

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 |
| X 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 |