-, Kraftwärme-, Solar oder Wind-

kraftanlagen den Anteil der Eigenerzeugung zu erhöhen. Sie tragen damit parallel wieder zunehmend zur regionalen Wirtschaftsentwicklung und zur nachhaltigen Energieerzeugung bei.

Ebenso wichtig ist die bescheidene Renaissance der dahinterstehenden Ideen in den 1980er Jahren mit der Gründung neuer Energiegenossenschaften, die anfangs Windkraftanlagen und heute zunehmend Anlagen zur Stromerzeugung durch Photovoltaik errichteten. Die meisten von ihnen sind Beteiligungsgenossenschaften, in denen durch den Beitritt der Mitglieder überhaupt erst der Bau der Anlagen ermöglicht wurde (www.windfang.net).

Aktuell sind vor allem Neugründungen im Bereich der Photovoltaik zu beobachten. Beispiel und Vorreiter hierfür ist die Bürger-Solar-Genossenschaft mit Sitz in Bürstadt (www.solar-buerger.de). Bei ihr steht die Errichtung von Anlagen zur regenerativen Energieerzeugung im Vordergrund. Zu diesem Zwecke werden Kooperationen mit Herstellern und Verbrauchern organisiert. Im Unterschied zu den historischen, früher entstandenen Energiegenossenschaften vertreten die PromotorInnen von Bürgersolar-genossenschaften meist explizit politische Zielsetzungen, indem sie auf die regionale Verbundenheit und die Durchsetzung von neuen Energiekonzepten setzen (Flieger 2006).

Aus den gleichen Gründen können sogenannte Bioenergiedörfer, organisiert als Genossenschaften, als besonders umfassende energiegenossenschaftliche Ansätze gewertet werden. Das bekannteste Beispiel hierfür liegt in Jühnde (www.bioenergiedorf.de). Die Genossenschaft wirbt damit, dass Jühnde als erstes Bioenergiedorf Deutschlands ihren gesamten Wärmebedarf und den verbrauchten Strom selbst über nachwachsende Rohstoffe erzeugt.

Eine Mischung zwischen den alten und neuen Ansätzen stellt die TEN Teutoburger Energie Netzwerk eG dar (www.ten-eg.de). Sie ist ein genossenschaftliches Energieunternehmen mit historischen Wurzeln in den Gemeinden Bad Laer, Glandorf, Hagen a.T.W. und Hilter a.T.W, in denen zwischen 1920 und 1922 Bürger, Landwirte, Handwerker und Kaufleute in Eigeninitiative Elektrizitätsgenossenschaften gründeten. Sie begannen mit dem Aufbau von Elektrizitätsnetzen, um die Mitglieder und die Bevölkerung mit Strom zu versorgen. Die TEN ist neuen Entwicklungen gegenüber sehr aufgeschlossen und beschäftigt sich seit Jahren mit der Anwendung regenerativer Energien, insbesondere der Windenergie, der Solarenergie, aber auch mit Bioenergie und anderen energiesparenden Techniken. In ihr werden die Mitglieder aufgefordert, aktiv an dem gemeinsamen Unternehmen mitzuwirken und es eigenverantwortlich mitzugestalten.

Politisch eindeutiger in Richtung Nachhaltigkeit positioniert sich die greenpeace energy eG (www.greenpeace-energy.de). Sie ist eine der bisher sehr wenigen Energiegenossenschaften, die bundesweit ausschließlich mit „Grünem Strom“ handeln. Das Unternehmen versteht sich nicht nur als ein

Anbieter für sauberen Strom, sondern will die Strukturen auf dem Energiemarkt dauerhaft ändern: Es verfolgt die Vision einer Zukunft ohne Atom- und Kohlekraftwerke. Zu diesem Zweck werden Produktion, Handel und Versorgung mit sauberem Strom aus einer Hand angeboten. Der Erfolg von greenpeace energy eG beruht in besonderem Maße auf der genossenschaftlichen Organisation. Die Mitglieder entscheiden über die Grundwerte der Geschäftspolitik. Dank ihrer Einlagen ist die Genossenschaft nicht auf Banken oder Großanteilseigner angewiesen und wirtschaftlich unabhängig.

Erfahrungsaustausch und Vernetzung

Die Pionierfunktion der Energiegenossenschaft als nutzerorientierte Unternehmensorganisation, die die partizipative Einbindung der Verbraucher bzw. Nutzer systematisch organisiert hat, kann als unstrittig angesehen werden (Flieger 2004). Durch eine gezielte Untersuchung der verbliebenen Genossenschaften gilt es, von ihnen zu lernen, wie sie den Dialog mit ihren Mitgliedern und vor allem Mitgliederkunden organisieren, um die sozialen und ökologischen Dimensionen der Nachhaltigkeit zu realisieren. Dabei sollten Instrumente, die sich speziell mit partizipativen Ansätzen der Kundenbeteiligung befassen, erprobt und für den Umbau in Richtung nachhaltige Energiewirtschaft weiterentwickelt werden. Gemeint sind damit u.a. Energie- und Verbraucherbeiräte, ein erweitertes Vorschlagswesen oder die Erzeuger-Verbraucher-Kooperation.

Neben solchen Formen der Weiterentwicklung und Verbreitung energiegenossenschaftlicher Erfahrungen erweist sich die Kooperation als wichtiges Erfordernis. Nur der intensivere Austausch untereinander hilft, Fehler bei der Weiterentwicklung zu vermeiden oder erfolgreiche Strukturen zu übernehmen und damit für die Stabilisierung der bestehenden Ansätze zu nutzen. Erste Formen der Vernetzung bestehen durch den ZdK, den Zentralverband deutscher Konsumgenossenschaften (www.zdk-hamburg.de). In diesem sind fast alle Energiegenossenschaften aus dem Spektrum des Widerstandes gegen die kontinuierlichen Gaspreiserhöhungen Mitglied, gegenwärtig sechs Neugründungen.

Unterstützung durch Qualifizierung, Materialien und Beratung für genossenschaftliche Neugründungen, beispielsweise Bürgersolargenossenschaften, gibt es u.a. bei der innova eG (www.innova-eg.de). Als Zusammenschluss von Verbänden, Finanzierungseinrichtungen und Weiterbildungsorganisationen, deren Anliegen die Verbreitung neuer genossenschaftlicher Ansätze ist, kann die innova, selbst als Genossenschaft organisiert, hier auf einen breiten Erfahrungshintergrund und viel Know-how zurückgreifen (Flieger 2003). Vom 4. bis 6. Juli 2008 hat sie im Transferzentrum für angepasste Technologien in Rheine bei Münster eine Tagung über Handlungsfelder, Beispiele, Akteure und Weiterentwicklung neuer

Energiegenossenschaften durchgeführt. Die genannten neuen energiegenossenschaftlichen Ansätze wie Bürgersolargenossenschaften, Bioenergie-dörfer und Energieverbraucher-genossenschaften wurden anhand von Beispielen vorgestellt und diskutiert (www.innova-eg.de). Eine ausführliche Dokumentation der Tagung ist vorgesehen.

Literatur

- Flieger, Burghard, 2003: Sozialgenossenschaften – Wege zu mehr Beschäftigung, bürgerschaftlichem Engagement und Arbeitsformen der Zukunft. Hrsg. vom Bundesverein zur Förderung des Genossenschaftsgedankens e.V. und der Paritätischen Akademie, Neu-Ulm
- Flieger, Burghard, 2004: Energiegenossenschaften: Strom – Hauptsache grün? In: *Contraste* Heft 238/239, Juli/August 2004, S. 1 sowie S. 7-11 (Schwerpunkt)
- Flieger, Burghard, 2006 : Unter Solargenossen. In: *Umwelt, kommunale ökologische Briefe*, Heft 18/06, 6. Sept.
- Forschungsgruppe GELENA (Hg.), 2006: Unternehmen: Teilhabe an einer nachhaltigen Gesellschaft. Oldenburg
- Klemisch, Herbert, 2004: Umweltmanagement und ökologische Produktpolitik. München
- Klemisch, Herbert, 2003: Branchendialoge und ihre Funktion zur Verbreitung von nachhaltigen Konsummustern. In: Scherhorn, Gerhard / Weber, Christoph (Hg.): *Nachhaltiger Konsum*. München 2003, 171-181
- Scherhorn, Gerhard / Weber, Christoph (Hg.), 2003 : *Nachhaltiger Konsum*. München
- Voß, Günter G. / Rieder, Kerstin, 2005 : *Der arbeitende Kunde*. Frankfurt /M.

Luxus Gesundheit?

Basismedizinische Solidarität im Trikont –
Pharmawatch hier:

Kampagne zu Biopiraterie, globaler Pharmapolitik
und Privatisierung der Gesundheit

GESUNDHEIT FÜR ALLE!

www.medicointernational.ch



medico international schweiz
Centrale Sanitaire Suisse, CSS Zürich