



Dr. Ronald Gocht

HTW Dresden, Fakultät Landbau, Umwelt, Chemie

Telefon: 0351-462-3020

eMail: [gochtr@htw-dresden.de](mailto:gochtr@htw-dresden.de)

---

# Kooperation

## und regionale Verbände

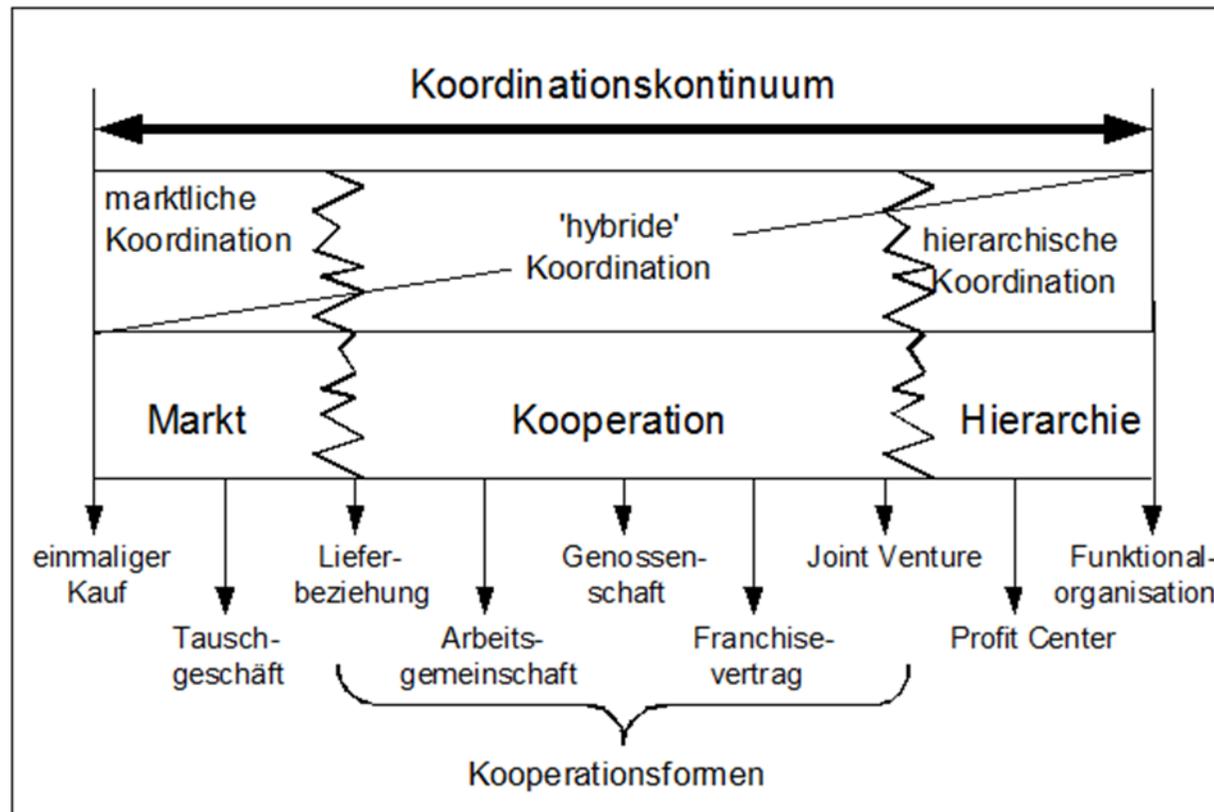
*Vortrag zum Fachseminar „Produktion in der Einzelhandelsgärtnerei“  
Dresden-Pillnitz am 8. Februar 2017*

# ***Übersicht:***

- 1 Begriff
- 2 Unterscheidungskriterien und Kooperationsformen
- 3 Management
- 4 Kooperationsbedarf
- 5 Kooperation im Produktionsbereich
- 6 Kooperation in der Einzelhandelsgärtnerei
- 7 Zusammenfassung

# 1 Begriff

Kooperation ist "eine auf stillschweigenden oder vertraglichen Vereinbarungen beruhende Zusammenarbeit zwischen rechtlich selbständigen und in den nicht von der Kooperation betroffenen Bereichen auch wirtschaftlich nicht voneinander abhängigen Unternehmungen" (BÜCHS 1991).

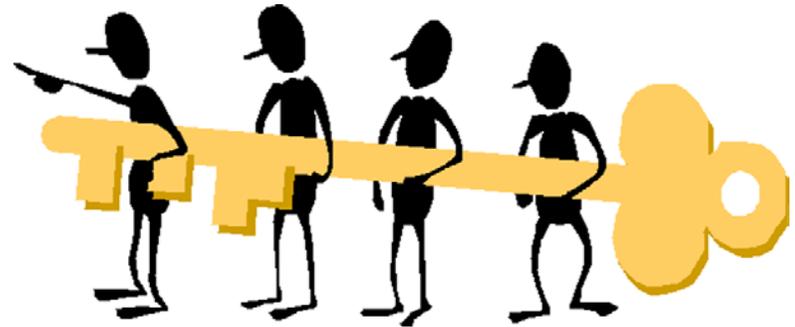


- synonym:  
Zusammenarbeit
- Coopetition
- ähnlich:  
Zusammenschluss,  
Teamwork,  
Netzwerk,  
Collaboration...

# 1 Begriff

Kooperationsprinzip:

- erreichen, was der Einzelne nicht schaffen kann
- Synergieeffekte
- Kooperationsgewinn



***Gemeinsam stark!***

Kooperationsebenen:

- überbetrieblich (Verband/Kammer)
- zwischenbetrieblich

„Regionaler Verbund“ = regionale Schulkooperationen, auch Bibliotheks~

## 2 Unterscheidungskriterien

Dimension	Ausprägung	Bemerkungen und Beispiele
1) nach der <b>Intensität</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informelle Kooperation</li> <li>• Spezialisierte Kooperation</li> <li>• Verselbständigung von Funktionen</li> </ul>	<p>Koordination getrennt abgewickelter Geschäftsaktivitäten der Partner: -Erfahrungsaustausch, -Balkonpflanzenmarkt, -Einkaufsquellenaustausch</p> <p>koordinierte wechselseitige Spezialisierung für gemeinschaftliche Aufgabenerfüllung: -Hardwareeinkauf durch einen der Kooperationspartner, - gegenseitige Sortimentsergänzung</p> <p>Ausgliederung der kooperativen Geschäftsaktivitäten in einem eigenständigen Geschäftsbetrieb: -Einkaufskooperation, z.B. Einkaufsgenossenschaft, -kooperative Marketinggesellschaft</p>
2) nach der <b>Richtung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• vertikal</li> <li>• horizontal</li> <li>• konglomerat, heterogen, lateral</li> </ul>	<p>zwischen Unternehmen unterschiedlicher Wirtschaftsstufen einer Branche entlang des Güterstromes: - mehrjähriger Liefervertrag, -Vertragsvermarktung, -Vertragsanbau, -Lieferabsprache</p> <p>zwischen Unternehmen der gleichen Wirtschaftsstufe einer Branche: -Gruppengemeinschaftswerbung, -Erzeugerorganisation, -Gärtnersiedlung, -Gärtnerbörse</p> <p>zwischen Unternehmen verschiedener Branchen: -Gemeinschaftswerbung mit Hochzeitsausstatter oder Möbelhaus</p>
3) nach der <b>Partneranzahl</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dyadisch/ bilateral</li> <li>• mehrseitig/ multilateral</li> </ul>	<p>2 Kooperationspartner: -Nachbarschaftshilfe</p> <p>mehr als 2 Kooperationspartner: -Erfahrungsaustauschgruppe</p>
4) nach dem <b>Gegenstand</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beschaffung/ Einkauf</li> <li>• Produktion</li> <li>• Absatz/Vertrieb</li> <li>• Forschung/Entwicklung</li> <li>• Verwaltung</li> </ul>	<p>-Einkaufsgenossenschaft</p> <p>-Sortimentsabsprachen, -Vertragsanbau</p> <p>-Abholmarkt, -Erzeugerorganisation, -Vertretung/gemeins. Außendienst, -Exportgemeinschaft</p> <p>-Züchtermgemeinschaft, -Lizenzvertrag</p> <p>-Genossenschaft und Arbeitsgemeinschaft der Friedhofsgärtner, -Betriebshilfsdienste</p>
4) nach der <b>Dauer</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• befristet</li> <li>• unbefristet</li> </ul>	<p>vorübergehend, projektbezogen: -Bietergemeinschaft, -Konsortium,</p> <p>dauerhaft:-Erzeugerorganisation, -Lieferabsprachen, -Erfahrungsaustauschgruppe, -Strateg. Allianzen</p>

## 3 Management

Voraussetzungen: Paßfähigkeit („Klammer“) & Initiative

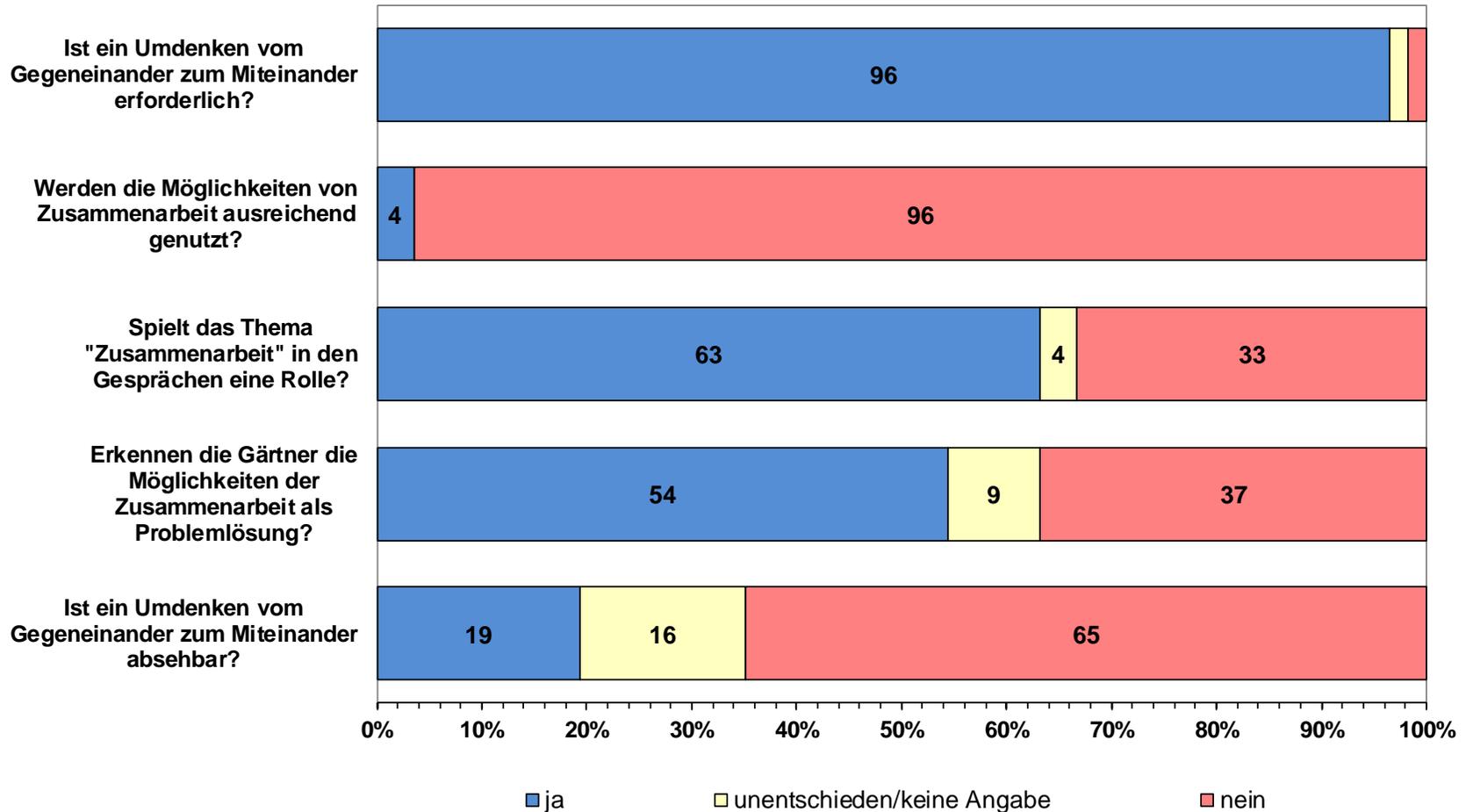


Erfolgsfaktoren

- Transparenz & Kommunikation
- Input & Beiträge
- Kontinuität & Verlässlichkeit

# 4 Kooperationsbedarf

Eigene Beraterumfrage 1998: Ergebnisse (n=57)



**Tabelle 14: Kennzahlen des Zierpflanzenbaus in Sachsen (LfULG 2013; S.27)**

		Deutschland	Sachsen	% Anteil
<b>Bevölkerung</b>	Mill. EW	<b>81,197</b>	4,055	<b>5,0%</b>
<b>Betriebe</b>	Anzahl	<b>8.591</b>	516	6,0%
<b>Grundflächen Zierpflanzenbau</b>	ha	<b>7.167</b>	253	3,5%
<b>Betriebe Freiland</b>	Anzahl	<b>5.780</b>	382	6,6%
<b>Anbaufläche Freiland</b>	ha	<b>4.911</b>	155	3,2%
<b>Betriebe unter Glas</b>	Anzahl	<b>6.728</b>	486	7,2%
<b>Anbaufläche unter Glas</b>	ha	<b>2.256</b>	98	4,3%
<b>Personen</b>	Anzahl	<b>38.897</b>	1.735	4,5%
<b>AKE</b>	Anzahl	<b>22.485</b>	1.234	5,5%
<b>Produktionswert</b>	Mill. EUR	<b>1.505</b>	51	3,4%
<b>Umsatz</b>	Mill. EUR	<b>1.502</b>	51	3,4%
davon Umsatz Freiland	Mill. EUR	<b>247</b>	6	2,6%
davon Umsatz Unterglas	Mill. EUR	<b>1.255</b>	45	3,6%
<b>Bruttowertschöpfung</b>	Mill. EUR	<b>590</b>	19,9	3,4%
davon Bruttowertschöpfung Freiland*	Mill. EUR	<b>108</b>	2,8	2,6%
davon Bruttowertschöpfung Unterglas**	Mill. EUR	<b>482</b>	17,1	3,6%
<b>Bruttowertschöpfung/ AKE</b>	EUR	<b>26.246</b>	16.153	-

<sup>1</sup> Statistisches Bundesamt 2009a; <sup>2</sup> R-LGR 2012 a, b; Übrige: eigene Berechnungen

\* Umsatz Freiland multipliziert mit WS-Koeffizienten Freiland (43,87 %)

\*\* Umsatz multipliziert mit WS-Koeffizienten Unterglas (38,39 %)

## 5 Kooperation im Produktionsbereich

- Spezialisierung durch Anbauabstimmung / Sortimentsergänzung / Vertragsanbau
- Absatz~ / Erzeugerorganisation  
z.B. SaarGärtner
- Erfa
- Aktion „Sachsen wächst“



Abb. :Betriebsnachfolgergruppe Azerca

## 6 Kooperation im Endverkauf

- Aktion „Blühendes Sachsen“
- Erfahrungsaustauschgruppe  
[z.B.: Gärtnerei erleben](#)
- Werbegemeinschaften
- Einkaufskooperationen  
z.B.: Team kreativer Gärtner und Floristen  
Grün erleben



## 7 Zusammenfassung

- Kooperation ist eine hybride Koordinationsform zwischen unverbindlicher marktlicher und strenger hierarchischer Koordination
- Zusammenarbeit kann über- und zwischenbetrieblich stattfinden
- Vielfalt an Kooperationsformen
- es besteht Kooperationsbedarf
- gute Beispiele für Produktions- und Einzelhandelsgärtnereien existieren

## ***Ausblick***



**Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit!**