Konzept für die Konsum Kollektiv eG

1. Kurzbeschreibung

Die Konsum Kollektiv eG möchte **nachhaltige und gemeinwohlorientierte Konsumgüter** auf den Markt bringen, welche nicht regional bezogen bzw. nicht selbst hergestellt werden können, aber aus unserem Alltag kaum wegzudenken sind. Klassische Beispiele sind unter anderem Kaffee, Zahnpasta, Schokolade, Shampoo, Nüsse, Klopapier oder ein Erfrischungsgetränk.

Diese Produkte sollen demokratisch nach dem **Prosumer-Prinzip** (Producer + Consumer = Prosumer) im Kollektiv entwickelt, finanziert, produziert, vertrieben und vermarktet werden.

Dabei sollen profitorientierte Kriterien keine Rolle spielen, sondern ausschließlich gemeinwohlorientierte. Die Konsum Kollektiv eG strebt aus diesem Grund an, sich der **'Gemeinwohl Ökonomie'** anzuschließen, um sich von dieser kontrollieren und bilanzieren zu lassen.

Die Prosumer haben auch die Möglichkeit sich finanziell an den Produktionskosten zu beteiligen, indem sie **Genossenschaftsanteile erwerben und damit Miteigentümer der Produkte und Markenrechte** werden. Dadurch kann gewährleistet werden, dass eine Produktion nicht von einzelnen (Konzern-)Managern oder (Groß-)Investoren abhängig ist, sondern ausschließlich vom genossenschaftlichen Kollektiv.

2. Potenzielle Mitglieder und deren Förderzweck

Die Konsum Kollektiv eG möchte in erster Linie Personen ansprechen, welche den **weltweiten Klimawandel** als sehr ernste Bedrohung sehen und deshalb eine nachhaltige Lebensweise anstreben. Sie sind **kapitalismuskritisch, gemeinwohlorientiert und konsumieren sehr bewusst**.

Wirtschaftlicher Förderzweck der Mitglieder:

- jährlich über ein Kontingent an Freiware verfügen
- von dauerhaft günstigen Einkaufskonditionen profitieren

Ideeller Förderzweck der Mitglieder:

- gemeinwohlorientierte Produkte für alle Konsumenten verfügbar machen
- im Alltag immer weniger von Konzernen abhängig sein
- aktiv Einfluss auf die Eigenschaften der Produkte nehmen können

3. Die wesentlichen geschäftlichen Aktivitäten der Genossenschaft

- **Administration** - Verwaltung der Produktionsaufträge, Eintragung der Markenrechte im DPMA, Abwicklung der monatlichen Buchhaltung sowie Gründung und Kommunikation mit dem zuständigen Prüfungsverband
- **Mitgliederverwaltung** - Bearbeitung der Beitrittsanfragen, Organisation der Generalversammlung und Kommunikation mit den Mitgliedern
- **Produktentwicklung** - Planung, Vorbereitung, Durchführung und Auswertung der einzelnen Abstimmungen, Einholen von Angeboten sowie Kommunikation mit Lieferanten, Produzenten und Prosumern
- **Produktion** - Beauftragung von externen Dienstleistern für die Herstellung, Verarbeitung oder Abfüllung der entwickelten Konsumgüter
- **Vertrieb, Marketing & Logistik** - Sicherstellung der Verfügbarkeit der produzierten Konsumgüter - online wie stationär

4. Die betriebliche Organisation der Genossenschaft

Im Juli 2019 wurde die Konsum Kollektiv GmbH von Christian Walther gegründet. Durch den Verkauf von 5% der Geschäftsanteile konnten genügend finanzielle Mittel eingesammelt werden, um die komplette **digitale Infrastruktur entwickeln und aufbauen** zu können und um darüber hinaus ein ausreichendes **Werbebudget für die Startphase** zurückzulegen. Der geschätzte Wert der Website mit all ihren automatisierten Funktionen liegt derzeit bei etwa 120.000 Euro und ist einsatzbereit für die Umsetzung des vorliegenden Konzepts.

Um weiterhin durch den Verkauf von Geschäftsanteilen **in Webentwicklung, Marketing und Vertrieb investieren** zu können und gleichzeitig die **Eigentums- und Markenrechte der Produkte dauerhaft vor Übernahme zu schützen**, schien es am sinnvollsten die Produktion und die Produktentwicklung in einer Genossenschaft zu organisieren.

Darüber hinaus wird das **unternehmerische Risiko** durch diese Struktur gleichermaßen auf die beiden unabhängig voneinander bestehenden Unternehmen verteilt. Vereinfacht gesagt kümmert sich die eG darum, dass das Lager voll wird und die GmbH, dass das Lager leer wird.

Des Weiteren ist die **Mittelbeschaffung für die Produktionskosten deutlich einfacher**, da für die Beteiligung an der Genossenschaft ein Mitgliedsantrag ausreichend ist und eine Beteiligung an der GmbH nur über einen notariell beglaubigten Vertrag möglich ist.

Alle Vereinbarungen sind in einem **gemeinsamen Kooperationsvertrag** geregelt, in der unter anderem die geschäftlichen Aktivitäten und Zuständigkeiten definiert sind:

geschäftliche Aktivitäten der eG	**Zuständigkeit**
Administration	eG (ehrenamtlich)
Mitgliederverwaltung	eG (ehrenamtlich)
Produktentwicklung	eG (erst ehrenamtlich, später hauptamtlich)
Produktion	externe Dienstleister durch eG beauftragt
Vertrieb, Marketing & Logistik	GmbH (langfristiger Kooperationspartner)

Die betriebliche Organisation der Genossenschaft (Fortsetzung)

Weitere wichtige Punkte des Kooperationsvertrages:

- Eigentümer der **Produkte und Markenrechte** ist die eG
- die GmbH ist für die **Entwicklung und Betreuung der Webplattform** zuständig und beinhaltet folgende Funktionen:
    - **Mitgliederverwaltung** und -kommunikation
    - **Onlineshop** für den Verkauf der Produkte und Genossenschaftsanteile
    - **Umfragetool** für Produktentwicklungen
    - automatisierte **Buchhaltung und Warenwirtschaft**
- die eG kann die **Webplattform kostenlos für ihre Zwecke nutzen**
- Bedingungen die erfüllt sein müssen, damit die eG eine **Produktion in Auftrag gibt**
- **Liefer- und Abrechnungskonditionen** des Kommissionsgeschäfts inklusive Aufschlag in Form von Lizenzgebühren
- Bestimmung der **Informationsrechte und -pflichten**

Besonderheiten der eG:

- Es werden immer nur so viele Anteile verkauft, wie Kapital für die Erstproduktion eines neuen Produktes benötigt wird.
- Pro Person/Unternehmen können maximal 10 Anteile gekauft werden, um sich nicht von einzelnen Kapitalgebern abhängig zu machen.
- Der eG sollen Geschäftsanteile der GmbH mit Vetorecht übertragen werden, damit die eG auch direkten Einfluss auf die GmbH nehmen kann.

Vor- und Nachteile der eG:

+ kann sich auf Produktentwicklung und Produktion konzentrieren
+ kein großer Overhead, da Vertrieb, Marketing & Logistik von GmbH übernommen wird
+ keine Investitionskosten für die Entwicklung der gesamten digitalen Infrastruktur
+ besitzt die Eigentums- und Markenrechte der Produkte
+ ist durch genossenschaftliches Prinzip vor Übernahmen geschützt
+ unabhängig von (Groß-)Investoren

- die Marge wäre größer, wenn die komplette Distribution der Ware von der eG selbst übernommen werden würde

Vor- und Nachteile der GmbH:

+ kann sich auf Vertrieb, Marketing & Logistik konzentrieren
+ geringere Personalkosten, da die Produktentwicklung von der eG übernommen wird
+ größere Liquidität, da die Produktionskosten von der eG vorfinanziert werden
+ die Option mit Investoren zu kooperieren bleibt bestehen

- die Zahlungen von Lizenzgebühren an die eG sind derzeit teurer als Kreditgebühren an eine Bank

5. Das Konzept an einem Produktzyklus erklärt:

1. **Produktentwicklung** - Wöchentliche Umfragen am Beispiel eines Getränks:
    a. Produkttyp: Kola
    b. Gebinde: Mehrweg PET 0,5l
    c. Abfüller: aaa GmbH
    d. Grundstoffe/Rezeptur: bbb GmbH
    e. Siegel/Zertifikate: ccc GmbH/Verband
    f. Versandkartons: ddd GmbH
    g. Markenname: Super-Kola
    h. Branding: Gestaltung Etikett
2. **Kostenkalkulation** - Ermittlung der gesamten Kosten des fertig entwickelten Produkts.
3. **Crowdfunding Phase** - Zwei Ziele müssen erreicht werden:
    a. 100% der gesamten Produktionskosten müssen über den Verkauf neuer Genossenschaftsanteile vorfinanziert sein (ca. 60 Anteile à 250 €).
    b. 25% der Erstproduktion müssen vorbestellt sein, um das Risiko zusätzlich zu minimieren (ca. 600 Kisten á 12 Flaschen).
4. **Produktion** - Nach erfolgreicher Crowdfunding Phase wird die Abfüllung durch einen externen Dienstleister von der eG in Auftrag gegeben.
5. **Auslieferung** - Die Produkte werden der GmbH auf Kommission zur Verfügung gestellt und Vorbestellungen werden umgehend versendet.
6. **Vertrieb** - Restliche Ware wird durch die GmbH - online wie stationär - vertrieben und durch Marketingaktionen begleitet, um das neue Produkt am Markt zu etablieren.
7. **Abrechnung** - Die von der GmbH verbrauchte Ware wird monatlich abgerechnet und mit einem Aufschlag von 20% Lizenzgebühren an die eG beglichen. Spätestens nach dem dritten Monat muss die Ware komplett bezahlt sein.
8. **Folgeproduktion** - Da die Liquidität der eG pro Produktion um 20% wächst, können auch die Produktionsmengen sukzessive erhöht und dadurch Kosten gesenkt werden.

6. Informationen über die bisherigen geschäftlichen Aktivitäten

Bis dato haben keinerlei geschäftliche Aktivitäten der eG stattgefunden.