

Das Selbstverständnis moderner Genossenschaften

Rückbindung von Kreditgenossenschaften
an ihre Mitglieder

von

Holger Bonus



J. C. B. Mohr (Paul Siebeck) Tübingen

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
---------------	---

I. Identität und Kultur von Organisationen

1. Unternehmen und Identität	1
a. Kollektive als Persönlichkeiten?	1
b. Ich-Identität	3
c. Kollektive Identität	4
d. Identitätskrisen	6
2. Unternehmenskultur	7
a. Entdeckung	7
b. Unternehmenskultur und Identität	7
c. Das Entstehen von Unternehmenskultur	9
d. Krisen und kulturelle Anpassung	11
e. Der kulturelle Kern	13
3. Zusammenfassung: Identität und Krise	15

II. Genossenschaftliche Identität

1. Methodische Vorbemerkung	18
2. Die Identität genossenschaftlicher Vorläufer	20
a. Die Vorläufer und ihre Geschichte	20
b. Eine Kontroverse	29
c. Der kulturelle Kern genossenschaftlicher Vorläufer	31
3. Die Identität der klassischen Genossenschaften	32
a. Ökonomische Analyse	33
b. Werte und Normen	36
c. Exkurs: Plastische Produktionsfaktoren und die Vorteile der Kleinheit	40
d. Der kulturelle Kern der klassischen Genossenschaft	43
4. Identitätskrise moderner Genossenschaften	47
a. Gewandeltes Umfeld	47
b. Gruppengeist	48
c. Wachstum durch Wahllosigkeit?	52
d. Werte und Normen	55
e. Zwei denkbare Wege	57

5. Gedanken zum Profil moderner Genossenschaften	59
a. Informationelles Defizit und prekäre Bindungen	59
b. Der kulturelle Kern der modernen Genossenschaften	62
b.1 Verhältnis zum Gewinn	63
b.2 Solidarität, Gleichheit, Demokratie	64
b.3 Mitgliederförderung und die Tradition der Uneigennützigkeit	65
b.4 Selbstgefühl der Mitglieder	70
b.5 Subsidiarität	71
b.6 Ehrenamt und Kontrolle	72
b.7 Zusammenfassung	74
c. Der moderne Förderauftrag	75
d. Identität und Vertrauen	76
6. Mitglieder, Mitarbeiter und genossenschaftliche Identität	79
7. Zusammenfassung: Förderauftrag und Unternehmenskultur	83

III. Genossenschaftliche Identität in der Praxis

1. Vorbemerkung	87
2. Fallbeispiele: Kreditgenossenschaften	89
a. Methodische Anmerkung	89
b. Auswertung der Gespräche	91
b.1 Menschliche Nähe	91
b.2 Förderauftrag	94
b.3 Mitgliederbindung	101
b.4 Ortsnähe	109
b.5 Motivation der Mitarbeiter	113
b.6 Fusionen	116
b.7 Dividendenpolitik	122
b.8 Die Rolle der Geschäftsstellenleiter	124
b.9 Kontrolle durch den Aufsichtsrat	126
b.10 Das Ehrenamt im Vorstand	130
b.11 Jugendarbeit	133
b.12 Kosten	138
b.13 Das Verhältnis zu Sparkassen und Großbanken	140
b.14 Das Verhältnis zu anderen Kreditgenossenschaften	145
b.15 Mitgliederdemokratie als Identitätsklammer	147
b.16 Krise der genossenschaftlichen Idee?	156
c. Sonderfälle	159
c.1 Genossenschaftliche Zentralbank	159
c.2 Genossenschaftliche Warenzentrale	162
c.3 Konsumgenossenschaft	166
3. Zusammenfassung	172
Literatur	173
Namensregister	178
Sachregister	180