

2 Theorie: Betriebsöffentlichkeiten in Genossenschaften

Für die Umsetzung des Forschungsvorhabens ist es zunächst notwendig, den Forschungsstand zu arbeitspolitischen Öffentlichkeiten und zur Charakterisierung von Produktivgenossenschaften sowie dessen Arbeitsbeziehungen aufzuarbeiten, bevor darauf aufbauend Betriebsöffentlichkeiten in Genossenschaften skizziert werden können.

2.1 Arbeitspolitische Öffentlichkeiten

Den Einstieg in die theoretischen Überlegungen zum Verhältnis von Öffentlichkeiten und (genossenschaftlichen) Betrieben ist im Entwurf „arbeitspolitischer Öffentlichkeiten“ von Heiner Heiland, Martin Seeliger und Sebastian Seignani (2022) zu finden, dessen unterste Ebene das Konzept der betrieblichen Öffentlichkeiten bildet. Die Autoren verknüpfen in ihrem Mehrebenenmodell verschiedene Öffentlichkeits- und Klassentheorien miteinander, um auch das Feld der Arbeit öffentlichkeitstheoretisch analysieren zu können. Es stellt somit einen Ansatz dar, industrielle Beziehungen neu zu fassen und strukturell in ein breiteres Demokratieverständnis zu integrieren. Dabei wird Öffentlichkeit durch den Blick auf die verschiedenen Arbeitsbeziehungen „materialistisch [ge]gründet und im konkreten Betriebsalltag zum Gegenstand der Analyse [ge]macht“ (Heiland/Seeliger 2022: 18).

Ausgangspunkt ist *Jürgen Habermas'* Werk „Strukturwandel der Öffentlichkeit“, in welcher dieser die Öffentlichkeit als sozialwissenschaft-

liche Kategorie entwickelt und ein normatives Konzept einer „bürgerlichen Öffentlichkeit“ (2023: 161) vorlegt. Er versteht Öffentlichkeit als *kommunikatives Handeln*, dass in der Lebenswelt der Individuen verankert ist und damit dem *systemischen, instrumentellen Handeln* des Marktes oder des Staates gegenüber steht. Gesellschaftliche Probleme können im Vergleich zu vorherigen feudalen Öffentlichkeiten nun kommunikativ in breiten Diskursen einer zentralen bürgerlichen Öffentlichkeit gelöst werden und fußen dabei auf rationalen Argumentationen (Brinkmann/Heiland 2021: 116). Sein Konzept ist somit viel mehr „eher ein normatives Ideal, eine Utopie, [...] als eine realistische Zustandsbeschreibung von Öffentlichkeit“, mit dessen Hilfe Öffentlichkeiten „mit dem Idealbild von der Aufklärung konfrontiert werden“ (Wimmer 2007: 87) können. Für Habermas ist Öffentlichkeit aber eine fundamentale Voraussetzung der demokratischen Gesellschaft und erscheint „als Prozess, der Herrschaft rationalisiert und dieser die Notwendigkeit abringt, sich zu legitimieren“ (Heiland/Seeliger/Sevignani 2022: 93). Doch die Trennung von Öffentlichem und vermeintlich Privatem bringt auch neue Probleme mit sich, da in letzteres gegenwärtig zentrale Gesellschaftsbereiche der Reproduktion und Produktion fallen, welche dem gesellschaftlichen Diskurs weitestgehend entzogen sind, was „den Klassencharakter und die patriarchale, rassistische und imperiale Funktion bürgerlicher Öffentlichkeit zum Ausdruck“ (Spehr 2001: 3) bringt. Daher bezieht Habermas seine Theorie auch nicht auf den Kontext betrieblicher Herrschaft und die wirtschaftliche Sphäre, sondern lässt diese größtenteils unterbelichtet. Denn für ihn sind die Handlungen in der Arbeitswelt zweckrationale und keine kommunikativen Handlungen, welche durch die dortigen systemischen Zwänge herbeigeführt werden und ist deswegen nicht integraler Bestandteil seiner Öffentlichkeitstheorie. Für Heiland et al. (2022: 90) blendet „der Dualismus von instrumenteller Arbeit und kommunikativer Interaktion, [...] die interaktiven Elemente von Arbeit aus“, womit die Arbeit aber als Ort der Emanzipation verkannt wird, da auch in ihr Momente kommunikativen Handelns ersichtlich sind.

Ausgehend von dieser Leerstelle, ziehen die Autoren die Idee „proletarischer Öffentlichkeit“ (2016 [1972]) von Oskar Negt und Alexander Kluge heran, welche als Kritik an Habermas Konzept formuliert wurde und versucht, den Bereich der Arbeit mit in den Blick zu nehmen. Für Negt und Kluge ist „Öffentlichkeit eine Organisationsform gesellschaftlicher Erfahrung“ (Wimmer 2007: 179), wobei in ihrer gegenwärtigen bürgerlichen Form, die *Erfahrungen der Arbeiter:innen* strukturell blockiert werden, welche sich substanziell durch Erlebnisse im Arbeitsalltag unterscheiden. Daher betonen sie die Notwendigkeit einer emanzipatorischen bzw. proletarischen Öffentlichkeit, die aber Heiland et al. (2022: 91 ff.) zufolge nicht ausformuliert wird, sondern sich nur dadurch definiert, dass sie keine bürgerliche Öffentlichkeit ist. Daher bleibt das Konzept auch „eher eine emanzipatorische Idee als gesellschaftliche Praxis“ (Prott 2003: 152), da die Bedingungen für eine Realisierung nach Negt und Kluge bisher noch nicht gegeben sind. Für die gegenwärtigen Verhältnisse sprechen sie deshalb auch von Gegenöffentlichkeiten welche in eingeschränkter Form proletarische Erfahrungen ermöglichen: Dabei müssen die individuellen Erlebnisse der Arbeitenden in größere Zusammenhänge gestellt und im Diskurs zu gesellschaftlichen Erfahrungen angereichert werden (können). Arbeiter:innen könnten so Kritik an der Gesellschaftsform und ein Streben nach Solidarität mit Gleichgesinnten direkt aus ihren Lebensumständen ableiten (Heiland/Seeliger/Sevignani 2022: 91 ff.).

Daran anschließend greifen die Autoren nun die Ideen von Nancy Fraser auf, die „subalterne Gegenöffentlichkeiten“ (2001: 129) als Räume benennt, in denen unterdrückte Stimmen wie jene der Arbeiter:innen Raum finden. Damit berücksichtigt sie „die Struktur-, Akteurs-, Sinn- und Funktionsdimension von Öffentlichkeit und deren dynamischen Zusammenhang“ (Wimmer 2007: 284). Fraser kritisiert, dass durch die Konzeption der Öffentlichkeit als eine übergeordnete Sphäre viele Stimmen (z. B. von Frauen*, Migrant:innen oder Arbeiter:innen) keinen Raum finden und deren gleiche Teilhabe nicht möglich ist. Sie geht daher von vielen Teilöffentlichkeiten bzw. Gegenöffentlichkeiten aus, in denen unterdrückte *Erfahrungen der Ausgeschlossenen* Raum

finden. Damit differenziert sie Öffentlichkeiten in viele Teilöffentlichkeiten aus, welche aber immer dazu neigen, auf die nächsthöhere Ebene kommunikativ einzuwirken. Fraser unterscheidet zwischen *starken und schwachen Öffentlichkeiten*, die entweder nur Artikulationsräume darstellen oder auch über bindende Kompetenz verfügen. Dabei forciert sie einen Hybrid aus beidem: „Starke Öffentlichkeiten mit politischer Regelungs- und Durchsetzungskompetenz müssen sich kontinuierlich vor den schwachen rechtfertigen“ (Heiland/Seeliger/Sevignani 2022: 97 f.).

Um das Feld der Arbeit in die Öffentlichkeitstheorie und die sozial-ökonomische Struktur der Gesellschaft miteinzubeziehen, greifen die Autoren „*öffentlichkeits-sensible Klassentheorien*“ (ebd.: 94) wie *Edward P. Thompson* (1980) auf. Die ungleichen Besitzverhältnisse strukturieren die Klassen, führen aber nicht automatisch zu einem gemeinsamen Klassenbewusstsein in Form von politischen Handlungen. Um diese Differenz zu überwinden, ist es einerseits notwendig, den Klassenkampf aktiv zu bestreiten. Andererseits ist es wichtig, dass die „Erfahrungen mit Konflikten, die in der kapitalistischen Gesellschaftsstruktur gründen, artikuliert, geteilt, geprägt, interpretiert und eventuell klassenbewusst in emanzipatorischer Perspektive organisiert werden können“ (Heiland/Seeliger/Sevignani 2022: 96). Dies wiederum kann nur in der Sphäre der Öffentlichkeit geschehen.

Darauf aufbauend skizzieren die Autoren ein *Mehrebenenmodell arbeitspolitischer Öffentlichkeit*, welches die komplexe empirische Realität der Arbeitssphäre zu erfassen versucht. Die „*proletarische und bürgerliche Öffentlichkeit*“ (ebd.: 99) bezeichnen nun die oberste Ebene, in welcher mithilfe von Massenmedien professionell kommuniziert wird, wodurch sich dieser Prozess zunehmend abstrakter und handlungsbeschränkender darstellt. Auf der Mesoebene werden Kommunikationsaufgaben bereits mithilfe von Sprecher:innen ausdifferenziert und es bilden sich „*Gewerkschaftsöffentlichkeiten*“ und „*Arbeitgeber:innen (Gegen-)Öffentlichkeiten*“ (ebd.) heraus. Auf der untersten Ebene befinden sich die ‚*Betriebsöffentlichkeiten*‘, in denen die Kommunikation direkt und persönlich zwischen den Beteiligten stattfindet. Auf der betriebli-

chen Ebene liegt der Fokus dieser Arbeit, weswegen darauf in späteren Kapiteln noch ausführlicher eingegangen wird.

Die Autoren schlagen im Anschluss an Habermas drei Dimensionen für die Analyse von arbeitspolitischen Öffentlichkeiten vor: „den räumlichen Bezugsrahmen, die ökonomischen Kontextbedingungen und die technischen Mittel [...] von arbeitspolitischen Öffentlichkeiten“, sprich, „Globalisierung, Kommodifizierung und Digitalisierung“ (ebd.: 100). Denn alle drei Bereiche unterlagen in den letzten Jahrzehnten umfassenden Änderungen: transnationale Arbeitsteilung, Intensivierung und Prekarisierung von Arbeitsplätzen, sowie digitales Arbeiten veränderten die Struktur der Ökonomie. Somit wandelt sich auch die öffentliche Sphäre. Diese tiefgreifenden und langwierigen Veränderungen können in der nachfolgenden kleinteiligen Analyse von Betriebsöffentlichkeiten in Genossenschaften jedoch nicht mit einbezogen werden.

Zusammengefasst ermöglicht die arbeitspolitischen Öffentlichkeiten eine systematische Analyse proletarischer Stimmen auf der Grundlage eines erweiterten Demokratiebegriffs. Durch die Betrachtung der öffentlichen Sphäre können die Lebenszusammenhänge von Arbeitenden über die klassischen Arbeitsbeziehungen hinaus in den Blick genommen werden.

2.2 Merkmale und Prinzipien von Produktivgenossenschaften

Um Genossenschaften unter den Gesichtspunkten betrieblicher Öffentlichkeiten analysieren zu können, soll die Unternehmensform zunächst aus sozialwissenschaftlicher Sichtweise charakterisiert und anschließend die spezifischen Arbeitsbeziehungen erarbeitet werden.

Genossenschaften werden von der International Cooperative Alliance definiert als „ein unabhängiger Zusammenschluss von Personen, die sich freiwillig zusammengeschlossen haben, um ihre gemeinsamen wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse und Ziele durch ein gemeinschaftliches und demokratisch kontrolliertes Unternehmen zu erfüllen“ (2015: ii). Diese Definition ist nicht nur ein Selbstverständnis, sondern auch in wissenschaftlichen Diskursen anerkannt weit ver-

breitet. Darin sind nach Rosane Yara Rodrigues Guerra (2017: 27 ff.) drei Merkmale für die Organisationsform inhärent verankert: Erstens ist die *Selbsthilfe* für Genossenschaften kennzeichnend, da sich die Beteiligten gemeinschaftlich und aus eigener Kraft, unter den bestehenden politischen und wirtschaftlichen Verhältnissen eigenständig – sprich ohne staatliche Hilfen – behelfen können. Zweitens wirtschaften sie dabei in *Selbstverantwortung*, womit sie als private, nicht öffentliche Organisation eigenständig handeln und dabei nur den Vorgaben der Mitglieder verpflichtet sind. Und drittens organisieren Genossenschaften sich durch demokratische Organe in *Selbstverwaltung*, in denen die Mitglieder partizipieren können und Leitungsrollen per Wahl legitimiert werden. Genossenschaften stellen somit Eigeninitiativen dar, durch die sich Gruppen selbstständig wirtschaftliche und soziale Unterstützung leisten und sich dabei demokratisch organisieren.

Bei von Arbeiter:innen geführten Betrieben, sprich Produktivgenossenschaften, handelt es sich um eine spezifische Variante der Genossenschaft, die sich in der Beziehung zu ihren Mitgliedern von den deutlich verbreiteteren Fördergenossenschaften unterscheidet. Fördergenossenschaften wie bspw. Bank- oder Wohnungsgenossenschaften haben es zum Ziel, gemeinschaftlich auf dem Markt zu agieren und so für ihre Mitglieder die Kondition für Beschaffung oder Vermarktung zu verbessern. In ihnen können die Mitglieder sowohl Einzelpersonen als auch Organisationseinheiten sein (ebd.: 33 ff.). Bei Produktivgenossenschaften hingegen ist die Mitgliederbasis immer die Belegschaft eines Betriebes, wodurch sie mit beiden Seiten des Marktes konfrontiert ist, da sie sowohl für die Beschaffung als auch für den Absatz gleichzeitig auf diesem tätig sein muss. In einer Produktivgenossenschaft stehen nicht die Kund:innen im Fokus, sondern die Arbeiter:innen, wodurch für diese grundlegende Unterschiede in den Arbeitsbeziehungen im Vergleich zu anderen Unternehmensformen bestehen.

Aus diesen Merkmalen lassen sich vier normative Prinzipien ableiten, welche nach Burkhard Flieger (1997), „Produktivgenossenschaften als fortschrittsfähige Organisation“ charakterisieren. Sie stellen ein Idealbild von Kooperativen dar, womit dessen Charakter als – historisch

betrachtet (vgl. Petrioli/Pelizzari 2001) – ideologische und alternative Wirtschaftsweise Rechnung getragen wird. Auf Grundlage dieser Prinzipien wird eine Analyse der genossenschaftlichen Praxis möglich, die den emanzipatorischen Charakter der ‚Genossenschaftsidee‘ berücksichtigt.

Das erste Prinzip ist das *Förderprinzip*, welches die zentrale Aufgabe einer Genossenschaft festlegt: Diese ist nicht die reine Kapitalvermehrung als Selbstzweck, sondern die Förderung ihrer Mitglieder mithilfe des erwirtschafteten Gewinns. Der Förderzweck bzw. „der Seinsgrund einer Produktivgenossenschaft besteht darin, die Mitglieder direkt und unmittelbar durch die Beschaffung und den Erhalt von Arbeitsplätzen zu fördern“ (Atmaca 2007: 516). Dieses Ziel ist die Grundlage des kollektiven Wirtschaftens, denn es stellt klar, dass das Kapital in Genossenschaften den Bedürfnissen der Genoss:innen dient und nicht umgekehrt. Eine Mitgliedschaft ist demzufolge keine Kapitalanlage, sondern ermöglicht die Förderung der Mitglieder, die gemeinschaftlich ihr Ziel verfolgen (ebd.: 513).

Die Mitgliedschaft in einer Produktivgenossenschaft hat für die Genoss:innen eine Doppelrolle als Lohnarbeiter:innen und Eigentümer:innen zuzufolge, die sich am Markt normalerweise gegenüberstehen. Die genossenschaftliche Eigentumsform vereinigt den Gegensatz zwischen Kapital und Arbeit unternehmensintern, wodurch die Mitglieder gleichzeitig Arbeitnehmer- und Arbeitgeber-Denkweisen übernehmen. Diese zweifache Beziehung zum Betrieb wird als *Identitätsprinzip* bezeichnet (Flieger 1997: 27 f.). Nach Clemens Schimmele (2019: 15) ist es entscheidend, dass mehr als die Hälfte der Belegschaft auch Mitglied ist und Abweichungen vom Idealtyp „nur ergänzende[n] Charakter“ (ebd.) haben: z. B. temporäre Arbeitskräfte, neue Mitarbeitende oder Aushilfen. Diese Praxis des „Nichtmitgliedergeschäft[s]“ (ebd.: 14) gilt zwar nach wie vor als Normabweichung, ist aber mittlerweile dennoch gängige Praxis – insbesondere aufgrund des Marktdrucks. Dies bringt allerdings gravierende Auswirkung auf die Teilhabe der Nicht-Mitglieder mit sich und untergräbt die anderen genossenschaftlichen Prinzipien.

Das dritte Prinzip ist das *Demokratieprinzip*: „ein Mensch eine Stimme“ (Flieger 1997: 32). Jedes Genossenschaftsmitglied besitzt somit eine gleichberechtigte Stimme, mit der es an wichtigen Entscheidungen teilnimmt. Gleichzeitig wird dadurch auch ein Stimmrecht unabhängig des jeweils eingebrachten Kapitals gewährleistet, wodurch verhindert wird, „dass sich der wirtschaftlich Starke [...] gegen den wirtschaftlich Schwachen durchsetzt“ (ebd.: 33). Ebenso können mithilfe dieser demokratischen Stimme auch repräsentative Wahlämter legitimiert und Handlungsaufträge für deren Amtszeit übermittelt werden. Die Arbeiter:innen haben damit neue Möglichkeiten bezüglich ihrer Arbeitssituation, da sie diese selbst ausgestalten können.

Das letzte Prinzip, das *Solidaritätsprinzip* stellt ein wichtiges Merkmal dar, um „die Scheidelinie zwischen genossenschaftlichen und nicht genossenschaftlichen Charakteristika genauer [zu] benennen“ (ebd.: 40 ff.). Solidarität meint hier eine Unternehmenskultur, in der wertorientiert gehandelt wird und in der gegenseitige Unterstützung zum Wohle der Gemeinschaft geleistet wird. Dies kann zusätzlich eine politische Dimension annehmen, indem der Solidaritätsgedanke auch sozialreformerisches Handeln umfasst. Zu diesem Zweck agieren Genossenschaften auch entgegen der Marktlogik, indem sie z. B. auf Kooperation setzen und gemeinwohlorientierte Ziele über den Profit stellen. Nach Mersmann und Novy (1991: 29 f.) sind Kooperativen nur sozialreformerisch,

„wenn sie nicht bloß der Besserstellung einer Sondergruppe dienen, wenn umgekehrt also die wirtschaftlichen Vorteile der genossenschaftlichen Organisation prinzipiell verallgemeinerungsfähig sind. [...] [S]ozialreformerische Genossenschaften verstehen sich als Substitute zu Privateigentum und Marktwirtschaft („Kooperation statt Konkurrenz“, „Solidarismus“)“.

Diese Auslegung des Solidaritätsprinzips ist auch als eine weitere Differenzierung bzw. Charakterisierung der Produktivgenossenschaft einzuordnen, da eine solche sozialreformerisch orientierte Kooperative sich von einer liberalen Variante unterscheidet. Letztere bezeichnen sich viel mehr als Unternehmensform, welche sozialverantwortlich handelt und besonders stabil wirtschaftet und grenzt sich dabei ganz bewusst gegen „Genossenschafts-“ und „Sozialromantiker“ (Berger 2008: 416 ff.)

ab, welche mithilfe der demokratischen Unternehmensform die soziale Frage lösen wollen. „Sozialreformerische Produktivgenossenschaften“ (Kerber-Clasen 2012: 282), wie sie bis hierhin charakterisiert wurden, handeln auch über ihre eigenen Interessen hinaus und lassen sich somit als Teil der solidarischen Ökonomie einordnen, welche sich in sozialer, politischer und wirtschaftlicher Hinsicht am Gemeinwohl orientiert (Walk/Elsen 2016: 66).

Produktivgenossenschaften befinden sich permanent im Spannungsverhältnis zwischen ihrem Idealtyp und dem Druck des Marktes. In der Literatur wird daher seit Langem das *Transformationsgesetz* nach Beatrice Webb (1930 [1891]: 149 ff.) diskutiert, demzufolge die genossenschaftlichen Betriebe sich den kapitalistischen Unternehmensformen angleichen, wenn sie vorher nicht bereits scheitern. Dabei geht es nicht um „gewisse betriebswirtschaftliche Zugeständnisse [...], sondern Unternehmergenossenschaften, die sich praktisch nicht von den Unternehmen unterscheiden, als deren Gegenentwurf sie erst gegründet worden sind“ (Schimmele 2019: 131). Wie Schimmele (ebd.: 156 ff.) kritisch erörtert, ist diese Transformation aber keineswegs eine Gesetzmäßigkeit, sondern eine mögliche Tendenz, welcher durch eine hohe Mitgliederquote in der Belegschaft entgegengewirkt werden kann.

Genossenschaften zeichnen sich durch die Merkmale der *Selbsthilfe*, *Selbstverwaltung* und *Selbstverantwortung* aus und lassen sich in *Förder-* und *Produktivgenossenschaften* sowie in *liberale* und *sozialreformerische* Varianten unterteilen. Arbeiter:innengenossenschaften zeichnet die besondere Ausprägung der *vier Prinzipien* eine demokratische, bedürfnisorientierte und solidarische Wirtschaftsweise aus. In diesem Sinne kann die Arbeiter:innengenossenschaft den gesellschaftlichen Widerspruch zwischen Kapital zwar nicht aufheben, aber den Versuch einer Aussetzung innerhalb des Betriebes verfolgen. Aktives Verfolgen der normativen Prinzipien garantiert dabei das genossenschaftliche Wirtschaften.

2.3 Arbeitsbeziehungen in Arbeiter:innengenossenschaften

Im Anschluss an den spezifischen Charakter von Kooperativen werden nun ihre spezifischen Arbeitsbeziehungen erarbeitet, um diese öffentlichkeitstheoretisch betrachten zu können. Unter Arbeitsbeziehungen, auch *industriellen Beziehungen* genannt (vgl. Müller-Jentsch 2017: 3), werden Formen der institutionellen Mitbestimmung, sowie die Tarifverhandlungen zwischen Gewerkschaften und Arbeitgeber:innenverbänden verhandelt. Arbeitsbeziehungen haben „das Arbeitsverhältnis [als] ihr[en] Dreh- und Angelpunkt“ (ebd.: 4) und beschreiben die Aushandlungsprozesse zwischen den Positionen der Arbeitgeber:innen und Arbeitnehmer:innen. Diese Aushandlungen von Arbeitsbeziehungen finden innerhalb von arbeitspolitischen Öffentlichkeiten statt. Durch diese Struktur wird bereits ein „Klassenkompromiss“ (Demirović 2008: 387) zwischen Kapital und Arbeit impliziert, den gegenwärtig keiner der beiden Seiten grundlegend infrage stellt. Die konfliktreiche Geschichte der Arbeiter:innenbewegung war aber immer auch ein Kampf für eine umfangreiche Demokratisierung der Wirtschaft. Darin spielten neben den Gewerkschaften und politischen Parteien auch Genossenschaften als ‚dritte Säule‘³ dieser Bewegung eine wichtige Rolle. Sie stellten für die Arbeiter:innen eine Möglichkeit dar, sich partiell selbst zu organisieren und so innerhalb der Marktlogik vereinzelt solidarische Räume zu schaffen. Genossenschaften haben somit zwar eine lange Vergangenheit, sind aber hierzulande – anders als etwa in Frankreich oder Italien – spätestens seit der NS-Zeit kein relevantes Standbein der Arbeiter:innenbewegung mehr (Notz 2021: 80 ff. & 129 ff.).

Die im vorherigen Kapitel angeführten Eigenarten der Produktivgenossenschaften verändern in ihrer Konsequenz auch die Arbeitsbeziehungen im Betrieb. Diese sind immer auch Ausdruck, der Handlungsmacht von organisierten Arbeiter:innen, welche in Kooperativen durch die Selbstverwaltung deutlich umfangreicher ausfällt. Daher wird im

3 Dem Gewerkschafter Adolph von Elm zufolge müsse eine starke Arbeiter:innenbewegung auf drei Säulen gründen: 1. Partei, 2. Gewerkschaften und 3. proletarische Selbsthilfe, wie z. B. Genossenschaften.

Folgendem der *Jenaer Machtressourcenansatz* nach Stefan Schmalz und Klaus Dörre (2014) verwendet, um die Arbeitsbeziehungen in Produktivgenossenschaften aus der Perspektive der Arbeiter:innen zu veranschaulichen. Der Machtressourcenansatz nimmt von dieser differenzierenden Perspektive aus die verschiedenen Macht-Quellen der Arbeiter:innen in den Fokus. Dabei geht es um „die Fähigkeit die eigenen Interessen unter den gegebenen Rahmenbedingungen durchzusetzen“ (ebd.: 221), womit nachfolgend die Handlungsmöglichkeiten von Arbeiter:innen in selbstverwalteten Betrieben erörtert werden. Dabei ist die Mitgliedschaft entscheidend, da sie den Unterschied zwischen abhängiger Beschäftigung und demokratischer, wie unternehmerischer Teilhabe ausmacht. Im Folgenden werden daher die Besonderheiten für Genossenschaftler:innen herausgearbeitet, da die Machtressourcen für Nicht-Mitglieder wie in anderen Unternehmensformen verbleiben.

Die erste Ressource – die *strukturelle Macht* – bezieht sich auf die „Stellung der Lohnabhängigen im ökonomischen System“ (ebd.: 222), also einerseits die Einbindung in den Produktionsprozess aber auch in den Arbeitsmarkt. Letzteres beschreibt die Möglichkeiten die persönlichen Arbeitsverhältnisse zu verbessern, indem die Nachfrage nach spezifischen beruflichen Kompetenzen individuell genutzt wird. Für die Analyse von Betrieben entscheidender ist aber die „Produktionsmacht“ (ebd.), sprich die Macht den Betriebsablauf etwa durch Untätigkeit, Manipulationen oder gar Streiks zu stören. Dieses Mittel entspringt dem Gegensatz zwischen Arbeitnehmer:innen und Arbeitgeber:innen und ist auf individueller Ebene der einzelnen Arbeiter:innen vorzufinden. Für die Mitglieder der Produktivgenossenschaften steht diese Möglichkeit allerdings nicht zur Verfügung, denn sie würden sich hauptsächlich selbst schaden, da der Gegensatz in der Doppelrolle der Genossenschaftler:innen internalisiert und es somit ihr eigener Betrieb ist. Ebenso kann sich diese individuelle Macht über die Produktion aber auch dadurch ausdrücken, dass Arbeiter:innen einen eigenen Wissensbestand über den Betriebsablauf haben und diesen destruktiv aber vor allem auch konstruktiv einsetzen können (Frey/Gnisa/Nierling 2024: 51). In diesem Sinne ist als Ausdruck struktureller Macht

in genossenschaftlichen Betrieben etwa mit Verbesserungsvorschlägen ausgehend vom jeweiligen Arbeitsplatz zu rechnen. Hierin zeigt sich auch das Identitätsprinzip, da eine hohe Verbundenheit zur Kooperativen den Willen der konstruktiven Mitarbeit fördern kann.

Die *Organisationsmacht* bezeichnet die gebündelte strukturelle Macht und umfasst kollektive Arbeiter:innenorganisationen – wie etwa Gewerkschaften oder Parteien – welche bspw. Streiks oder Demonstrationen organisieren. In den Betrieben fallen darunter aber auch Betriebsräte, Vertrauensleute oder etwa gewerkschaftliche Betriebsgruppen (Schmalz/Dörre 2014: 224). Die genossenschaftliche Organisationsform kann selbst als ein kollektives Instrument angesehen werden, das Arbeiter:innen Handlungsmacht auf Unternehmensebene ermöglicht. Der Fokus liegt dabei auf dem kollektiven Handeln der Belegschaft. Zusätzlich sind in Kooperativen auch Betriebsratsstrukturen und Ähnliches denkbar und werden insbesondere mit Blick auf Ungleichheiten zwischen Angestellten und Mitgleitern als Mehrwert angesehen, da „[d]as Mitbestimmungsgesetz [...] dafür sorgen [kann], dass auch die Beschäftigten nicht vom Demokratie- und Solidaritätsprinzip ausgeschlossen werden“ (Klemisch/Boddenberg 2018: 296). Während der kollektive Streik für Genossenschaftler:innen weiterhin keine Option ist, erscheint politisches Handeln als eine wichtige Machtressource um Einfluss auf die Rahmenbedingung des Betriebes zu nehmen. Damit sind vor allem branchenspezifische Marktbedingungen gemeint, welche sowohl durch wirtschaftliche Kooperationen als auch strukturelle politische Interessenvertretung etwa in Verbänden denkbar sind (vgl. Glaser/Humbert 2025). Die Macht genossenschaftlicher Organisation steigert sich, wenn mehrere Betriebe beginnen miteinander zu kooperieren und sich gegenseitig stützen (Weber/Unterrainer 2018: 246 ff.). Anstatt der Konkurrenz rückt die Organisationsform – gemäß dem Förderprinzip – die Bedürfnisse der Mitarbeitenden in den Vordergrund.

Unter *institutioneller Macht* werden verbriefte Rechte und staatliche Einrichtungen verstanden, die in der Vergangenheit erkämpft wurden und somit Einfluss in den Rechtsstaat gefunden haben, wie z. B. die

Rechte der institutionellen Mitbestimmung (Schmalz/Dörre 2014: 227). Im Hinblick auf Genossenschaften, könnten etwa Tarifverhandlungen nur für Nicht-Mitglieder stattfinden. Auf politischer Ebene ist aber die Existenz ihrer Rechtsform bereits ein wichtiger Eckpfeiler, da sie Betriebe unter Arbeiter:innenkontrolle ermöglicht. Auf Betriebsebene ist die Machtressource im Fall der Genossenschaften dadurch eng mit der Organisationsmacht zu betrachten, da das Kollektiv der Genoss:innen sich auf die bürgerlichen Rechte und Pflichten ihrer Mitgliedschaft berufen kann. Auch die Genossenschaften bringen so die von Dörre und Schmalz kritisch hervorgehobene Kehrseite der Institutionalisierung des Klassenkonfliktes durch geregelte Aushandlungsprozesse mit sich, da Arbeiter:innen Selbstorganisation auf den gesetzlichen Rahmen beschränkt wird und auch hier durch die „Einhegung des Klassengegensatzes [...] Konflikte von ihrem politischen Gehalt separiert, in die ökonomische Sphäre verbannt und innerhalb einzelner Institutionen reguliert werden“ (ebd.: 228) – so auch in der Genossenschaft als Institution. Im Sinne der Selbstverwaltung ist es dennoch möglich, rechtlich bindend bspw. auf die gemeinschaftliche Ausgestaltung der Unternehmenssatzung sowie auf die Umsetzung und Überwachung der Änderungen einzuwirken. Somit ist die Ausgestaltung der Satzung eine Methode, um Einfluss auf die Arbeitsorganisation zu nehmen und dem Demokratieprinzip nach, eine zentrale Form institutioneller Macht, die weit über betriebliche Mitbestimmung hinaus geht.

Die letzte Machtressource wird in der *gesellschaftlichen Macht* gesehen, in der Akteure wie die Gewerkschaften Bündnisse mit anderen gesellschaftlichen Gruppen, z. B. aus der Klimabewegung eingehen, um für geteilte Interessen einzustehen. Darin ist sowohl „Kooperationsmacht“ als auch „Diskursmacht“ (ebd.: 231) inbegriffen, da so eine breitere gesellschaftliche Akzeptanz von Forderungen erreicht wird. Diese Möglichkeit besteht auch für einzelne genossenschaftliche Betriebe, wenn sie sich bspw. für eine Umstellung zu nachhaltiger Produktion einsetzen und dafür Subventionen anstreben (vgl. Pätzold 2025). Somit zeigt sich das Solidaritätsprinzip und der sozialreformerische Anspruch: für das Gemeinwohl zu Wirtschaften ist auch im Interesse

aller anderen Bürger:innen. In dieser Machtressource finden sich bereits erste Anknüpfungspunkte an Öffentlichkeit in arbeitspolitischen Prozessen, wobei die Gegenöffentlichkeit allerdings nicht auf innerbetriebliche Handlungsräume bezogen wird.

Der Machtressourcenansatz verdeutlicht die veränderten Arbeitsbeziehungen in und mit den Produktivgenossenschaften: Strukturelle Macht kann nicht nur destruktiv, sondern auch konstruktiv ausgeübt werden; Organisationsmacht zeigt sich in der Genossenschaft selbst, als ein kooperatives Instrument zur Selbsthilfe; institutionelle Macht ermöglicht weitreichende demokratische Partizipation; und gesellschaftliche Macht kann auf Betriebsebene unverändert eingesetzt werden. Der Ansatz zeigt Handlungsmöglichkeiten für Genossenschaftler:innen auf, wenngleich seine Konzeption immer auf dem Kapitalgegensatz angelegt ist und deswegen das Gegenmachtkonzept für Kooperativen, zumindest innerhalb des Betriebes, nicht immer passend ansetzt.

2.4 Betriebliche Öffentlichkeiten

Nach den erläuterten Eigenheiten der Produktivgenossenschaften, werden nachfolgend die theoretischen Überlegungen zu Betriebsöffentlichkeiten als unterste Ebene der arbeitspolitischen Öffentlichkeiten ausgeführt, um diese beiden Stränge später verknüpfen zu können.

Das Konzept der betrieblichen Öffentlichkeiten wurde von Ulrich Brinkmann und Heiner Heiland (2021) entworfen, primär mit Anlehnung an Habermas' Theorie. Deren ausführlicher Konzeption folgend sollen aber die Diskussionserkenntnisse zur arbeitspolitischen Öffentlichkeit (vgl. Kap. 2.1) mit aufgenommen werden. Sie definieren *Betriebsöffentlichkeit*

„als Sphäre der zum Publikum versammelten Beschäftigten eines Betriebes, die diese Öffentlichkeit gegen die Unternehmensleitung beansprucht, um sich mit dieser über die allgemeinen Regeln der grundsätzlichen privatisierten, aber für die Arbeitenden relevanten Sphäre der Arbeit auseinanderzusetzen“ (ebd.: 119).

Der Fokus liegt nach ihrer Definition vor allem auf Öffentlichkeiten, welche durch die *gegensätzlichen Interessen von Arbeitgeber- und Arbeitnehmer:innen* geprägt sind und *betriebliche Herrschaft* mithilfe von Öffentlichkeit gefestigt oder hinterfragt wird. Dabei existieren „strukturelle Asymmetrien“ (ebd.: 120) zugunsten der Arbeitgeber:innen, aufgrund von mehr Machtressourcen: Zum einen kontrollieren sie, welche Geschehnisse des Betriebs überhaupt nach außen gelangen und zum anderen lassen sie keinen Diskurs zu, der ihre betriebliche Herrschaft infrage stellen kann. In ihrem Konzept der Betriebsöffentlichkeiten stellen sie damit zunächst die Form betrieblicher Diskurse in den Fokus. Wie auch Hans-Jürgen Arlt (1999: 191) festhält, handelt es sich bei diesen „restriktiven Kommunikationsverhältnissen der traditionellen Betriebsöffentlichkeit“ um Strukturen, in denen die Belegschaft überwiegend keine aktive Sprecherrolle übernimmt und lediglich adressiert wird. Und selbst dort, wo sie mithilfe des Betriebsverfassungsgesetzes Sprachrohre entwickelt – z. B. in Form von Betriebsräten oder Gewerkschaften – wird diese Form der Gegenöffentlichkeit auf der Grundlage des Privateigentums der Unternehmensbesitzer:innen so stark wie möglich eingegrenzt (ebd.: 190). Doch obwohl kapitalistische Unternehmen privaten Interessen der Gewinnorientierung dienen, können diese nach Habermas (2023: 240) nicht als private Angelegenheit eingeordnet werden, auch wenn sie nicht gezielt im Sinne der Gesellschaft wirtschaften oder die Interessen der Beschäftigten berücksichtigen. Herkömmliche Betriebe sind trotz ihrer gesellschaftlichen Dimension nicht demokratisch begründet, sondern hierarchisch organisiert, indem der „Arbeitsvertrag oder die property rights die betriebliche Herrschaft legitimieren“ (Brinkmann/Heiland 2021: 119). Damit folgt die Entscheidungslogik dem Prinzip der Effizienz, anstatt menschlichen Bedürfnissen nachzugehen. Gleichzeitig können Unternehmen aber nicht ausschließlich nach einer Systemlogik funktionieren, da nach Habermas auch „die lebensweltliche Integration“ (ebd.) in die Gesellschaft notwendig ist. Da diese verschiedenen Sozialintegrationsvarianten im Betrieb aufeinandertreffen, werden an diesem Ort auch die Konflikte ausgetragen, welche die Verschiedenheit mit sich bringt (ebd.).

Diese klassenorientierten Auseinandersetzungen werden nach Heiner Heiland und Martin Seeliger (2022: 9) als arbeitspolitische Prozesse in das Konzept der betrieblichen Öffentlichkeit aufgenommen. Damit wird im Vergleich zum Ansatz von Negt und Kluge ein anderer Umgang mit betriebsinterner Kommunikation gewählt, denn diese betrachten die dortigen Verhältnisse in etwa Betriebsversammlungen als „absolutistisch“ (2016: 69) und halten die systemischen Zwänge als vorherrschend. Somit könne die Betriebsöffentlichkeit keine Öffentlichkeiten im emanzipatorischen Sinne sein. Dass diese Analyse verkürzt ist, macht bereits der Beitrag von Eberhard Schmidt und Edgar Weick (1975) deutlich, die eine Vielzahl von Medien und Räumen der Arbeiter:innenschaft identifizieren: Werks- und Gewerkschaftszeitungen, Flugblätter sowie Gewerkschaftsversammlungen. Kommunikation findet in den Betrieben also auch unter unfreien Bedingungen statt. Schwerpunkt ihres Ansatzes ist es „proletarische[] Öffentlichkeit als Verständigungszusammenhang proletarischer Interessen und Erfahrungen im Bereich des Betriebs und im Rahmen der Organisationen der Arbeiterbewegung“ (ebd.: 467) und Prozesse der Kollektivierung von Interessen im und durch die Arbeitswelt begründet zu begreifen.

Durch diesen Blick auf die konkreten Kommunikationsmöglichkeiten auf Betriebsebene unternehmen Heiland und Seeliger eine „materialistische Rückbindung“ (2022: 6) der Öffentlichkeits- bzw. Demokratietheorie, wobei sie im Gegensatz zu früheren Ansätzen einen neuen Schwerpunkt setzen. Während „sich Schmidt/Weick in Anschluss an Negt/Kluge um ‚öffentliches Bewusstsein‘ jenseits ‚trade-unionistischer‘ Verengung [sorgen], geht es bei Brinkmann/Heiland zunächst einmal um die Suche nach gewerkschaftlichem bzw. eigensinnigem Handeln“ (Ochsmann 2024: 18). Vermutlich auch dem zeitlichen Kontext geschuldet ist das jüngere Konzept betrieblicher Öffentlichkeiten deutlich deskriptiver ausgelegt und weniger auf die Suche und Erklärung ausbleibender klassenpolitischer Mobilisierung zugespitzt. In dieser Arbeit soll der Schwerpunkt auf den institutionellen betrieblichen Öffentlichkeiten von Brinkmann und Heiland (2021) liegen, aber auch die ‚organische‘ Perspektive von Schmidt und Weick (1975) durch die Auswahl

der qualitativen Kriterien im Analyserahmen (Kap. 3.2) bewusst mit aufgenommen werden.

Das Konzept beinhaltet ein normatives Verständnis von Öffentlichkeit, welches bereit in Habermas Theorie angelegt ist, indem er diese nicht nur deskriptiv konzipiert, sondern auch als „ein[en] normative[en] Fluchtpunkt, der Herrschaft und Vernunft aneinanderkoppelt“ (Brinkmann/Heiland 2021: 116). Damit wird eine Gegenüberstellung vom theoretischen Idealtyp und der empirischen Praxis ermöglicht womit „eine Brücke zwischen empirischer und theoretischer Demokratieforschung“ (Heiland/Seeliger 2022: 8) gebaut wird. Betriebliche Öffentlichkeiten sind somit ein soziales Phänomen, welches deskriptiver Analyse bedarf, an das aber in seiner Konzeption bereits normative bzw. emanzipatorische Ansprüche getragen wird, angepasst an die Strukturen der Arbeitswelt.

Der Ansatz verbindet somit kritische Demokratietheorie mit den Gegebenheiten des betrieblichen Alltags und fokussiert sich dabei auf die strukturellen Ungleichheiten aufgrund des Klassegegensatzes. Es zeigten sich historisch unterschiedlich ausgelegte Interpretationen, die beide weiter aufgegriffen werden.

2.5 Genossenschaftliche Öffentlichkeit

Anschließend an die Konzeption der arbeitspolitischen Öffentlichkeiten sowie der Besonderheiten von Produktivgenossenschaften und ihren Arbeitsbeziehungen wird deren spezifische Form von Betriebsöffentlichkeiten hergeleitet. Ihre Rahmenbedingungen unterscheiden sich klar von denen der herkömmlichen Unternehmen, da die soziale und ökonomische Zielsetzung eine gänzlich andere ist, weswegen auch die Herrschaftsstrukturen abweichen.

In Produktivgenossenschaften, verändert sich der Blick auf die *Betriebsöffentlichkeit*, aufgrund der im Vergleich zu konventionellen Unternehmen veränderten Struktur. Zwar sollte nach wie vor den Fokus auf der Analyse von betrieblicher Herrschaft legen, der Interessenkonflikt zwischen Arbeitnehmer:innen und -geber:innen ist aber so nicht

mehr gegeben. Es stellt sich dennoch die Frage, ob die Interessen der Belegschaft zum Zuge kommen oder ob die *leitenden Organe der Genossenschaft* bspw. eigene Interessen verfolgen. Auch stellen die umliegenden Marktbedingungen die Kooperativen vor Herausforderungen, durch welche die Diskurse beeinflusst werden können (Flieger 1997: 142f.). Die Kontrolle darüber, was nach innen und außen kommuniziert wird, liegt dem Aufbau nach viel näher an den einzelnen Arbeitenden, welche einen großen Einfluss auf die Öffentlichkeiten des Betriebes nehmen können. Denn in einer Genossenschaft kann die betriebliche Herrschaft zur Diskussion gestellt werden, da diese sich demokratisch legitimieren muss. In Anbetracht der eigenen Funktionsweise von Arbeiter:innengenossenschaften soll deren betriebliche Öffentlichkeiten daher verstanden werden als Sphäre der zum Publikum versammelten Arbeiter:innen eines Betriebes, die diese Öffentlichkeit für sich beansprucht, um sich über die allgemeinen Regeln der für die Arbeitenden relevanten Sphäre der Arbeit auseinanderzusetzen.

In dieser könnten die Erfahrungen der Arbeitenden organisiert werden und einzelne Personen zu Wort kommen und ihre Interessen in einer Teilöffentlichkeit artikulieren.

Ausgehend von diesem Verständnis genossenschaftlicher Betriebsöffentlichkeiten, kann deren konkrete Ausgestaltung skizziert werden. Dabei liegt der Fokus auf der institutionalisierten Öffentlichkeit der Organisationsform Genossenschaften, sowie den damit zusammenhängenden veränderten Arbeitsbeziehungen. In Anlehnung an Brinkmann und Heiland (2021: 120) und mit Blick auf die spezifischen genossenschaftlichen Strukturen kommen für die Arbeiter:innen drei Möglichkeiten der Teilhabe an der Öffentlichkeit infrage:

- 1) Die betriebliche Mitbestimmung nach dem Betriebsverfassungsgesetz bietet auf sehr begrenzte Art einen Raum für die Interessen der Beschäftigten von konventionellen Unternehmen. Hierbei steht vor allem der gewählte Betriebsrat im Fokus, welcher allerdings nicht gegen die Verfügungsrechte der Kapitaleseite ankommt und größtenteils nur angehört oder informiert werden muss, wobei er aber strengen Geheimhaltungspflichten unterliegt (ebd.: 120). Anstelle dieser nur be-

dingt demokratischen Ansätze ist in Produktivgenossenschaften theoretisch der gesamte Arbeitsprozess von den Mitgliedern über *demokratische Strukturen* aus gestaltbar. Dabei sind sowohl konkrete unternehmerische Entscheidungen, als auch die prinzipielle Unternehmensstrategie über den Diskurs der Belegschaft veränderbar. Somit können die Arbeiter:innen selbstbestimmt und am eigenen Interesse orientiert entscheiden, wohin die Produktivkraft des Unternehmens fließt und auf welche Art dies umgesetzt werden soll. Der „Rahmen verbriefter Rechte der Beschäftigten“ (Heiland/Seeliger 2022: 9) ist dadurch auf der *Betriebsebene* deutlich umfangreicher. Durch diese *demokratische Teilhabe* in Genossenschaften wird die Betriebsöffentlichkeit ein Teil ihrer Struktur. Darin zeigt sich sowohl das Demokratieprinzip als auch institutionelle Macht der Genossenschaftler:innen und es wird nochmals die Wichtigkeit des Identitätsprinzips, bzw. der Mitgliedschaft deutlich.

2) Die in privatwirtschaftlichen Unternehmen gewährten Beteiligungsmöglichkeiten der „Zonen der Autonomie“ (Brinkmann/Heiland 2021: 121) am Arbeitsplatz ermöglichen zwar Beteiligung an betrieblicher Öffentlichkeit, sind aber von vornherein auf Produktivitätssteigerung ausgelegt. Sie werden dazu genutzt, um an das umfangreiche Wissen der Beschäftigten über den Arbeitsprozess zu gelangen. Es handelt sich um „Top-down Öffentlichkeiten“ (ebd.: 121), mit klaren Zielen und fixen Rahmenbedingungen, die keinesfalls rechtlich verankert sind, sondern vom Wohlwollen des Managements abhängen. In Produktivgenossenschaften sind hingegen theoretisch die Möglichkeiten gegeben, eine *direkte Partizipation am Arbeitsplatz* durch einen internen (Satzungs-)Beschluss zu ermöglichen. Da sich die Genossenschaftsdemokratie zunächst auf die Unternehmensebene fokussiert, müssen die Mitglieder diesen Zusatz aktiv einfordern. Eine emanzipatorische Auslegung der Struktur ermöglicht die Partizipation auf der *untersten Ebene* – wie etwa Wahlen von Vorgesetzten, sowie selbstbestimmte (Gruppen-)Arbeit. Dabei können anstatt der Effizienzsteigerungen die Interessen der Arbeiter:innen im Vordergrund stehen. Darin wird das

Förderprinzip besonders ersichtlich und die strukturelle Macht der Mitarbeitenden könnte konstruktiv in Erscheinung treten.

3) Die dritte Erscheinungsform betrieblicher Öffentlichkeiten sind unstrukturierte und sich eigensinnig bildende Räume, sprich ein nicht-institutionalisierter Diskurs. Dieser bildet sich durch die „selbstständige Mobilisierung von Handlungsfähigkeit und konkretem politischen Einfluss [...], die unabhängig von der gegen die Betriebs- und Unternehmensleitung beziehungsweise die etablierten Vertretungsorgane im Rahmen von Graswurzel initiativ entstehen“ (Heiland/Seeliger 2022: 10). Da hierzu keine grundlegenden Unterschiede zu privatwirtschaftlichen Unternehmen erwartet werden, wird auf diesen Kommunikationsraum nicht weiter eingegangen und der Fokus auf die institutionellen Unterschiede gelegt. An die Idee eigensinniger Kommunikation soll allerdings anderweitig angeknüpft werden. Genossenschaften, verstanden als Instrument der Arbeiter:innen, institutionalisieren die Kommunikation zwar, aber theoretisch ohne Herrschaftsverhältnisse. Daher soll die *Ebene der überbetrieblichen Öffentlichkeit* mit in den Blick genommen werden. Denn diese scheint durch das Solidaritätsprinzip eng mit dem emanzipatorischen Gedanken der Genossenschaftsidee verbunden zu sein und äußert sich durch verschiedene *Formen der Kooperation*. Die Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Genossenschaften ist daher keine Seltenheit (Weber/Unterrainer 2018: 247) und eine der marktwirtschaftlichen Konkurrenz gegensätzlichen Handlungsmaxime. Somit wohnt den Arbeiter:innengenossenschaften eine weitere Ebene der betrieblichen Öffentlichkeit inne, welche dem emanzipatorischen Potenzial der Unternehmensform entspringt. Dem gegenüber steht die diskontinuierliche politische Vertretung und Zusammenarbeit mit Parteien und Gewerkschaften in (West-)Deutschland, welche Genossenschaften zwar stellenweise befürworteten, aber es nie zu einer strukturellen Kooperation gekommen ist und auch regelmäßig Vorbehalte geäußert wurden (Flieger 1997: 49 ff.). Auch die verpflichtende Mitgliedschaft in Genossenschaftsverbänden beschreibt Flieger (ebd.: 54 ff.) als Hindernis, da sie kaum die Rolle einer politischen Interessenvertretung übernehmen, sondern im Sinne rechtsstaatlicher

Prinzipien prüfend und regulierend auf die Genossenschaften einwirken. Auf dieser Ebene ist die Organisations- und gesellschaftliche Macht der Arbeiter:innen sowie das Solidaritätsprinzip zentral.

Die Konzeption der genossenschaftlichen Öffentlichkeiten ist dementsprechend auf drei Ebenen aufgeteilt und richtet sich dabei an den verschiedenen Ebenen politischer Diskurse aus, die von Jürgen Gerhards und Friedhelm Neidhardt (1990) entworfen wurden. Zuerst beschreiben sie direkte individuelle Begegnungen als „Encounter-Öffentlichkeit“ (ebd.: 21), in welcher Kommunikation in wechselseitigen sprechenden und zuhörenden Rollen stattfindet. An den Arbeitsplätzen bzw. in den Arbeitsgruppen der Kooperativen wird ein solcher Austausch erwartet, dessen Medium überwiegend die direkte Kommunikation zwischen den einzelnen Arbeiter:innen ist. Aber auch vermittelnde, demokratische Partizipation ist auf dieser Ebene denkbar. Die Mesoebene umfasst organisationale Kommunikationsprozesse, in denen mithilfe von Regelwerken und ausdifferenzierten Rollen etwa Versammlungen und Veranstaltungen abgehalten werden (ebd.: 22 f.). Diese Beschreibung trifft auf die genossenschaftlichen Strukturen der skizzierten Betriebsebene zu, indem die demokratischen Stimmen innerhalb des genossenschaftlichen Organs der Generalversammlung sowie die dortigen Wortergreifungen der verschiedenen Akteure (Mitglieder, Aufsichtsrat und Vorstand) die Kommunikationsmedien dieser Ebene bilden. Die oberste Ebene beinhaltet weitestgehend professionell geführte Kommunikation über Massenmedien, in denen keine direkten Beziehungen zwischen den Teilnehmenden bestehen und repräsentative Sprecher:innenrollen überwiegen (ebd.: 23 ff.). Die überbetriebliche Ebene von Produktivgenossenschaften zielt auf die Beteiligung an diesen Diskursen ab, auch wenn weiterhin viele Elemente der mittleren Ebene zu erwarten sind. So wird etwa durch repräsentative Vertreter der Genossenschaft in abstrakten Medien wie politischen Interessenvertretungen, Verbandsmitgliedschaften oder journalistischen Arbeiten kommuniziert. Das Verhältnis zwischen Sprecher:innen und Publikum wird somit stets abstrakter und eine Partizipation zunehmend schwieriger (ebd.: 33).

Die Betriebsöffentlichkeiten in Genossenschaften, wie in *Tabelle 1* zusammengefasst, zeigen sich durch den für sie zentralen demokratischen Aufbau. Die genossenschaftliche Eigentumsform ermöglicht der Struktur nach, herrschaftsfreie Diskurse innerhalb des Betriebes, sowie über ihn hinaus. Gleichzeitig sind partizipative Arbeitsplätze nicht unmittelbar gegeben, wogegen der Kooperationsgedanke aber eine überbetriebliche Öffentlichkeit begünstigt.

Ebenen der Betriebsöffentlichkeit	Erscheinungsform	Kommunikationsmedien	Arbeitspolitische Akteure
Mikroebene: Unterste Ebene	Partizipation am Arbeitsplatz z. B. Autonome Gruppenarbeit, Wahlen von Vorgesetzten	Wortergreifungen (und optionale Demokratie)	Individuum bzw. Arbeiter:innen
Mesoebene: Betriebsebene	Institutionalisierte demokratische Strukturen z. B. Genossenschaftsorgane wie die Generalversammlung	Genossenschaftliche Demokratie (Wahlen und Beschlüsse) und Wortergreifungen	Ausdifferenzierte Rollen, wie Mitglieder, Vorstand & Aufsichtsrat
Makroebene: Überbetriebliche Öffentlichkeiten	Verschiedene Formen der Kooperation z. B. Kooperation mit anderen Genossenschaften	Wirtschaftliche Zusammenarbeit, politische Interessenvertretungen, journalistische Arbeiten	Repräsentative Vertreter der Genossenschaften

Tabelle 1: Genossenschaftliche Öffentlichkeiten

(Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an Gerhards/Neidhart (1990))