

Genossenschaften in Zeiten der COVID-19-Krise

eine empirische Untersuchung von Rezeption und Auswirkungen der
COVID-19-Krise auf österreichische Genossenschaften

von Anselm Balk, Michaela Schaffhauser-Linzatti und Roman Rudenko

Dezember 2021

Fachbereich für Governance in Non-Profit Organizations, Universität Wien

Inhalt

Forschungsteam.....	i
0. Kurzzusammenfassung beider Studien.....	ii
0.1 Kurzzusammenfassung Delphi-ExpertInnenbefragung.....	ii
0.2 Kurzzusammenfassung Mitgliederbefragung.....	ix
1. Einleitung	1
1.1. Problemstellung.....	1
1.2. Fragestellung und Methoden	2
1.3. Aufbau der Studie.....	3
2. Einbettung in die akademische Literatur	4
2.1. Überblick	4
2.2 Wirtschaftskrisen und ihre transformative Kraft	7
2.3 Welchen Strategien ergeben sich für Unternehmen?	10
3. Angewandte Methoden.....	13
3.1. Methodische Vorgehensweise	15
3.2. Delphi-Studie.....	17
3.2.1. Anfänge und Definition der Delphi-Methode	17
3.2.2. Variationen der Delphi-Methode.....	20
3.2.3. Anwendungsbeispiele.....	22
3.2.4. Vor- und Nachteile der Delphi-Methode.....	23
3.2.5. Methodologie der vorliegenden Delphi-Studie	24
3.3. Mitgliederbefragung.....	29
3.3.1. Befragung mittels online-Fragebogen	29
3.3.2. Methodologie der vorliegenden Mitarbeiterbefragung.....	29
3.3.3. Fragebogendesign.....	46
4. Empirische Untersuchung	48
4.1. Delphi-Studie.....	48
4.1.1. Aufbau der Präsentation	50
4.1.2. Eigenschaften, Werte und Prinzipien	51
4.1.3. Profilierung und Attraktivität in der Krise	63
4.1.4. Unterschiede zu anderen Rechtformen.....	71
4.1.5. Potenziale	99
4.1.6. Unterstützung	113
4.1.7. Organisationsformen	118
4.1.8. Digitalisierung	123
4.1.9. Zusammenfassung der Ergebnisse der Delphi-Studie	128

4.2. Mitgliederbefragung	130
4.2.1. Aufbau der Präsentation	138
4.2.2. Eigenschaften, Werte und Prinzipien	139
4.2.3. Profilierung und Attraktivität in der Krise	162
4.2.4. Unterschiede zu anderen Rechtsformen	212
4.2.5. Potenziale	246
4.2.6. Unterstützung	306
4.2.7. Organisationsform	375
4.2.8. Digitalisierung	396
4.3. Gegenüberstellung der Ergebnisse aus Delphi-Studie und Mitgliederbefragung.....	457
4.3.1. Aufbau der Gegenüberstellung und Kernergebnisse	458
4.3.2. Eigenschaften, Werte und Prinzipien	463
4.3.3. Profilierung und Attraktivität in der Krise	465
4.3.4. Unterschiede zu anderen Rechtsformen	467
4.3.5. Potenziale	469
4.3.6. Unterstützung	471
4.3.7. Organisationsformen	473
4.3.8. Digitalisierung	475
Abbildungsverzeichnis gesamt	478
Tabellenverzeichnis gesamt	484
5. Literaturverzeichnis	486

Abkürzungsverzeichnis

AHS	Allgemeine Höhere Schule
Anm. der Red.	Anmerkung der Redaktion
BHS	Berufsbildende Höhere Schule
bzgl.	bezüglich
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
d.h.	das heißt
etc.	et cetera
evtl.	eventuell
EPU	Ein-Personen-Unternehmen
FH	Fachhochschule
FOG	Forschungsverein für Genossenschaftswesen
Genos.	Genossenschaft
insb.	insbesondere
J.	Jahre
kA	keine Angabe
Kap.	Kapitel
KMU	Klein- und Mittelunternehmen
lt.	laut
LW	Landwirtschaft
UdSSR	Union der Sozialistischen Sowjetrepubliken
u.	und
Uni.	Universität
US	United States
v.a.	vor allem
z.B.	zum Beispiel
z.Z.	zur Zeit

Forschungsteam

Ao.Univ.-Prof. Dr. Michaela Schaffhauser-Linzatti

Michaela Schaffhauser-Linzatti promovierte zum Thema Privatisierung und habilitierte über Effizienzmessungen von öffentlichen Organisationen. Nach ihrem Studium der Betriebswirtschaft an der WU wechselte sie an das Institut für Finanzwirtschaft und Banken der Universität Wien und forschte anschließend am Lehrstuhl für Externes Rechnungswesen. Vier Jahre lang hatte sie ein Gastlektorat bzw. eine Gastprofessur in Frankfurt/Oder inne. Seit 1.10.2019 leitet sie den Fachbereich für Genossenschaftswesen. Michaela Schaffhauser-Linzatti unterrichtet viele heterogene und interdisziplinäre Lehrveranstaltungen an mehreren Fakultäten und Institutionen; sie verfasste zahlreiche Lehrbücher.

Anselm Balk, MSc

Anselm Balk studierte im Bachelor Betriebswirtschaftslehre mit Umweltschwerpunkt an der Karl-Franzens-Universität Graz und der Universität Genf. Im Zuge dessen setzte er sich mit Management- und Finanzthemen auseinander und spezialisierte sich auf den Bereich der nachhaltigen Geldanlagen. Nach seinem Abschluss war er drei Jahre als Junior Fondsmanager bei einer Fondsgesellschaft in Wien tätig, wo er den Bereich der nachhaltigen Geldanlagen mit aufbaute. Anschließend setzte Anselm Balk seine Studientätigkeit an der Wirtschaftsuniversität Wien fort und studierte Volkswirtschaftslehre im Master. Dabei vertiefte er seine Ökonomiekenntnisse und setzte sich mit dem Genossenschaftsthema auseinander. Seit Anfang 2020 ist Anselm Balk als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Fachbereich für Genossenschaftswesen der Universität Wien tätig. Im Rahmen dieser Arbeit war er federführend für die Durchführung von Delphi-Studie und Mitgliederbefragung, der quantitativen und qualitativen Datenauswertung sowie dem Verfassen des vorliegenden Berichts zuständig.

Roman Rudenko

Roman Rudenko unterstützte das Team des Fachbereichs für Genossenschaftswesen im Sommersemester 2020 bei der Durchführung der Delphi-Studie als auch bei der quantitativen Datenauswertung.

Wir bedanken uns bei dem langjährigen Leiter des Forschungsbereichs für Genossenschaftswesen der Universität Wien, ao.Univ.-Prof. i.R. Dr. Johann Brazda, als Ideengeber der Studie und seinen Rat. Bedanken möchten wir uns auch bei den vier großen österreichischen Genossenschaftsverbänden (Österreichischer Raiffeisenverband, Österreichischer Genossenschaftsverband, Österreichischer Verband gemeinnütziger Bauvereinigungen – Revisionsverband und CoopVerband Revisionsverband österreichischer Genossenschaften) und den für die Studie eingerichteten Beirat, der sich aus Mitgliedern dieser vier Genossenschaftsverbände zusammensetzt und die Verbindung zu den Genossenschaftsmitgliedern sowie einer Reihe an Genossenschaftsexpertinnen – und experten vermittelt hat. Last but not least möchten wir uns bei den Expertinnen und Experten bedanken, die durch Ihre Teilnahme an der Delphi-Studie wichtige Einblicke und Einschätzungen zur aktuellen Situation von Genossenschaften lieferten. Namentlich dürfen wir hierbei folgende Experten nennen: Franz Gessl, Franz Josef Groß, Peter Höfferer, Arnulf Perkounigg, Franz Reischl, Alexander Schnabl, Artur Schuschnigg, Josef Stampfer, Alois Zach.

0. Kurzzusammenfassung beider Studien

0.1 Kurzzusammenfassung Delphi-ExpertInnenbefragung

Im Rahmen der Delphi-Befragung, die vom 12. Mai bis 27. Mai 2020 durchgeführt wurde, wurden 44 Expertinnen und Experten aus der genossenschaftlichen Praxis, Forschung und öffentlichen Verwaltung (öV) zu ihrer Einschätzung zum Verhalten von Genossenschaften in Zeiten von Krisen befragt. Die Expertinnen und Experten wurden dabei sowohl von den ForscherInnen selbst als auch von den vier großen österreichischen Genossenschaftsverbänden (Österreichischer Raiffeisenverband, Österreichischer Genossenschaftsverband, Österreichischer Verband gemeinnütziger Bauvereinigungen – Revisionsverband und CoopVerband Revisionsverband österreichischer Genossenschaften) ausgewählt und zur Teilnahme an der Befragung eingeladen. In einem anonymisierten Verfahren wurden den Expertinnen und Experten dabei über ein geeignetes online-Befragungstool 17 allgemeine und spezifische Fragen zum Agieren von Genossenschaften in der aktuellen COVID-19-Krise gestellt. Die Fragen waren Großteils offen, damit die Expertinnen und Experten ihre spezifische Einschätzung abgeben konnten. Dem Delphi-Konzept folgend wurden in einer ersten Runde die individuellen Meinungen der Expertinnen und Experten eruiert, die Rücklaufquote lag bei 84,1% bzw. 37 Personen, die sich an der Befragung letztlich beteiligten. In einer zweiten Runde wurden die Expertinnen und Experten mit den gebündelten und komprimierten Aussagen aller teilnehmenden Expertinnen und Experten konfrontiert und noch einmal eingeladen, ihre Meinung zu äußern bzw. und zu den gebündelten Aussagen Stellung zu beziehen. In dieser zweiten Runde lag die Rücklaufquote etwas niedriger als in der ersten Runde, 34 Personen bzw. 77,4% nahmen die Einladung zur zweiten Runde an.

Im Folgenden sollen die wesentlichen Ergebnisse aus der ExpertInnenbefragung dargelegt werden. Eine detailliertere Ausarbeitung ist in Kapitel 4.1 Delphi-Studie zu finden. Der Aufbau der Kurzzusammenfassung folgt dabei der ausführlichen Ausarbeitung.

0.1.1. Eigenschaften, Werte und Prinzipien

Die ersten drei Fragen wurden den teilnehmenden Expertinnen und Experten im geschlossenem Fragenformat präsentiert, die vierte Frage bietet eine offenes Antwortmöglichkeit. Das Ziel der Einführungsfragen ist es, die grundsätzliche Einschätzung der Expertinnen und Experten zu Eigenschaften, Werten und Prinzipien abzufragen, die häufig mit genossenschaftlichem Wirtschaften assoziiert werden¹. Die erste Frage lautet: „Welche Eigenschaften würden Sie österreichischen Genossenschaften in welchem Ausmaß zuschreiben?“, die zweite: „Wie sehr werden Ihrer Einschätzung nachfolgende Werte und Prinzipien von Genossenschaften in Österreich gelebt?“ und die dritte: „Wie sehr werden Ihrer Einschätzung nach diese Werte und Prinzipien während der aktuellen Coronakrise durch das Management kommuniziert?“.

¹ Vgl. Theurl & Wendler 2011; Rößl et al. 2015; ICA 2020

Abschließend wurde die folgende offene Frage gestellt: „Rechnen Sie mit einem Werte-/Prinzipienwandel in Folge der Krise? In welchen Bereichen? Warum?“

Bei Frage eins kristallisierten sich die höchsten Zustimmungswerte bei den Kriterien „langfristig ausgerichtet“, „traditionell“ und „sympathisch“ heraus, wobei der Punkt „langfristig ausgerichtet“ in der zweiten Runde von allen Expertinnen und Experten mit „trifft zu“ bewertet wurde. Die größte Bandbreite der abgegebenen Antworten findet sich in der zweiten Runde bei den Punkten „transparent“, „zeitgemäß“ und „sozial/gemeinwirtschaftlich orientiert“, hier sind die Meinungen der Expertinnen und Experten am kontroversesten, wobei der Median bei „transparent“ bei „teils-teils“ liegt, der Median zu den Eigenschaften „zeitgemäß“ und „sozial/gemeinwirtschaftlich orientiert“ ist eine Stufe höher bei „trifft eher zu“.

Anhand der Aussagen kann geschlossen werden, dass Genossenschaften von den befragten Expertinnen und Experten im hohem Maß als langfristig ausgerichtet, traditionell und sympathisch wahrgenommen werden. Jedoch nur teilweise als transparent. Weitere Punkte, bei dem der Median der Antworten in der abschließenden Runde bei „teils-teils“ liegt, sind: „wirtschaftlich erfolgreich“, „politisch“ und „wettbewerbsorientiert“. Welches Verständnis der jeweiligen Expertinnen und Experten mit den abgefragten Begriffen einhergeht, wurde nicht weitergehend abgefragt.

In der zweiten Frage wurde die Einschätzung zum tatsächlichen Leben der allgemein mit Genossenschaften verbundenen Werte und Prinzipien von österreichischen Genossenschaften aus Sicht der Expertinnen und Experten abgefragt. Allen Werten und Prinzipien wird im Median ein sehr starkes bzw. ein eher starkes Leben attestiert, wobei die Punkte „Solidarität“, „Subsidiarität“, „Offene Mitgliedschaft“ und „Demokratie“ das größte Antwortspektrum von „sehr“ bis „wenig“ auf sich vereinen. Die Antwortmöglichkeit „gar nicht“ wird für keines der angeführten Werte und Prinzipien verwendet. Der Wert, der von den Expertinnen und Experten von den Genossenschaften als am stärksten gelebt eingeschätzt wird, ist die „Regionalität“, gefolgt von „Förderauftrag“, „Selbstverwaltung“ und „Freiwilligkeit“.

In Frage drei wird die Kommunikation der in Frage zwei thematisierten Werte und Prinzipien behandelt. Dabei wird dem Punkt „Regionalität“ die beste Vermittlung zugeschrieben, gefolgt von „Solidarität“. Am wenigsten kommuniziert werden nach Ansicht der Expertinnen und Experten die Punkte „Offene Mitgliedschaft“, „Freiwilligkeit“ und „Demokratie“.

Auf Grundlage der drei präsentierten Fragen kann geschlossen werden, dass die Werte und Prinzipien zwar insgesamt als gut gelebt eingeschätzt, aber als weniger stark kommuniziert angesehen werden. Auch die relativ große Antwortvarianz bei Aspekten wie „Subsidiarität“ und „Demokratie“ lässt darauf hindeuten, dass die Genossenschaftsexpertinnen und -experten hier Nachholbedarf sehen.

Um die oben genannten genossenschaftlichen Eigenschaften, Werte und Prinzipien in das Thema einzubetten, wurde in Frage vier in offener Form gefragt, ob die Expertinnen und Experten einen Werte- bzw. Prinzipienwandel in Folge der Krise sehen. Dabei äußert sich eine Mehrheit der befragten Personen bejahend, wobei Expertinnen und Experten aus der Praxis eine stärkere Veränderung wahrnehmen; insbesondere in Richtung mehr Regionalität, genossenschaftlicher

Grundwerte und Digitalisierung. Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung sehen einen Wandel, vor allem hin in Richtung stärker implementierter genossenschaftlicher Grundwerte.

So zeigen die Ergebnisse des Clusters über Eigenschaften, Werte und Prinzipien, dass Genossenschaften von den Expertinnen und Experten als langfristige, traditionelle und sympathische Organisationen wahrgenommen werden. Sie leben vor allem ihre Prinzipien der Regionalität, des Förderauftrages und der Freiwilligkeit, wobei lediglich Regionalität entsprechend kommuniziert wird. Subsidiarität wird zwar aufgezeigt, aber weniger gelebt. Es findet aufgrund von Corona ein Wandel in den genossenschaftlichen Werten und Prinzipien statt, wobei Regionalität, Nachhaltigkeit und Digitalisierung im Fokus stehen werden.

0.1.2. Profilierung und Attraktivität in der Krise

Bezüglich Profilierung und Attraktivität von Genossenschaften in der Krise wurden zwei offene und eine geschlossene Frage gestellt. Frage D.5 ist eine Bitte um Kommentierung folgender Aussage: „Genossenschaften profilieren sich in Krisenzeiten“. Frage D.6 hat eine geschlossene Form. Hier werden die Expertinnen und Experten gebeten, die Bereiche anzukreuzen, in denen sie eine „Profilierung von österreichischen Genossenschaften in der aktuellen Krise sehen“. Frage D.7 ist wieder eine offene Frage; hier werden die Expertinnen und Experten um einen Kommentar zu folgender Aussage gebeten: „die Attraktivität der Genossenschaften im Rahmen der Krisenbewältigung steigt durch eine stärkere staatliche Involvierung in das Wirtschaftsgeschehen.“

Frage D.5 um die Profilierung von Genossenschaften in Krisenzeiten wird sowohl von den Expertinnen und Experten aus Forschung und öV als auch von jenen aus der Praxis mehrheitlich bejaht, wobei dies insbesondere mit dem langfristig ausgelegten Geschäftsmodell sowie der Solidarität untereinander argumentiert wird. In der zweiten Runde der Delphi-Befragung nehmen die „teils-teils“ Stimmen zu, die von Grundtenor zwar weiterhin positiv sind, doch eine differenzierte Betrachtung anmahnen, da die Branchen unterschiedlich von der Krise profilieren. Diese differenzierte Betrachtung setzt sich auch in Frage D.6 fort, in der konkret nach den Branchen gefragt wurde, die sich in der aktuellen Krise profilieren. Dabei wird neben dem Bereich Bank & Finanzdienstleistungen auch dem Landwirtschaftssektor ein Profilieren in der Krise attestiert.

Frage D.7 behandelt die Frage nach einer Attraktivitätssteigerung von Genossenschaften, wenn der Staat stärker involviert ist. Hier sind die Aussagen klar, der überwiegende Teil lehnt eine verstärkte staatliche Involvierung in das Wirtschaftsgeschehen ab, wobei in der zweiten Delphi-Runde die klare Ablehnung differenzierter ausfällt und sich somit mehr Kommentare unter „teils-teils“ subsumieren lassen.

0.1.3. Unterschiede zu anderen Rechtsformen

Frage D.8 thematisiert Unterschiede von Genossenschaften in der aktuellen Krise im Vergleich zu anderen Unternehmensrechtsformen, die in der jeweils gleichen Branche aktiv sind. Die Betrachtung erfolgt hier branchenspezifisch.

Als wesentliches Unterscheidungsmerkmal wird dabei von den Genossenschaftsexpertinnen und -experten das Förderprinzip ausgemacht. So sieht der überwiegende Anteil von Expertinnen und Experten etwa im Sektor Bank- & Finanzdienstleistungen eine Differenzierung aufgrund dieses Prinzips, das dazu beiträgt, dass die Kunden-(Mitglieder)nähe stärker gegeben ist und die Förderung der Mitglieder über dem Gewinnmaximierungsmotiv steht. Im Bereich Wohnen wird das Förderprinzip ebenfalls als entscheidendes Unterscheidungskriterium genannt, das zu konzilianteren Mietbedingungen führt, die insbesondere in der Krise genutzt werden können. Im Bereich der landwirtschaftlichen Genossenschaften werden Unterschiede insbesondere in Hinblick auf Regionalität, Förderauftrag und Mitgliedernähe gesehen, wobei die Differenzen zu anderen Unternehmensformen innerhalb der Branche als nicht so stark hervorgehoben werden. Eine detaillierte Auswertung aller Branchen findet sich in Kapitel 4.1.4.

0.1.4. Potenziale

Ziel dieses Kapitels ist es, der Frage nachzugehen, ob die COVID-19-Krise für Genossenschaften nicht nur Risiken, sondern auch Potenziale birgt. Das vierte Unterkapitel der Delphi-Studie behandelt daher das Thema „Potenziale“. So etwa Frage D.9 in der den drei Megatrends Klimaschutz, Digitalisierung und Regionalisierung nachgegangen wird und erhoben, ob die Expertinnen und Experten glauben, dass Genossenschaften als Rechtsform davon profitieren. Die Frage wurde dabei geschlossen formuliert, es standen die Auswahlmöglichkeiten „ja“ oder „nein“ zur Verfügung. Frage D.10: „Wo sehen Sie neue Potenziale für Genossenschaften in der aktuellen Krise? Welche?“ und Frage D.11: „Kann als eine Folge der Krise das genossenschaftliche Modell als ein Angebot insb. an Ein-Personen-Unternehmen (EPU) und Klein- und Mittlere Unternehmen (KMU) zur gemeinsamen Risikobewältigung empfohlen werden?“ wurden offen formuliert, um so die spezifische Meinung der teilnehmenden Expertinnen und Experten in Erfahrung zu bringen.

Betrachtet man die geschlossene Frage, so sehen die Expertinnen und Experten für die zwei Megatrends Klimaschutz und Regionalisierung sehr große Profilierungsmöglichkeiten für Genossenschaften, wohingegen sie für den Bereich Digitalisierung mehrheitlich eine Profilierung verneinen. Da die Digitalisierung in der Zukunft an Bedeutung weiter zunehmen wird, ist es hier zu empfehlen, etwaige Potenziale, die in diesem Bereich liegen können, stärker auszuarbeiten.

Die offene Frage, die ebenfalls branchenspezifisch beantwortet wird, behandelt Potenziale, die sich aus der aktuellen Krise ergeben. Als wesentliches Potenzial wird von den Expertinnen und Experten für den Bereich Bank & Finanzdienstleistungen ein Ausbau der Beratungstätigkeit genannt, der zu mehr Kundennähe führen soll. Weiters wird eine bessere Kommunikation der Vorteile, die mit der Mitgliedschaft in der Genossenschaft einhergehen, gerade in der Krise als wesentlich betrachtet, beispielsweise das lokale Agieren der Genossenschaftsbanken. Für den

Sektor Wohnen wird als wesentliche Profitierungsmöglichkeit die Sicherheit genannt, die das genossenschaftliche Wohnen bietet; doch sollte auch der langfristige finanzielle Vorteil, den das genossenschaftliche Wohnen bietet, und damit eine stärkere Positionierung als Alternative zum privaten Wohnungsmarkt werden als Möglichkeit gesehen, von der aktuellen Krise zu profitieren.

Für den Landwirtschaftsbereich werden insbesondere Direktvermarktungsstrategien und ein stärkeres Auftreten als lokaler nachhaltiger Akteur, der die Lebensmittelversorgung sicherstellt, von den Expertinnen und Experten als wesentliche Profitierungsmöglichkeit ausgemacht. Siehe dazu auch Kapitel 4.1.5.

Als weiteres Potenzial kann das genossenschaftliche Modell auch für EPU's und KMUs angesehen werden, indem Aufgaben, mit denen jede wirtschaftlich tätige Entität konfrontiert ist, gemeinschaftlich organisiert werden. Eine Mehrheit, vor allem aus der Genossenschaftspraxis, sieht in diesem genossenschaftlichen Konzept ein wesentliches Potenzial, begründet wird dies etwa durch gemeinsamen Außenauftritt oder genossenschaftlich übernommene Verwaltungsaufgaben. Als wesentlichen Aspekt wird ein tragfähiges Konzept mit langfristig ausgelegter Risiko- und Kostenteilung angemahnt. Insbesondere eine rechtliche Unterscheidung zwischen kleinen und großen Genossenschaften wird hier von Genossenschaftsexpertinnen und -experten gefordert.

0.1.5. Unterstützung

Das Kapitel 4.1.6 der Delphi-Studie beinhaltet zwei offene Fragen, Frage D.12 „Wie kann/soll die Genossenschaft ihre Mitglieder in der Krise unterstützen?“ und Frage D.13: „Sollen Genossenschaften während einer Krise im Sinne ihrer regionalen Verantwortung auch Nicht-Mitglieder unterstützen? Welche Argumente sprechen dafür/dagegen?“.

Bezüglich der Frage, wie die Genossenschaft ihre Mitglieder in der Krise unterstützen könne, antworten die Expertinnen und Experten, dass das Solidaritätsprinzip stärker umgesetzt werden müsse: seitens der Genossenschaft, indem der genossenschaftliche Förderauftrag durch verstärkte Beratungs- und Hilfsangebote gelebt wird, doch genauso auf der Seite der Mitglieder, indem diese der Genossenschaft auch in der Krise die Treue halten. Insgesamt sollte zudem die Außenwirkung verbessert werden, durch gemeinsamen Auftritt, aber auch indem die Genossenschaft als solche mehr Präsenz/Sichtbarkeit erhält und für ihre Interessen lobbyiert.

Frage D.13 geht den Pro- und Contra-Argumenten nach, wie und ob Nicht-Mitglieder während einer Krise unterstützt werden sollen, dabei unterscheiden sich die Aussagen von Expertinnen und Experten aus Forschung und öV sowie jener aus der Praxis. Insgesamt sprechen sich zwar beide mehrheitlich für eine eingeschränkte Unterstützung aus, doch sind die Personen aus Forschung und öV deutlich skeptischer als jene aus der Praxis.

Als Pro-Argumente werden die Chance, dadurch neue Mitglieder anzuwerben, die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung, die jedoch nicht zu Lasten der Mitglieder gehen sollte, oder auch mit dem eigenen Vorteil begründet, da durch eine erhöhte Nachfrage auch die Rückvergütung für

die Mitglieder selbst steigt. Dagegen werden etwa angeführt, dass das Wesen der Genossenschaft, die Mitgliederförderung, gewahrt werden müsse, oder die Satzung verbiete es.

0.1.6. Organisationsform

Das sechste Kapitel thematisiert die Organisationsform und ob die derzeitige Struktur geeignet ist, um möglichst gestärkt aus der Krise zu kommen. Zur Beantwortung dieser Fragen wurden eine geschlossene und eine offene Frage gestellt. Frage D.14: „Wie sehr stimmen Sie dieser Aussage zu: "es braucht in der Krise neue/andere Organisationsformen im Genossenschaftswesen."?“ ist in geschlossener Form gehalten, Frage D.15: „Welche neuen/anderen Organisationsformen braucht es Ihrer Meinung nach im Genossenschaftswesen?“ hingegen im offenen Format.

Der Begriff Organisationsform wurde dabei nicht weiter definiert, um so den Expertinnen und Experten inhaltlichen Interpretationsraum zu lassen. Erwartet wurde, dass die Expertinnen und Experten darunter die drei Organisationsbereiche Rechtsform, Verbandsstruktur und Management subsumieren.

Die geschlossene Frage nach der neuen/anderen Organisationsform im Genossenschaftswesen beantwortet der überwiegende Teil der Expertinnen und Experten mit „trifft nicht zu“ bzw. „trifft eher nicht zu“. Besonders ausgeprägt ist das Antwortverhalten hier in der 2. Runde der Delphi-Studie. Somit wird insgesamt von der Mehrheit der befragten Personen kein Bedarf an neuen/anderen Organisationsformen gesehen. Frage D.15 wurde lediglich den Teilnehmenden freigeschaltet, die in der vorherigen geschlossenen Frage die Notwendigkeit neuer Organisationsformen bejahten. Sie betonen vor allem eine bessere Kooperation und Vernetzung zwischen den einzelnen Genossenschaften; auch weisen sie darauf hin, dass die genossenschaftlichen Werte tatsächlich gelebt und erlebbar gemacht werden. Außerdem werden mehr Transparenz, Subsidiarität, Digitalisierung und der Notwendigkeit, die genossenschaftliche Organisationsform für junge Mitglieder attraktiver zu gestalten, angemahnt.

Betrachtet man die Aussagen in Bezug auf die drei Organisationsbereiche, so lassen sich hier folgende Ableitungen ziehen:

Die Rechtsform an sich wird im Rahmen der Befragung nicht per se thematisiert, weshalb davon auszugehen ist, dass die Genossenschaftsrechtsform als adäquat wahrgenommen wird. Lediglich eine Differenzierung nach Größe der Primärgenossenschaft erscheint notwendig.

Auf der Verbandsebene wird Genossenschaften und explizit Verbänden sowohl seitens der Forschung als auch der Praxis empfohlen, ihre Verbandsstrukturen dezentraler zu gestalten und den einzelnen Genossenschaften mehr Dispositionsspielraum zu geben. Implizit damit verbunden ist auch der Wunsch nach Entbürokratisierung. Die einzelnen Genossenschafter in den Primärgenossenschaften sollen wieder in den Vordergrund rücken, nicht die Zielsetzungen der Verbände.

Auf Managementebene wird der Wunsch nach Transparenz, interner „Entstaubung“ und Digitalisierung thematisiert. Werte wie Subsidiarität und Mitgliederorientierung sollen wieder im

Vordergrund stehen. Konkrete betriebswirtschaftliche Fragestellungen werden von den Expertinnen und Experten nicht thematisiert.

0.1.7. Digitalisierung

Die Frage nach der Digitalisierung wurden im Rahmen der Delphi-Studie in zwei Fragen erhoben. Frage D.16: „Sollte die Möglichkeit virtueller Sitzungen / elektronischer Abstimmungen bei Genossenschaften auch nach der Krise beibehalten werden?“ wurde in geschlossener Form gestellt. Frage D.17: „Welche Argumente sprechen für bzw. gegen einen vermehrten Einsatz digitale Prozesse innerhalb von Genossenschaften?“ dagegen mit offener Antwortmöglichkeit.

In Hinblick auf die Beibehaltung virtueller Sitzungen und elektronischer Abstimmungen sind sich die Expertinnen und Experten gerade in der 2. Delphi-Runde einig. Sie plädieren mit großer Mehrheit für eine Beibehaltung. Argumente für bzw. gegen eine verstärkte Digitalisierung sind für die Expertinnen und Experten folgende: als wesentliche Pro-Argumente werden die Steigerung von Effizienz angeführt, die es erlaubt, sowohl die Mitgliederkommunikation als auch deren Involvierung und Mitarbeit zu verbessern und zu erhöhen, womit wiederum eine Stärkung des Demokratieprinzips einhergeht. Eine Verbesserung der Effizienz in der Administration die zu Kosten- und Zeitersparnissen führt, wird ebenfalls positiv hervorgehoben.

Als wesentlichen Punkt gegen einen vermehrten Einsatz digitaler Prozesse innerhalb von Genossenschaften wird die Wichtigkeit der direkten Kommunikation genannt. Zudem wird auf den digital gap eingegangen, sprich, dass nicht alle Genossenschaftsmitglieder gleichermaßen über digitale Kenntnisse verfügen, und daher die Möglichkeit besteht, dass sie von einer Mitwirkung in ihrer Genossenschaft ausgeschlossen wären. In der 2. Runde gewinnt die Aussage, dass digitale Prozesse lediglich als Ergänzung zu betrachten sind, stark an Zustimmung.

0.2 Kurzzusammenfassung Mitgliederbefragung

Im Rahmen der Mitgliederbefragung, die vom 29. Juni bis 31. August 2020 durchgeführt wurde und sich an alle Genossenschaftsmitglieder in Österreich richtete, wurde deren Einschätzung zum Verhalten ihrer Genossenschaft in der COVID-19-Krise und zum Thema Genossenschaften allgemein befragt. Die Fragen wurden Großteils aus den Ergebnissen der vorangegangenen Delphi-Befragung abgeleitet. Da eine hohe Teilnahme erwartet wurde, wurde der Fragebogen rein quantitativ angelegt. Bis auf eine Anschlussfrage wurde ein geschlossenes Antwortformat gewählt, das sich entweder an einer fünfstufigen Likert-Skala oder an einer einfachen ja/nein/weiß nicht-Klassifizierung orientierte. Da es in Österreich schätzungsweise über 3 Mio. Genossenschaftsmitglieder gibt², war die Erwartung einer großen Teilnehmerquote relativ hoch, zumal die Umfrage in Bezug zum aktuellen COVID-19 Thema stand. Dennoch fiel die Rücklaufquote sehr gering aus. So nahmen insgesamt 784 Personen an der Umfrage teil, wobei 487 den Fragebogen vollständig ausfüllten. Die größten dropout-Zahlen waren dabei nach den ersten sechs Seiten zu verzeichnen. Die Personen, die die sechste online-Seite finalisierten, schlossen den Fragebogen zu 80% auch ab. Dieser Wert ist hoch und deutet darauf hin, dass der Fragebogen als nicht zu lange angesehen wurde. Die durchschnittliche Ausfülldauer eines vollständig beantworteten Fragebogens lag bei ca. 20 Minuten, was die entsprechenden Vorgaben einhielt und ebenfalls keiner überaus langer Verweildauer bzw. keinem erheblichen Zeitaufwand entspricht. Als wesentliches Manko der Umfrage ist daher die geringe Motivation der Mitglieder bzw. eine zu geringe Verbreitung der Umfrage anzuführen. Ob die Ursache in mangelndem Drängen der einzelnen Körperschaften auf die einzelnen Genossenschaften zur Weiterleitung oder mangelndem Interesse der Mitglieder liegt, lässt sich final nicht beantworten.

Die überwiegende Anzahl der Genossenschaftsmitglieder kam dabei aus dem Bereich Bank & Finanzdienstleistungen (69,8%), 13,4% der Teilnehmenden kommt aus dem Bereich der landwirtschaftlichen Genossenschaften, 5,4% aus dem Bereich Wohnen und Bauen. Die verbleibenden 11,4% verteilen sich auf die anderen Genossenschaftsbereiche. Für die statistische Auswertung wurden vier Altersklassen abgefragt, die in Folge in zwei Altersstufen zusammengefasst wurden: 24,2% der Teilnehmenden sind zwischen 18-45 Jahren alt, 75,8% sind älter als 45 Jahre. 77,5% aller Antwortenden sind männlich, 22,1% weiblich, 0,4% identifizieren sich als divers. 71% der Befragten geben an, in ihrer Genossenschaft als FunktionärIn aktiv zu sein, 29% bekleiden keine offizielle Position. Die neun Bundesländer wurden gemäß der NUTS-1-Einteilung in drei Regionen Ost- (68,3%), West- (27,4%) und Südösterreich (3,9%) zusammengefasst. 61,4% der befragten Mitglieder sind in einer Genossenschaft aktiv, 21,6% in zwei und 17% in drei und mehr Genossenschaften. Unterscheidet man die Mitglieder anhand ihres formal höchsten Abschlusses, so sind im Vergleich zur österreichischen Bildungsverteilung³ überproportional viele Teilnehmende mit sekundären bzw. tertiären Bildungsabschluss (37,1% bzw. 29,1%) vertreten. 23,2% geben Lehre, Hauptschule oder Unterstufe AHS als höchsten formalen Bildungsabschluss an. Unterscheidet man die Mitglieder nach der Größe der

² Brazda 2020

³ Statistik Austria 2021

Genossenschaft, in der sie hauptsächlich aktiv sind, so geben 9% an, in kleinen Genossenschaften (< 50 Mitglieder/5 MitarbeiterInnen; MA) aktiv zu sein, 22,7% sind in mittleren Genossenschaften (< 1000 Mitglieder/40 MA), der überwiegende Anteil, 68,4% ist in großen Genossenschaften (> 1.000 Mitglieder/40 MA) aktiv. Anhand der Zahlen kann daher eine Repräsentativität der österreichischen Gesamtbevölkerung als nicht gegeben angesehen werden, die Ergebnisse sind daher stets auf die spezifische Struktur der TeilnehmerInnen zu beziehen.

Im Folgenden sollen die wesentlichen Ergebnisse aus der Mitgliederbefragung dargelegt werden. Eine detailliertere Ausarbeitung ist in Kapitel 4.2 Mitgliederbefragung zu finden. Der Aufbau der Kurzzusammenfassung folgt dabei dem der ausführlichen Ausarbeitung.

Die Auswertungen der einzelnen Fragen erfolgen in der detaillierten Ausarbeitung in Kapitel 4.2 jeweils anhand einer Gesamtansicht, Branchenauswertung, Alter, Geschlecht, Region, Anzahl an Mitgliedschaften, Funktion, Bildung und Größe der Genossenschaft. Von dieser detaillierten Struktur wird in der Kurzzusammenfassung angesehen und lediglich die Highlights der einzelnen Ergebnisse präsentiert.

0.2.1. Eigenschaften, Werte und Prinzipien

Unter dem Unterkapitel Eigenschaften, Werte und Prinzipien wurden vier geschlossene Fragen zusammengefasst. Frage M.1: „Welche Eigenschaften würden Sie österreichischen Genossenschaften in welchem Ausmaß zuschreiben?“ eruiert allgemeine Eigenschaften, die häufig mit Genossenschaften assoziiert werden. Frage M.2: „Wie sehr werden Ihrer Einschätzung nach folgende Werte und Prinzipien während der aktuellen Krise von der Genossenschaft (Vorstand/Geschäftsführung) kommuniziert?“ geht auf die Frage ein, ob die entsprechenden Werte und Prinzipien von der Genossenschaft auch kommuniziert werden. An die Frage M.2 schließt sich direkt Frage M.3: „Wie wichtig sind für Sie diese Werte und Prinzipien?“ an, in der abgefragt wird, wie wichtig dem Genossenschaftsmitglied diese Werte und Prinzipien sind, die mit Genossenschaften verbunden werden. Die letzte Frage M.4: „Die Genossenschaft, in der ich hauptsächlich aktiv bin, verbindet ökonomische und soziale Zielsetzungen“ geht der Frage nach, ob die Genossenschaft ökonomische und soziale Zielsetzungen miteinander verbindet.

Frage M.1 thematisiert bestimmte Eigenschaften, die mit Genossenschaften verbunden werden. Die Eigenschaft, die für die Mitglieder dabei am spezifischsten für Genossenschaften ist, ist ihre langfristige Ausrichtung, zudem werden sie als traditionell wahrgenommen. Weitere Eigenschaften, die in hohem Maße Genossenschaften zugeschrieben werden, sind „wirtschaftlich erfolgreich“, „risikobedacht“, „sympathisch“, „vertrauensvoll“ und „sozial/gemeinwirtschaftlich orientiert“. Als nicht ganz so stark gegeben, werden die Punkte „transparent“, „zeitgemäß“, „wettbewerbsorientiert“ und „politisch“ genannt. Hier sollte evtl. nachgeschärft werden. Insbesondere die Punkte „zeitgemäß“ und „transparent“ stehen im Widerspruch zu dem insgesamt positiven Bild, das von Genossenschaften gezeichnet wird.

Bei der Kommunikation von Werten und Prinzipien durch den Vorstand bzw. der Geschäftsführung sind dies vor allem die Themen „Solidarität“, „genossenschaftlicher Förderauftrag“, „Demokratie“ und „Selbstverantwortung“. Am wenigsten kommuniziert wird das

Prinzip der „offenen Mitgliedschaft“, die Vermittlung der „Subsidiarität“ wird je nach Detailauswertung unterschiedlich stark gesehen.

Betrachtet man in Frage M.3 die Wichtigkeit der einzelnen angeführten Werte und Prinzipien für die einzelnen Mitglieder, so ist der Wert, der fast einhellig mit „sehr wichtig“ bezeichnet wird, das regionale Agieren der Genossenschaft, die „Regionalität“. Als ebenfalls zentral hervorgehoben werden „Subsidiarität“, „Demokratie“ und „Selbstverantwortung“. Der „offenen Mitgliedschaft“ kommt im Vergleich die geringste Bedeutung zu. Besonders wertorientiert zeigen sich junge Mitglieder, Mitglieder in mehreren Genossenschaften sowie Personen mit geringerer formaler Bildung. Entgegen den Erwartungen sind „Subsidiarität“ und „Solidarität“ für Mitglieder in kleinen Genossenschaften im Vergleich zu großen Genossenschaften weniger bedeutsam als „Selbstverwaltung“ und „Demokratie“.

Bezüglich Frage M.4, die die Verbindung zwischen ökonomischen und sozialen Zielsetzungen der eigenen Genossenschaft behandelt, sehen 2/3 aller befragten Personen eine gute Kombination dieser zwei Zielsetzungen. Allerdings treten große Unterschiede in der Detailauswertung zutage. Ältere Personen, Personen mit offizieller Funktion, Mitglieder mit geringerer formaler Ausbildung und jene, die in drei und mehr Genossenschaften aktiv sind, betrachten ein Miteinander beider Zielsetzungen als eher gegeben. Mitglieder kleiner Genossenschaften und Personen ohne offizielle Funktion bewerten die Verbindung als eher nicht gegeben. Bezüglich einer detaillierten Aussagekraft hinsichtlich der einzelnen Branchen wären weitere Befragungen notwendig.

0.2.2. Profilierung und Attraktivität in der Krise

Eines der Hauptanliegen der hier präsentierten Untersuchung ist das Aufzeigen des Agierens von Genossenschaften in Zeiten von Krisen. Kapitel 4.2.3 der Mitgliederbefragung beschäftigt sich daher mit Profilierungsmöglichkeiten und Attraktivität genossenschaftlicher Kooperationsformen in der aktuellen COVID-19-Krise. In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der sechs folgenden Fragen, jeweils in geschlossener Form, behandelt: Frage M.5: „Es folgt eine Reihe an Aussagen zu Genossenschaften.“ betrachtet verschiedene Aussagen in Bezug auf das Agieren von Genossenschaften in Zeiten von Krisen, die aus der Delphi-Studie hervorgegangen sind. Frage M.6: „Worin sehen Sie Vorteile von Genossenschaften während einer Krise?“ behandelt ebenfalls eine Reihe an Aussagen, die auf den Antworten der Genossenschaftsexpertinnen und -experten der vorangegangenen Delphi-Studie basieren. Frage M.7: „Haben Sie, hervorgerufen durch die aktuelle Krise, Sorge um das Weiterbestehen Ihrer Genossenschaft?“ analysiert die Krisenfestigkeit von Genossenschaften aus der Perspektive der Mitglieder. Frage M.8: „Die aktuelle Situation ist ein Anlass, mich künftig verstärkt in der Genossenschaft zu engagieren“ wurde gestellt, um zu evaluieren, ob die Krise als ein positiver Schock anzusehen ist, der den Mitgliedern die Vorteile ihrer Genossenschaft bewusster gemacht hat und sich das Commitment zu ihrer Genossenschaft verstärkt hat. Frage M.9: „Die Genossenschaft, bei der ich hauptsächlich aktiv bin, bietet ausreichend Gelegenheiten sich zu engagieren“ geht der eher allgemeinen Frage nach, ob Mitglieder in ihrer Genossenschaft überhaupt genügend Möglichkeiten sehen, sich einzubringen. Frage M.10: „Wie bewerten Sie folgende Aussagen hinsichtlich Genossenschaften?“ behandelt die Frage nach staatlichem Engagement und wie es von Seiten der

Genossenschaftsmitglieder eingeschätzt wird. Die Fragen M.11: „Hat Ihre Genossenschaft öffentliche Unterstützung erhalten?“ und M.12: „Plant Ihre Genossenschaft, um öffentliche Unterstützung anzusuchen?“ thematisieren staatliche Unterstützungsleistungen aus einer Vergangenheits- als auch aus einer Zukunftsperspektive. Ziel ist es, die generelle Einstellung zu staatlichen Unterstützungsleistungen zu evaluieren und der Frage nachzugehen, ob und welche Genossenschaften staatliche Leistungen im Zuge der Krise in Anspruch nahmen bzw. es planen.

Frage M.5 stellt klar, dass Regionalität, die Sicherung von Arbeitsplätzen und die Nachhaltigkeit von den Mitgliedern in der Krise als gut gelebt wahrgenommen werden, auch das Auftreten als systemrelevanter Nahversorger wird bejaht. Die Aussage, dass die Genossenschaften allgemein von der aktuellen Krise profitieren, wird nur teilweise gesehen, genauso wie das Profitieren der eigenen Genossenschaft. Dass die Krise zur Gründung neuer Genossenschaften motiviert, schätzen die Mitglieder sehr divers ein. Die Verbreitung der Genossenschafts-Idee in der Öffentlichkeit, wird ähnlich wie die Ausrichtung auf eine Gewinnmaximierung als eher zutreffend betrachtet. Anders als erwartet wird die Aussage: „Genossenschaften fördern die Selbsthilfe der Mitglieder“ nicht mehrheitlich mit „trifft sehr zu“ beantwortet. Tendenziell zuversichtlicher hinsichtlich der Aussagen sind dabei große Genossenschaften und ältere Mitglieder. Interessanterweise unterscheiden sich die Bewertungen der Personen mit offizieller Funktion und reinen Mitgliedern kaum.

Frage M.6 betrachtet die Vorteile von Genossenschaften während einer Krise. Als sehr vorteilhaft werden dabei das solide Geschäftsmodell und die Rechtsform, die Stabilität vermittelt, angesehen. Insgesamt werden alle aus der Delphi-Studie abgeleiteten Vorteile als mehrheitlich vorteilhaft bewertet, so etwa die nicht alleine auf die Gewinnmaximierung ausgerichtete Zielsetzung, die Förderung und Kooperation von/unter den Mitgliedern, die langfristige und nachhaltige Ausrichtung sowie die genossenschaftliche Revision. Als ebenfalls vorteilhaft, jedoch weniger eindeutig werden das dezentrale und weitestgehend unabhängige Agieren gesehen, zudem wird die Kooperation nicht unbedingt als überlebensnotwendig wahrgenommen. Aus der Detailauswertung geht hervor, dass Genossenschaftsmitglieder aus dem Bereich Bank & Finanzdienstleistungen, Funktionärinnen und Funktionäre sowie große Genossenschaften die Aussagen im Vergleich insgesamt noch einmal positiver bewerten.

Die in M.7 aufgeworfene Frage nach der Sorge um das Weiterbestehen der eigenen Genossenschaft wird von 85% aller Mitglieder mit „nein“ und „eher nein“ beantwortet. Die geringste Sorge machen sich Genossenschaftsmitglieder aus der Branche Bauen und Wohnen, Mitglieder aus großen Genossenschaften und Funktionärinnen und Funktionäre.

Bezüglich der Frage, ob die aktuelle Situation Anlass ist, sich künftig verstärkt in der Genossenschaft zu engagieren, antworten jeweils etwa 1/3 der Mitglieder mit „ja“ bzw. „nein“, 1/4 antwortet mit „teils-teils“, damit kann konzediert werden, dass knapp 60% der Mitglieder sich im Zuge der Krise verstärkt bzw. teilweise verstärkt in ihrer Genossenschaft engagieren möchten. Die Detailauswertung offenbart jedoch Unterschiede. So ist bei Personen aus dem Sektor Wohnen und Bauen die Bereitschaft sich mehr zu engagieren deutlich ausgeprägter: hier antworten jeweils ca. 45% mit „ja“, die Krise ist für sie Anlass sich stärker zu engagieren, bzw. mit „nein“, sie ist es nicht, allerdings ist die Stichprobe aus diesem Sektor sehr gering, weshalb diese Aussage nicht

generalisiert werden kann. Weiters antworten ältere Mitglieder, Mitglieder aus Westösterreich, Personen mit \geq drei Mitgliedschaften, Mitglieder von Genossenschaften mittlerer Größe und Funktionärinnen und Funktionäre deutlich häufiger, dass die Krise für sie ein Anlass ist, sich verstärkt zu engagieren. Bei den reinen Mitgliedern sagen knapp 50%, dass die derzeitige Situation für sie kein Anlass ist, sich stärker zu engagieren. In Bezug auf die formale Bildung gilt, je höher der formale Abschluss ist, umso eher wird die Krise als Anlass gesehen, sich stärker zu engagieren.

Ob die Mitglieder genügend Möglichkeiten sehen sich in ihrer Genossenschaft zu engagieren, untersucht Frage M.9. So antworten 65% mit „ja“, ca. 8% mit „nein“. Über 1/4 sieht nur teilweise ausreichende Engagemangsmöglichkeiten. Aufgrund der genossenschaftlichen Prinzipien wie dem Demokratieprinzip sollte hier versucht werden, dass die bestehenden Möglichkeiten, in der eigenen Genossenschaft aktiv zu werden, weiter verstärkt werden. Eine große Mehrheit sieht dies bereits, doch gerade unter den jüngeren als auch unter den reinen Mitgliedern und Personen mit tertiärer Ausbildung sehen verhältnismäßig mehr Personen keine bzw. nur teilweise ausreichende Engagemangsmöglichkeiten. Diese unterschiedliche Bewertung ist bei der Unterscheidung von reinen Mitgliedern zu Funktionärinnen und Funktionären besonders stark ausgeprägt.

Bei Betrachtung der Attraktivität von Genossenschaften ist festzustellen, dass die Mitglieder eine Steigerung eher nach einer Krise und nicht währenddessen ausmachen. Staatliche Eingriffe in die Genossenschaft werden tendenziell ablehnend gesehen. Frauen, jüngere Genossenschaftsmitglieder und Mitglieder, die in nur einer Genossenschaft aktiv sind, stehen einer diesbezüglichen Unterstützung positiver gegenüber; Funktionärinnen und Funktionäre sprechen sich eher dagegen aus, Mitglieder kleiner Genossenschaften sind in ihrer Bewertung eher heterogen. Brancheunterschiede sind keine erkennbar.

Auf die Frage M.11 nach bereits erfolgtem Erhalt öffentlicher Unterstützungsleistungen in Folge der Krise antworten fast 2/3 aller Genossenschaftsmitglieder, dass ihre Genossenschaft keine staatliche Unterstützungsleistungen in Anspruch genommen hat. Somit agieren sie konsistent mit den in Frage M.10 geäußerten Einstellung, in der staatliche Unterstützung tendenziell abgelehnt wird. Signifikante Unterschiede sind zwischen den Branchen zu erkennen, so wurden in den Bereichen Bank & Finanzdienstleistungen und Wohnen und Bauen, kaum öffentliche Unterstützungsmaßnahmen beantragt, eine wesentliche Ausnahme stellt jedoch die Kurzarbeit dar, wenn auch auf niedrigem Niveau. Im landwirtschaftlichen Bereich gibt fast die Hälfte der antwortenden Personen an, dass ihre Genossenschaft staatliche Hilfe in Anspruch genommen hat, als wesentliche Maßnahme wird hier ebenfalls die Kurzarbeit genannt.

Frage M.12, thematisiert, ob die Genossenschaft plant, um öffentliche Unterstützung anzusuchen. Hier zeigt sich ein ähnliches Bild wie bei Frage M.11: mehrheitlich sind keine Anträge geplant. Allerdings nimmt die generell ablehnende Haltung ab. Konsistent zu Frage M.11 plant vor allem der landwirtschaftliche Bereich aufgrund der Krise, auch in Zukunft um öffentliche Unterstützung anzusuchen. Je kleiner die Genossenschaft ist, desto größer wird der zukünftige Bedarf an staatlichen Zuschüssen gesehen.

0.2.3. Unterschiede zu anderen Rechtsformen

Kapitel 4.2.4 der Mitgliederbefragung behandelt die Unterschiede und Adäquanz der genossenschaftlichen Rechtsform im Vergleich zu anderen Rechtsformen. So wird in Frage M.13: „Empfinden Sie die Rechtsform der Genossenschaft adäquat, um eine Krise zu meistern?“ abgefragt, ob die genossenschaftliche Rechtsform generell geeignet ist, um Krisen zu meistern. Frage M.14: „Agieren Genossenschaften, Ihrer Meinung nach, in der aktuellen Krise anders als andere wirtschaftlich tätige Unternehmen?“ untersucht das Vorhandensein eines spezifisch genossenschaftlichen Agierens während der aktuellen Krise. Frage M.15: „Welche Unterschiede sehen Sie? Welche der folgenden Merkmale treffen zu?“ nimmt Bezug auf Frage M.14, genauso wie Frage M.16 „Weshalb nicht? Welche der folgenden Merkmale treffen zu?“. Diese zwei Fragen M.15 und M.16 wurden den Genossenschaftsmitgliedern je nach Antwort in Frage M.14 bezüglich des Agierens von Genossenschaften im Vergleich zu anderen Rechtsformen getrennt gestellt. Die Antwortmöglichkeiten wurden jeweils aus den Ergebnissen der Delphi-Studie abgeleitet.

Frage M.13 zeigt in der Gesamtauswertung, dass über 80% aller Mitglieder die genossenschaftliche Rechtsform als adäquat ansehen, um eine Krise zu meistern. Die Detailauswertung zeigt jedoch, dass zwar überall eine Mehrheit der Befragten die Genossenschaft als adäquat empfindet, doch gibt es große Variationen in der prozentuellen Verteilung. So beantworten etwas Personen mit landwirtschaftlichen Hintergrund die Frage deutlich skeptischer als Mitglieder aus den Sektoren Bank & Finanzdienstleistungen oder Wohnen und Bauen, eine weitere Differenzierung nach Branche und Funktion innerhalb der Genossenschaft zeigt, dass auch Funktionärinnen und Funktionäre aus dem landwirtschaftlichen Genossenschaftsbereich die Adäquanz der genossenschaftlichen Rechtsform, um eine Krise zu meistern, deutlich negativer einschätzen. Ein sehr großes Abweichen bzw. ein sehr großer prozentueller Anteil an „nein“-Stimmen ist auch bei kleinen Genossenschaften zu finden. Deutlich skeptischer sind neben Mitgliedern aus dem Landwirtschaftsbereich und kleinen Genossenschaften jüngere Personen, Frauen, Personen ohne offizielle Funktion und Genossenschaftsmitglieder mit niedrigerer formaler Bildung. Der teils hohe Anteil an „nein“-Stimmen kann als ein Indiz interpretiert werden, dass seitens der Mitglieder eine Revision der rechtlichen und organisatorischen Rahmenbedingungen als notwendig erscheint.

Frage M.14 beleuchtet das andere Agieren von Genossenschaften in der Krise im Vergleich zu anderen Wirtschaftsformen. Hier sieht in der Gesamtansicht ca. die Hälfte aller befragten Mitglieder ein anderes Agieren, 30% sehen keines, 17% antworten mit „weiß nicht“. Bei einer Branchenbetrachtung sehen die Mitglieder der Branche Wohnen und Bauen die größten Unterschiede im Agieren ihrer Genossenschaft in der Krise im Vergleich zu anderen Rechtsformen. Auch Personen mit hoher formaler Bildung und interessanterweise auch reine Mitglieder antworten im Vergleich zu Personen mit offizieller Funktion in der Genossenschaft deutlich positiver. Dies ist eine Divergenz, die als wesentlich gesehen wird und daher genauer untersucht werden sollte, warum Funktionärinnen und Funktionäre ein anderes Agieren sehr viel negativer einschätzen als reine Mitglieder. Pessimistischer antworten weiters Personen mit Mitgliedschaften in zwei Genossenschaften und Mitglieder mit niedrigerem formalem Bildungsabschluss.

Frage M.15 wurde ausschließlich den Personen freigeschaltet, die die obige Frage M.14 bejahten, sprich, ein unterschiedliches Agieren von Genossenschaften im Vergleich zu anderen Rechtsformen in der aktuellen Krise sehen. Ziel ist es, das spezifische Agieren von Genossenschaften in der Krise genauer zu evaluieren. Die sieben Antwortmöglichkeiten wurden aus der vorangegangenen Delphi-Studie abgeleitet. Als wesentlicher Unterschied wurde dabei das regionale Agieren und die Nähe zum Kunden genannt, weiters wird ihnen ein marktstabilisierendes und mitarbeiterfreundliches Handeln zugeschrieben. Auch die Verfolgung langfristiger Ziele und die Nicht-Gewinnmaximierung wird von Personen, die ein unterschiedliches Agieren wahrnehmen, als Unterscheidungsmerkmal genannt. Die Ausrichtung auf die Mitgliederförderung, eine Unterscheidung durch bessere Beratungsleistungen oder ein insgesamt besseres Bild von Genossenschaften in der Öffentlichkeit werden als weniger wesentlich erachtet. Die nicht wesentliche Unterscheidung bezüglich Mitgliederförderung (Förderprinzip) wird als bemerkenswert erachtet, wobei es hier Unterschiede in der Detailauswertung gibt. So bewerten Mitglieder aus der Landwirtschaft, Personen die in mehreren Genossenschaften aktiv sind, Funktionärinnen und Funktionären, sowie Mitgliedern mit geringer formaler Schulbildung und Mitglieder aus größeren Genossenschaften diesen Punkt positiver. Große Unterschiede hinsichtlich der Gewinnorientierung werden von Männern stärker gesehen als von Frauen sowie von Personen mit AHS-Abschluss oder BHS mit Matura. Personen, die lediglich in einer Genossenschaft Mitglied sind sowie Mitglieder mit hoher formaler Ausbildung sehen größere Unterschiede im sozialen, marktstabilisierenden und mitarbeiterInnenfreundlichen Agieren von Genossenschaften.

Frage M.16 wurde den Mitgliedern gestellt, die keine Unterschiede im Agieren von Genossenschaften ausmachen konnten. Hier wird als wesentlich genannt, dass die Krise die gesamte Branche betrifft, unabhängig davon, ob die Unternehmung die Rechtsform einer Genossenschaft hat oder nicht. Weiters werden die gleichen Rahmenbedingungen und grundsätzlich ähnliches Verhalten für die Nicht-Sichtbarkeit von Unterschieden verantwortlich gemacht. Als nicht wesentlich werden ein etwaiges zu langsames, unflexibles Reagieren auf Krisen bzw. ein zu risikoscheues Agieren oder der Verlust von Genossenschaftsspezifika aufgrund der Größe der Genossenschaft genannt.

So kann die bestehende Rechtsform der Genossenschaft aus Sicht der Mitglieder grundsätzlich als geeignet zur Überwindung von Krisen angesehen werden, jedoch bedürfen die derzeitigen Ausprägungen einer partiellen Strukturerneuerung. Abweichende Handlungsmuster und Strategien gegenüber anderen Organisationsformen werden vor allem in den Bereichen Regionalität, Solidarität und langfristige Ziele, sozial-nicht gewinnmaximierende, marktstabilisierende und mitarbeiterInnenfreundliche Haltungen wahrgenommen, überraschenderweise nicht bezüglich der Mitgliederorientierung.

0.2.4. Potenziale

Die Fragen M.17 bis M.22 beschäftigen sich mit den Potenzialen, die sich insbesondere für Genossenschaften aus der aktuellen COVID-19-Krise ergeben können. Dabei wird zunächst in Frage M.17 allgemein abgefragt, ob die Genossenschaften während einer Krise durch ihre

Regionalität profitieren. Frage M.18 stellt den Mitgliedern allgemeine Aussagen bezüglich Regionalität und Genossenschaften, die aus der Delphi-Studie abgeleitet wurden, zur Selektion. Frage M.19 eruiert, ob der Regionalisierungstrend auch nach der Krise anhält. Frage M.20 geht speziell auf die einzelnen Genossenschaftsbranchen ein und erhebt von den Mitgliedern, in welchen Branchen sie das größte Potenzial sehen, im Zuge der Krise an Bedeutung zu gewinnen, zu verlieren bzw. ob sie für die jeweilige Branche eine gleichbleibende Entwicklung erwarten. Frage M.21 evaluiert, auf welche Bereiche die eigene Genossenschaft, in der die befragte Person hauptsächlich aktiv ist, in Folge der Krise besonderen Wert legen sollte. Frage M.22 geht auf neue genossenschaftliche Geschäftsfelder ein, die in Zeiten von Krisen bzw. kurz danach entstehen könnten. Die möglichen Geschäftsfelder wurden dabei aus den Aussagen der Genossenschaftsexpertinnen und -experten im Rahmen der Delphi-Studie abgeleitet.

Frage M.17: „Glauben Sie, dass Genossenschaften während einer Krise durch ihre Regionalität profitiert?“ fällt eindeutig aus, über 90% der Befragten beantworten die Frage mit „ja“. Damit wird klar, dass die Regionalität von Genossenschaften gerade während einer Krise ein entscheidender Faktor ist, um dauerhaft zu profitieren. Etwas skeptischer, aber noch immer mit sehr hohen Zustimmungswerten, sind Frauen und Personen ohne offizielle Funktion in der Genossenschaft.

Frage M.18: „Glauben Sie, dass die Regionalität von Genossenschaften...“ stellt fünf Antwortmöglichkeiten zur Verfügung, die auf der Delphi-Befragung basieren. Die höchste Zustimmung erhielt dabei die Aussage „Arbeitsplätze in der Region schafft/hält“, gefolgt von „Kunden bindet“. Damit wird auch hier das regionale Agieren von Genossenschaften hervorgehoben, das als Kundenbindungsinstrument dient, aber auch dazu führt, Arbeitsplätze in der Region zu halten. Am seltensten wird die Antwortoption „Solidarität innerhalb der Region schafft“ gewählt. Sprich, knapp die Hälfte der befragten Mitglieder sehen nicht unbedingt, dass das regionale Agieren von Genossenschaften Solidarität in besonderem Ausmaß fördert.

Frauen und Personen mit formal hoher Bildung streichen die Wichtigkeit von sozialer und regionaler Verantwortung hervor, während bei Männern die Schaffung bzw. das Halten von Arbeitsplätzen das größte Gewicht einnimmt. Diese Aussage wird auch von reinen Mitgliedern im Vergleich zu Funktionärinnen und Funktionären als wichtiger angesehen.

Kleine Genossenschaften betonen die Wichtigkeit der Kundenbindung in der Region, mittlere und große Genossenschaften die Schaffung bzw. das Halten von Arbeitsplätzen, Kundenbindung und regionale/soziale Verantwortung; für große Genossenschaften nehmen auch regionale Investitionen einen Schwerpunkt ein.

Frage M.19: „Glauben Sie, dass dieser Trend auch nach der Krise anhält?“ evaluiert, ob die Genossenschaftsmitglieder der Meinung sind, dass der Trend hin zu mehr Regionalität auch nach der Krise bestehen bleibt. Hier antworten knapp $\frac{3}{4}$ mit „ja“, ca. 15% mit „nein“ und 12% mit „weiß nicht“. Mehrheitlich zustimmend, aber etwas skeptischer äußern sich Personen mit landwirtschaftlichem Hintergrund, jüngere Personen, Männer und Personen mit formal geringerem Bildungsabschluss sowie Personen, die in mehreren Genossenschaften Mitglied sind, und jene in kleinen Genossenschaften.

Frage M.20 stellt aus jeder Perspektive bzw. Detailauswertung dar, welche Genossenschaftsbranchen aus der jeweiligen Sicht in Folge der Krise an Bedeutung gewinnen, verlieren oder gleichbleiben werden. Unisono wird dabei dem Landwirtschaftssektor der größte Bedeutungsgewinn attestiert, gefolgt von dem Energiebereich und dem Sektor Bank & Finanzdienstleistungen, wobei hier darauf verwiesen werden muss, dass ein Großteil der teilnehmenden Personen aus diesem Sektor kommt und ein gewisser self-selection bias auftritt. Interessant ist, dass die Mitglieder landwirtschaftlicher Genossenschaften selbst ihre eigene Branche etwas negativer einschätzen als es Mitglieder anderer Branchen tun. Personen aus den Bereichen Bank & Finanzdienstleistungen und Wohnen und Bauen sehen ihre eigene Branche im Vergleich zur Fremdbetrachtung sehr viel positiver. Eine gleichbleibende Entwicklung wird vor allem für die Branchen Dienstleistungen, Konsum und Gewerbe, Produktion und Handwerk erwartet. Die geringsten Chancen auf einem Bedeutungsgewinn werden im Bereich Soziales, Kunst und Kultur erwartet. Auffallend ist, dass Frauen und Personen aus Westösterreich insgesamt sehr viel größere Bedeutungsgewinne ausmachen als Männer oder Personen aus anderen Regionen Österreichs.

Frage M.21 behandelt Aussagen bezüglich Aufgabenfeldern, auf die die jeweilige Genossenschaft in Folge der Krise besonderen Wert legen sollten. Die verschiedenen Aussagen sind aus der Delphi-Studie abgeleitet. Je nach Genossenschaftshintergrund der Befragten wurden ihnen branchenspezifische Aussagen zur Bewertung gestellt. Aufgrund der geringen Teilnehmendenzahl werden lediglich die Branchen Bank & Finanzdienstleistungen, Wohnen und Bauen und Landwirtschaft vorgestellt.

Für den Sektor Bank & Finanzdienstleistungen erhalten die Aussagen „bessere Kommunikation“, „mehr nachhaltige Finanzprodukte“, „Initiativen zum Auffangen gefährdeter Klein- und Mittelbetriebe“ und „Förderprogramme für die jeweilige Region“ die höchsten Zustimmungsraten. Weniger wichtig angesehen werden die Punkte „mehr Angebote an langfristigen Veranlagungen“ und „verbessertes Kreditangebot“. Die Medianwerte sind zwar durchwegs gleich, doch unterscheidet sich neben der Perzentilverteilung auch der jeweilige Mittelwert, weshalb hier eine Differenzierung vorgenommen werden kann.

Beim Sektor Wohnen und Bauen wird unisono die Aussage „mehr leistbares, genossenschaftliches Wohnen“ mit „stimme sehr zu“ bewertet. Diese hohe Zustimmung wird auch den drei Punkten „Verwertung von Leerständen“, „Schutz des Immobilienbestandes vor Privatisierung“ und „neue Wohn- und Flächennutzungskonzepte, ökologisches Bauen“ zuteil. Wohnbegleitende Maßnahmen, sichere Wohnen und Schutz vor Kündigung werden bei einem Median von „stimme eher zu“ ebenfalls als wichtig angesehen. Am vergleichsweise unwichtigsten wird der Punkt „größere Bauvolumen“ betrachtet. Somit wünschen sich die Mitglieder aus dem Bereich Wohnen und Bauen zwar mehr leistbares, genossenschaftliches Wohnen, aber nicht unbedingt Bauprojekte mit sehr großem Bauvolumen. Allerdings können die Aussagen aufgrund der geringen Stichprobenanzahl nicht abschließend beurteilt bzw. als allgemeingültig anerkannt werden.

Im Landwirtschaftssektor wurde der „Einsatz für faire Preise“ und ein „Besseres Images für die Landwirtschaft generell“ als die zwei Aufgabenfelder gesehen, die von fast allen Mitgliedern aus dem Landwirtschaftsbereich mit „stimme sehr zu“ bewertet werden, gefolgt von der „Sicherung

der Lebensmittelversorgung“. Der Medianwert der drei weiteren Antwortoptionen „Ab Hof Verkauf und Direktvermarktung“, „neue Konzepte der Flächennutzung“ und „Ausbau von Vorsorgekapazitäten, Autarkie“ liegt bei jeweils „stimme eher zu“. Somit wünschen sich die Mitglieder aus dem Landwirtschaftssektor neben dem Einsatz ihrer Genossenschaft für faire Preise insgesamt Kampagnen, die zur Verbesserung des Landwirtschaftsimages führen.

In Frage M.22: „Welche neuen Geschäftsfelder für Genossenschaften könnten in Zeiten der Krise oder kurz danach entstehen?“ werden die Zukunftsfelder der Genossenschaft thematisiert. Die Antwortmöglichkeiten leiten sich dabei aus den Antworten der der Genossenschaftsexpertinnen und -experten aus der Delphi-Befragung ab. Als das Geschäftsfeld mit der größten Zustimmung wird der Zusammenschluss von EPUs und KMUs gesehen, gefolgt von den Bereichen Pflege und Energie. Bei einer Unterscheidung nach Branche sehen Mitglieder aus dem Bereich Bank & Finanzdienstleistungen sowie aus dem Landwirtschaftssektor den Zusammenschluss von EPUs und KMUs an erste Stelle, Personen aus dem Sektor Bauen und Wohnen dagegen den Pflegebereich. Wenig überraschend sind für Frauen im Vergleich zu Männern und für jüngere Menschen im Vergleich zu älteren der Zusammenschluss von EPUs und KMUs sowie Arbeitslosengenossenschaften wichtiger, für ältere Personen hingegen die Pflege, für Männer die Energiewirtschaft. Für Mitglieder in mehreren Genossenschaften sowie für Funktionärinnen und Funktionäre ist tendenziell der Energiebereich wichtiger als für Personen aus nur einer Genossenschaft bzw. reinen Mitgliedern. Personen mit formal hohem Bildungsabschluss sehen in allen Bereichen höheres Potenzial als Personen mit niedrigerem Bildungsabschluss. Eine Ausnahme bildet lediglich der Bereich der Arbeitslosengenossenschaften.

0.2.5. Unterstützung

In Kapitel 4.2.6. der Mitgliederbefragung werden Fragen rund um das Thema, wie Genossenschaften ihre Mitglieder während einer Krise unterstützen können und konkret welche Hilfsmaßnahmen die jeweiligen Genossenschaften für ihre Mitglieder eingerichtet haben, erörtert. Zudem wird die Frage behandelt, ob Nicht-Mitgliedern genossenschaftliche Leistungen in der Krise zugänglich gemacht werden sollen. Dabei werden die Ergebnisse folgender sechs Fragen präsentiert: Frage M.23: „Reihen Sie folgende Aussagen von 1 – 8 (1 = am wichtigsten, 8 = am wenigsten wichtig) in Bezug auf die Frage: Wie können Genossenschaften ihre Mitglieder in Krisenzeiten unterstützen?“, Frage M.24: „Wie unterstützt Sie Ihre Genossenschaft während der Krise?“, Frage M.25: „Hat Ihre Genossenschaft aufgrund der aktuellen Krise personelle Maßnahmen gesetzt?“, Frage M.26: „Sollen Genossenschaften während einer Krise im Sinne ihrer regionalen Verantwortung auch Nicht-Mitglieder unterstützen?“, Frage M.27: „Welche Gründe sprechen für eine gleichwertige Unterstützung von Nicht-Mitgliedern?“ und Frage M.28: „Welche Gründe sprechen gegen eine gleichwertige Unterstützung von Nicht-Mitgliedern?“.

Die Reihungsfrage M.23 basiert auf Aussagen der ExpertInnen aus der vorangegangenen Delphi-Studie, dabei wird der Frage nachgegangen, wie Mitglieder während einer Krise von ihrer Genossenschaft unterstützt werden können. Bezüglich der Reihung der Aussagen nehmen die drei Punkte „finanzielle Unterstützung (Stundung, Preisreduktion..)“, „Umgekehrt: Mitglieder müssen in der Krise ihrer Genossenschaft die Treue halten“ und „Gründungs-idee, Satzung und Hilfe zur

Selbsthilfe leben“ die ersten drei Plätze ein. Der Solidaritätsgedanke wird besonders hervorgehoben. Eine Branchenbetrachtung zeigt, dass im Sektor Bank & Finanzdienstleistungen Unterstützung vor allem monetär gesehen wird, innerhalb des Sektors Wohnen und Bauen wird neben der finanziellen Unterstützung insbesondere der Solidaritätsgedanke betont. Im Landwirtschaftssektor stehen dagegen vor allem Aussagen bezüglich Solidarität und Selbsthilfe vorne in der Reihung. Vor allem jüngere Mitglieder, Mitglieder mit hoher formaler Ausbildung und Frauen sehen die finanzielle Unterstützung als wesentliches Hilfsinstrument, während bei älteren Genossenschaftsmitgliedern der Solidaritätsgedanke im Vordergrund steht. Bei Personen, die Mitglied in einer Genossenschaft sind, werden die Punkte Gründungsidee und Selbsthilfe wichtiger; ist man bei mehreren Genossenschaften aktiv, dominieren „Treue“ und finanzielle Unterstützungsleistungen. Je kleiner die Genossenschaft ist, desto mehr stehen die Gründungsidee gemeinsam mit Solidarität im Vordergrund, bei großen Genossenschaften wird die Frage eher mit monetärer Unterstützung beantwortet.

Wurde in Frage M.23 untersucht, wie die Genossenschaft ihre Mitglieder unterstützen können, wird in Frage M.24 beleuchtet, wie die Hilfe tatsächlich erfolgt. Insgesamt ist festzustellen, dass die Mitglieder sich im Großen und Ganzen gut von ihrer Genossenschaft unterstützt und informiert fühlen; sie empfinden diese Unterstützung als unbürokratisch und schätzen eine rasche Kreditgewährung. Eine verstärkte Unterstützung im operativen Bereich sowie in der Digitalisierung wird teilweise gesehen. Eine geringe Hilfestellung wird durch etwaige Solidaritätsfonds, Vorziehen von Aufträgen oder der Suche nach Arbeitskräften wahrgenommen. Da diese Aussagen auf der Delphi-Befragung basieren, ist jedoch nicht ganz klar, ob dies auch die Punkte sind, die auch von den Genossenschaftsmitgliedern angeführt worden wären. So kann eine geringe Bewertung dieser Punkte auch darauf hindeuten, dass sie für die Mitglieder nicht im gleichen Maße relevant sind wie für die Genossenschaftsexpertinnen und -experten. Mitglieder aus dem Bereich Bank & Finanzdienstleistungen folgen im Wesentlichen den allgemeinen Aussagen ebenso wie die Mitglieder aus dem Landwirtschaftsbereich, die sich insgesamt jedoch etwas kritischer äußern. Die Aussagen der Mitglieder aus dem Bereich Wohnen und Bauen divergieren etwas, wobei hier auf die geringe Stichprobengröße verwiesen werden muss, die eine allgemeine Aussage erschwert. Reine Mitglieder und kleine Genossenschaften sehen die vorgebrachten Aussagen etwas kritischer als Funktionärinnen und Funktionäre sowie Personen, die in großen Genossenschaften aktiv sind. Absolventinnen und Absolventen mit AHS und BHS mit Matura als ihren formal höchsten Bildungsabschluss sehen sich im Vergleich zu den anderen Bildungsclustern von ihrer Genossenschaft am besten unterstützt und Hauptschulabsolventen am besten informiert; Personen mit Hochschulabschluss nehmen insgesamt eine kritischere Haltung ein.

Auf die Frage M.25 hin, welche personelle Maßnahmen aufgrund der Krise gesetzt wurden, geben 2/3 aller Mitglieder an, dass ihre Genossenschaft keine personellen Maßnahmen setzen musste. Aus der Gesamtansicht geht hervor, dass weniger als ein Fünftel auf Kurzarbeit setzt. Weniger als 1% der Mitglieder geben an, dass es bei ihnen aufgrund der Krise zu Kündigungen kam. 14% antworten mit „weiß nicht“. Knapp 7% der Antworten fallen unter weitere, hierunter fallen etwa Home-Office-Regelungen sowie das Nutzen von Urlaubsansprüchen (Abbau bzw. Vorziehen). Diese Aussagen sprechen für eine bisher durchaus gesunde wirtschaftliche Grundlage der Genossenschaften sowie ein mitarbeiterfreundliches Agieren. Betrachtet man die Aussagen

branchenspezifisch, so wurden insbesondere in den Bereichen Bank & Finanzdienstleistungen und Wohnen und Bauen kaum personelle Maßnahmen getroffen, im Landwirtschaftsbereich wurde stark auf Kurzarbeit gesetzt. Genossenschaften in Westösterreich implementieren Kurzarbeitsmodelle etwas stärker als es Genossenschaften in Ostösterreich tun.

Aus Frage M.26, die erhebt, ob Genossenschaften Nicht-Mitglieder unterstützen sollen, leiten sich die zwei Unterfragen M.27 und M.28 ab. Je nach Antwortverhalten in Frage M.26 wurden den Genossenschaftsmitgliedern Pro- oder Contra-Argumente bezüglich der Unterstützung von Nicht-Mitgliedern gestellt. Ziel ist die Eruierung der konkreten Mitgliedermeinung.

Aus Frage M.26 geht hervor, dass der überwiegende Teil der Mitglieder ganz oder teilweise für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern votiert. Während Mitglieder aus dem Bereich Bank & Finanzdienstleistungen dem allgemeinen Trend folgen, lehnt fast niemand aus dem Sektor Wohnen und Bauen eine derartige Unterstützung ab, jedoch ist dort der Anteil an „teils-teils“-Stimmen mit knapp 2/3 sehr hoch. Am kritischsten gegenüber einer Unterstützung von Nicht-Mitgliedern äußern sich Personen aus der Landwirtschaft, mit fast einem Viertel „ja“- und einem Viertel „nein“-Stimmen. Frauen stehen im Unterschied zu Männern sowie Mitgliedern mit Hauptschulabschluss einer Unterstützung von Nicht-Mitgliedern mehrheitlich positiv gegenüber. Ebenso sind Personen mit Mitgliedschaft bei einer Genossenschaft offener als Mitglieder, die bei mehreren Genossenschaften aktiv sind, was sich damit erklären lässt, dass für sie der genossenschaftliche Grundsatz der Mitgliederförderung wichtiger ist als der Solidaritätsgedanke gegenüber anderen Personen. Je kleiner die Genossenschaft, desto aktiver wird eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern bejaht, eine ablehnende Haltung ist größenunabhängig.

M.27 betrachtet die Teilantworten der Mitglieder, die in M.26 mit „ja“ oder „teils-teils“ geantwortet haben, und untersucht die Gründe, die für eine Nicht-Mitgliederunterstützung sprechen. Als Antwortmöglichkeiten wurden erneut Aussagen der Expertinnen und Experten aus der Delphi-Studie verwendet, die Mitglieder waren dazu aufgerufen, die einzelnen Aussagen zu reihen. Als hauptsächlicher Grund für eine Unterstützung wird die „Chance auf neue Mitglieder“ und die „generelle Stärkung des Images und des Grundgedankens von Genossenschaften“ genannt. Zurückhaltende Aussagen, dass eine „Förderung nur dann möglich sein soll, wenn es für die Genossenschaft von Vorteil ist und die Satzung es erlaubt“, bzw. „lediglich eine zeitlich begrenzte Unterstützung gewährleistet sein soll, um Nicht-Mitgliedern die Vorteile der Genossenschaft zu zeigen“, werden als weniger wichtig erachtet.

Für Personen aus Westösterreich ist die „Stärkung des „Images und des Grundgedankens von Genossenschaften“ erstgereiht, während es bei Personen aus Ostösterreich die „Chance auf neue Mitglieder“ ist. Eine „Steigerung der Mitgliederanzahl“ erhoffen sich vor allem jüngere Mitglieder, Mitglieder in nur einer Genossenschaft, AHS-Absolventinnen und -Absolventen sowie mittlere und große Genossenschaften. Eine „Stärkung des Images und des Grundgedankens von Genossenschaften“ sehen vor allem ältere Mitglieder, Mitglieder in mehreren Genossenschaften, Mitglieder in kleinen Genossenschaften sowie Hauptschul- und Hochschulabsolventinnen und -absolventen als Hauptgrund für eine Unterstützung.

Frage M.28 geht auf die Gründe ein, die gegen eine gleichwertige Unterstützung von Nicht-Mitgliedern sprechen. Dabei wird „die Verletzung des Gegenseitigkeitsprinzips“ als wichtigster Punkt gesehen („Genossenschaftliche Prinzipien wie die Solidarität sollten v.a. in der Krise zwischen Mitgliedern gelten“), der gegen eine gleichwertige Unterstützung von Nicht-Mitgliedern spricht, gefolgt von der Gefahr einer fehlenden Differenzierung von Genossenschaftsmitglied und Nicht-Mitglied und einem damit einhergehenden Verlust von bestehenden Mitgliedern („Abwendung bestehender Mitglieder von der Genossenschaft, da fehlende Differenzierung. Nutzen der Genossenschaft schwindet“). Am wenigsten wichtig für die Begründung einer Nicht-Unterstützung von Nicht-Mitgliedern werden Satzungshindernisse (Die meisten Satzungen nennen die Förderung von Nicht-Mitgliedern nicht“) angeführt.

Bezüglich Branchen steht lediglich in der Landwirtschaft der „Verlust bestehender Mitglieder“ an erster Stelle, bei den anderen zwei Branchenbetrachtungen dominiert die Verletzung des Gegenseitigkeitsprinzips und damit der internen Solidarität. Eine mögliche „Ressourcenknappheit“ wird vor allem von jüngeren Genossenschaftsmitgliedern, Frauen und Mitgliedern in mehr als zwei Genossenschaften sowie reinen Mitgliedern befürchtet. Die Aussage hinsichtlich „Solidarität ausschließlich unter den Mitgliedern“ wird vor allem von älteren Mitgliedern, Mitgliedern aus Ostösterreich und unter Funktionärinnen und Funktionären und Mitgliedern in einer Genossenschaft bzw. mit Hauptschule, Lehre, BHS und AHS als höchsten formalen Abschluss hochgehalten. Eine Abwendung bestehender Mitglieder wird vor allem von Männern und Hochschulabsolventinnen und -absolventen antizipiert.

0.2.6. Organisationsformen

Das vorletzte große Unterkapitel behandelt die Fragestellungen, ob bzw. welcher Bedarf an strukturellen Änderungen die Genossenschaftsmitglieder in Bezug auf die generelle Struktur der Genossenschaft sehen, ob sich Mehrfachfunktionen bewähren und ob sich die Mitglieder häufigere Umfragen zur Einholung ihres Stimmungsbilds wünschen. Die hier behandelten drei Fragen sind dabei folgende: Frage M.29: „Es gibt an der aktuellen Struktur der Genossenschaften Änderungsbedarf.“, Frage M.30: „Haben sich Mehrfachfunktionen zwischen Verbund und/oder in einzelnen Genossenschaften während der Krise bewährt bzw. sehen Sie diese insgesamt als...“ und Frage M.31: „Sollten Mitglieder häufiger nach ihrer Meinung befragt werden?“.

Frage M.29 bezüglich eines Änderungsbedarfs an der aktuellen Struktur der Genossenschaft wird von fast zwei Drittel der Genossenschaftsmitglieder grundsätzlich bestätigt, sie antworten auf die Frage entweder mit „ja“ oder „teils-teils“. Der Bedarf an Veränderungen wird von Mitgliedern aus dem Landwirtschaftssektor stärker gesehen als etwa von Mitgliedern auf dem Bereich Wohnen und Bauen. Eine höhere Notwendigkeit zur Restrukturierung wird ebenso von jüngeren Mitgliedern, Männern, Personen ohne Hochschulabschluss, reinen Mitgliedern, Mitgliedern in mehreren Genossenschaften und Mitgliedern aus Ostösterreich wahrgenommen. Personen mittlerer und großer Genossenschaften sind mit der prinzipiellen Struktur der Genossenschaft zufriedener als Personen aus kleinen Genossenschaften. Auf die konkrete Meinung, welchen Änderungsbedarf ein Großteil der Genossenschaftsmitglieder sieht, sollte in einer weiteren Studie genauer untersucht werden.

In Frage M.30 wird die Bewährung von Mehrfachfunktionen zwischen Verbund und/oder innerhalb einzelner Genossenschaften während der Krise bzw. insgesamt eruiert. Als Antwortmöglichkeiten stehen „vorteilhaft“, „weniger vorteilhaft“ und „keine Meinung“ zur Verfügung. Dabei antworten in der Gesamtübersicht etwa über 44% mit „vorteilhaft“, während lediglich 12% mit „weniger vorteilhaft“ antworten. Knapp 44% wählen die Antwortoption „keine Meinung“, aufgrund dieses hohen Anteils kann die Frage nicht abschließend beantwortet werden, doch sehen die Personen, die eine konkrete Meinung haben, die Möglichkeit von Mehrfachfunktionen mehrheitlich positiv. Nach Branche betrachtet finden Mehrfachfunktionen in der Landwirtschaft die größte Zustimmung, andererseits, jedoch deutlich geringer, auch die größte Ablehnung. Männer, Mitglieder in nur einer Genossenschaft und Absolventinnen und Absolventen mit Hochschulabschluss sowie Mitglieder großer Genossenschaften sehen stärkere Vorteile bei Mehrfachfunktionen. Interessant ist, dass Funktionärinnen und Funktionäre Mehrfachfunktionen kritischer sehen als reine Mitglieder.

M.31 betrachtet die Frage nach einer häufigeren Konsultierung der Meinung der Mitglieder. Hier stimmen über 90% der befragten Mitglieder mit „stimme zu“ und „stimme teils zu“, sprich, sie wünschen sich, dass ihre Meinungen stärker gehört werden. Dieser hohe Wert ist insofern erstaunlich, da Genossenschaften aufgrund ihrer Struktur generell demokratisch aufgestellt sein sollten und die Konsultierung der Mitglieder eine wesentliche Rolle im Management von Genossenschaften einnimmt. Die höchsten Zustimmungswerte sind bei den Mitgliedern aus den landwirtschaftlichen Genossenschaften zu finden. Eine Detailauswertung nach Branchenhintergrund und Funktion innerhalb der Genossenschaft zeigt zudem, dass hier Funktionärinnen und Funktionäre eine häufigere Konsultierung besonders stark befürworten. Eine häufigere Befragung wird ebenfalls von jüngeren Mitgliedern, Genossenschaftsmitgliedern aus dem Osten Österreich sowie von Mitgliedern mehrerer Genossenschaften besonders stark befürwortet.

0.2.7. Digitalisierung

Das letzte Unterkapitel „Digitalisierung“ (Kap. 4.2.8.) betrachtet Genossenschaften in Kontext von digitalen Strukturen, sowohl in Hinblick auf die Zustimmung der Mitglieder zu digitalen Mitgliederversammlungen als auch auf Fragestellungen, welche Vor- und Nachteile mit einer digitalen Transformation von Genossenschaften insgesamt einhergehen. Insgesamt fallen neun Fragen unter diesen Themenblock: Frage M.32: „Ich begrüße, dass Mitgliederversammlungen aufgrund der aktuellen Situation digital durchgeführt werden können“, Frage M.33: „Die Möglichkeit digitaler Sitzungen / Abstimmungen bei Genossenschaften soll auch nach der Krise beibehalten werden“, Frage M.34: „Ich werde an der digitalen Mitgliederversammlung teilnehmen“, Frage M.35: „Ich nahm in der Vergangenheit regelmäßig an den physischen Mitgliederversammlungen teil“, Frage M.36: „Ziehen Sie die Verschiebung der ordentlichen Mitgliederversammlung auf einen späteren Zeitpunkt, an dem man sich wieder regulär treffen kann, der virtuellen Versammlung vor?“, Frage M.37: „Warum ziehen Sie die Verschiebung der ordentlichen Mitgliederversammlung auf einen späteren Zeitpunkt, an dem man sich wieder regulär treffen kann, der virtuellen Versammlung vor?“, Frage M.38: „In welchen Bereichen sehen

Sie die Digitalisierung als besonders wichtig?“, Frage M.39: „Kreuzen Sie die für Sie 5 wichtigsten Vorteile der Digitalisierung für Ihre Genossenschaft an!“ und Frage M.40: „Kreuzen Sie die für Sie 5 wichtigsten Nachteile der Digitalisierung für Ihre Genossenschaft an!“.

Die Ergebnisse der Frage M.32, in der die Zustimmung zur digitalen Mitgliederversammlung aufgrund der Covid-19-Situation untersucht wird, zeigen die große Bereitschaft der Mitglieder, in der aktuellen Situation Mitgliederversammlungen digital durchzuführen, 2/3 aller Mitglieder stimmen dafür. Jüngere Genossenschaftsmitglieder, Frauen, Genossenschaften aus Ostösterreich und Personen mit hoher formaler Bildung äußern sich noch offener zur Nutzung digitaler Kommunikationswege in Krisenzeiten. Bei je mehr Genossenschaften die befragten Personen Mitglied sind bzw. je kleiner ihre Genossenschaft ist, desto mehr werden persönliche Treffen bevorzugt.

Frage M.33 eruiert die Meinung, ob die Möglichkeit von digitalen Sitzungen/Abstimmungen auch nach der Krise beibehalten werden soll. Hier sind die Ergebnisse nicht mehr ganz so eindeutig. Nur noch knapp 50% äußern sich mit positiv und antworten mit „ja“, beinahe genauso viele (44%) lehnen eine Beibehaltung ab und antworten mit „nein“. Der Rest ist Indifferenz bzw. antwortet mit „weiß nicht“. Besonders Mitglieder aus landwirtschaftlichen Genossenschaften und kleinen Genossenschaften, ältere Mitglieder, Männer und Funktionärinnen und Funktionäre sowie Mitglieder mit geringerer formaler Ausbildung sprechen sich gegen eine Beibehaltung digitaler Sitzungen aus.

Neben der Frage der Beibehaltung in Frage M.33 untersucht Frage M.34, ob generell eine Bereitschaft da ist, an der digitalen Mitgliederversammlung teilzunehmen. Diese Frage ist insbesondere unter Beachtung von Frage M.35 zu analysieren, in der die Teilnahme an Mitgliederversammlungen in der Vergangenheit abgefragt wird. Zu Frage M.34 sagen 2/3 aller Mitglieder, dass sie bereit wären, an einer digitalen Mitgliederversammlung teilzunehmen, bei einem Fünftel aller befragten Mitglieder stößt die digitale Teilnahme auf Widerstand. Sie geben an, daran nicht teilnehmen zu wollen. Besonders kritisch stehen digitalen Zusammenkünften Mitglieder aus landwirtschaftlichen Genossenschaften, Männer, Mitglieder aus kleinen Genossenschaften sowie Mitglieder mit geringerer formaler Bildung gegenüber. Der Anteil von Funktionärinnen und Funktionären, die an der digitalen Versammlung teilnehmen werden, ist zwar höher als bei reinen Mitgliedern, doch geben interessanterweise noch immer über ein Fünftel der befragten Funktionärinnen und Funktionäre an, an einer digitalen Mitgliederversammlung nicht teilnehmen zu wollen. Der vergleichsweise hohe Wert an Ablehnungen ist insofern bemerkenswert, als die Befragung online durchgeführt wurde und insofern eine vergleichsweise hohe Affinität zu digitalen Prozessen unterstellt werden kann.

Frage M.35 eruiert die regelmäßige Teilnahme an physisch durchgeführten Mitgliederversammlungen in der Vergangenheit. Hier geben knapp 90% der befragten Mitglieder an, regelmäßig an den Mitgliederversammlungen teilgenommen zu haben. Somit ist der Widerstand der Mitglieder in Frage M.34 direkt auf das digitale Format zurück zu führen. Je kleiner die Genossenschaft ist sowie bei je weniger Genossenschaften man Mitglied ist, desto weniger hoch war der bisherige Anteil an Teilnahmen bei einer Mitgliederversammlung. Ebenso

zeigt von allen Branchen die Landwirtschaft das geringste Engagement bei offiziellen Treffen. Knapp zehn Prozent aller Funktionärinnen und Funktionäre erscheinen nicht bei den Versammlungen der Genossenschaften, bei denen sie Verantwortung übernommen haben.

Vor allem auch jüngere Genossenschaftsmitglieder waren weniger bei analogen Versammlungen anwesend, ihre Bereitschaft zu digitalen Treffen wäre wesentlich höher.

Eine Frage, die sich in den Sommermonaten 2020, in der die Mitgliederbefragung durchgeführt wurde, gestellt hatte, war die Verschiebung der ordentlichen Mitgliederversammlung auf einen späteren Zeitpunkt, an dem man sich wieder regulär, sprich physisch, treffen kann. Hier sagen 2/3 der Befragten, dass sie eine Verschiebung präferieren, 1/4 zieht eine digitale Mitgliederversammlung vor. Persönliche Treffen werden vor allem von Mitgliedern aus der Landwirtschaft, von Männern, älteren Mitgliedern, Mitgliedern in mehreren Genossenschaften sowie jenen mit geringerer formaler Ausbildung präferiert. Aufgrund dieser Aussagen wird sichtbar, dass digitale Mitgliederversammlungen in Krisenzeiten zwar akzeptiert werden, doch wird grundsätzlich eine Mitgliederversammlung mit physischer Anwesenheit präferiert.

Frage M.37 ist die einzige offene Frage innerhalb der Mitgliederuntersuchung. Sie wurde für die Personen freigeschaltet, die eine Verschiebung der Mitgliederversammlung auf einen späteren Zeitpunkt präferieren, gestellt, um so mehr über die Gründe einer präferierten Verschiebung zu erfahren. Als wesentlich stellt sich dabei der persönliche Kontakt dar. Beispielhafte Antworten sind dabei: *„Die Mitgliederversammlung ist auch ein wichtiger Termin zum Netzwerken. Dies geht digital völlig verloren“*; *„Eine reguläre Mitgliederversammlung stärkt das Zusammengehörigkeitsgefühl der Mitglieder!“*; *„Persönlich ist einfach persönlich, zudem sind die Vor- und Nachbesprechungen und Small-Talks etwas was eine ordentliche Mitgliederversammlung zusätzlich ausmachen.“*. Weitere Gründe waren etwa das Sicherheitsargument bzw. die Möglichkeit technischer Probleme bei Abstimmungen, die Überprüfung der Anwesenheit der Mitglieder, aber auch die fehlende technische Affinität der Mitglieder. Weiters wurde darauf eingegangen, dass Mitgliederversammlungen gleichzeitig auch eine PR-Veranstaltung seien und es sich dabei um ein gesellschaftliches Ereignis handle.

Fragen M.38 bis M.40 gehen über das Thema Digitalisierung der Mitgliederversammlung hinaus und ermitteln, in welchen Bereichen innerhalb der Genossenschaft Digitalisierungsmaßnahmen durchgeführt werden können/sollten und welche Vor- und Nachteile daraus erwachsen.

Die Reihungsfrage M.38 thematisiert, in welchen Bereichen innerhalb der Genossenschaft die Digitalisierung als besonders wichtig angesehen wird. Die Aussage „Kommunikation nach außen z.B. Marketing“ wird von 26,3% aller Mitglieder auf den ersten Rang gewählt und wird somit als am wichtigsten wahrgenommen; gefolgt von der Aussage „digitale Kundenbetreuung“ mit einem prozentuellen Anteil von 22,4% auf dem ersten Rang und schließlich der „Kommunikation nach innen, interne Prozesse und Verwaltung, Routinevorgänge“ (20,55%). Am wenigsten wichtig werden auf dem letzten Rang mit einem Anteil von über 35% der Bereich der „Abstimmungen und genossenschaftsinterner Entscheidungsprozesse“ gesehen. Dieser Punkt dürfte insbesondere so häufig auf den letzten Rang gewählt worden sein, da es grundsätzlich eine ablehnende Haltung gegenüber einer digital abgehaltenen Mitgliederversammlung gibt (vgl. Frage M.33). Ebenfalls

häufig wird mit einem Anteil von 28,1% der Punkt „Einkaufsplattformen“ gewählt. Der Punkt „Vertriebsplattformen“ macht innerhalb des letzten Rangs nur 6,8% aus. Den Mitgliedern ist daher eine Digitalisierung der Vertriebsplattformen deutlich wichtiger als digitale Einkaufsplattformen. Abweichend davon wird in der Landwirtschaft keine eindeutige Präferenz bezüglich digitaler Strategien geäußert. Jüngere Mitglieder sowie Frauen präferieren Kommunikation und Kundenbindung, reine Mitglieder erkennen die Notwendigkeit von Vertriebsplattformen deutlicher als Funktionärinnen und Funktionäre, die Digitalisierung nach innen als wichtiger ansehen. Auffallend ist, dass vor allem jüngere Mitglieder internen digitalen Entscheidungsprozessen keine große Bedeutung zumessen, obwohl sie sich bezüglich digitaler Kommunikation grundsätzlich sehr offen gezeigt haben. Je höher der formale Bildungsstand, desto eher wird digitale Kommunikation nach außen als wesentlich erachtet, je geringer der formale Bildungsstand, desto mehr die Kommunikation nach innen. Grundsätzlich wird digitalen Abstimmungsprozessen die geringste Bedeutung zugemessen.

Frage M.39 untersucht die fünf wichtigsten Vorteile der Digitalisierung für Genossenschaften, dabei wurden den Genossenschaftsmitgliedern zehn Antwortoptionen gestellt, aus denen sie die fünf für sie wichtigsten Vorteile aussuchen konnten. Die Optionen leiteten sich jeweils aus den gegebenen Antworten der Expertinnen und Experten aus der Delphi-Befragung ab. In der Bewertung kristallisieren sich klar vier Vorteile heraus, die über alle Detailauswertungen hinweg konstant sind. Erstens Schnelligkeit der Kommunikation, zweitens Kosten / Zeitersparnis hinsichtlich eines effizienteren Ablaufs, drittens Servicequalität und viertens Schnelligkeit der Problembehandlung. Mit keinen erwarteten Vorteilen gehen die Punkte demokratische Abstimmungen und Transparenz sowie Kostenersparnis durch Filialschließungen einher. Somit wünschen sich die Mitglieder, dass digitale Strukturen vor allem zur Verbesserung der Kommunikation und zur Steigerung der Effizienz eingesetzt werden, nicht aber für digitale Abstimmungen. Ebenso kritisch werden Filialschließungen gesehen, die sich aus einer vermehrten Nutzung digitaler Prozesse ergeben können.

Frage M.40 ist sehr ähnlich aufgebaut wie Frage M.39, nur dass hier nach den Nachteilen gefragt wird, die sich aus einer Digitalisierung für die Genossenschaften ergeben. Wie in Frage M.39 kristallisieren sich auch hier vier Nachteile heraus, die ebenfalls über beinahe alle Detailauswertungen hinweg konstant sind. Erstens der Rückgang an persönlichen Beziehungen innerhalb der Genossenschaften, zweitens die Kommunikation zu Kunden und Lieferanten, drittens eine geringe Affinität der Genossenschaftsmitglieder zu digitalen Prozessen und viertens die Datensicherheit. Sehr selten bzw. als unwesentlich werden von den Genossenschaftsmitgliedern zentralistische Einflüsse und Qualitätsverluste bei strategischen Entscheidungen die digital besprochen werden, gesehen.

1. Einleitung

1.1. Problemstellung

COVID-19 verursacht globale Auswirkungen ungeahnten Ausmaßes. Zu Beginn der umgangssprachlich als *Corona* bezeichneten Pandemie wurde weltweit mit einem wirtschaftlichen Rückgang von 5,2 %⁴ gerechnet, Ende 2021 weisen die Prognosen für Österreich einen Anstieg von 4%⁵, aber dennoch 5% unter den Pre-Corona-Erwartungen auf.

Selbstverständlich schlagen nicht nur der volkswirtschaftliche Einbruch, sondern hauptsächlich und verstärkend bzw. auslösend die restriktiven gesetzlichen Maßnahmen⁶ auf die einzelnen Unternehmen durch. Je gewinnorientierter, gewinnabhängiger und Cash-Flow-abhängiger ein Betrieb ist, desto massiver ist sein Weiterbestand auch nach der Krise gefährdet.

Umso mehr rücken Konzepte des solidarischen, eher gemeinwohlorientierten Wirtschaftens⁷ in das Bewusstsein der breiten Öffentlichkeit. Auf Unternehmensbasis werden ebenfalls Ansätze gefordert, die auf ökosozialer Basis eine langfristige orientierte Marktwirtschaft mittragen. Eine Rechtsform, die alle diese Anforderungen erfüllt, ist die Genossenschaft.

Trotz anfangs wachsender Mitgliederzahlen in der Nachkriegszeit traten Genossenschaften durch Konzentrationsprozesse in den letzten Jahrzehnten immer mehr in den Hintergrund.⁸ Als weitere Gründe für ihre rückgehende Bedeutung können der Abfall von Selbstorganisation durch Mitglieder hin zu genossenschaftsfernem externen Management, zunehmende Dominanz von und interne Konkurrenz durch Verbundorganisationen, größenbedingte Intransparenz der Willensbildung und rechtliche Annäherung an Kapitalgesellschaften genannt werden.⁹ Internationale Initiativen und Gesetzesänderungen wie zB durch die Europäische Union¹⁰ bewirkten allerdings in vielen Staaten einen neuerlichen Aufschwung.¹¹

Grundsätzlich konstituieren sich Genossenschaften als marktorientierte Rechtsform mit freiwilliger, offener Mitgliedschaft zur Förderung gemeinsamer wirtschaftlicher *und* sozialer Ziele der Mitglieder. Durch ihren dualen Charakter¹² steht nicht Gewinnmaximierung, sondern im Sinne des Förderauftrags die Unterstützung der Mitglieder im Vordergrund. Allgemeine weitere Prinzipien sind Selbsthilfe, Selbstverwaltung, Selbstverantwortung, Solidarität, Subsidiarität und Gleichheit im demokratischen Sinne, dass jedes Mitglied über eine Stimme unabhängig vom

4 World Bank 2020

5 Statista 2021

6 Österreichisches Parlament 2021

7 siehe z.B. Altvater/Sekler 2006

8 Michalski 2007

9 Brazda 2020

10 Verordnung (EG) Nr. 1435/2003 des Rates vom 22. Juli 2003 über das Statut der Europäischen Genossenschaft (SCE)

11 Zu Deutschland siehe Blome-Drees 2015

12 Draheim 1952

investierten Kapital verfügt. Somit werden Bedürfnisse der Mitglieder besser adressiert als bei unabhängiger Betätigung jedes einzelnen am freien Markt, vor allem bei mangelnder Bedarfsdeckung durch gewinnorientierte Unternehmen oder staatliche Einrichtungen; die Identifikation mit der eigenen Kooperation intensiviert zielgerichtete Aktivitäten.¹³ Gerade diese Charakteristika sollten Genossenschaften als krisenfeste Organisationen qualifizieren, die aufgrund ihrer relativ großen Flexibilität und Unabhängigkeit rasch auf globale Krisen reagieren und Regionalität und Zusammenhalt als Stärke gegenüber Kapitalgesellschaften ausspielen könnten. Dies gilt es in dieser Studie unter anderem zu belegen.

1.2. Fragestellung und Methoden

Die aus COVID-19 abzuleitenden Problemstellungen eröffnen eine Vielzahl wirtschaftswissenschaftlicher Fragen¹⁴. In Hinblick auf einen genossenschaftlichen Schwerpunkt in Österreich ist vorrangig zu beantworten, wie diese spezifische Rechtsform mit einer derart überraschenden und tiefgreifenden Krise umgeht. Ebenso entscheidend wie mögliche Veränderungen von Strukturen und Managementstrategien ist allerdings die Wahrnehmung der Genossenschaftsmitglieder auf diese Reaktionen und deren Kommunikation. Erst wenn die Mitglieder Vorteile aus ihrer Kooperation identifizieren und realisieren, ist ihre Bereitschaft zur Mitwirkung und Übernahme der vertraglichen und impliziten Pflichten gewährleistet. Gerade in Krisenzeiten „sollen die Mitglieder ihre Genossenschaft unterstützen, nicht umgekehrt“¹⁵, aber auch langfristig ist der Erfolg von Kooperationen nur durch aktives Engagement garantiert. Daher wird in der vorliegenden Studie ein Fokus auf die Fragestellung gelegt, welche Stärken in einer Krise von Genossenschaften in Hinblick auf ihre Besonderheiten und Prinzipien eingebracht werden können, welche Sofort-Maßnahmen Genossenschaften in einer Krise umsetzen sollten und wie Mitglieder diese Aspekte bewerten.

Zur Beantwortung dieses umfangreichen Spektrums bedient sich die vorliegende Untersuchung zweierlei wissenschaftlicher Ansätze: In einem ersten Schritt wird eine Außensicht auf genossenschaftliche Stärken und Schwächen sowie künftige Potenziale erhoben. Das dazu geeignetste Instrument ist eine Delphi-Studie, die als Schätzmethode für künftige Entwicklungen und Geschehnisse ein mehrstufiges Einholen von Expertinnen- und Expertenmeinungen vorsieht. Hier wurde ein zweistufiges Verfahren gewählt, wobei in einer Matrixform Expertinnen und Experten sowohl aus dem akademischen Bereich als auch aus der Praxis eingeladen wurden, die jeweils unterschiedliche Bereiche des Genossenschaftswesens (Bank- und Kreditwesen, Finanzierung; Wohnen; Bauwirtschaft; Landwirtschaft: Ein- und Verkauf/Verwertung/Nutzung; Vertrieb; Konsum; Dienstleistung; Gewerbe, Produktion und Handwerk; Soziales; Kunst und Kultur; Infrastruktur; Energie) vertreten. Die Befragungen wurden elektronisch ausgesandt, wobei neben standardisierten Fragen zur Einschätzung spezifischer Sachverhalte aufgrund der höheren Detailaussagekraft auch offene Fragen Verwendung fanden.

¹³ Foreman & Whetten 2002

¹⁴ Siehe z.B. Tisdell 2020

¹⁵ Aussage einer Expertin/eines Experten in der Delphi-Studie, siehe Kap. 4.1

Die Ergebnisse der Delphi-Studie umfassen eine in sich abgeschlossene Untersuchung, die in weiterer Folge als Basis für den zweiten Schritt der Untersuchung dient: Für die Innensicht auf das Verhalten der Genossenschaften während der Krise wurde ein Fragebogen entwickelt, der wiederum alle Branchen berücksichtigt. Die vier Verbände des FOG¹⁶ – Forschungsverein für Genossenschaftswesen (Österreichischer Raiffeisenverband, Österreichischer Genossenschaftsverband, Österreichischer Verband gemeinnütziger Bauvereinigungen – Revisionsverband und CoopVerband Revisionsverband österreichischer Genossenschaften) erklärten sich bereit, den ebenfalls elektronischen, überwiegend geschlossene Fragen umfassenden Fragebogen an ihre Mitglieder zu übermitteln.

Alle Fragestellungen wurden vom Team gemeinsam mit dem FOG-Beirat entwickelt. Beide Untersuchungsschritte sind verbandsunabhängig aufgesetzt, eine Differenzierung nach Branche, nicht aber nach Verband ist das Ziel.

Beide Erhebungsmethoden wurden narrativ, deskriptiv und statistisch ausgewertet sowie zuletzt als Gesamtergebnis zusammengefasst. Die sich daraus abzuleitenden Schritte werden für Praktiker dargestellt und bieten weiteren akademischen Untersuchungen künftige Forschungsfragen.

1.3. Aufbau der Studie

Die vorliegende Studie ist in drei Schwerpunkte: Theorie, Methode und empirische Studie unterteilt. Nach der Einleitung mit Problemstellung, Motivation und Forschungsfrage beinhaltet Kapitel 2 einen kurzgehaltenen, prägnanten Literaturüberblick über das Verhalten von Organisationen in der Krise, um mögliche Lücken in der wirtschaftswissenschaftlichen Forschung aufzeigen sowie mögliche Strategien für Genossenschaften ableiten zu können.

Kapitel 3 erläutert den methodischen Rahmen der empirischen Untersuchung. Da ein mixed methods approach gewählt wurde, um die Gesamtheit der Fragestellung in seiner Breite abdecken zu können, steht den einzelnen Analyseschritten zunächst ein Gesamtüberblick vor, bevor Delphi-Studie und Fragebogenerhebung im Detail beschreiben werden.

Den Hauptteil der Untersuchung bildet Kapitel 4 mit den Ergebnissen der qualitativen und quantitativen Auswertungen. Unterteilt nach Delphi-Studie und Fragebogen werden zunächst die Ergebnisse als deskriptive Darstellungen präsentiert, die anschließend auf ihre Aussagekraft hin getestet werden. Die Aussagen beider Analyseinstrumente werden in einem eigenen Abschnitt als Gesamtergebnis zusammengefasst.

Kapitel 5 stellt die Gesamtergebnisse kurz und präzise unter differenzierten Gesichtspunkten dar, wobei ebenfalls auf Einschränkungen der Aussagen aufgrund von Methode, Datenbasis und Fristigkeiten hingewiesen wird. Daraus entwickeln sich künftige Fragestellungen für weitere Untersuchungen. Dem Motto des FOG „Für die Praxis – mit der Praxis“ entsprechend schließt das Projekt mit Empfehlungen an Verbände und Genossenschaften, die aus den Ergebnissen abgeleitet werden können.

¹⁶ Der FOG wurde 2021 in genoBMF umbenannt und widmet sich fortan einer anderen inhaltlichen Ausrichtung.

2. Einbettung in die akademische Literatur

2.1. Überblick

Die in dieser Studie analysierten Aspekte über Genossenschaften in Zeiten von Krisen und sich eventuell daraus ergebende Potenziale wurden unter anderem von Voß (2002) thematisiert, der in seiner Arbeit auf die Ursachen von Genossenschaftsgründungen eingeht und dabei Funktionsstörungen innerhalb von Wirtschaftsprozessen als wesentlichen Treiber von Genossenschaftsgründungen ausmacht. Weber et al. (1992) behandeln ebenfalls das Agieren von Genossenschaften in Zeiten von Krisen, in dem sie auf den Existenzkampf eingehen, den Genossenschaften während der Transformationskrise in Mittel- und Osteuropa erlebten. Brazda et al. (2009a; 2009b) gehen in zwei Beiträgen auf die Wirtschaftskrisen der Jahre 1873 und 1929 ein und thematisieren darin das Agieren von Genossenschaften mit Fokus auf Österreich. In der Krise 1873 gerieten gewerbliche Kreditgenossenschaften synchron zum gesamten Bankensektor unter Druck und litten unter dem generellen Vertrauensverlust der österreichischen Bevölkerung in das Bankensystem. Durch ihr pflichtgemäßes Agieren und der pünktlichen Bedienung von Krediten konnten sie das Vertrauen jedoch rasch wieder aufbauen und blieben über den Krisenverlauf weitestgehend stabil, sie zeichneten sich als krisenfest aus¹⁷. Bei ihrer Untersuchung der Wirtschaftskrise von 1929 konnten die Autoren ähnliches bestätigen, wobei sich die Entwicklung der einzelnen Genossenschaftsbranchen unterschieden. Konsum-, Kredit- und landwirtschaftliche Genossenschaften gingen letztlich gestärkt aus der Krise hervor, während Wohnbaugenossenschaften durch die zunehmende staatliche und städtische Wohnbauförderung unter Druck gerieten.¹⁸

Betrachtet man die Untersuchungen zum Agieren von Genossenschaften in Krisenzeiten, so wurde dieses bisher nicht in dieser Detailtiefe anhand von Befragungen von GenossenschaftsexpertInnen und -mitgliedern untersucht, wie es Anspruch der hier vorgestellten Untersuchung ist. Der vorliegende Literaturüberblick zieht daher keine direkten Parallelen zu vorhergegangenen empirischen Arbeiten, sondern zielt darauf ab, Teilaspekte, die hinter der quantitativen und qualitativen Untersuchung, über die Bedeutung und Veränderung unternehmerischer Grundsätze und Prinzipien sowie das Verhalten von Unternehmen während Krisen und zuletzt aus Krisen entstehende Potenziale herauszuarbeiten. Schließlich sind Krisen und Wirtschaftskrisen seit jeher Teil des wirtschaftlichen Geschehens, mit Folgen, die nicht nur die Wirtschaft alleine tangieren, sondern weit in andere gesellschaftliche Bereiche ausstrahlen, insbesondere auf politische und soziale Themenstellungen¹⁹.

Begriffe, die gemeinhin synonym zu „Wirtschaftskrise“ verwendet werden, sind „Rezession“, „Abschwung“ oder „Depression“. Im Rahmen dieser Arbeit wird als Wirtschaftskrise der Definition von Plumpe und Dubisch (2017) gefolgt. Dort wird der Begriff *„im Sinne gesamtwirtschaftlicher Störungen verwendet. Er soll einerseits den Umschlagpunkt von einer Aufschwungsphase oder zumindest einer Phase stabiler wirtschaftlicher Entwicklung in Stagnation und Abschwung, andererseits aber auch die Abschwung- und Depressionsphase*

¹⁷ Brazda et al. 2009a

¹⁸ Brazda et al. 2009b

¹⁹ Vgl. Plumpe & Dubich 2017, S. 7

*selbst bezeichnen*²⁰; eine Definition, die sich auch auf das gegenwärtige wirtschaftliche Krisengeschehen anwenden lässt. Die jüngsten Veröffentlichungen von Wirtschaftsforschungsinstituten und Statistikbehörden zeigen, dass die staatlichen Maßnahmen, die zur Eindämmung des COVID-19 Virus ergriffen wurden, zu einer Wirtschaftskrise geführt haben, die nur schwer mit vorherigen Krisen vergleichbar ist^{21 22}.

Die aktuelle Krise kann damit stärker als andere historische Krisenmomente zur Veränderung von wirtschaftlichen Prinzipien führen. Neben anderen stellt etwa der *Economist* in den Raum, dass die immer weiter voranschreitende Globalisierung nicht mehr in dem gewohnten Maß fortgeführt werden kann²³. Weiters drängt die *Europäische Union (EU)* auf eine größere Autonomie im Bereich von systemrelevanten Gütern und Dienstleistungen. Damit einher geht eine stärkere Konzentrierung auf Resilienz, das Regionale, in gewisser Weise das Subsidiäre²⁴. Denn die einkalkulierten Risiken, die bisher bei strategischen Unternehmensinvestitionen angestellt wurden, griffen in Bezug auf die durch das COVID-19 Virus hervorgerufene Krise zu kurz. Ganze Wertschöpfungsketten gerieten in Bedrängnis und bedürfen einer Neujustierung²⁵.

Eine Neujustierung bzw. ein Wandel, der nach Schumpeter als Triebfeder für Innovation aufgefasst werden kann, der es erlaubt, alte und überholte Technologien und Wertschöpfungsketten zugunsten neuer, effizienterer und effektiverer zu ersetzen. Krisenmomente führen dabei häufig zur Beschleunigung dieser Veränderungen²⁶. Somit kann auch die aktuelle Krise neue Potenziale und Wertschöpfungsketten hervorbringen.

In einem Newsscreen, der vom 15. März 2020 bis 31. Juli 2020 online verfügbare Zeitungen und Artikel in Bezug auf die Schlagworte: „COVID-19“, „Corona“, „Genossenschaften“ und „Cooperatives“ scannte²⁷, war zu beobachten, dass die Berichterstattung während des ersten Lockdowns gerade in Bezug auf Genossenschaften sehr positiv war und diese von vielen Autorinnen und Autoren als bewährten, verlässlichen und dennoch innovativen Faktor innerhalb der Wirtschaft gesehen werden, der sich in der Krise hervortat²⁸.

Somit wird das krisenhafte Moment, das Genossenschaften gemeinhin zugeschrieben wird, bestätigt. Allgeier²⁹ und Blome-Drees³⁰ beobachteten im Zuge der Finanzkrise 2008/09 und der darauffolgenden Staatsschuldenkrise in Teilen Europas eine verstärkte Rückbesinnung auf den Genossenschaftsgedanken. Dies wird von Hettlage³¹ untermauert, der in Genossenschaften vor allem Instrumente sieht, die aus einer Krise heraus entstehen und es ermöglichen, Probleme zu lösen, für die der Markt oder Staat zum aktuellen Zeitpunkt keine entsprechende Lösung anbieten. In seiner Argumentation beruft sich Hettlage dabei insbesondere auf Bauer³², welcher

²⁰ Ebd. S. 9

²¹ WIFO 2020

²² ihs 2020, S. 2

²³ Economist 2020

²⁴ EU 2020, S. 3

²⁵ WEF 2020

²⁶ vgl. Schumpeter 1947

²⁷ vgl. Newsfeed zu COVID-19 und seine Auswirkungen auf Genossenschaften (<https://genos.univie.ac.at/newsfeed/>)

²⁸ vgl. ebd.

²⁹ Allgeier 2011, S.7

³⁰ Blome-Drees 2012, S. 365

³¹ Hettlage 1998

³² Bauer 1990, S. 163ff, zitiert nach Hettlage 1998

eine Zyklizität innerhalb der Gesellschaft ausmacht, in der zentralisierende und dezentralisierende Tendenzen alternieren. In Phasen der wirtschaftlichen Prosperität sieht er zunehmende zentralisierende Strukturen, während in Zeiten von Krisen dezentrale Strukturen stärker werden. Eine Beurteilung, wie und in welchem Ausmaß dies auch in der aktuellen Krise auszumachen ist, ist zum gegebenen Zeitpunkt zu früh und Gegenstand weiterer Forschung.

In Bezug auf die Attraktivität von Genossenschaften in Zeiten von Krisen lassen sich jedoch Anhaltspunkte bei Birchall und Ketilson finden, die im Auftrag der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) eine Analyse zur Resilienz von genossenschaftlichen Geschäftsmodellen in Zeiten von Krisen anstellten. In ihrer historischen Betrachtung kommen sie zu dem Schluss, dass Genossenschaften deutlich krisenresilienter sind als andere wirtschaftlich tätige Unternehmungen und sich gerade in Krisenzeiten auszeichnen³³.

³³ Birchall & Ketilson 2009

2.2 Wirtschaftskrisen und ihre transformative Kraft

Historisch betrachtet haben Wirtschaftskrisen häufig zu einer allgemein veränderten Wirtschaftsstruktur geführt, die nicht nur einzelne Unternehmen betreffen, sondern die Gesellschaft als Ganzes. Dass wir uns derzeit in einer Wirtschaftskrise historischen Ausmaßes befinden, wird von den Wirtschaftswissenschaftlern allgemein nicht bestritten. So bemerkte Kenneth Rogoff „wir erleben die erste wirklich globale Krise seit der Großen Depression 1929“³⁴. Auch Kristalina Georgieva, Leiterin des Internationalen Währungsfonds, sah bereits im April 2020 in der aktuellen Krise eine „Krise wie keine andere“³⁵, die, wie Klein zusammenfasst, „komplexer, globaler und mit mehr Unsicherheit behaftet [ist] als vergangene Wirtschaftskrisen“³⁶.

Welche Folgen daraus resultieren, lässt sich aktuell nicht abschließend klären. Lediglich gewisse Tendenzen kann man ausmachen, so in Hinblick auf die zunehmende Digitalisierung oder ein verändertes strategisches Bewusstsein um die Resilienz von Wertschöpfungsketten.

Dass Wirtschaftskrisen Gesellschaften nachhaltig verändern, zeigt der Blick in die Vergangenheit. Beispielhaft soll hierbei kurz auf die Weltwirtschaftskrise von 1929 und die Ölpreiskrise der 1970er-Jahre eingegangen werden. Auf eine Thematisierung der Spanischen Grippe wird verzichtet, da sie nicht als singuläre Krise auftrat, sondern vielmehr mit zahlreichen weiteren Krisenmomenten verbunden war.

Weltwirtschaftskrise von 1929

Der Beginn der Weltwirtschaftskrise von 1929 wird gemeinhin mit dem „Schwarzen Donnerstag“ vom 24. Oktober 1929 gleichgesetzt³⁷. Damals kam es zu dramatischen Kursverfällen an den amerikanischen Börsen, die sich weltweit fortsetzten. Doch war das Krisenpotenzial bereits deutlich früher angelegt. So herrschte in Europa eine politisch angespannte Situation, deren Ursprünge auf den 1. Weltkrieg, den Versailler Vertrag und die damit einhergehenden Kriegsschulden und Reparationszahlungen zurückzuführen sind. Darüber hinaus kam es durch Überproduktion in der Landwirtschaft während des 1. Weltkrieges seit Mitte der 1920er Jahre zu einem Verfall der Rohstoffpreise. Durch handelspolitische Maßnahmen sollten die darauffolgenden ökonomischen Probleme für die einzelnen Nationalstaaten gedämpft werden, was in zunehmenden protektionistischen Maßnahmen mündete. Die Weltwirtschaftskrise verstärkte diese bereits angelegten Maßnahmen weiter. Das vormals liberale Wirtschaftssystem, das im gegenseitigen Handel den größten Profit für alle sah, schwand zugunsten einer nationalistischen, merkantilistischen Politik, die schließlich in faschistischen Systemen endete³⁸. Mit dem verringerten Glauben an das liberale Wirtschaftssystem nahm zudem der Glaube an einen starken Nationalstaat weiter zu.

Diese stärkere Betonung der wirtschaftspolitischen Gestaltungskraft des Staats fand auch bei Keynes „General Theory“ von 1936 Anklang. Darin stellte er die liberale Überzeugung, dass sich das kapitalistische System in Krisen selbst regulieren und ohne staatliche Intervention zu

³⁴ von Buttlar 2020

³⁵ Klein 2020

³⁶ Ebd.

³⁷ James 2011, S. 29

³⁸ James 2001

einem Gleichgewichtszustand zurückfinden könne, in Frage. Staatliche Eingriffe zur Stabilisierung der Wirtschaft wurden opportun. Der Staat entwickelte sich zu einem antizyklischen Investor, der dann unterstützend in das Wirtschaftsgeschehen eingreift, wenn Marktmechanismen versagen³⁹.

Diese von Keynes geprägte Ansicht über den Staat als antizyklischen Investor und aktiv in die Krise eingreifende Entität wurde auch in der aktuellen Krise angewandt. So werden staatliche Konjunkturpakete zu Stützung der Wirtschaft verabschiedet, die in ihrer Größe bisher beispiellos sind⁴⁰.

Ölpreiskrisen der 1970er Jahre

Als 1973 die OPEC im Zuge des Yom Kippur Krieges ein Ölembargo gegen die USA und andere Staaten verhängten, die Israel während des Krieges unterstützten, kam es zu einem massiven Anstieg des Ölpreises. Nachdem das Embargo im März 1974 aufgehoben wurde, lag der Preis pro Barrel Öl bei 12 US-\$, was einer Vervierfachung des Vor-Krisen-Niveaus entsprach. Mit dem Ölembargo ging das Bewusstsein des Westens um die Abhängigkeit von Ölimporten einher⁴¹. Dies führte dazu, dass – neben einer effizienteren Nutzung des Öls – versucht wurde, alternative Energiequellen zu erschließen, darunter Wind-, Solar- und Atomenergie. Dabei wurde der Kernenergie etwa in Deutschland und Österreich von der Politik eine wesentliche energiepolitische Bedeutung zugeordnet⁴². Dies stieß aber auf große Ablehnung innerhalb der politisierten Bevölkerung, eine breite Anti-Atomkraft-Bewegung formierte sich. Aus ihr heraus entwickelten sich neue soziale Bewegungen, die sich den Schutz der Umwelt auf die Fahnen schrieben. 1980 entstand daraus in Deutschland die Partei „Die Grünen“⁴³. Auch in Österreich führte die Anti-AKW-Bewegung zu Konsequenzen, etwa indem durch die Volksabstimmung vom November 1978 die Inbetriebnahme des Atomkraftwerks in Zwentendorf abgelehnt wurde⁴⁴, 1986 kam es zur Gründung der Grünen in Österreich⁴⁵.

So kann die Ölpreiskrise der 1970er Jahre als einer der Faktoren gesehen werden, der zum Aufkommen der Umweltbewegung führte, eine Bewegung, die die Endlichkeit fossiler Ressourcen thematisiert und zu einer ressourcensparenden Politik aufruft. Eine Bewegung, die heute in Politik und Öffentlichkeit breit akzeptiert ist und nach wie vor aktuell ist, etwa in Form der „Fridays for Future“-Bewegung.

Anhand dieser zwei exemplarisch dargestellten Krisenmomente konnte gezeigt werden, dass große Krisen nicht nur kurzfristig wirken, sondern die Gesellschaft dauerhaft verändern können. So ist es möglich, dass auch aus der aktuellen Krise verstärkte Trends hervorgehen, deren Ursprung zwar auf die Zeit vor der Krise datiert werden kann, der sich aber durch das krisenhafte Moment verstärkt. Im Rahmen der Delphi-Befragung von Genossenschaftsexpertinnen und -experten waren dies vor allem Digitalisierung und Regionalisierung. Von letzterer können dabei insbesondere genossenschaftliche Konzepte profitieren.

³⁹ Jahan et al. 2014

⁴⁰ Cochrane & Fandos 2020

⁴¹ Ross 2013

⁴² Pesendorfer 2007

⁴³ Eklkofer 2014

⁴⁴ Steinmüller-Schwar 2018

⁴⁵ Grüne 2021

Betrachtet man die Auswirkungen der Krise nicht nur aus einer globalen Sicht, sondern aus der unternehmerischen Perspektive, so ergeben sich aus der aktuellen Krise verschiedenen Herausforderungen, mit denen sich Unternehmen konfrontiert sehen bzw. die zu einem erheblichen Wandel innerhalb der Unternehmensstruktur führen können. Doch gehen mit diesen Herausforderungen nicht nur Probleme einher, sondern es können sich auch neue Strategien und Lösungswege daraus entwickeln. Im Rahmen des nächsten Abschnitts soll auf diese verstärkt eingegangen werden.

2.3 Welchen Strategien ergeben sich für Unternehmen?

Nach Gümüşay und Dobusch⁴⁶ und Huy⁴⁷ ergeben sich aus der aktuellen Corona-Krise verschiedene neue Strategiefelder, die Unternehmen dabei helfen, mit den Herausforderungen und Möglichkeiten, die diese Krise hervorbringt, umzugehen. Diese werden hier jeweils im Genossenschaftskontext reflektiert.

1. Soziale Distanz und auf Vertrauen basierende Arbeitsverhältnisse

Die erste und wesentlichste Veränderung, die im Unternehmenskontext durch Covid-19 entstanden ist, ist nach Gümüşay und Dobusch die Telearbeit bzw. das Home-Office.

Diese Entwicklung führt dazu, dass sich Arbeit nicht mehr durch kontrollierbare Präsenzzeit im Unternehmen determiniert, sondern vielmehr durch den Output, den der/die Beschäftigte generiert, was zu einer stärkeren Selbstbestimmung und Zeitautonomie der Angestellten in Telearbeit führt. Für die Vorgesetzten bedeutet dies, dass eine neue, andere Beziehung zwischen ihnen und den Angestellten notwendig wird, die nicht auf Kontrolle basiert, sondern auf gegenseitigem Vertrauen⁴⁸. Das Mikromanagement, in dem Vorgesetzte jeden einzelnen Schritt der Beschäftigten beaufsichtigen, wird somit an Bedeutung verlieren, wohingegen es wichtiger wird, die Beschäftigten dahingehend zu unterstützen, Arbeitsprozesse in Eigenregie so zu gestalten, dass sie optimal arbeiten können⁴⁹. Das Bild des Managers wird sich damit von dem eines „Kontrolleurs“ im Sinne des empowerments der Beschäftigten in Richtung eines „Beraters“, einer „Beraterin“ entwickeln, der/die die Beschäftigten darin unterstützt, autonome Arbeitsstrukturen aufzubauen, die dabei helfen, einen optimalen Output zu erzielen.

Im Genossenschaftskontext ging bereits Marshall (1842 – 1924) auf die Selbstbestimmung ein, indem er betonte, dass die genossenschaftliche Idee, im Vergleich zur fremdbestimmten Arbeit, dazu beitragen kann, die Produktivität der einzelnen Arbeiterinnen und Arbeiter zu steigern, da diese sich stärker mit dem herzustellenden Produkt identifizieren⁵⁰, wobei er sich hier vor allem auf Produktivgenossenschaften bezog.

Diese Entwicklung kann auch bei einem Output-konzentrierten Management in herkömmlichen Unternehmen entstehen, sofern neben der Selbstbestimmung eine Identifizierung mit dem herzustellenden Produkt vorhanden ist. Im Genossenschaftsbereich sollte dies gegeben sein, da die Beschäftigten aufgrund des Identitätsprinzips nicht nur Angestellte/Kunden der genossenschaftlichen Unternehmung sind, sondern zeitgleich Eigentümerinnen und Eigentümer. So ließe sich argumentieren, dass in genossenschaftlichen Unternehmen das Vertrauen der Angestellten/Eigentümer insgesamt höher ist, sie sich stärker mit ihrer Arbeit identifizieren und

⁴⁶ Gümüşay & Dobusch 2020

⁴⁷ Huy 2020

⁴⁸ Gümüşay & Dobusch 2020

⁴⁹ ebd.

⁵⁰ Marshall 1889, zitiert nach Zamagni & Zamagni 2010, S. 19f

sich vertrauensbasierte Arbeitsverhältnisse besser implementieren lassen und als zeitgemäß angesehen werden können.

2. Zuverlässigkeit und Resilienz werden wichtiger

Nachdem die aktuelle Krise gezeigt hat, dass Wertschöpfungsketten versagen können und Lean Management nicht immer zu den optimalen Ergebnissen führen muss, sieht Huy eine wachsende Bedeutung von Firmenstrategien, die auf eine stärkere Resilienz und Zuverlässigkeit ausgelegt sind. Sie zielen darauf ab, dass Entscheidungen nicht nur nach Maßstäben der Kosteneffizienz getroffen werden, sondern auch darauf hin überprüft werden, ob sie unter widrigen Umständen zuverlässig funktionieren⁵¹. Wie angeführt, geht dies mit einer Veränderung der globalen Wertschöpfungsketten einher. Regionale bzw. diversifizierte Bezugssysteme werden an Bedeutung zunehmen⁵².

Für Genossenschaften, die gezeigt haben, dass sie auch in Zeiten von Krisen ein zuverlässiger Partner sind, kann dies eine große Chance darstellen, insbesondere da ihnen, wie in Kapitel 2.1. beschrieben, ein gewisses krisenhaftes Moment nachgesagt wird. Der Mehrwert, der aus der genossenschaftlichen Kooperation hervorgeht, wird gerade dann sichtbar.

3. Glokalisierung

Drittens können durch die Nutzung digitaler Kommunikations- und Vertriebswege nicht nur regionale Abnehmerinnen und Abnehmer serviert werden, sondern auch weit entfernt befindliche Personen. Für diese neuen potenziellen Kundinnen und Kunden werden Angebote verfügbar, die vormals nur unter großem Aufwand erreichbar waren. So ermöglicht es die Digitalisierung, „glokale“ Reichweiten entstehen zu lassen, die lokalen Einrichtungen eine globale Reichweite eröffnet⁵³.

Für Genossenschaften kann diese Form der Glokalisierung einen großen Vorteil bieten, da dadurch zum einen die allgemeine Rolle der Region gestärkt wird, zum anderen aber aus ihr heraus Kunden- und Mitgliedergruppen erreicht werden können, die vormals aufgrund der regionalen Strukturierung nicht an der genossenschaftlichen Aktivität partizipieren konnten. Dennoch, wie in Kapitel 4.1 gezeigt, herrscht unter den Genossenschaftsexpertinnen und -experten der große Tenor, dass das Regionale und Zwischenmenschliche, das den Genossenschaftscharakter mit definiert, nicht außer Acht gelassen werden soll und darf, da darin eine der Stärken des kooperativen Wirtschaftens liegt.

4. Pflegen einer Fehlerkultur

Um innere und äußere Bedrohungen wahrzunehmen, von denen ein Unternehmen betroffen sein kann, bedarf es der Offenheit und Fehlertoleranz innerhalb des Managements, aber auch der Beschäftigten. Denn aus einer „Kultur der Angst“ heraus, in der jeder Fehlschritt geahndet wird, können keine Strategien entstehen, die in der Lage sind, krisenhafte Tendenzen möglichst frühzeitig aufzuspüren. So werden die Unternehmen Vorteile haben, in denen Herausforderungen

⁵¹ Huy 2020

⁵² ebd.

⁵³ Gümüşay & Dobusch, 2020

möglichst schnell an die Führungsebene weitergegeben werden, damit diese entsprechend reagieren können. Dies ist jedoch nur möglich, wenn innerhalb des Unternehmens eine Fehlerkultur herrscht, die es den Beschäftigten erlaubt, diese frühen Fehl Tendenzen offen zu kommunizieren. Wie wichtig dies ist, hat sich, wie Huy anführt, etwa in Bezug auf die Verbreitung des Covid-19 Virus gezeigt⁵⁴. Aufgrund der nicht vorhandenen Fehlerkultur schlug die frühzeitige Identifizierung und Kommunikation des Covid-19 Virus in China fehl. Dies führte dazu, dass auf das aufgetretene Virus nicht schnell genug reagiert wurde.

Dies gilt genauso für Genossenschaften. Auch hier ist es wichtig, auf Fehlverhalten frühzeitig hinzuweisen, entsprechend zu reagieren und nicht erst zu warten, bis sich Entwicklungen so weit verstetigt haben, dass sie sich nur mehr schwer beheben lassen.

Die hier vorgestellte Befragung geht in diese Richtung und präsentiert die Meinung von Genossenschaftsexpertinnen und -experten als auch die von Genossenschaftsmitgliedern. Das Ziel ist es dabei, neben der Sichtbarmachung des generellen Agierens von Genossenschaften in Zeiten von Krisen, aufzuzeigen, wo Genossenschaftsbasis und Genossenschaftsexpertinnen und -experten (Fehl)Entwicklungen beobachten, die neue Potenziale, aber auch Herausforderungen innerhalb der genossenschaftlichen Konzeption darstellen.

Diese vier skizzierten Strategien, mit denen sich Unternehmen konfrontiert sehen, sind keine Entwicklung, deren Beginn oder Abschluss sich auf einen Stichtag festlegen lässt. Die Heraklit (520 – 460 v. Chr.) zugeschriebene Aussage „*Nichts ist so beständig wie der Wandel*“ gilt nach wie vor, Unternehmen sind einem beständigen Wandel unterworfen. Theißen argumentiert in eine ähnliche Richtung. Für ihn werden Unternehmen beständig von Krisenmomenten begleitet, weshalb sie als Teil des regulären Geschehens anzusehen sind. Die Frage, die sich Unternehmen und, da sie in einen sozial-räumlichen Kontext eingebettet sind, auch die Gesellschaft stellen müssen, ist daher nicht, wann die nächste Krise eintritt und in welcher Intensität, sondern vielmehr, wie sie damit umgehen können⁵⁵.

In Bezug auf Genossenschaften ergibt sich die Möglichkeit, die positive Resonanz, die diese in Zuge der Krise durch Medien und Öffentlichkeit als zuverlässige Unternehmensform erleben, aufzugreifen und die Möglichkeiten, die in genossenschaftlichen Konzepten liegen, weiter aufzuzeigen und zu verwirklichen.

⁵⁴ Huy 2020

⁵⁵ Theißen 2013, S. 5

3. Angewandte Methoden

Inhaltsverzeichnis

3. Angewandte Methoden.....	13
3.1. Methodische Vorgehensweise	15
3.2. Delphi-Studie.....	17
3.2.1. Anfänge und Definition der Delphi-Methode	17
3.2.2. Variationen der Delphi-Methode.....	20
3.2.3. Anwendungsbeispiele.....	22
3.2.4. Vor- und Nachteile der Delphi-Methode.....	23
3.2.5. Methodologie der vorliegenden Delphi-Studie	24
3.3. Mitgliederbefragung.....	29
3.3.1. Befragung mittels online-Fragebogen	29
3.3.2. Methodologie der vorliegenden Mitarbeiterbefragung.....	29
3.3.3. Fragebogendesign.....	46

Abbildungsverzeichnis

<i>Abbildung 3.1 – 1: Konzeptioneller Aufbau des 2-stufigen Fragebogenverfahrens</i>	15
<i>Abbildung 3.1 – 2: Beispiel einer Frage mit Likert-Skala</i>	28
<i>Abbildung 3.1 – 3: Gesamtansicht – Selbsteinschätzung aktives Mitglied</i>	38
<i>Abbildung 3.1 – 4: Branche – Selbsteinschätzung aktives Mitglied</i>	38
<i>Abbildung 3.1 – 5: Alter – Selbsteinschätzung aktives Mitglied</i>	40
<i>Abbildung 3.1 – 6: Geschlecht – Selbsteinschätzung aktives Mitglied</i>	41
<i>Abbildung 3.1 – 7: Mitglied Genossenschaften – Selbsteinschätzung aktives Mitglied</i>	42
<i>Abbildung 3.1 – 8: FunktionärIn – Selbsteinschätzung aktives Mitglied</i>	43
<i>Abbildung 3.1 – 9: Bildung – Selbsteinschätzung aktives Mitglied</i>	44
<i>Abbildung 3.1 – 10: Größe Genossenschaft – Selbsteinschätzung aktives Mitglied</i>	45

Tabellenverzeichnis

<i>Tabelle 3.1 – 1: Idealtypen von Delphi-Studien nach Häder</i>	21
<i>Tabelle 3.1 – 2: Branche und Status der Expertinnen und Experten</i>	25
<i>Tabelle 3.1 – 3: Rücklauf nach Branchen</i>	30
<i>Tabelle 3.1 – 4: Rücklauf nach Alter</i>	31
<i>Tabelle 3.1 – 5: Rücklauf nach Geschlecht</i>	31
<i>Tabelle 3.1 – 6: Rücklauf nach Region</i>	32
<i>Tabelle 3.1 – 7: Rücklauf nach Anzahl aktiver Mitgliedschaften pro Person</i>	32
<i>Tabelle 3.1 – 8: Rücklauf nach Funktion</i>	33
<i>Tabelle 3.1 – 9: Rücklauf nach Aktivität</i>	33
<i>Tabelle 3.1 – 10: Rücklauf nach formal höchstem Bildungsabschluss</i>	34
<i>Tabelle 3.1 – 11: Bildungsstand der Bevölkerung ab 15 Jahren in Österreich</i>	34
<i>Tabelle 3.1 – 12: Rücklauf nach Größe der Genossenschaft</i>	35
<i>Tabelle 3.1 – 13: Cluster – Branche</i>	35
<i>Tabelle 3.1 – 14: Cluster – Alter</i>	36
<i>Tabelle 3.1 – 15: Cluster – Geschlecht</i>	36
<i>Tabelle 3.1 – 16: Cluster – Region</i>	36
<i>Tabelle 3.1 – 17: Cluster – Anzahl Mitgliedschaften</i>	37
<i>Tabelle 3.1 – 18: Cluster – höchster formaler Bildungsabschluss</i>	37
<i>Tabelle 3.1 – 19: Cluster – Größe der Genossenschaften</i>	37
<i>Tabelle 3.1 – 20: FunktionärIn und Größe Genossenschaft</i>	45

3.1. Methodische Vorgehensweise

Wie Abbildung 3.1 – 1 skizziert, beruht die vorliegende Studie auf einem 2-stufigen Verfahren. Alle Befragungen wurden anonym und mittels elektronischer Tools durchgeführt. Für die Fragebögen wurde auf SoSci Survey zurückgegriffen.

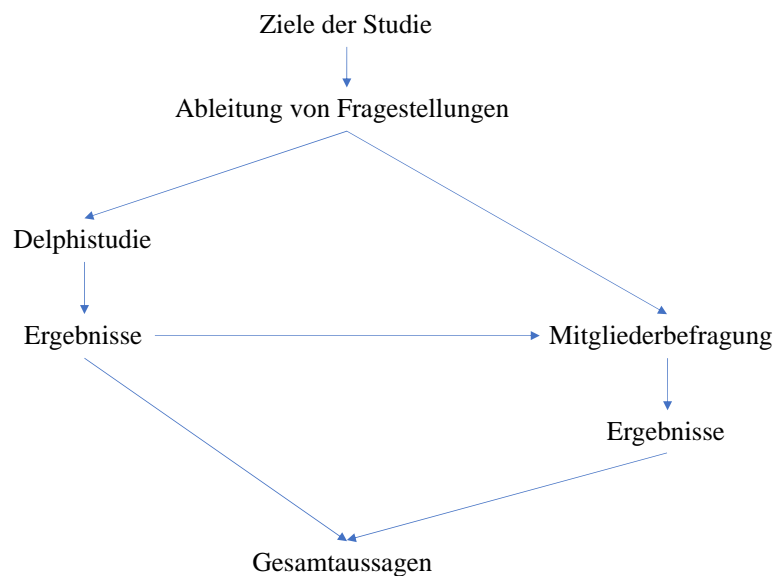


Abbildung 3.1 – 1: Konzeptioneller Aufbau des 2-stufigen Fragebogenverfahrens

Nach gemeinsamer Definition der Ziele mit den Mitgliedern des FOG-Vorstandes wurden zu einzelnen Themenbereichen (im Weiteren auch als Cluster bezeichnet) entwickelt und daraus Hypothesen und Forschungsfragen abgeleitet.

Im ersten Schritt wurde eine Delphi-Studie durchgeführt, in deren Rahmen Expertinnen und Experten auf dem Gebiet des Genossenschaftswesens zu ihrer Einschätzung über die einzelnen Cluster befragt wurden. Durch die Befragung in zwei Runden bestand die Möglichkeit der Revision der zunächst abgegebenen Meinungen. Die Delphi-Studie ist als eigene wissenschaftliche Untersuchung aussagekräftig. Sie wird als in sich geschlossene Analyse ausgewertet, dient aber zusätzlich als eine weitere Grundlage zur anschließenden Mitgliederbefragung.

Im zweiten Schritt erfolgt eine Befragung aller von den Verbänden über ihre einzelnen Genossenschaften angeschriebenen Genossenschaftsmitgliedern mittels Fragebogen. Auch

dieser Teil der Untersuchung stellt eine eigenständige Analyse dar, die als solche für sich interpretiert wird.

In einem letzten Schritt werden die Ergebnisse beider Untersuchungen zusammengefasst, um Gesamtaussagen zu den Fragestellungen aus unterschiedlichen Perspektiven ableiten und präsentieren zu können.

3.2. Delphi-Studie

3.2.1. Anfänge und Definition der Delphi-Methode

Namentlich angelehnt an das Orakel von Delphi als wichtigsten Ort von Zukunftsvorhersagen im antiken Griechenland kommt das Delphi-Verfahren heutzutage in der qualitativen Forschung in verschiedenen Gebieten und Ausprägungen⁵⁶ zur Anwendung. Seine Anfänge als wissenschaftliche Methode nahm es im Militärwesen im Jahre 1953, als die RAND Corporation eine Expertinnen- und Expertenbefragung im Auftrag der US Air Force durchführte, um mögliche Angriffsziele der UdSSR in den Vereinigten Staaten vorauszusagen⁵⁷. Auch wenn die Methode per Definition für Voraussagen über die Zukunft steht, findet sie je nach Forschungsfrage und Erkenntnisinteresse auch außerhalb des militärischen Bereichs sehr unterschiedliche Anwendungsmöglichkeiten. So wurde sie immer wieder modifiziert, der epistemologische Anspruch bleibt allerdings erhalten: Im Zentrum steht die Bildung einer Gruppenmeinung, die sich aus Einzelmeinungen zusammensetzt, welche im Verlauf der Studie von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern revidiert und angepasst werden. Außerdem wird von der Auseinandersetzung mit einem konkreten Problem bzw. einer bestimmten Fragestellung ausgegangen. Das Ergebnis des Gruppenprozesses ist schließlich die Lösung des Problems oder eine Konsensbildung über das zugrundeliegende Themengebiet, was durch kontrollierte, mehrstufige Befragungen erreicht wird, in denen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer über die Zwischenergebnisse in Form einer statistischen Gruppenantwort informiert werden.

Um die genannten Erkenntnisinteressen der Delphi-Methode zu verdeutlichen, sollen einige Kernmerkmale, die den meisten Delphi-Studien gemein⁵⁸ sind, angeführt werden:

1. *Verwendung eines formalisierten Fragebogens*

Hierdurch wird die Fragestellung der Studie operationalisiert. Es werden sowohl offene als auch geschlossene Fragen verwendet, wobei sich letztere Kategorie besser für die Ermittlung statistischer Gruppenantworten eignet.

2. *Befragung von Expertengruppen*

Die Stichprobe besteht aus Individuen, die einen hohen Kompetenzgrad an theoretischem und/oder praktischen Wissen auf dem zu behandelnden Gebiet aufweisen.

3. *Anonymität*

Durch die Anonymität der Befragung wird sichergestellt, dass die geäußerten Meinungen und Einschätzungen keinen sozialen Sanktionen unterliegen können und sich folglich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer freier ausdrücken als etwa bei Fokusgruppen, wo der Effekt der Meinungsführerschaft beobachtet werden kann.

4. *Ermittlung einer statistischen Gruppenantwort*

Diese Auswertungen informieren einerseits nach der ersten Befragungsrunde die Befragten über den Zwischenstand und bilden nach Ablauf der iterativen Delphi-Befragung das Endergebnis und somit die Gruppenmeinung ab.

⁵⁶ Siehe Wakefield & Watson 2013, Gregersen 2011

⁵⁷ Siehe Dalkey & Helmer 1963

⁵⁸ Siehe Gregersen 2011

5. *Interpretation/Stellungnahme zu den Zwischenergebnissen durch die Befragten*

Durch die Auseinandersetzung mit dem Zwischenergebnis und der Konfrontation mit der Meinung der anderen Teilnehmenden werden kognitive Prozesse ausgelöst, durch welche die eigene Meinung oftmals revidiert und angepasst wird.

6. *Wiederholung der Befragung*

Diese Anpassung soll durch die ein- oder mehrfache Wiederholung der Befragung schließlich festgehalten werden, wodurch sich die Einzelmeinungen im Verlauf der Studie einer Gruppenmeinung annähern.

Da die Variationen der Anwendung der Delphi-Methode zahlreich sind, existiert keine allumfassende Definition. Die gängigsten Definitionsversuche unterscheiden sich dadurch, dass sie entweder auf einer höheren Abstraktionsebene angesiedelt sind und das Erkenntnisinteresse sowie die Einordnung des Verfahrens im Methodenkanon zu verorten versuchen oder aber konkrete Anwendungsmöglichkeiten und Methodiken suggerieren⁵⁹. Erstere Kategorie wird gut durch das folgende Zitat von Linstone und Turoff⁶⁰ repräsentiert:

„Delphi may be characterized as a method for structuring a group communication process so that the process is effective in allowing a group of individuals, as a whole, to deal with a complex problem”,

während die zweite Kategorie durch die folgende Definition von Dalkey und Helmer⁶¹ zum Vorschein tritt:

„Its object is to obtain the most reliable consensus of opinion of a group of experts. It attempts to achieve this by a series of intensive questionnaires interspersed with controlled opinion feedback”.

Man sieht, dass die erste Definition den Problemlösungscharakter des Verfahrens in den Vordergrund stellt. Die zweite Definition geht konkret auf die Methodik der Durchführung ein, wobei die Meinungskonvergenz bzw. das konsensbildende Moment betont werden. Das nachfolgende Zitat von Kennedy⁶² vereint diese beiden Kernelemente und hebt das Element der Meinungsänderung hervor:

“The Delphi method provides an opportunity for experts (panelists) to communicate their opinions and knowledge anonymously about a complex problem, to see how their evaluation of the issue aligns with others, and to change their opinions, if desired, after reconsideration of the findings of the group’s work”.

Zusammenfassend kann man festhalten, dass sich die Delphi-Methode besonders gut bei komplexen Sachverhalten einsetzen lässt, zu denen noch nicht viel empirisches Material vorliegt und es darum geht, Lösungen bzw. mögliche Zukunftsszenarien zu ermitteln⁶³. Das hängt vor allem mit der Zusammensetzung und den Eigenschaften der Befragten zusammen: Durch das Expertenwissen über bestimmte Themen und Wirkungsketten können von den

⁵⁹ Gregersen 2011

⁶⁰ Linstone & Turoff 2002, S. 3

⁶¹ Dalkey und Helmer 1963, S. 458

⁶² Kennedy 2004, S. 504

⁶³ Kezar und Maxey 2016

Teilnehmerinnen und Teilnehmern präzisere Einschätzungen gemacht werden als es beispielsweise eine empirische Studie über vergangene Entwicklungen erreichen könnte⁶⁴.

Die Feststellung über die Anwendung der Delphi-Methode bei komplexen Sachverhalten stimmt mit dem Erkenntnisinteresse der zugrundeliegenden Studie überein, denn das erforschte Themengebiet, die Performanz von Genossenschaften in Krisenzeiten, ist gerade aufgrund des willkürlichen Charakters der Kategorie „Krise“ ein äußerst komplexes. Der Rückgriff auf eine Befragung von Expertinnen und Experten in Form der Delphi-Methode ist somit naheliegend: Durch ihren „Expertenstatus“ weisen die Befragten einen besonders hohen Grad an Kompetenz und Erfahrung im Genossenschaftsbereich auf, wodurch ihre Einschätzungen den realen Verhältnissen nahekommen. Durch wiederholte, anonyme Befragungsrunden nähern sich zudem divergierende Einzelmeinungen in Folgerunden immer weiter dem „tatsächlichen“ Sachverhalt⁶⁵. Was den Befragten den Expertenstatus verleiht, wird im Abschnitt „Methodologie“ unter „Stichprobenziehung“ erläutert.

Es bleibt offen, wie die Methode konkret Anwendung findet. Der nächste Abschnitt schlägt hierfür eine Typologisierung vor und stellt gleichzeitig den epistemologischen Rahmen für die vorliegende Studie dar.

⁶⁴ Hesse et al. 2009

⁶⁵ ebd.

3.2.2. Variationen der Delphi-Methode

In diesem Abschnitt werden überblicksmäßig die am häufigsten vorkommenden Typen von Delphi-Befragungen dargestellt, um die in der vorliegenden Studie angewandte Methode herauszuheben. Da die Anwendungen der Delphi-Methode je nach Erkenntnisinteresse, Fachbereich, Zeit- und Budgetrahmen etc. stark variieren, konzentrieren sich Eingrenzungsversuche meist auf die epistemologische Ebene. So identifiziert Häder⁶⁶ vier Idealtypen, die er nach den folgenden sechs wesentlichsten Kriterien einteilt: (siehe auch Tabelle 3.1 – 1)

1. Methode (qualitativ, quantitativ oder Kombination)
2. Grad der Operationalisierung des zu bearbeitenden Sachverhalts
3. Auswahlmodus der Teilnehmerinnen und Teilnehmer
4. Nutzung oder Nichtnutzung einer qualitativen Runde zur Ideenfindung bzw. Operationalisierung
5. Zielsetzung der Befragung
6. Gewichtung der Rolle der Teilnehmerinnen und Teilnehmer sowie des Monitoring-Teams

Ideenaggregation <i>Typ 1</i>	Bestimmung eines Sachverhalts <i>Typ 2</i>	Ermittlung von Expertenmeinungen <i>Typ 3</i>	Konsens <i>Typ 4</i>
qualitativ angelegt	qualitatives und quantitatives Vorgehen	qualitativ und (vor allem) quantitatives Vorgehen	quantitativ angelegt
kaum Operationalisierung, teilweise nur Vorgabe des zu bearbeitenden Themenbereichs	der zu bearbeitende Sachverhalt ist möglichst exakt zu definieren		stark differenzierte Operationalisierung des zu bearbeitenden Themas
Nutzung offener Fragen	offene und vor allem geschlossene Fragen kommen zum Einsatz		ausschließlich standardisierte Bewertungen
Auswahl der Experten erfolgt aufgrund der Expertise	Hypothesen zur Auffindung der Experten nötig, keine formalisierbaren Regeln	Totalerhebung oder bewusste Auswahl der Experten	Auswahl der Teilnehmer kann aufgrund eines bestimmaren Rahmens erfolgen
ausschließlich qualitative Runden	qualitative Runde kann zur Operationalisierung genutzt werden		qualitative Runde kann entfallen, wird vom Monitoring-Team übernommen
Ziel: Sammlung von Ideen zur Lösung eines Problems	Ziel: Verbesserung der Bestimmung eines Sachverhalts (Vorhersagen)	Ziel: Ermittlung und Qualifikation der Ansichten von Experten	Ziel: Hohes Maß an Übereinstimmung bei den Teilnehmern
herausgehobene Rolle der Teilnehmer	Teilnehmer und Monitoring-Team haben in etwa gleich große Bedeutung		herausgehobene Rolle des Monitoring-Teams
Beispiel: Hasse (1999)	Beispiel: Janssen (1976)	Beispiel: Brosi et al. (1999)	Beispiel: Mettler/Baumgartner (1997)

⁶⁶ Häder 2009

So ist der erste Typus rein qualitativ angelegt, bietet keine Möglichkeit zur Operationalisierung des Themengebiets (da das Themenfeld möglichst breit und für die Interpretationen der Befragten offengehalten wird), geht von einer gezielten Auswahl der Expertinnen und Experten je nach Expertise aus und zielt darauf ab, Ideen zur Lösung eines Problems zu sammeln.

Der zweite Typus kommt dem ursprünglichen Zweck der Delphi-Methode am nächsten: dem Treffen von Vorhersagen über einen unsicheren Sachverhalt. Dabei werden sowohl qualitative als auch quantitative Methoden angewandt (Kombination aus offenen und geschlossenen Fragen); das Themengebiet wird möglichst genau operationalisiert und abgegrenzt, um die Antworten der Befragten zu strukturieren. Die Stichprobenziehung unterliegt keinen formalisierbaren Regeln, es werden aber Hypothesen gebildet, anhand derer passende Expertinnen und Experten ausgewählt werden.

Ähnlich der zweiten Variante stellt die dritte eine Kombination aus qualitativem und quantitativem Vorgehen dar, wobei ein Akzent auf geschlossene statistische Fragen gelegt wird. Die Stichprobe wird mittels Totalerhebung der gesamten zur Verfügung stehenden Population oder durch bewusste Auswahl gezogen. Das Ziel dieses Typus ist schließlich die Ermittlung der Meinungen und Einschätzungen der Expertinnen und Experten zum vorliegenden Themengebiet, welches klar strukturiert und operationalisiert werden muss.

Die vierte und letzte Variante ist auf eine hohe Meinungskonvergenz ausgelegt, d.h. auf ein hohes Maß an Übereinstimmung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer. Es wird rein quantitativ gearbeitet, um messbare statistische Resultate über die Meinungsverschiebung über mehrere Runden hinweg möglichst genau nachvollziehen zu können. Dementsprechend ist die Fragestellung stark ausdifferenziert und es bleibt kein Interpretationsspielraum der Antworten.

Jede Variante weist somit je nach Zielsetzungen und Fragestellung unterschiedliche Merkmale auf. Folgt man der Typologisierung von Häder, entspricht das in der vorliegenden Studie durchgeführte Delphi-Verfahren dem dritten Idealtypus, nämlich der „Ermittlung von Expertenmeinungen“, welches eine Mischform aus qualitativ konzipierten offenen und quantitativen geschlossenen Fragen darstellt. Das Ziel hierbei ist die „Ermittlung und Qualifikation der Ansichten von Experten“⁶⁸. Verglichen mit den anderen angeführten Varianten ist dieser Typus am „neutralsten“ und weist keine normativen Elemente auf, da hier nicht mit in die Zukunft gerichteten Einschätzungen gearbeitet wird. Dies entspricht dem Erkenntnisinteresse der Studie, wonach eine qualifizierte Evaluation der Krisenfestigkeit von österreichischen Genossenschaften durch die Befragten erzielt werden soll, ohne konkrete Handlungsvorschläge für die Zukunft und damit Voraussagen zu treffen.

Der nächste Abschnitt stellt eine beispielhafte Übersicht praktischer Anwendungen der Delphi-Methode dar, um die Vielfalt des Verfahrens zu verdeutlichen.

⁶⁷ Häder 2009, S. 36

⁶⁸ ebd., S. 36

3.2.3. Anwendungsbeispiele

Die Anwendungsmöglichkeiten und Methodiken einer Delphi-Studie variieren stark je nach konkreter Fragestellung. In der Studie von Campos-Climent et al.⁶⁹, welche die Einschätzung von Risikofaktoren und Strategien für die tatsächliche Situation von Gartenbau-genossenschaften in Spanien zum Ziel hatte, wird die Delphi-Technik mit einer SWOT-Analyse kombiniert, um strukturierte Evaluationen über Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken zu ermöglichen. Hierbei geht es, ähnlich wie in der vorliegenden Studie, um die Einholung von Expertenmeinungen zur Ist-Situation und weniger um Voraussagen über die Zukunft. Eine interessante Modifikation der Delphi-Methode wurde in Kezar und Maxey⁷⁰ vorgeschlagen. Sie zeigen, wie die klassische Delphi-Methode in das Paradigma der partizipatorischen Forschung⁷¹ integriert werden kann, in der es nicht nur um die Aggregation von Ideen und Einschätzungen, sondern um ihre konkrete Anwendung in realen Verhältnissen geht, um bestehende Probleme zu lösen. Somit wird der Erfolg oder Misserfolg einer partizipatorischen Studie daran gemessen, wie praktikabel ihre Erkenntnisse für die Veränderung der Ist-Situation sind. Demnach soll die Delphi-Methode über die herkömmliche Zielsetzung der Einholung von Expertenmeinungen bzw. dem Treffen von Zukunftsvoraussagen hinaus dazu dienen, die Fachkompetenz der Befragten für das Erzielen von Veränderung auf dem vorliegenden Gebiet zu instrumentalisieren.

Die Studie von Hesse et al.⁷², welche die Delphi-Methode zur Findung von Handlungsalternativen für Unternehmen im Sinne der Regionalentwicklung des Erzgebirges einsetzt, kombiniert anonyme Befragungen mit einer Präsenz-Fokusgruppe. Konkret werden in einer ersten Befragungsrunde mithilfe offener Fragen Ideen und Sichtweisen über möglichen Handlungsbedarf gesammelt, in der zweiten Runde operationalisiert und den Befragten zur Bewertung vorgelegt. Anstatt einer wiederholten Befragungsrunde auf Basis der Präsentation der Zwischenergebnisse findet im dritten und letzten Schritt schließlich ein Präsenz-Workshop statt, indem die Ergebnisse diskutiert und Erkenntnisse verdichtet werden.

⁶⁹ Campos-Climent et al. 2012

⁷⁰ Kezar & Maxey 2016

⁷¹ siehe auch Cammarota & Romero 2011; Gaventa 1988

⁷² Hesse et al. 2009

3.2.4. Vor- und Nachteile der Delphi-Methode

Einer der wichtigsten Gründe für den Rekurs zur Delphi-Methode ist die Tatsache, dass hierbei typische Schwachstellen einer herkömmlichen mündlichen Präsenzbefragung durch die Anonymität der Befragten ausgeglichen werden. So wird beispielsweise der häufig auftretende Effekt der Meinungsführerschaft durch besonders aktive Befragte ausgeschlossen, genauso kommen alle Befragten in gleichem Ausmaß zu Wort, ohne von anderen beeinflusst zu werden⁷³. Dieser Aspekt der geschützten anonymen Beantwortung des Fragebogens birgt jedoch den Nachteil, dass darunter häufig die Sachlichkeit der Antworten leidet. So tendieren Befragte dazu, bei dieser Methode öfter subjektiv-emotionale Antworten zu geben, die durch ihre Glaubens- und Wertstrukturen bedingt sind⁷⁴. Dadurch allerdings, dass die Befragung wiederholt wird und die Ergebnisse der ersten Runde bekanntgegeben werden, lässt sich diese Schwachstelle als durchaus wünschenswerter Effekt interpretieren. Dies gibt den Befragten die Chance, ihre Antworten zu revidieren und im Lichte des Gruppenergebnisses anzupassen, was dazu verhelfen kann, subjektive Einschätzungen einzelner Individuen auf einen kollektiven gemeinsamen Nenner zu bringen⁷⁵. Dies fördert schließlich die Konsensbildung zu dem komplexen Problem in Frage, da divergierende Einzelmeinungen ab der zweiten Befragungsrunde durch den sogenannten Kontexteffekt zu einer Gruppenmeinung verdichtet werden⁷⁶.

Schließlich wäre der Expertenstatus und seine Wirkung auf das Antwortverhalten der Befragten zu diskutieren. Hesse et al. gehen vom Faktor des Expertenirrtums aus, der dann auftritt, wenn einzelne Expertinnen und Experten die Kompetenz in ihrem jeweiligen Fachbereich bzw. Branche auf andere Branchen übertragen, was zu einer Verzerrung der Antworten führen kann⁷⁷.

⁷³ Wakefield & Watson 2013; Campos-Climent et al. 2012

⁷⁴ Campos-Climent et al. 2012

⁷⁵ Kezar & Maxey 2016

⁷⁶ Hesse et al. 2009

⁷⁷ Ebd.

3.2.5. Methodologie der vorliegenden Delphi-Studie

Die Delphi-Methode, wie sie in dieser Studie angewandt wird, ist in ihrem Kern eine Zweiphasenbefragung, welche sowohl mit offenen als auch mit quantifizierbaren geschlossenen Fragen arbeitet. Dabei werden zwei Ziele verfolgt: Einerseits werden Einschätzungen der Befragten über die aktuelle Situation von Genossenschaften in Krisenzeiten gesammelt und mithilfe der Informierung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer über die Ergebnisse der ersten Runde eventuelle Meinungskonvergenzen beobachtet. Andererseits soll vor allem die qualitative Komponente der Befragung der Ideenaggregation dienen und eine Basis für die Erstellung des zweiten, rein quantitativen Mitgliederfragebogens bilden (siehe Kapitel „Mitgliederbefragung“).

3.2.5.1. Stichprobe, Auswahl der Expertinnen und Experten

Bei der Auswahl der Expertinnen und Experten wurde von einer deduktiven Stichprobenziehung bzw. einer Inspektion⁷⁸ ausgegangen: Bereits vorhandenes Wissen über potenzielle Befragte diente dazu, diese gezielt in die Stichprobe aufzunehmen. Konkret wurden Expertinnen und Experten von Mitgliedern des Beirats vorgeschlagen. Als primäres Auswahlkriterium diente hier vor allem die Einschätzung der Mitglieder des Beirats über die Fachkompetenz der vorgeschlagenen Teilnehmerinnen und Teilnehmer. Weitere Personen wurden vom Forschungsteam eingeladen. Es wurde keine gesonderte Auswahlmethodik oder Hypothese definiert, stattdessen wurde von einer Vollerhebung der zur Verfügung stehenden Kontaktpersonen ausgegangen. Schließlich konnte ein finales Sample aus 44 Teilnehmerinnen und Teilnehmern erzielt werden, wobei 37 Antworten in der ersten Befragungsrunde und 34 Antworten in der zweiten Runde gegeben wurden, was einer Rücklaufquote von 84,1 % bzw. 77,3 % entspricht.

In der Delphi-Studie wurden die Expertinnen und Experten nach ihren theoretischen oder praktischen Kenntnissen differenziert, da beide Bereiche unterschiedliche Zugangsweisen zum Thema aufweisen können. So wurden sie im Rahmen des Fragebogens gebeten, ihren Status bekanntzugeben, um ihre eher theoretischen Kompetenzen oder praktischen Erfahrungen durch Eingebundenheit in konkrete Prozesse und Mechanismen der genossenschaftlichen Arbeit abzuschätzen und in der Interpretation zu berücksichtigen. Diese Selbsteinschätzung wird in den Ergebnissen als „*Forschung/öffentliche Verwaltung*“ und „*Genossenschaftsbereich*“ angegeben.⁷⁹ Darüber hinaus teilten sie ihre inhaltlichen Schwerpunkte nach Branchen mit („*Bank- und Finanzdienstleistungen*“, „*Wohnen*“, „*Bauwirtschaft*“, „*Landwirtschaft – Ein- und Verkauf*“, „*Landwirtschaft – Verwertung*“, „*Landwirtschaft – Nutzung*“, „*Vertrieb*“, „*Konsum*“, „*Dienstleistung*“, „*Gewerbe, Produktion und Handwerk*“, „*Soziales*“, „*Kunst und Kultur*“, „*Infrastruktur*“, „*Energie*“). (siehe Tabelle 3.1 – 2)

⁷⁸ Petrucci & Wirtz 2007

⁷⁹ Aus Layoutgründen, z.B. in Tabellen, werden diese Kategorien im Folgenden teilweise verkürzt als *Forschung* bzw. *Praxis* bezeichnet; die Expertinnen und Experten der öffentlichen Verwaltung sind explizit unter dem Begriff *Forschung* einbezogen, die Kurzbezeichnung reduziert nur aus Gründen der Lesbarkeit.

Branchengruppe	Hintergrund 1. Runde			Hintergrund 2. Runde		
	Praxis	Forschung	Total	Praxis	Forschung	Total
Bank- und Finanzdienstleistungen	22	9	31	18	10	28
hohe Expertise	13	5	18	8	4	12
geringe Expertise	9	4	13	10	6	16
Wohnen, Bauwirtschaft	21	10	31	18	10	28
hohe Expertise	4	4	8	3	3	6
geringe Expertise	17	6	23	15	7	22
Landwirtschaft: Ein- und Verkauf, Verwertung, Nutzung	20	9	29	18	10	28
hohe Expertise	6	2	8	9	0	9
geringe Expertise	14	7	21	9	10	19
Vertrieb, Konsum, Dienstleistung	20	9	29	18	10	28
hohe Expertise	12	2	14	11	2	13
geringe Expertise	8	7	15	18	10	28
Gewerbe, Produktion, Infrastruktur, Energie	20	9	29	18	10	28
hohe Expertise	9	2	11	6	4	10
geringe Expertise	11	7	18	12	6	18
Soziales, Kunst und Kultur	19	9	28	18	10	28
hohe Expertise	4	1	5	2	1	3
geringe Expertise	15	8	23	16	9	25

Tabelle 3.1 – 2: Branche und Status der Expertinnen und Experten

So dies aufgrund der jeweiligen Eigenzuteilungen und Antworten möglich ist, werden die Bewertungen auch nach diesen Kriterien in Form einer Matrix (Status x Branche) ausgewertet. Wenn die Stichprobe per se zu gering ist, werden die Fachbereiche nach ähnlicher Branche und/oder ähnlicher Aussagen in weitere Branchencluster unterteilt.

Wie realitätsnah die Einschätzung der Expertinnen und Experten ist, hängt freilich vom Forschungsdesign ab. Ein zu vermeidender Fehler ist der „Expertenirrtum“⁸⁰. Dadurch, dass Genossenschaften typischerweise in den meisten herkömmlichen Wirtschaftsbereichen aktiv sind, die meisten Befragten allerdings in einem oder nur wenigen davon, besteht die Gefahr der Fehleinschätzung durch die Projektion der Kompetenz über das eigene Gebiet auf andere Bereiche. Diesem Problem konnte im Rahmen der Befragung teilweise Rechnung getragen werden, indem eine Frage nach dem selbst eingeschätzten Grad des Fachwissens in jedem Wirtschaftsbereich inkludiert wurde. Im Zuge der Auswertung wurde nach diesem Kriterium

⁸⁰ Hesse et al. 2009

differenziert, um die allgemeine Einschätzung eines Sachverhaltes von einer noch präziseren „Expertenschätzung“ zu unterscheiden.

Für die Zwecke der vorliegenden Studie stellt die Delphi-Methode und besonders der dritte von Häder definierte Idealtypus die bestmögliche Variante dar. Es handelt sich konzeptuell um ein empirisch wenig erforschtes und unsicheres Gebiet, weshalb die Einschätzung von Expertinnen und Experten im Rahmen einer systematischen und strukturierten Befragung wertvolle Erkenntnisse liefern kann, die zusätzlich in die Mitgliederbefragung einfließen.

3.2.5.2. Fragebogendesign der Delphi-Studie

Zur Erstellung des Fragebogens wurde auf das Fachwissen der Mitglieder des genossenschaftlichen Beirats als oberste Führungskräfte der in Österreich tätigen Genossenschaftsverbände und Vorstandsmitglieder des FOG zurückgegriffen, um im Laufe mehrerer Feedbackrunden die Fragestellungen zu revidieren und auf relevante genossenschaftliche Problematiken auszurichten. Die Feedbackrunden wurden mit einem Pretest kombiniert, wobei der Fragebogen mehrmals getestet und Verbesserungsvorschläge eingearbeitet wurden.

Es wurden im Rahmen der Delphi-Studie geschlossene und offene Fragen kombiniert, um sowohl eine statistische Gruppenantwort zu erzielen als auch einen breiteren Rahmen für Interpretationen und Ideen der Befragten zu bieten. Die insgesamt 17 Hauptfragen, die teilweise je nach vorhergegangener Antwort weiter untergliedert werden, sind nach den folgenden Themenbereichen gruppiert: Eigenschaften, Werte und Prinzipien, Profilierung und Attraktivität in der Krise, Unterschiede zu anderen Rechtsformen, Potenziale, Unterstützung, Organisationsformen und Digitalisierung. Die einzelnen Fragen und die dahinterliegenden Hypothesen werden in Kapitel 4.1. beschrieben und ihre Bedeutung für die Studie erläutert.

Die quantitativen, geschlossenen Fragen basieren zumeist auf 5-stufigen Likert-Skalen, wobei auch Auswahlfragen verwendet werden. Der Fokus auf Likert-Skalen fußt auf der Annahme, dass die Befragten auf diese Weise ihre Einschätzungen zu unterschiedlichen Aussagen am besten und übersichtlichsten zum Ausdruck bringen können. Die klassische Funktion dieses Fragetyps besteht dementsprechend darin, Ansichten, Meinungen und Sichtweisen der Befragten zu bestimmten Themen zu ermitteln⁸¹. Es wurde die typische Anzahl an Antwortmöglichkeiten, nämlich eine 5-stufige absteigende Skala, verwendet. Diese bietet einen guten Mittelweg zwischen 3-stufigen Skalen, die oftmals nicht genug Abstufungen aufweisen, und 7-stufigen Skalen, bei denen die extremen Werte von Befragten gerne ausgelassen werden. Um Übersichtlichkeit zu gewährleisten verlief die Richtung der Abstufungen bei allen Skalenfragen vom Positiven ins Negative. Die nachfolgende Abbildung 3.1 – 2 illustriert beispielhaft das verwendete Likert-System. Die Frage lautete:

„Welche Eigenschaften würden Sie österreichischen Genossenschaften in welchem Ausmaß zuschreiben?“

Treffen diese Ihrer Meinung nach sehr zu, eher zu, teils-teils zu, eher nicht zu oder nicht zu?

⁸¹ Jamieson 2013

	trifft sehr zu	trifft eher zu	trifft teils-teils zu	trifft eher nicht zu	trifft nicht zu
langfristig ausgerichtet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
wirtschaftlich erfolgreich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
transparent	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
risikobedacht	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
sympathisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
traditionell	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
zeitgemäß	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
politisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
vertrauensvoll	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
wettbewerbsorientiert	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
sozial/gemeinwirtschaftlich orientiert	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Abbildung 3.1 – 2: Beispiel einer Frage mit Likert-Skala

Auf die Inklusion der „weiß nicht“-Option wurde verzichtet, da die Stichprobengröße gering ist und die mittlere neutrale Antwortmöglichkeit „teils-teils“ in diesem Fall eine Alternative darstellt.

Die restlichen Fragetypen gliedern sich in offene und geschlossene Auswahlfragen. Es wurde darauf geachtet, die Abfolge von Fragetypen möglichst zu diversifizieren, um das Auftreten von Monotonie beim Beantworten zu vermeiden. Um eine detailliertere Auswertung zu ermöglichen, wurde eine Frage nach dem selbst eingeschätzten Kompetenzgrad in jedem Wirtschaftsbereich von Genossenschaften gestellt sowie um eine Bekanntgabe des aktuellen Einsatzgebietes in „*Forschung/öffentlichen Verwaltung*“ oder „*Praxis*“ gebeten. Nach der ersten Befragungsrunde wurden sowohl statistische Auswertungen der quantitativen sowie inhaltsanalytische Einschätzungen über die offenen Fragen gemacht, um diese bei der zweiten Runde den Befragten zu präsentieren. Dabei wurden die Expertenmeinungen innerhalb der offenen Antworten paraphrasiert um daraus allgemeine Aussagen gewinnen zu können, mit denen in Folge der zweiten Runde die Expertinnen und Experten konfrontiert wurden.

3.3. Mitgliederbefragung

3.3.1. Befragung mittels online-Fragebogen

Während des Zeitraums vom 29. Juni 2020 bis 31. August 2020 wurden in Kooperation mit den Verbänden die Genossenschaftsmitglieder zum Verhalten und der Einschätzung ihrer Genossenschaft und zum Genossenschaftsthema allgemein befragt. Diese zweite Phase der vorliegenden Studie basiert folglich auf einer groß-N-Befragung, deren Population die Gesamtzahl der Genossenschaftsmitglieder in Österreich ist. Angereichert durch die Erkenntnisse aus der Delphi-Befragung werden hier spezifische Themenbereiche, die mit Genossenschaften und ihrer Krisenfestigkeit zusammenhängen, in einem ausschließlich quantitativ angelegten Fragebogen abgefragt. Der Fragebogen wurde wieder mittels SoSci Survey erstellt, online versandt und mit Stata ausgewertet; die Ergebnisse sind in Kapitel 4.2. dargestellt.

3.3.2. Methodologie der vorliegenden Mitarbeiterbefragung

3.3.2.1. Stichprobe – deskriptive Beschreibung

Anders als bei der Delphi-Befragung wird für die Verbreitung des Fragebogens unter den Mitgliedern vom Prinzip der Selbstaktivierung ausgegangen⁸²: Der Fragebogen wurde elektronisch von den Genossenschaftsverbänden an ihre jeweiligen Mitglieder mit der Bitte um Bearbeitung ausgeschickt. Die Aufrufe zur online-Befragung wurden dabei zum einen über die Newsletter der einzelnen Genossenschaftsverbände, aber auch durch Publikation in den entsprechenden Verbandszeitungen durchgeführt. Darüber hinaus wurde eine weitere Maßnahme zur Dissemination des Fragebogens gesetzt: Mitglieder wurden im Fragebogen dazu aufgerufen, diesen mit ihrem im Genossenschaftsbereich aktiven Umkreis zu teilen.

Da es in Österreich schätzungsweise über 3 Mio. Genossenschaftsmitglieder gibt⁸³, war die Erwartung einer absoluten Beantwortungsquote relativ hoch, zumal die Umfrage in Bezug zum aktuellen COVID-19 Thema stand. Dennoch fiel die Rücklaufquote sehr gering aus. So nahmen insgesamt 784 Personen an der Umfrage teil, wobei 487 den Fragebogen vollständig ausfüllten. Die größten dropout-Zahlen waren dabei nach den ersten sechs Seiten zu verzeichnen. Die Personen, die die sechste online-Seite finalisierten, schlossen den Fragebogen zu 80% auch ab. Dieser Wert ist hoch und deutet darauf hin, dass der Fragebogen als nicht zu lange angesehen wurde. Die durchschnittliche Ausfülldauer eines vollständig beantworteten Fragebogens lag bei ca. 20 Minuten, was die entsprechenden Vorgaben einhielt und ebenfalls keiner überaus langer Verweildauer bzw. keinem erheblichen Zeitaufwand entspricht. Als wesentliches Manko der Umfrage ist daher die geringe Motivation der Mitglieder bzw. eine zu geringe Verbreitung der Umfrage anzuführen. Ob die Ursache in mangelndem Drängen der einzelnen Körperschaften

⁸² Petrucci & Wirtz 2007

⁸³ Brazda 2020

auf die einzelnen Genossenschaften zur Weiterleitung oder mangelndem Interesse der Mitglieder liegt, lässt sich final nicht beantworten.

Tabelle 3.1 – 3 zeigt die asymmetrische Motivierung innerhalb der einzelnen Genossenschaftsbranchen. So geben 663 Mitglieder an, aus welchem Bereich ihre Genossenschaft stammt. Davon nennen knapp 70% den Bereich Bank & Finanzdienstleistungen, gefolgt mit großem Abstand von 13,4% landwirtschaftlichen Genossenschaften. Sehr gering ist mit 5,4% oder absolut mit 36 Personen der Anteil von Genossenschaftsmitgliedern aus dem Bereich Wohnen und Bauen gegenüber den mehr als 500.000 Mitgliedern.

Aus welchem Bereich kommt die Genossenschaft, in der Sie hauptsächlich aktiv sind	Freq.	Percent	Cum.
Bank & Finanzdienstleistungen	463	69.83	69.83
Wohnen und Bauen	36	5.43	75.26
Landwirtschaft	89	13.42	88.69
Handel/Vertrieb	26	3.92	92.61
Konsum	4	0.60	93.21
Dienstleistung	14	2.11	95.32
Gewerbe, Produktion und Handwerk	12	1.81	97.13
Soziales, Kunst und Kultur	5	0.75	97.89
Energie	14	2.11	100.00
Total	663	100.00	

Tabelle 3.1 – 3: Rücklauf nach Branchen

In Bezug auf das Alter liegt der Median aller antwortenden Personen zwischen 46 bis 60 Jahren (50,5%). 3,8% aller teilnehmenden Personen waren 18 bis 29 Jahre alt, 20,4% befanden sich zwischen 30 und 45 Jahren. Mit 25,3% ist der Anteil der teilnehmenden Personen über 60 Jahre relativ hoch. Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass die generellen Aussagen aufgrund der geringen Teilnehmer- und Teilnehmerinnenanzahl sich nicht ohne weiteres auf die Gesamtzahl aller Genossenschaftsmitglieder übertragen lassen, eine Tendenz kann allerdings abgeleitet werden.

Wie alt sind Sie?	Freq.	Percent	Cum.
18 bis 29 Jahre	17	3.81	3.81
30 bis 45 Jahre	91	20.40	24.22
46 bis 60 Jahre	225	50.45	74.66
über 60 Jahre	113	25.34	100.00
Total	446	100.00	

Tabelle 3.1 – 4: Rücklauf nach Alter

Im Vergleich zu den anderen statistischen Daten beantworten verhältnismäßig wenige Personen die Frage nach ihrem Geschlecht (457 Personen). Von ihnen sind 77,5% männlich, 22,1% weiblich. 0,4% antworteten mit divers (siehe Tabelle 3.1 – 5).

Welches Geschlecht haben Sie?	Freq.	Percent	Cum.
Weiblich	101	22.10	22.10
Männlich	354	77.46	99.56
Divers	2	0.44	100.00
Total	457	100.00	

Tabelle 3.1 – 5: Rücklauf nach Geschlecht

Betrachtet man die regionale Verteilung in Tabelle 3.1 – 6, fällt der hohe Anteil von 56% an Personen auf, deren Genossenschaften ihren Sitz in Niederösterreich verzeichnen, gefolgt von Salzburg (13,4%) und Burgenland (7,3%). Sehr gering sind die Rücklaufquoten für die Bundesländer Steiermark (1,6%), Kärnten (2,2%) und Oberösterreich (3,4%).

Auch der geringe Anteil an Personen aus Wien ist verwunderlich, da dort beispielweise der Anteil an genossenschaftlich organisiertem Wohnraum mit 14% verhältnismäßig hoch ist⁸⁴.

Der Großteil der antwortenden Personen (61,5%) ist lediglich bei einer Genossenschaft aktiv. Die Anzahl an Personen, die bei zwei oder mehr Genossenschaften aktiv bzw. Mitglied sind, nimmt kontinuierlich ab. So sind noch 21,6% der antwortenden Personen bei zwei Genossenschaften Mitglied. 8,7% bzw. 8,3% sind bei 3 Genossenschaften oder mehr als 3 Genossenschaften engagiert (siehe Tabelle 3.1 – 7).

⁸⁴ Landesstatistik Wien (MA 23) 2020, S. 5

In welchem Bundesland befindet sich der Sitz dieser Genossenschaft?	Freq.	Percent	Cum.
weiß nicht	4	0.59	0.59
außerhalb Österreichs	2	0.30	0.89
Burgenland	49	7.27	8.16
Kärnten	15	2.23	10.39
Niederösterreich	378	56.08	66.47
Oberösterreich	23	3.41	69.88
Salzburg	90	13.35	83.23
Steiermark	11	1.63	84.87
Tirol	28	4.15	89.02
Vorarlberg	45	6.68	95.70
Wien	29	4.30	100.00
Total	674	100.00	

Tabelle 3.1 – 6: Rücklauf nach Region

Bei wie vielen Genossenschaften sind Sie Mitglied?	Freq.	Percent	Cum.
1	416	61.45	61.45
2	146	21.57	83.01
3	59	8.71	91.73
>3	56	8.27	100.00
Total	677	100.00	

Tabelle 3.1 – 7: Rücklauf nach Anzahl aktiver Mitgliedschaften pro Person

Betrachtet man die Struktur der teilnehmenden Mitglieder, so ist auffällig, dass vor allem Funktionärinnen und Funktionäre an der Befragung teilgenommen haben (siehe Tabelle 3.1 – 8). Ihr Anteil lag bei 71% gegenüber 29% ohne Funktionärstätigkeit.

Sind Sie in dieser Genossenschaft als Funktionär/Funktionärin (bspw. im Vorstand, Aufsichtsrat oder als Delegierte/r, ...) tätig?	Freq.	Percent	Cum.
FunktionärIn	478	71.03	71.03
kein/e FunktionärIn	195	28.97	100.00
Total	673	100.00	

Tabelle 3.1 – 8: Rücklauf nach Funktion

In Bezug auf die Selbsteinschätzung als ein aktives Genossenschaftsmitglied gaben über 85% der antwortenden Personen an, dass sie innerhalb der Genossenschaft, in der sie Mitglied sind, aktiv sind, was sehr stark mit dem hohen Anteil an Funktionärinnen und Funktionären korreliert. Lediglich 4,7% der antwortenden Personen geben an, kein aktives Genossenschaftsmitglied zu sein. 9,2% antworten mit teils-teils (siehe Tabelle 3.1 – 9).

Ich bin ein aktives Genossenschaftsmitglied	Freq.	Percent	Cum.
weiß nicht	3	0.47	0.47
Ja	553	85.74	86.20
Nein	30	4.65	90.85
teils-teils	59	9.15	100.00
Total	645	100.00	

Tabelle 3.1 – 9: Rücklauf nach Aktivität

Hinsichtlich des Bildungsabschlusses ergibt sich unter den antwortenden Personen ein heterogenes Feld. So haben 37,1% der antwortenden Personen eine Allgemeinbildende Höhere Schule (AHS) bzw. Berufsbildende Schule (BHS) mit Matura als ihren höchsten Bildungsabschluss angegeben, gefolgt von 29,1%, die ihren höchsten Bildungsabschluss an einer Fachhochschule (FH) oder Universität erworben haben. 15,9% haben eine abgeschlossene Lehre, 7,3% gaben als höchsten Bildungsabschluss die Hauptschule bzw. Unterstufe AHS an. Keine Angaben machen 1,8%, eine andere Art des Schulabschlusses gaben 8,8% an (siehe Tabelle 3.1 – 10).

Was ist Ihr höchster Bildungsabschluss?	Freq.	Percent	Cum.
Hauptschule, Unterstufe AHS	33	7.28	7.28
Lehre	72	15.89	23.18
AHS, BHS mit Matura	168	37.09	60.26
FH oder Universität	132	29.14	89.40
andere Art des Schulabschlusses	40	8.83	98.23
keine Angabe	8	1.77	100.00
Total	453	100.00	

Tabelle 3.1 – 10: Rücklauf nach formal höchstem Bildungsabschluss

Bildungsverteilung Österreich 2018	Freq.	Percent	Cum.
Allgemeinbildende Pflichtschule	1.926.174	25.44	25.44
Lehre	2.385.529	31.51	56.95
BMS	1.052.822	13.90	70.85
AHS	502.753	6.64	77.49
BHS	601.047	7.94	85.43
Kolleg	49.083	0.65	86.08
Akademie	138.678	1.83	87.91
Hochschule	915.538	12.09	100
Total	7.571.624	100.00	

Tabelle 3.1 – 11: Bildungsstand der Bevölkerung ab 15 Jahren in Österreich⁸⁵

Betrachtet man das Verhältnis im Vergleich zur Gesamtbevölkerung über 15 Jahre (vgl. Tabelle 3.1 – 11), so gibt es hinsichtlich der Teilnahme an der Befragung einige Unterschiede. Tendenziell antworteten vor allem Personen mit einem höheren Bildungsabschluss wie AHS, BHS mit Matura oder Personen mit einem abgeschlossenen Studium an einer FH oder Universität.

In Bezug auf die Größe der Genossenschaft, in der die antwortenden Personen hauptsächlich aktiv sind, fällt auf, dass dies vor allem große Genossenschaften mit mehr als 1.000 Mitgliedern und/oder mehr als 40 angestellten Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern sind (68,4%). Lediglich 9% aller antwortenden Personen kommen aus kleinen Genossenschaften mit weniger als 50 Mitgliedern und/oder 5 Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern. 13% der Befragten sind hauptsächlich in einer Genossenschaft aktiv, die weniger als 500 Mitglieder und/oder 20

⁸⁵ Statistik Austria 2021

angestellte Personen hat; 9,7% sind in Genossenschaften mit weniger als 1.000, aber mehr als 500 Mitgliedern (siehe Tabelle 3.1 – 12)

Wie groß ist die Genossenschaft, in der Sie hauptsächlich aktiv sind?	Freq.	Percent	Cum.
< 20 Mitglieder und/oder 2 ArbeitnehmerInnen	21	3.13	3.13
< 50 Mitglieder und/oder 5 ArbeitnehmerInnen	39	5.82	8.96
< 500 Mitglieder und/oder 20 ArbeitnehmerInnen	87	12.99	21.94
< 1000 Mitglieder und/oder 40 ArbeitnehmerInnen	65	9.70	31.64
> 1.000 Mitglieder und/oder > 40 ArbeitnehmerInnen	458	68.36	100.00
Total	670	100.00	

Tabelle 3.1 – 12: Rücklauf nach Größe der Genossenschaft

3.3.2.2. Stichprobe – Bildung von Clustern

Aufgrund der geringen Anzahl der Antworten pro Kriterium werden zur Erlangung einer höheren Aussagekraft, Relevanz und Signifikanz für die Detailauswertung bestimmte Kategorien gebildet. Hinsichtlich der Branche wird wie folgt zusammengefasst (Tabelle 3.1 – 13). Unter die Kategorie „andere“ fallen Konsum, Dienstleistung, Gewerbe, Produktion und Handwerk, Soziales, Kunst und Kultur und Energie.

Aus welchem Bereich kommt die Genossenschaft, in der Sie hauptsächlich aktiv sind	Freq.	Percent	Cum.
Bank & Finanzdienstleistungen	463	69.83	69.83
Wohnen und Bauen	36	5.43	75.26
Landwirtschaft	89	13.42	88.69
Andere	75	11.31	100.00
Total	663	100.00	

Tabelle 3.1 – 13: Cluster – Branche

Auch beim Alter werden für eine höhere Stichprobenanzahl die Altersstufen zusammengezogen. In der folgenden Betrachtung gemäß Tabelle 3.1 – 14 wird nur mehr nach zwei Alterseinteilungen unterschieden: Personen, die jünger als 45 Jahre alt sind, und die Personen, deren Alter über 45 Jahren liegt.

Alter	Freq.	Percent	Cum.
bis 45 Jahre	108	24.22	24.22
über 45 Jahre	338	75.78	100.00
Total	446	100.00	

Tabelle 3.1 – 14: Cluster – Alter

Hinsichtlich des Geschlechts wurde das neutrale Geschlecht „divers“ aufgrund der geringen Antwortrate von lediglich 2 Personen herausgenommen. Daraus ergibt sich eine Unterscheidung nur mehr zwischen weiblich und männlich (siehe Tabelle 3.1 – 15).

Geschlecht	Freq.	Percent	Cum.
Weiblich	101	22.20	22.20
Männlich	354	77.80	100.00
Total	455	100.00	

Tabelle 3.1 – 15: Cluster – Geschlecht

In Bezug auf die Verteilung der Genossenschaft nach Bundesland wurde auf die NUTS-1 Klassifizierung der europäischen Statistikbehörde eurostat zurückgegriffen, die Österreich in Ost-, Süd- und Westösterreich einteilt. Tabelle 3.1 – 16 zeigt die entsprechende Aufteilung:

Bundesland nach NUTS-1	Freq.	Percent	Cum.
Ostösterreich	456	68.26	68.26
Südösterreich	26	3.89	72.16
Westösterreich	186	27.84	100.00
Total	668	100.00	

Tabelle 3.1 – 16: Cluster – Region

Die Aufteilung in Bezug auf die Frage, bei wie vielen Genossenschaften man Mitglied ist, erfolgt nun in drei Kategorien, Mitglied bei 1 Genossenschaft, Mitglied bei 2 Genossenschaften und Mitglied bei ≥ 3 Genossenschaften (siehe Tabelle 3.1 – 17).

Bei wie vielen Genossenschaften sind Sie Mitglied?	Freq.	Percent	Cum.
Mitglied bei 1 Genos.	416	61.45	61.45
Mitglied bei 2 Genos.	146	21.57	83.01
Mitglied bei ≥ 3 Genos.	115	16.99	100.00
Total	677	100.00	

Tabelle 3.1 – 17: Cluster – Anzahl Mitgliedschaften

In Bezug auf den höchsten formalen Bildungsabschluss werden fortan folgende Cluster verwendet (Tabelle 3.1 – 18)

Was ist Ihr höchster Bildungsabschluss?)	Freq.	Percent	Cum.
keine Angabe bzw. andere Art des Schulabschlusses	48	10,6	10,6
Hauptschule, Unterstufe AHS und Lehre	105	23,18	33,78
FH oder Universität	132	29,14	62,92
AHS, BHS mit Matura	168	37,09	100,00
Total	453	100.00	

Tabelle 3.1 – 18: Cluster – höchster formaler Bildungsabschluss

Die Genossenschaften, in der die antwortenden Personen hauptsächlich aktiv sind, wurden in drei Kategorien zusammengefasst (siehe Tabelle 3.1 – 19): kleine Genossenschaften mit weniger als 50 Mitgliedern (9%), mittlere Genossenschaften mit weniger als 1.000 Mitgliedern (22,7%) und große Genossenschaften mit mehr als 1.000 Mitgliedern (68,4%).

Wie groß ist die Genossenschaft, in der Sie hauptsächlich aktiv	Freq.	Percent	Cum.
<50 Mitglieder und/oder 5 ArbeitnehmerInnen	60	8.96	8.96
<1000 Mitglieder und/oder 40 ArbeitnehmerInnen	152	22.69	31.64
>1000 Mitglieder und/oder >400 ArbeitnehmerInnen	458	68.36	100.00
Total	670	100.00	

Tabelle 3.1 – 19: Cluster – Größe der Genossenschaften

3.3.2.3. Stichprobe – Selbsteinschätzung aktives Mitglied

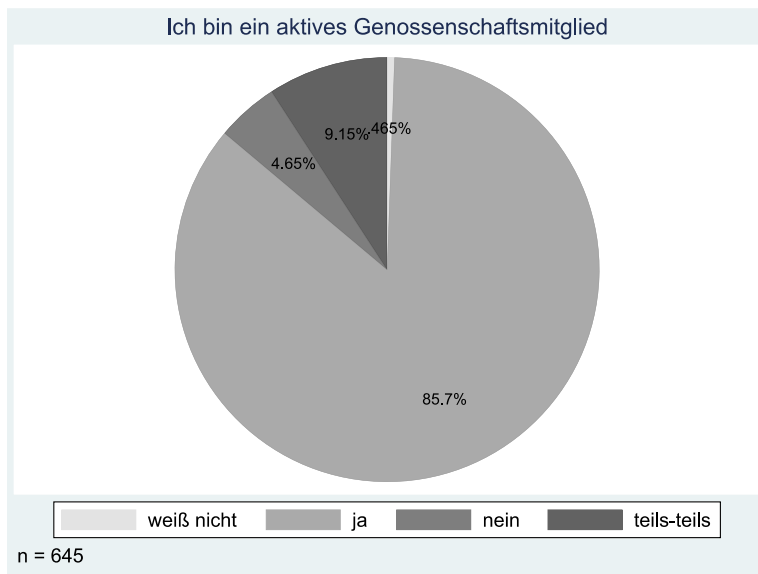


Abbildung 3.1 – 3: Gesamtansicht – Selbsteinschätzung aktives Mitglied

Befragt man die teilnehmenden Genossenschaftsmitglieder hinsichtlich ihrer Aktivität in der Genossenschaft bzw. ob sie sich als aktives Genossenschaftsmitglied sehen, so antwortet der Großteil der Befragten (knapp 86%) mit „ja“, ca. 5% antworten mit „nein“. Ca. 9% gaben als Antwort die Antwortoption „teils-teils“ an. 0,5% antworten mit „weiß nicht“. Damit betrachtet sich der überwiegende Teil der Genossenschaftsmitglieder, die an der Umfrage teilgenommen haben, als aktiv in das Geschehen ihrer jeweiligen Genossenschaft(en) involviert.

- A) Detailauswertung nach Branchen
- Bank & Finanzdienstleistungen
 - Wohnen und Bauen
 - Landwirtschaft

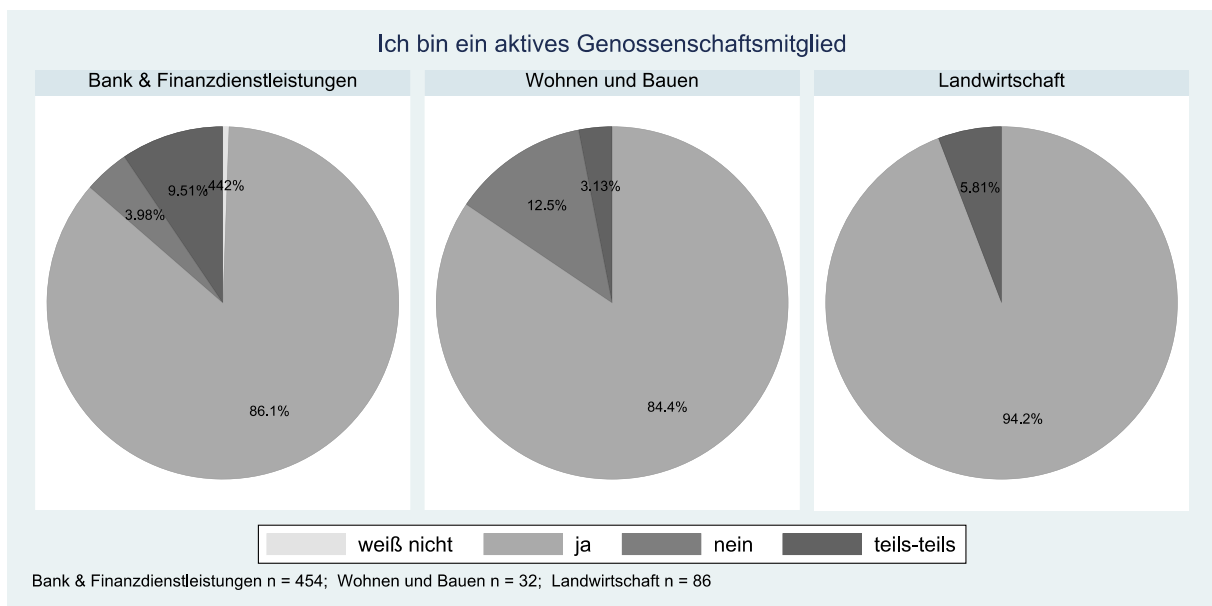


Abbildung 3.1 – 4: Branche – Selbsteinschätzung aktives Mitglied

Hinsichtlich einer Unterscheidung nach Branchen ergibt sich ein insgesamt ähnliches Bild, der überwiegende Anteil an Personen, die an der Befragung teilgenommen haben, betrachtet sich als aktives Genossenschaftsmitglied, wobei dieser Wert bei Genossenschaftsmitgliedern aus dem Bereich „Bank & Finanzdienstleistungen“ auch aufgrund der dortigen hohen TeilnehmerInnen-anzahl im Wesentlichen dem Gesamtbild entspricht. Im Bereich der Genossenschaften aus dem Sektor „Wohnen und Bauen“ ist der Anteil an Personen, die mit „ja“ stimmen, mit ca. 84,4% ähnlich hoch wie jener aus der Gesamtschau, wobei 12,5% der befragten Personen angeben, kein aktives Genossenschaftsmitglied zu sein. Unter den Genossenschaftsmitgliedern aus dem Bereich „Landwirtschaft“ ergibt sich ein anderes Bild. Hier geben etwas über 94% an, in ihrer Genossenschaft aktiv zu sein. Ca. 6% antworten mit „teils-teils“. Es gibt keine Mitglieder, die mit „nein“ oder „weiß nicht“ antworten. So ergibt sich aus dieser Betrachtung insgesamt ein sehr hohes Involvement der einzelnen Mitglieder innerhalb der jeweiligen Branche, wobei der Landwirtschaftsbereich die höchste Anzahl an aktiven Genossenschafts-mitgliedern auf sich verbuchen kann.

B) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen
 a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

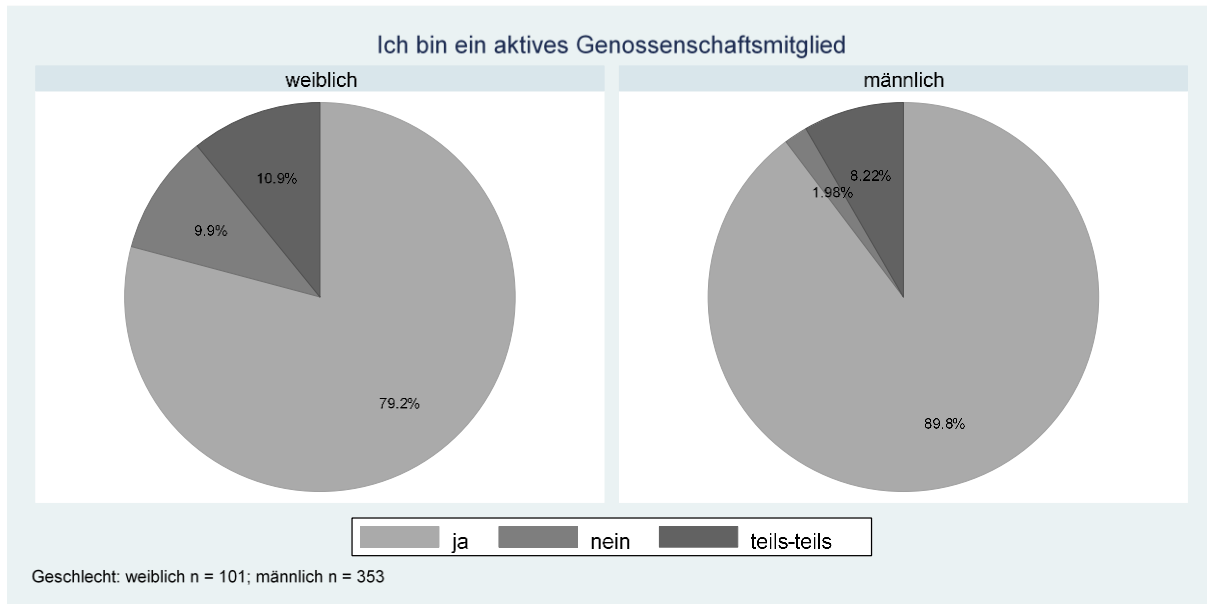


Abbildung 3.1 – 5: Alter – Selbsteinschätzung aktives Mitglied

Hinsichtlich des Alters der befragten Personen ergeben sich ebenfalls Abweichungen untereinander bzw. vom Gesamtbild. So betrachten sich Personen über 45 Jahre zu knapp 90% als aktive Genossenschaftsmitglieder, wohingegen es bei Personen bis 45 Jahre, ca. 80% sind. Ca. 9% sagen hier, sie seien kein aktives Mitglied, wohingegen dieser Wert bei Personen über 45 Jahren bei lediglich 2% liegt. Mit „teils-teils“ antworten bei den Jüngeren 11%, bei den Älteren 8,6%. Dies lässt erkennen, dass ältere Personen nach wie vor innerhalb ihrer Genossenschaft aktiver sind.

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

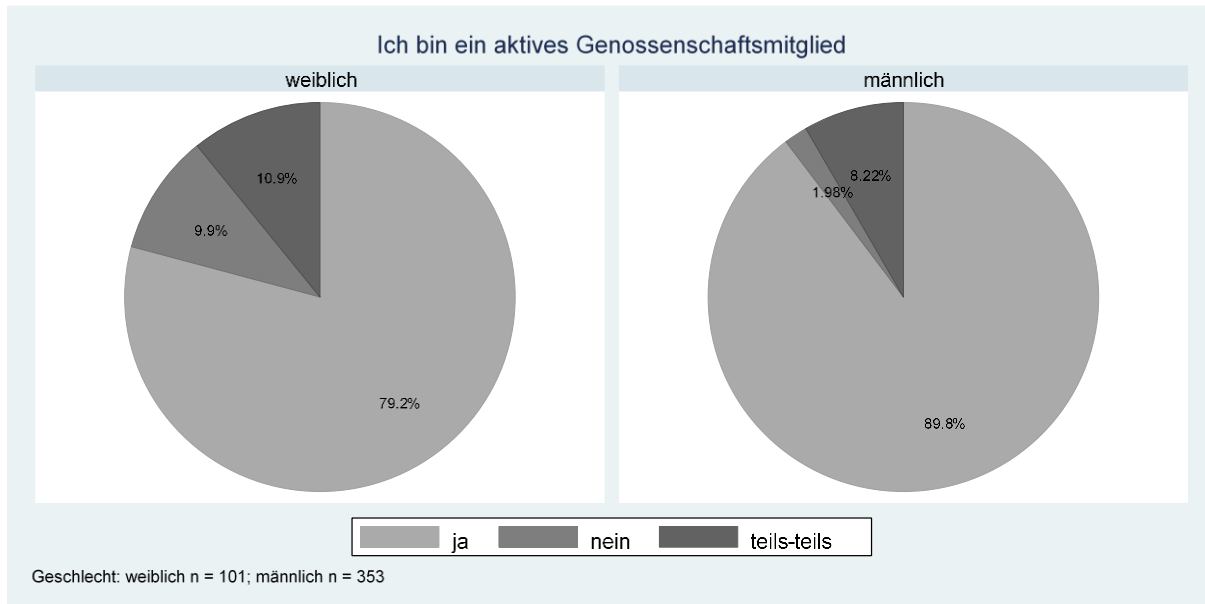


Abbildung 3.1 – 6: Geschlecht – Selbsteinschätzung aktives Mitglied

Unterscheidet man die Aussagen nach Geschlecht, so ergibt sich im Vergleich zum Alter ein sehr ähnliches Bild. Männliche Genossenschaftsmitglieder geben zu ca. 90% an, aktiv in der Genossenschaft zu sein, unter den weiblichen Mitgliedern sind es ca. 80%. Der Anteil an Personen die hier mit „nein“ stimmen, ist mit ca. 10% verglichen mit ihren männlichen Genossenschaftspartnern (ca. 2%) ebenfalls deutlich höher. Der Anteil an Personen, die mit „teils-teils“ antworten, liegt bei 11% (weiblich) und 8,2% (männlich). So ist auch hier festzustellen, dass die Anzahl an Personen, die sich als aktives Genossenschaftsmitglied sehen, insgesamt sehr hoch ist, doch sehen sich Frauen als weniger aktiv als ihre männlichen Gegenüber.

c. Region der Genossenschaft

Hinsichtlich der Region (West-, Süd- und Ostösterreich) ergeben sich keine größeren Unterschiede. Lediglich die Aussagen der Personen, deren Genossenschaft sich in Südösterreich befindet, weicht etwas ab. Jedoch ist hier die zu verbuchende Antwortrate sehr gering, weshalb eine Bewertung nicht vorgenommen werden kann.

d. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

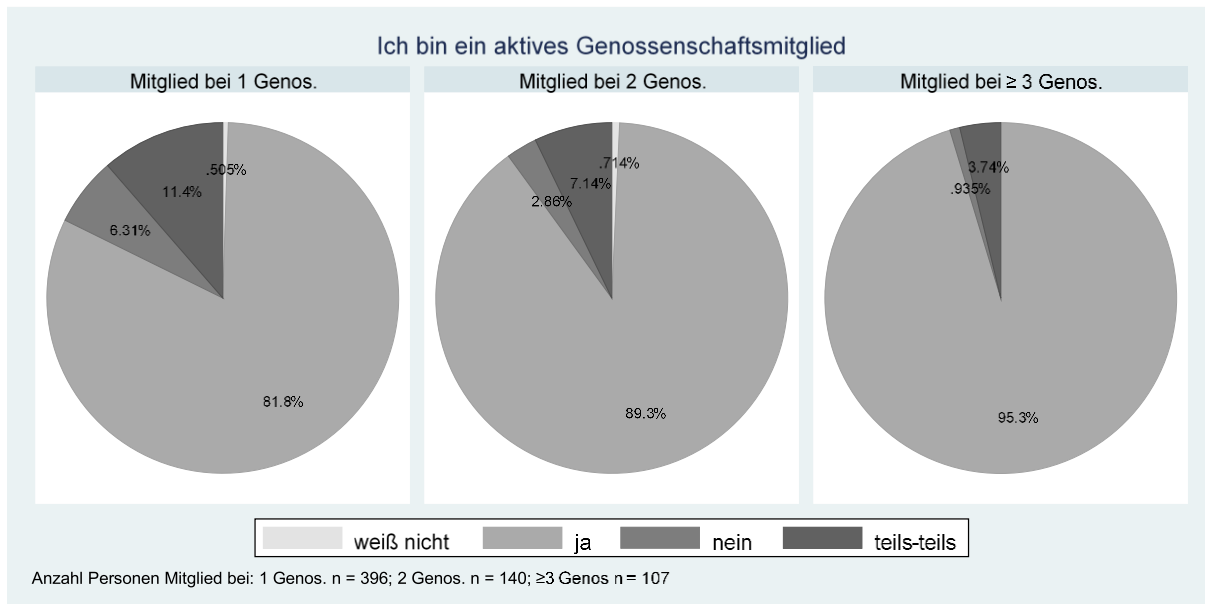


Abbildung 3.1 – 7: Mitglied Genossenschaften – Selbsteinschätzung aktives Mitglied

Teilt man die Aussage nach Anzahl der Mitgliedschaften, die die teilnehmenden Personen in Genossenschaften haben, so fällt auf, dass Personen, die bei lediglich einer Genossenschaft aktiv sind, sich deutlich weniger als aktives Genossenschaftsmitglied betrachten, auch die Anzahl an Personen, die hier mit „nein“ stimmte, ist mit 6,3% am höchsten. Die Werte in Bezug auf aktive Mitgliedschaft nehmen mit der Anzahl der Genossenschaftsmitgliedschaften kontinuierlich zu. Ca. 90% der Personen, die bei 2 Genossenschaften Mitglied sind, betrachten sich als aktives Mitglied, bei Personen die bei drei und mehr Genossenschaften beteiligt sind, sind es über 96% aller Personen, die sich als aktiv bezeichnen. Die Anzahl an Personen, die mit „nein“ antwortet, nimmt entsprechend ab.

e. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

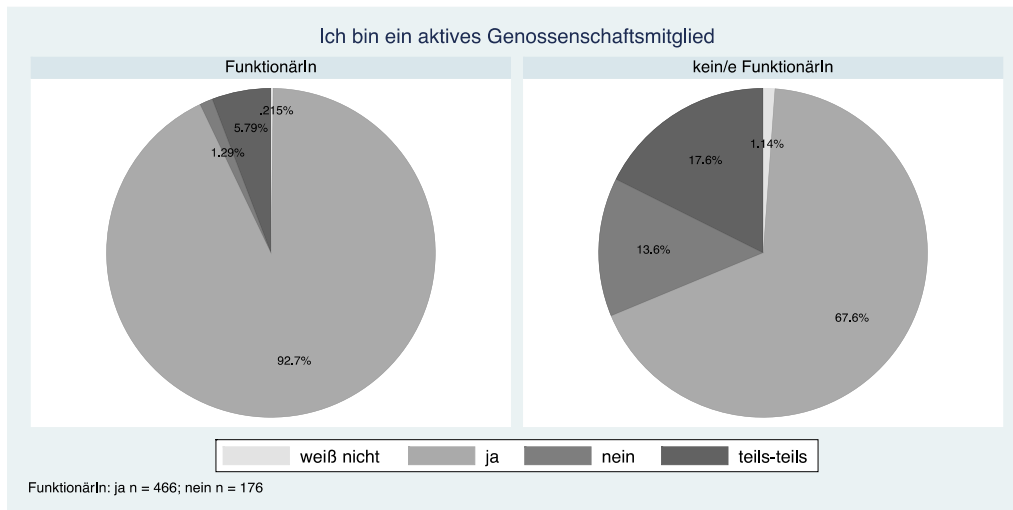


Abbildung 3.1 – 8: FunktionärIn – Selbsteinschätzung aktives Mitglied

Betrachtet man die Aussagen der teilnehmenden Mitglieder nach ihrer Funktion innerhalb der Genossenschaft, so sehen sich – wenig überraschend – die Personen, die eine offizielle Position innerhalb ihrer Genossenschaft einnehmen, zu ca. 93% als aktive Genossenschaftsmitglieder. Interessanterweise geben trotzdem nicht 100% aller Funktionärinnen und Funktionäre an, ein aktives Genossenschaftsmitglied zu sein, sondern ca. 6% bezeichnen sich als nur teilweise aktiv, während 1,3% aller Funktionärinnen und Funktionäre mit „nein“ antworten. Die Genossenschaftsmitglieder, die keine offizielle Position bekleiden, geben lediglich zu ca. 68% an, in ihrer Genossenschaft aktiv zu sein, während ca. 18% mit „teils-teils“ antworten. 13,6% geben an, sich als kein aktives Genossenschaftsmitglied zu sehen.

Dies deutet darauf hin, dass die Dunkelziffer an Genossenschaftsmitgliedern, die sich nicht an der Umfrage beteiligt haben, in Bezug auf das Selbstverständnis als nicht aktives Mitglied deutlich höher liegt.

f. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

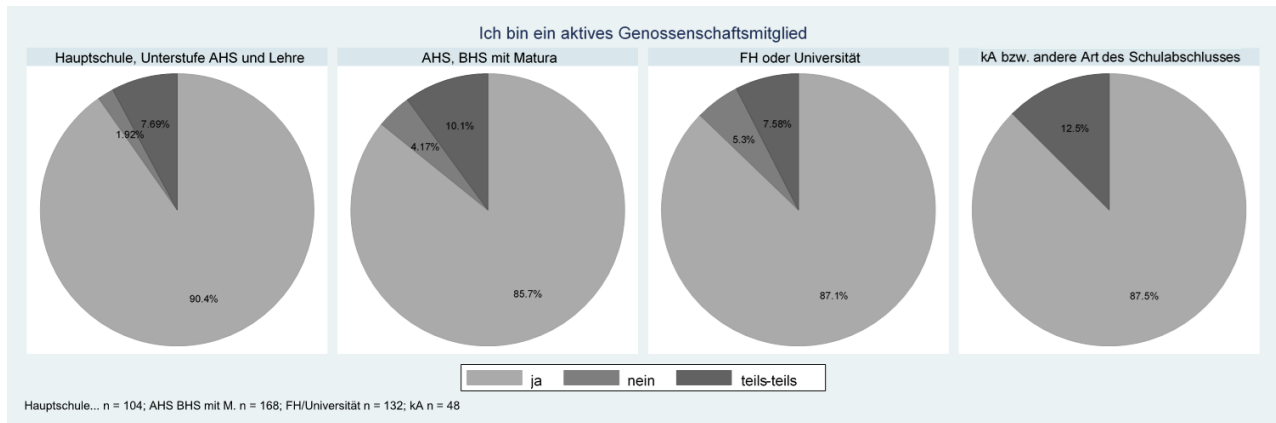


Abbildung 3.1 – 9: Bildung – Selbsteinschätzung aktives Mitglied

Bei der Unterscheidung nach höchstem Bildungsabschluss ergibt sich insgesamt ein relativ homogenes Bild, mit geringen Abweichungen hinsichtlich des Partizipationsgrades. So liegen die prozentuellen Werte an Personen, die sich als aktives Genossenschaftsmitglied verstehen, bei insgesamt über 85%. Prozentuell die höchste Antwortrate in Bezug auf „nein (ich bin kein aktives Genossenschaftsmitglied) haben Personen mit Fach- oder Hochschulabschluss mit 5,3%, gefolgt von Personen mit AHS bzw. BHS mit Matura (4,2%). Personen mit Hauptschulabschluss, Unterstufe AHS bzw. Lehre sehen sich lediglich zu 1,9% als nicht aktive Mitglieder. Hier ist auch der prozentuelle Wert an Personen, die mit „teils-teils“ antworten, mit 7,7% niedrig. Einen ähnlich niedrigen Wert weisen Personen mit Fach- oder Hochschulabschluss aus (7,6%). Die höchsten Werte erreichen Personen mit AHS bzw. BHS mit Matura (10,1%) und die Personen, die keine Angaben zu ihrem Schulabschluss geben bzw. eine andere Art des Schulabschlusses vorweisen (12,5%).

g. Größe der Genossenschaft

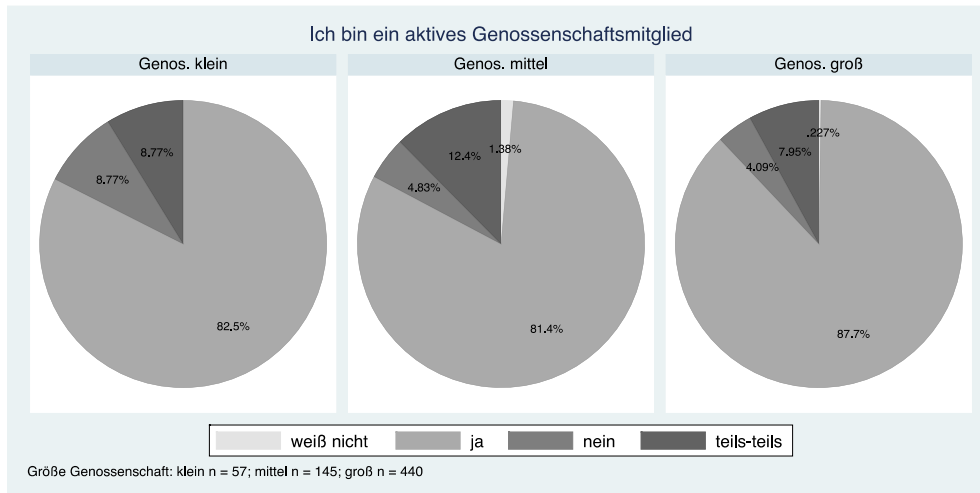


Abbildung 3.1 – 10: Größe Genossenschaft – Selbsteinschätzung aktives Mitglied

Hinsichtlich der Größe der Genossenschaft ist interessant festzustellen, dass die Mitglieder von kleinen und mittleren Genossenschaften sich zu lediglich 82,5% bzw. 81,4% als aktiv betrachten, wohingegen der Wert bei Mitgliedern, die Teil einer größeren Genossenschaft sind, bei 87,7% liegt. Hier hätten wir intuitiv erwartet, dass gerade Personen, die in kleinen oder mittleren Genossenschaften Mitglied sind, sich als aktiv betrachten bzw. aktiv in die Genossenschaft mit einbringen. Doch sind dort auch die Werte an Personen, die sich als nicht aktives Genossenschaftsmitglied klassifizieren, gerade bei kleinen Genossenschaften mit 8,8% am höchsten. Eine mögliche Erklärung könnte dabei sein, dass bei größeren Genossenschaften der Anteil an Funktionärinnen und Funktionären, die an der Umfrage teilgenommen haben, deutlich höher ist, wobei sich diese Vermutung, wie unten stehende Tabelle 3.1 – 20 zeigt, nicht bestätigen lässt. So liegt der Anteil an Funktionärinnen und Funktionären die innerhalb von kleinen Genossenschaften aktiv sind, bei 75%, bei mittleren bei 74% und bei großen Genossenschaften bei 73%.

	Anzahl.
FunktionärIn und Genos. Klein	43
FunktionärIn und Genos. Mittel	108
FunktionärIn und Genos. Groß	323
Total	474

Tabelle 3.1 – 20: FunktionärIn und Größe Genossenschaft

3.3.3. Fragebogendesign

Die Fragen der Mitgliederbefragung wurden einerseits aus der Delphi-Studie abgeleitet und andererseits um Interessensschwerpunkte der Verbände erweitert. Eine Parallelität zur Delphi-Studie ist bezüglich der vergleichenden Aussagenanalyse Voraussetzung. Die Länge wurde derart angepasst, dass die maximale Bearbeitungszeit von 30 Minuten nicht überschritten wird, aber dennoch sehr ausführliche Aussagen aus den Antworten abgeleitet werden können. Daher wurde ausschließlich auf geschlossene Fragen zurückgegriffen.

Es werden vier verschiedene Arten des Fragendesigns verwendet:

i. *Reihenfolgefragen (RF)*

Bei diesem Fragetypus werden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer gebeten, vorgegebene Antworten in die Reihenfolge ihrer subjektiven Wichtigkeit nach zu ordnen, zB. *Reihen Sie folgende Aussagen von 1- 8 (1 = am wichtigsten, 8 = am wenigsten wichtig) in Bezug auf die folgende Frage. Dabei wurde aufgrund von Flexibilität und Unsicherheiten zugelassen, einzelne Reihungen zu überspringen, wodurch sich bei der Auswertung teilweise eine unterschiedliche Anzahl der Antworten ergibt ($n_1 \neq n_x$).*

ii. *Auswahlfragen (AF)*

Bei den Auswahlfragen ist eine Frage mittels vorgegebener Antworten anzukreuzen, wobei je nach Frage eine oder mehrere Ankreuzmöglichkeiten erlaubt sind, zB *Hat Ihre Genossenschaft aufgrund der aktuellen Krise personelle Maßnahmen gesetzt? Mehrfachnennung möglich*

- *Kündigungen*
- *Kurzarbeit*
- *weitere:*
- *nein*
- *weiß nicht*

iii. *Skalenfragen (SK)*

Bei den Skalenfragen ist zwischen vorgegebenen Antwortmöglichkeiten, zB *trifft sehr zu, trifft eher zu, teils-teils, trifft eher nicht zu, trifft nicht zu, weiß nicht*, auszuwählen, wobei mehrere Aussagen zu einem Themenkreis vorgegeben sind (siehe auch Likert-Skala). Im Unterschied zur Delphi-Studie wurde bewusst *weiß nicht* als Antwort ermöglicht, da die heterogene Gruppe der befragten Genossenschaftsmitglieder nicht in allen Bereichen informiert ist.

iv. *Offene Fragen (OF)*

Eine Frage wurde als offene Frage gestellt. Bei einigen geschlossenen Fragen wurden den Teilnehmerinnen und Teilnehmern Ergänzungsmöglichkeiten zu vorgegebenen Aufzählungen angeboten („weitere“).

Der Fragebogen umfasst insgesamt acht statistische Variablen (n) und 35 inhaltliche (m) Fragen. Davon sind vier Fragen als Reihenfolgefragen, 21 als Auswahlfragen, eine als offene Frage und neun als Skalenfragen designet.

Es wurden alle Ergebnisse $n \times m$ ausgewertet und dort, wo Auffälligkeiten ersichtlich waren, weitere Analysen nach den entsprechenden Ausprägungen vorgenommen. Eine umfassende Darstellung aller 35 Varianten sprengt den Rahmen dieser Publikation. Außerdem steht bei manchen Detailauswertungen eine zu geringe Stichprobenanzahl zu Verfügung, als dass eine Auswertung zu signifikanten Ergebnissen führen könnte. Die AutorInnen bietet auf Anfrage gerne Detailauswertungen an.

4. Empirische Untersuchung

4.1. Delphi-Studie

Inhaltsverzeichnis

4.1. Delphi-Studie	48
4.1.1. Aufbau der Präsentation	50
4.1.2. Eigenschaften, Werte und Prinzipien	51
Frage D.1 – Eigenschaften von Genossenschaften.....	53
Frage D.2 – Werte und Prinzipien.....	55
Frage D.3 – Wie werden Werte und Prinzipien durch das Management kommuniziert?	57
Frage D.4 –Werte-/Prinzipienwandel in Folge der Krise	60
4.1.3. Profilierung und Attraktivität in der Krise	63
Frage D.5 – Genossenschaften profilieren sich in Krisenzeiten.....	63
Frage D.6 – Welche Branchen profilieren sich?.....	66
Frage D.7 – Attraktivität steigt durch staatliche Unterstützung	68
4.1.4. Unterschiede zu anderen Rechtsformen.....	71
Frage D.8 – Unterschiede zu anderen Rechtsformen	71
4.1.5. Potenziale	99
Frage D.9 – Profitieren Genos. von Klimaschutz, Digitalisierung und Regionalisierung?.....	99
Frage D.10 – Genossenschaftliche Potenziale in der aktuellen Krise	102
Frage D.11 – Genossenschaftliche Modelle für EPU's?	110
4.1.6. Unterstützung	113
Frage D.12 – Wie kann die Genossenschaft ihre Mitglieder unterstützen?	113
Frage D.13 – Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	115
4.1.7. Organisationsformen	118
Frage D.14 – Es braucht neue/andere Organisationsformen im Genossenschaftswesen?.....	118
Frage D.15 – Welche anderen/neuen Organisationsformen braucht es?.....	121
4.1.8. Digitalisierung	123
Frage D.16 – Beibehaltung digitaler Mitgliederversammlungen	124
Frage D.17 – Argumente für/gegen verstärkte Digitalisierung	125
4.1.9. Zusammenfassung der Ergebnisse der Delphi-Studie	128

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 4.1 – 1: Eigenschaften von Genossenschaften – 1. Runde	53
Abbildung 4.1 – 2: Eigenschaften von Genossenschaften – 2. Runde	54
Abbildung 4.1 – 3: Werte und Prinzipien – 1. Runde	55
Abbildung 4.1 – 4: Werte und Prinzipien – 2. Runde	56
Abbildung 4.1 – 5: Werte und Prinzipien Kommunikation Management – 1. Runde	57
Abbildung 4.1 – 6: Werte und Prinzipien Kommunikation Management – 2. Runde	58
Abbildung 4.1 – 7: Profilierung in der Krise, Aufteilung nach Branchen – 1. Runde	66
Abbildung 4.1 – 8: Profilierung in der Krise, Aufteilung nach Branchen – 2. Runde	67
Abbildung 4.1 – 9: Neue Schwerpunkte als Potenziale – 1. Runde	100
Abbildung 4.1 – 10: Neue Schwerpunkte als Potenziale – 2. Runde	100
Abbildung 4.1 – 11: Bedarf neuer/anderer Organisationsformen – 1. Runde	119
Abbildung 4.1 – 12: Bedarf neuer/anderer Organisationsformen – 2. Runde	120
Abbildung 4.1 – 13: Beibehaltung digitaler Abstimmungen – 1. Runde	124
Abbildung 4.1 – 14: Beibehaltung digitaler Abstimmungen – 2. Runde	124

Tabellenverzeichnis

Tabelle 4.1 – 1: Rücklauf und Einschätzung eines Wertewandels	60
Tabelle 4.1 – 2: Wertewandel aus Sicht von ExpertInnen (Forschung und öV)	61
Tabelle 4.1 – 3: Wertewandel aus Sicht von ExpertInnen (Praxis)	61
Tabelle 4.1 – 4: Profilierung von Genossenschaften in der Krise	63
Tabelle 4.1 – 5: Attraktivität staatlicher Interventionen	68
Tabelle 4.1 – 6: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – Banken	72
Tabelle 4.1 – 7: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – ExpertInnen (Banken)	72
Tabelle 4.1 – 8: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – Wohnen	74
Tabelle 4.1 – 9: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – ExpertInnen (Wohnen)	74
Tabelle 4.1 – 10: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – Bauwirtschaft	76
Tabelle 4.1 – 11: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – ExpertInnen (Bauwirtschaft)	76
Tabelle 4.1 – 12: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – LW – Ein- und Verkauf	78
Tabelle 4.1 – 13: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – ExpertInnen (LW – Ein- und Verkauf)	78
Tabelle 4.1 – 14: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – LW – Verwertung	80
Tabelle 4.1 – 15: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – ExpertInnen (LW – Verwertung)	80
Tabelle 4.1 – 16: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – LW – Nutzung	82
Tabelle 4.1 – 17: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – ExpertInnen (LW – Nutzung)	82
Tabelle 4.1 – 18: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – Vertrieb	84
Tabelle 4.1 – 19: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – ExpertInnen (Vertrieb)	84
Tabelle 4.1 – 20: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – Konsum	86
Tabelle 4.1 – 21: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – ExpertInnen (Konsum)	86
Tabelle 4.1 – 22: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – Dienstleistung	88
Tabelle 4.1 – 23: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – ExpertInnen (Dienstleistung)	88
Tabelle 4.1 – 24: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – Gewerbe, Produktion und Handwerk	90
Tabelle 4.1 – 25: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – ExpertInnen (Gewerbe, Produktion und Handwerk)	90
Tabelle 4.1 – 26: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – Soziales	92
Tabelle 4.1 – 27: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – Kunst und Kultur	94
Tabelle 4.1 – 28: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – Infrastruktur	96
Tabelle 4.1 – 29: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – Energie	97
Tabelle 4.1 – 30: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – ExpertInnen (Energie)	97
Tabelle 4.1 – 31: Genossenschaftliche Modell für EPU's und KMUs	110
Tabelle 4.1 – 32: Rücklauf und Aussagen zu Unterstützung in der Krise	113
Tabelle 4.1 – 33: Unterstützung von Nicht-Mitgliedern während Krise	115
Tabelle 4.1 – 34: Rücklauf und Aussagen zu neuen/anderen Organisationsformen	121
Tabelle 4.1 – 35: Rücklauf und Aussagen zu digitalen Prozessen	125
Tabelle 4.1 – 36: Pro-Argumente digitale Prozesse	125
Tabelle 4.1 – 37: Contra-Argumente digitale Prozesse	126

4.1.1. Aufbau der Präsentation

Um die Ergebnisse prägnant und kompakt darzustellen und somit einen Gesamtüberblick zu ermöglichen, werden die 17 Fragenblöcke der Delphi-Studie in den folgenden Unterkapiteln in weitere, inhaltlich zusammenhängende Cluster zusammengefasst (siehe auch Kapitel 3.2.):

- Eigenschaften, Werte und Prinzipien Fragen D.1 – D.4
- Profilierung und Attraktivität in der Krise Fragen D.5 – D.7
- Unterschiede zu anderen Rechtsformen Frage D.8
- Potenziale Fragen D.9 – D.11
- Unterstützung Fragen D.12 – D.13
- Organisationsformen Fragen D.14 – D.15
- Digitalisierung Fragen D.16 – D.17

Diese inhaltlichen Cluster sind stets nach derselben Struktur aufgebaut: Nach der Präsentation der Fragen werden die Beweggründe beschrieben, warum dieser Fragenblock in die Untersuchung aufgenommen wurde; je nach Inhalt werden Parallelen zu Fragestellungen über andere Rechtsformen als Genossenschaften gezogen. Diese Beweggründe repräsentieren die Hypothesen hinter der Delphi-Studie, die der Lesbarkeit halber narrativ erläutert und nicht formal dargestellt werden. Anschließend folgt die Antwortquote auf die jeweiligen Fragen und die deskriptive Darstellung der Ergebnisse. Die geschlossenen Fragen werden graphisch und verbal erläutert, die offenen Fragen enthalten neben Narrationen und der exemplarischen Hervorhebung repräsentativer Antworten eine quantitative Auswertung auf Basis einer genauen Paraphrasierung. Diese Paraphrasierung dient dem anschließenden Mitgliederfragebogen maßgeblich als Richtschnur.

Nur wenn Detailauswertungen, z.B. getrennt als Forschung und öffentliche Verwaltung bzw. Praxis oder nach Branchen, zu aussagekräftigen Ergebnissen führen, werden diese gesondert angegeben, das Fehlen nennenswerter Differenzen wird nicht extra ausgewiesen. Die Branchen werden wie folgt gegliedert:

- i. Bank & Finanzdienstleistungen
- ii. Wohnen
- iii. Bauwirtschaft
- iv. Landwirtschaft – Ein- und Verkauf
- v. Landwirtschaft – Verwertung
- vi. Landwirtschaft – Nutzung
- vii. Vertrieb
- viii. Konsum
- ix. Dienstleistung
- x. Gewerbe, Produktion und Handwerk
- xi. Soziales
- xii. Kunst und Kultur
- xiii. Infrastruktur
- xiv. Energie

4.1.2. Eigenschaften, Werte und Prinzipien

Kapitel 4.1.2. fasst folgende Fragen der Delphi-Studie zusammen:

- Frage D.1: „Welche Eigenschaften würden Sie österreichischen Genossenschaften in welchem Ausmaß zuschreiben?“
- Frage D.2: „Wie sehr werden Ihrer Einschätzung nachfolgende Werte und Prinzipien von Genossenschaften in Österreich gelebt?“
- Frage D.3: „Wie sehr werden Ihrer Einschätzung nach diese Werte und Prinzipien während der aktuellen Coronakrise durch das Management kommuniziert?“
- Frage D.4: „Rechnen Sie mit einem Werte-/Prinzipienwandel in Folge der Krise? In welchen Bereichen? Warum?“

Die ersten beiden Fragen erheben den Ist-Zustand der Einschätzung, wie Genossenschaften in Österreich gesehen und gelebt werden.⁸⁶ Sie sind bewusst nicht krisenbezogen, sondern hinterfragen die Ansichten der Expertinnen und Experten bzgl. des regulären Geschäftsverlaufs für spätere Vergleichsmöglichkeiten.

Die einzuschätzenden Eigenschaften, Werte und Prinzipien wurden aus ähnlichen Studien zur Außensicht von Genossenschaften entnommen. So beauftragten Theurl und Wendler ein Meinungsforschungsinstitut, um mehr über den Kenntnisstand der deutschen Bevölkerung zum Thema Genossenschaften zu erfahren. In Bezug auf die Charakterisierung von Genossenschaften stellten die Autorinnen 25 Eigenschaftspaare gegenüber. Ein Eigenschaftspaar bildete dabei zum Beispiel: Genossenschaften sind... „langfristig ausgerichtet“, „kurzfristig ausgerichtet“. Die teilnehmenden Personen gaben im Rahmen einer 5-stufigen Likert-Skala an, welcher Eigenschaft sie eher zustimmen. Innerhalb der Befragung wurde neben dem Idealbild (wie Genossenschaften sein sollten), auch das Realbild (wie die Befragten Genossenschaften tatsächlich eingeschätzen), abgefragt. Dabei kam es zu Divergenzen innerhalb der Bewertung. Im Idealbild werden Genossenschaften unter anderem die Eigenschaften: vertrauenswürdig, professionell, sicher, stabil, glaubwürdig, kompetent und zuverlässig zugeschrieben. Im Realbild weichen diese Vorstellung leicht ab, doch sind sie insgesamt nah am genossenschaftlichen Idealbild. Die größte Abweichung ist dabei bei der Eigenschaft: transparent auszumachen⁸⁷. Neben den von Theurl und Wendler verwendeten Eigenschaftspaaren wurden zudem die Imagekomponenten von Röbl et al. (2015) für die Selektion der in dieser Studie verwendeten genossenschaftlichen Eigenschaften herangezogen⁸⁸. Die Werte und Prinzipien beziehen sich auf die von der International Cooperative Alliance herausgegebenen genossenschaftlichen Werte und Prinzipien⁸⁹.

Frage D.3 geht bereits auf eine mögliche Diskrepanz zwischen Wahrnehmung und Kommunikation von Werten und Prinzipien sowie einen Wertewandel während der Krise ein. Dies ist relevant, denn wenn für Außenstehende offensichtlich wird, dass die medial transportierte Qualität (im Sinne der Kommunikation) nicht der tatsächlichen Produkt- bzw. Dienstleistungsqualität entspricht, wenden sich die Stakeholder von der Organisation ab. Die Stakeholder können nur unter größten Anstrengungen wieder zurückgeholt werden. Ist

⁸⁶ Zum Image von Genossenschaften in Deutschland siehe Breuning (2019)

⁸⁷ Vgl. Theurl & Wendler 2011, S. 213ff

⁸⁸ Vgl. Röbl et al. 2015, S. 291

⁸⁹ Vgl. ICA 2020

umgekehrt die Qualität höher als kommuniziert, entgehen der Organisation Kunden, Wähler, Ansprechpartner, etc und sie kann ihr volles Potenzial nicht ausschöpfen. Dieses Spannungsverhältnis ist in der Betriebswirtschaft ausführlich beschrieben worden.⁹⁰ Im Rahmen dieser Studie stehen nicht die Produkt- bzw. Dienstleistungsqualität der einzelnen Genossenschaft zur Disposition, sondern die allgemeinen genossenschaftlichen Werte und Prinzipien und somit im weitesten Sinne die Public Relation, die das allgemeine, umfassende Bild einer Organisation zeichnet.⁹¹ Genossenschaften und deren Verbände haben in der wissenschaftlichen Rezeption tendenziell das Problem, dass ihre Werte von der Öffentlichkeit nicht wahrgenommen und somit nicht ausreichend gewürdigt werden, z.B. durch eine wachsende Anzahl von Genossenschaften, Mitgliedern oder Kunden.⁹² Die notwendige Glaubwürdigkeit ist durch eine zielgruppenadäquate Kommunikation nach außen sowie durch Strukturänderungen nach innen zu erreichen.⁹³

Der Wertewandel in der Krise, wie ihn Frage D.4 aufgreift, wurde bereits in Kapitel 3 näher diskutiert.⁹⁴

Die geschlossene Fragenform von D.1, D.2 und D.3 erlaubt eine statistische Auswertung der Ergebnisse; in den entsprechenden Abbildungen 4.1 – 1 bis 4.1 – 6 wird zusätzlich zur graphischen Darstellung der Mediane der Mittelwert angegeben⁹⁵. Frage D.4 wird narrativ mittels Paraphrasierungen ausgewertet und präsentiert.

⁹⁰ Siehe z.B. Stummer et al. 2020; Kernstock & Srnka 2002

⁹¹ Siehe Röttger 2009

⁹² Siehe Gros 2009; Deising 2004, Theurl & Wendler 2011

⁹³ Siehe Weinkauff 2004

⁹⁴ zu Genossenschaften z.B. Schmale 2012

⁹⁵ Der Median gibt den mittleren Wert an, bei dem ebenso viele Werte darunter als auch darüber liegen. Er eignet sich v.a. bei Ordnungszahlen wie in Fragebögen dieser Art. Das arithmetische Mittel oder Mittelwert gibt den Durchschnittswert an: $\bar{x} = \Sigma x / n$; siehe Reichel 1987, S. 30f

Frage D.1 – Eigenschaften von Genossenschaften

Die im Rahmen der Delphi-Methode befragten Genossenschaftsexpertinnen und -experten aus Forschung, öffentlicher Verwaltung und Praxis wurden in der ersten Delphi-Frage um ihre Einschätzung gebeten, welche Eigenschaften sie den österreichischen Genossenschaften in welchem Ausmaß zuschreiben.

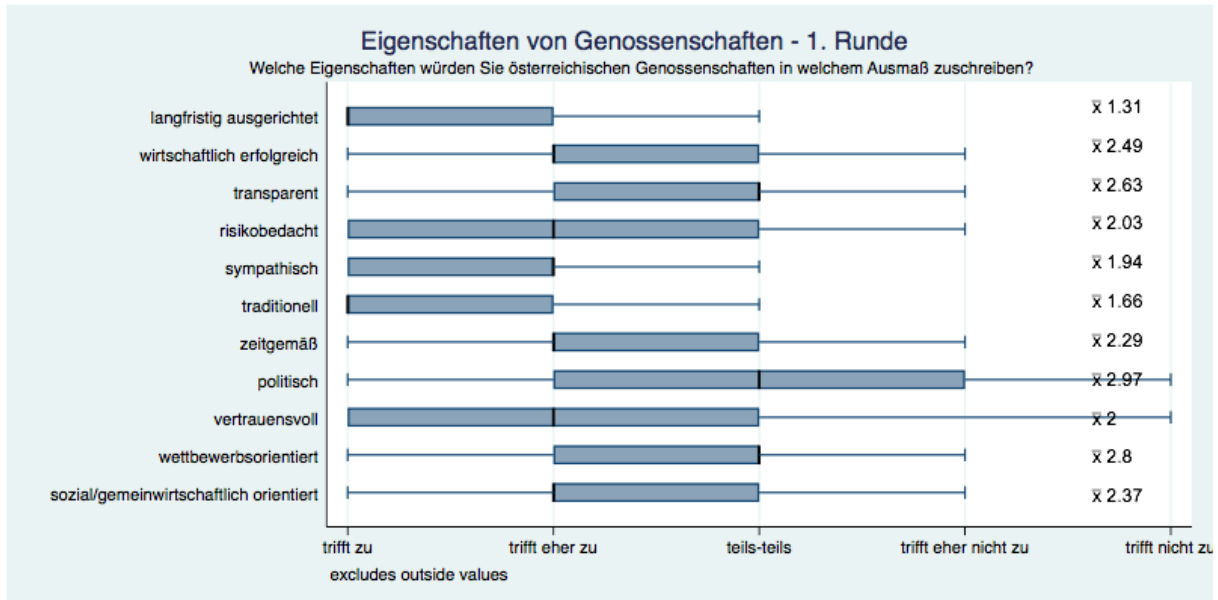


Abbildung 4.1 – 11: Eigenschaften von Genossenschaften – 1. Runde⁹⁶

Antwortquote: 94,35%

⁹⁶ **Legende:** schwarzer vertikaler Strich = Median; Balken = Bereich zwischen 25ten und 75ten Perzentil; horizontaler Strich = Bandbreite der gegebenen Antworten; \bar{x} = Mittelwert; „trifft zu“ wird dabei der Wert 5 zugewiesen, „trifft nicht zu“ = 1..

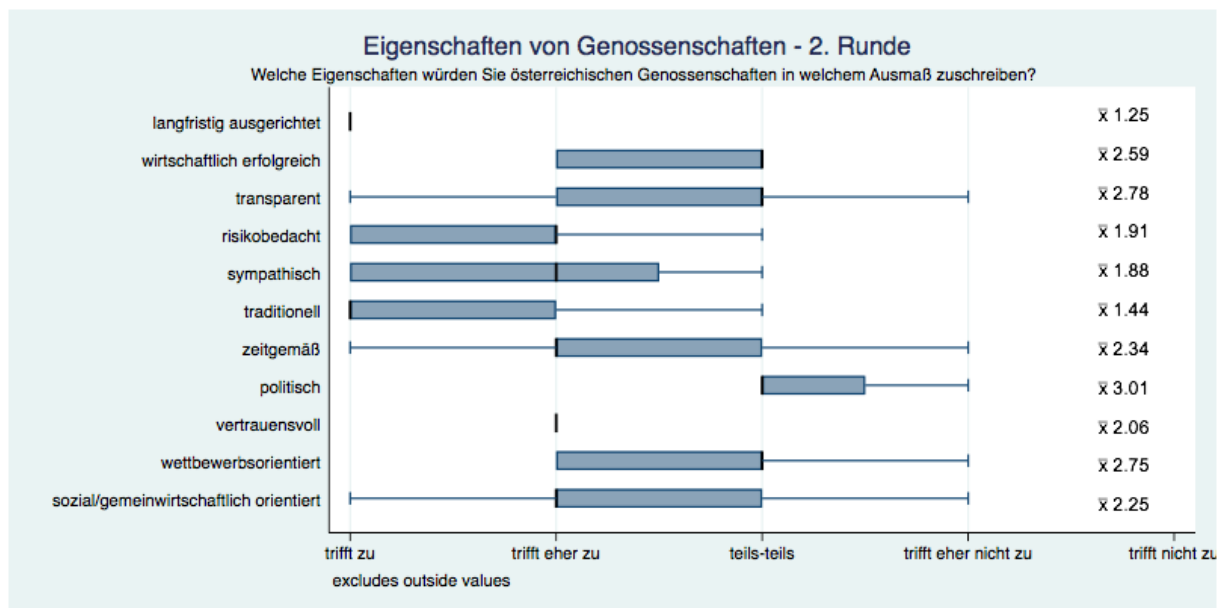


Abbildung 4.1 – 12: Eigenschaften von Genossenschaften – 2. Runde

Antwortquote: 94,12%

Die höchsten Zustimmungswerte erreichen zunächst die Kriterien „langfristig ausgerichtet“, „traditionell“ und „sympathisch“ mit einem Mittelwert (\bar{x}) von jeweils < 2 . Die größte Bandbreite innerhalb der abgegebenen Antworten besteht bei den Kriterien „politisch“ und „vertrauensvoll“. Hier reichen die Antworten von „trifft zu“ bis „trifft nicht zu“.

Die Konfrontation mit den Ergebnissen der 1. Runde ergibt durch die Neubewertung der Kriterien in der 2. Delphi-Runde ein anderes Bild. Jetzt nimmt die Bandbreite der Antworten insbesondere bei „transparent“, „zeitgemäß“, „wettbewerbsorientiert“ und „sozialwirtschaftlich orientiert“ stark zu, während „politisch“ stärker verneint wird.

Im Vergleich zwischen den Expertinnen und Experten aus der Praxis und jenen aus Forschung und öffentlicher Verwaltung bewerten erstere alle Werte mit Ausnahme der politischen Wahrnehmung als stärker zutreffend. Die Expertinnen und Experten aus Forschung und Verwaltung dagegen schätzen die Transparenz insgesamt geringer ein. Auch die Varianz der Antworten ist unter den Expertinnen und Experten aus Forschung und Verwaltung deutlich geringer. Zwischen den Branchengruppen sind bei einzelnen Eigenschaften Abweichungen zu erkennen, das Gesamtbild ist allerdings, v.a. bei den Expertinnen und Experten mit hoher Expertise, durchwegs einheitlich.

Zusammenfassend werden den Genossenschaften die Eigenschaften „langfristig“, „traditionell“ und „sympathisch“ zugeschrieben, sie werden nicht als „politische“ Institutionen wahrgenommen.

Frage D.2 – Werte und Prinzipien

Anschließend wurden die Expertinnen und Experten um eine Einschätzung gebeten, wie die genossenschaftlichen Werte und Prinzipien, die ja auch immer als Unterschied zu anderen Rechtsformen betont werden, tatsächlich in Österreich gelebt werden. In Deutschland gab es dazu unlängst ähnliche Studien, so fasst Bruening (2019) zusammen, dass die Rechtsform der Genossenschaft als wertorientiert wahrgenommen wird, allerdings lässt sie bewusst offen, welche Werte und Prinzipien mit Genossenschaften verbunden werden. Insgesamt attestiert sie den Genossenschaften ein positives Bild, wobei ihre Studie feststellt, dass die genossenschaftliche Rechtsform unter Frauen und der jüngeren Generationen im Vergleich zum Gesamtdurchschnitt weniger bekannt ist⁹⁷. Auch Theurl und Wendler (2011) zeigen in ihrer Studie, dass die genossenschaftliche Charakterisierung insgesamt positiv gesehen wird. So sind Eigenschaften wie „langfristig ausgerichtet“, „bodenständig“ oder „zuverlässig“ Charakteristika, die stark mit Genossenschaften verbunden werden⁹⁸. In Österreich haben Rößl und Radakovics das Image der Genossenschaften untersucht und kommen zu dem Ergebnis, dass es ebenfalls insgesamt positiv ist, die Wesensmerkmale von Genossenschaften jedoch einem Teil der Befragten nicht bewusst sind⁹⁹.

Abbildung 4.1 – 13: *Werte und Prinzipien – 1. Runde* und Abbildung 4.1 – 14: *Werte und Prinzipien – 2. Runde* zeigen die Einschätzung der Expertinnen und Experten zu den gelebten Werten und Prinzipien in Österreichs Genossenschaften.

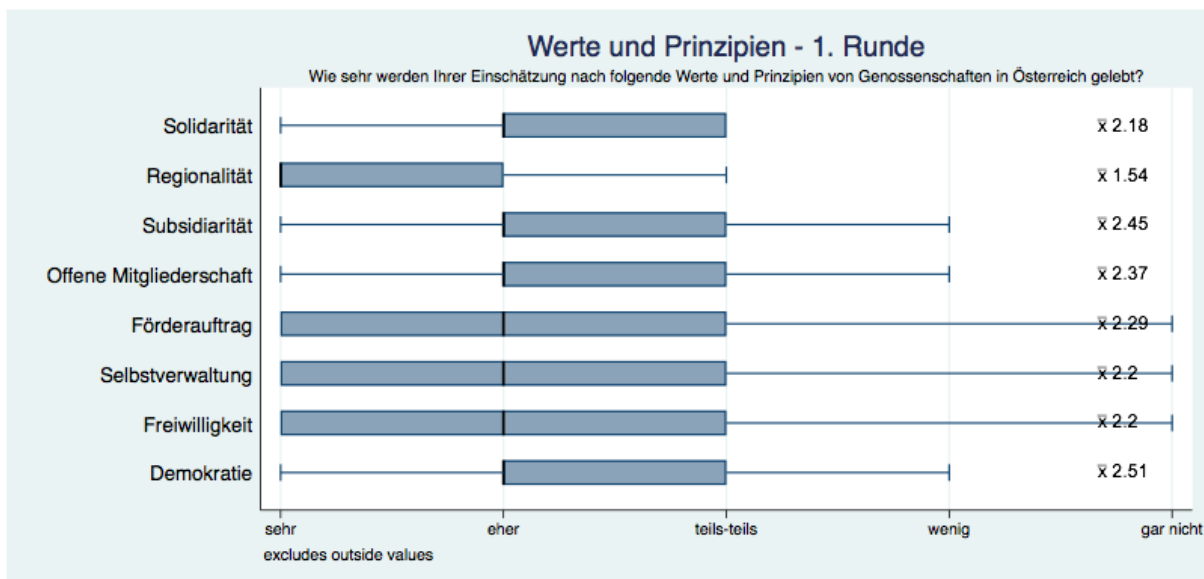


Abbildung 4.1 – 13: *Werte und Prinzipien – 1. Runde*¹⁰⁰

Antwortquote: 93,24%

⁹⁷ Breuning 2019, S. 252ff

⁹⁸ Vgl. Theurl & Wendler 2011, S. 216

⁹⁹ Vgl. Radakovics & Rößl 2016, S. 191; Rößl et al. 2014, S. 255

¹⁰⁰ **Legende:** schwarzer vertikaler Strich = Median; Balken = Bereich zwischen 25ten und 75ten Perzentil; horizontaler Strich = Bandbreite der gegebenen Antworten; \bar{x} = Mittelwert; „sehr“ wird dabei der Wert 5 zugewiesen, „gar nicht“ = 1.

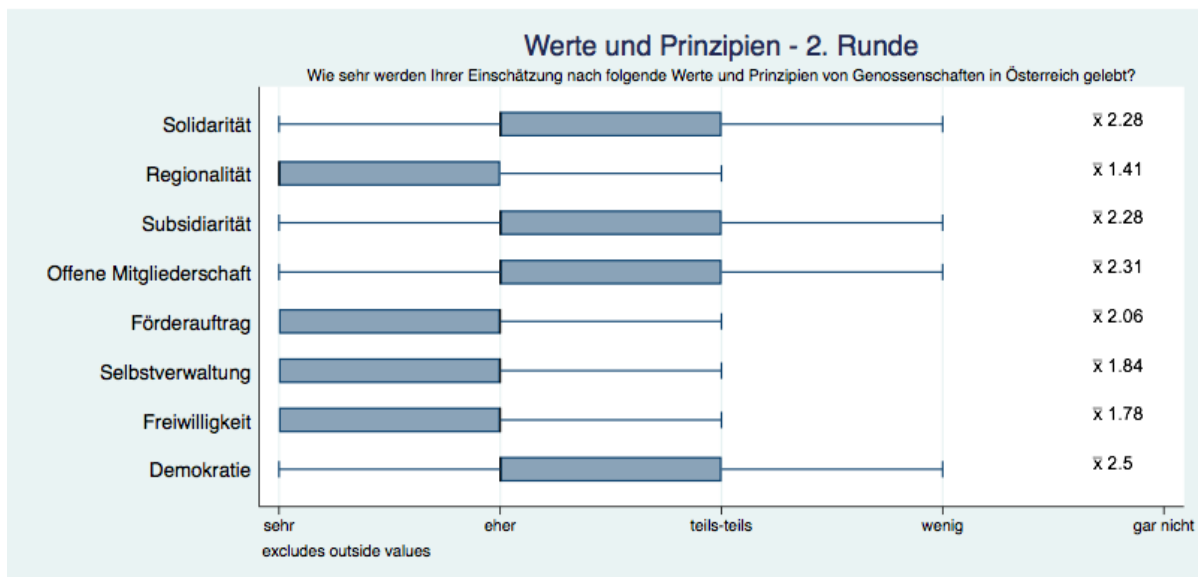


Abbildung 4.1 – 14: Werte und Prinzipien – 2. Runde

Antwortquote: 94,12%

Auffallend bei der Betrachtung beider Delphi-Runden ist, dass der Median der Antworten (schwarzer vertikaler Strich) zwar über die zwei Runden gleichbleibt, die Varianz in der zweiten Runde jedoch deutlich abnimmt, was auf eine Annäherung der Expertinnen- und Expertenmeinungen hinweist. Reichen die Antworten bei „Förderauftrag“, „Selbstverwaltung“ und „Freiwilligkeit“ in der 1. Runde noch von „sehr“ bis „gar nicht“, so verringert sich dieser Wert in der 2. Delphi-Runde deutlich. Hier kommt es im Vergleich zwischen 1. und 2. Delphi-Runde zu den größten Veränderungen. Sind diese Werte und Prinzipien in der 1. Runde noch sehr kontrovers beantwortet, so konsolidieren sie sich in der 2. Runde, nachdem die Expertinnen und Experten mit den Ergebnissen konfrontiert wurden. Auch die Mittelwerte gehen zurück. Sie sinken bei den Punkten „Förderauftrag“ von 2,29 auf 2,06, bei „Selbstverwaltung“ von 2,2 auf 1,84 und bei „Freiwilligkeit“ von 2,2 auf 1,78, was auch eine höhere Einschätzung des Lebens von Werten und Prinzipien hindeutet.

Generell empfinden die Expertinnen und Experten aus der Praxis die genossenschaftlichen Werte und Prinzipien mehr gelebt als jene aus Forschung und Verwaltung, beide Gruppen antworten in der 2. Delphi-Runde geringfügig positiver. Nach Branchengruppen sind Unterschiede zwischen den einzelnen Wirtschaftsfeldern zu erkennen. Expertinnen und Experten aus den Bereichen Bank & Finanzdienstleistungen, Wohnen und Bauen und Landwirtschaft sehen das Leben der Werte weniger intensiv als die Expertinnen und Experten aus den anderen Branchen.

Zusammenfassend wird „Regionalität“ als der Wert gesehen, der von den Genossenschaften am stärksten gelebt wird, in weiterer Folge werden „Förderauftrag“, „Selbstverwaltung“ und „Freiwilligkeit“ umgesetzt.

Frage D.3 – Wie werden Werte und Prinzipien durch das Management kommuniziert?

Interessant ist nun in einem weiteren Schritt zu hinterfragen, wie die Expertinnen und Experten nicht das Leben der Werte und Prinzipien durch die Genossenschaften per se, sondern deren Kommunikation nach außen durch das Management wahrnehmen. Abbildung 4.1 – 15 und Abbildung 4.1 – 16 **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.** zeigen die Einschätzung der Befragten zu genau den gleichen Werten und Prinzipien wie in Frage D.2.

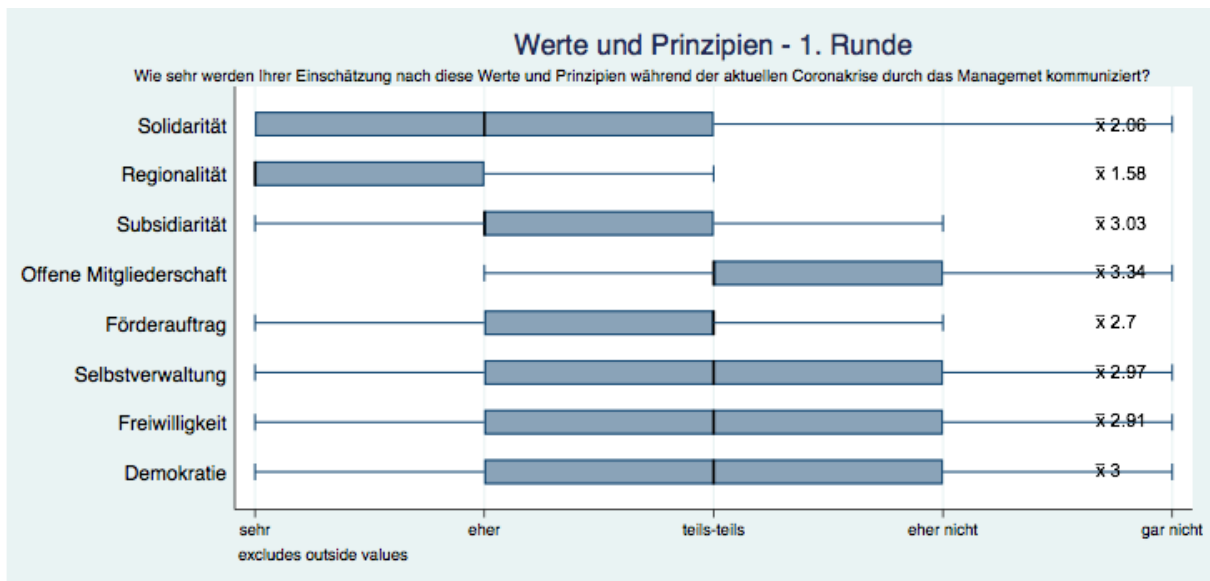


Abbildung 4.1 – 15: Werte und Prinzipien Kommunikation Management – 1. Runde¹⁰¹

Antwortquote: 88,51%

¹⁰¹ **Legende:** schwarzer vertikaler Strich = Median; Balken = Bereich zwischen 25ten und 75ten Perzentil; horizontaler Strich = Bandbreite der gegebenen Antworten; \bar{x} = Mittelwert; „sehr“ wird dabei der Wert 5 zugewiesen, „gar nicht“ = 1.

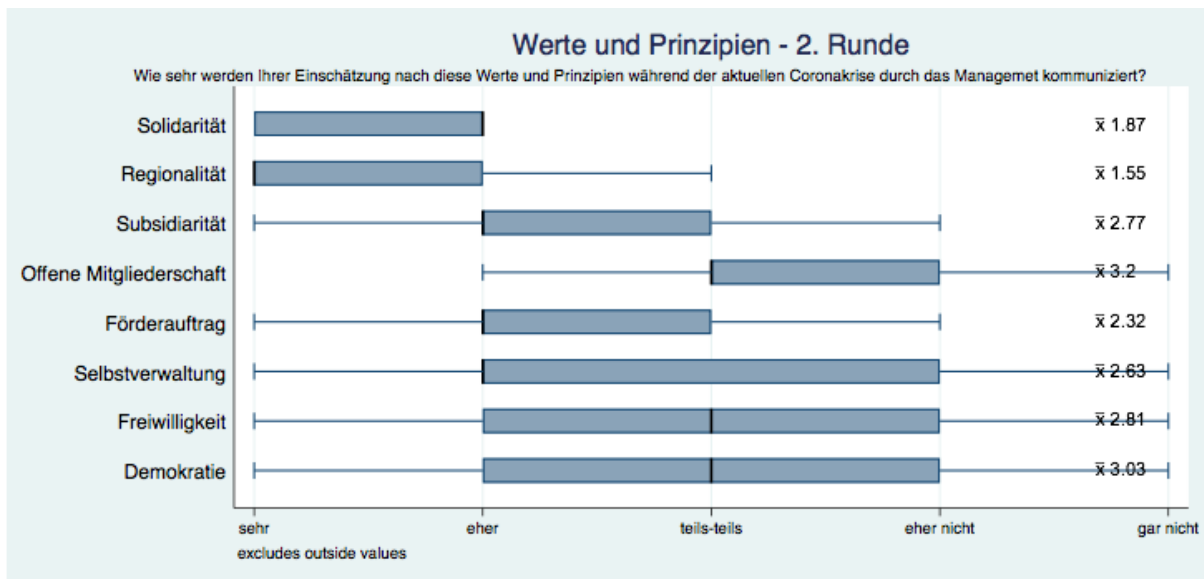


Abbildung 4.1 – 16: Werte und Prinzipien Kommunikation Management – 2. Runde

Antwortquote: 90,44%

Im Vergleich von 1. zur 2. Delphi-Runde verändert sich das Meinungsbild der Expertinnen und Experten in Bezug auf den Medianwert nur gering. Lediglich bei den Punkten „Förderauftrag“ und „Selbstverwaltung“ kommt es zu einer Verschiebung des Medians jeweils von „teils-teils“ zu „eher“. Das Stimmungsbild in Bezug auf „Solidarität“ konsolidiert sich. Die Bandbreite der gegebenen Antworten nimmt in der 2. Runde ab.

Auch bei der Kommunikation der Werte und Prinzipien sehen die Praktiker die Genossenschaften aktiver als die Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung. Solidarität, Regionalität und Förderauftrag werden als gut kommuniziert wahrgenommen, die Möglichkeit der offenen Mitgliedschaft sowie die Selbstverwaltung eher nicht. Dieses Bild zeigt sich auch über die Branchengruppen relativ einheitlich, wobei zwischen der 1. Runde und 2. Runde durchaus Meinungsumschwünge zu erkennen sind und der Bankenbereich seine genossenschaftlichen Werte laut Meinung der Expertinnen und Experten weniger stark kommuniziert. Mit Ausnahme des Bank & Finanzdienstleistungsbereichs bewerten die Expertinnen und Experten mit hoher Fachexpertise die Werte und Prinzipien insgesamt zurückhaltender.

Vor allem im Bereich Wohnen und Bauwirtschaft wird mehr Kommunikation genossenschaftlicher Werte wahrgenommen als in den anderen Branchengruppen.

Zusammenfassend werden laut Expertinnen und Experten die Werte und Prinzipien „Regionalität“ und mit einem gewissen Abstand „Solidarität“ am besten kommuniziert, „Offene Mitgliedschaft“, „Freiwilligkeit“ und „Demokratie“ am wenigsten.

Im Vergleich, wie die Expertinnen und Experten das Leben der Werte und Prinzipien einerseits und deren Kommunikation andererseits bewerten, werden Diskrepanzen offensichtlich. Regionalität, Subsidiarität und teilweise Demokratie werden gleichermaßen gelebt und vermittelt, während „Solidarität“ und „Offene Mitgliedschaft“ lt. Expertenmeinung mehr nach außen getragen als gelebt werden und somit den Mitgliedern ein anderes Bild vermittelt wird. Demgegenüber stehen „Offene Mitgliedschaft“, „Selbstverwaltung“ und „Freiwilligkeit“, die

durch das Management wenig kommuniziert werden, jedoch laut Aussage der Expertinnen und Experten gelebt werden.

Interessanterweise zieht es sich auch wie ein roter Faden durch alle Experten- und Branchengruppen, dass die genossenschaftlichen Werte und Prinzipien Großteils sehr gut gelebt, aber weniger intensiv kommuniziert werden.

Diese Gesamtschau kann den Genossenschaften mögliche Hinweise über ihre Kommunikation nach außen und innen geben und für adaptierte Marketingstrategien dienen, aber auch als Anlass genommen werden zu hinterfragen, in welchem Ausmaß und wo gelebte Realität und ein gewisses Bild davon divergieren.

Frage D.4 –Werte-/Prinzipienwandel in Folge der Krise

Als nächsten logischen Schritt schließt sich die Hypothese an, dass sich diese Werte und Prinzipien während der Corona-Krise ändern. Frage D.4 erhebt daher in einer offenen Form die Expertinnen- und Expertenmeinung, ob es zu einem solchen Wandel kommen wird. Im Detail wird nachgefragt, in welchen Bereichen eine Veränderung erwartet wird und welche Beweggründe dahinterstehen. Tabelle 4.1 – 21: Rücklauf und Einschätzung eines Wertewandels zeigt die Antwortquote sowie die Ergebnisse.

	Anzahl gesamt 1. Runde		Forschung 1. Runde		Praxis 1. Runde		k.A. 1. Runde		Anzahl gesamt 2. Runde		Forschung 2. Runde		Praxis 2. Runde		k.A. 2. Runde	
Nein	7	19%	4	40%	1	4,17%	2	67%	3	9%	2	17%	1	5%	0	0%
Ja	25	68%	5	50%	20	83,33%	0	0%	20	59%	5	42%	15	71%	0	0%
weiß nicht /teils-teils	2	5%	1	10%	1	4,17%	0	0%	4	12%	2	17%	2	10%	0	0%
Meinung wie 1. Runde									2	6%	1	8%	1	5%	0	0%
keine Antwort	3	8%	0		2	8,33%	1	33%	5	15%	2	17%	2	10%	1	100%
Anzahl gesamt	37		10		24		3		34		12		21		1	

Tabelle 4.1 – 21: Rücklauf und Einschätzung eines Wertewandels¹⁰²

Insgesamt sind die befragten Expertinnen und Experten aus Forschung, öffentlicher Verwaltung und Praxis mehrheitlich der Meinung, dass es zu einem Werte- bzw. Prinzipienwandel in Folge der Krise kommen wird.

In der 1. Runde stimmen 68% alle befragten Expertinnen und Experten einem generellen Wertewandel zu. In der 2. Runde sinkt der Anteil auf ein immer noch hohes Niveau von 59%. Zudem geht der Anteil der Personen, deren Antworten sich unter „nein“ zusammenfassen lassen, von 19% (1. Runde) auf 9% (2. Runde) zurück. Die Antworten der Personen, die mit „teils-teils/weiß nicht“ antworten, steigt von 5% (1. Runde) auf 12% (2. Runde).

Vor dem fachlichen Hintergrund rechnen Expertinnen und Experten aus der Praxis viel stärker mit einem Werte- bzw. Prinzipienwandel in Folge der Krise (85% in der 1. Runde, 71% in der 2. Runde) als jene aus Forschung und öffentlicher Verwaltung (50% auf 42%), wobei auch deren Ansicht, dass kein Wandel stattfinden wird, von 40% auf nur mehr 17% sinkt. Der Anteil an Personen, die mit „weiß nicht/teils-teils“ antworten, steigt genauso wie der Anteil an Expertinnen und Experten, die keine Antwort abgeben, auf 17%.

Anschließend wird im Detail nachgefragt und mittels Paraphrasierungen ausgewertet, in welchen Bereichen die Expertinnen und Experten tatsächlich einen Wandel im Sinne eines Bedeutungszuwachses ausmachen.

¹⁰² Die Tabelle stellt die Zusammenfassung der Aussagen dar. Dabei werden unter „nein“ die Antworten der Expertinnen und Experten zusammengefasst, die keine Änderungen sehen. Unter „ja“ jene, die Veränderungen ausmachen. „weiß nicht/teils-teils“ sind die Expertinnen und Experten, die keine klaren Veränderungen sehen bzw. sagen, sie wissen es nicht. „Meinung wie in der 1. Runde“ bezieht sich auf die Antworten aus der 2. Runde. Hier sind die Personen zusammengefasst, die sagen, ihre Antwort ist auch in der 2. Runde unverändert. Unter k.A. sind die Expertinnen und Experten zusammengefasst, die ihren Hintergrund, ob Forschung und öffentliche Verwaltung oder Praxis, nicht bekanntgaben.

- Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung

	1. Runde Forschung		2. Runde Forschung	
Ja, mehr Regionalität	3	60%	1	20%
Ja, mehr Nachhaltigkeit	1	20%	1	20%
Ja, mehr genossenschaftliche Grundwerte	1	20%	3	60%
Ja, mehr Vertrauen	0	0%	0	0%
Ja, mehr Digitalisierung	0	0%	1	20%
Ja, mehr Solidarität	1	20%	0	0%

Tabelle 4.1 – 22: Wertewandel aus Sicht von ExpertInnen (Forschung und öV)

In der 1. Runde sehen gemäß Tabelle 4.1 – 22: Wertewandel aus Sicht von ExpertInnen (Forschung und öV) 60% der Befragten aus den Bereichen Forschung und öffentliche Verwaltung, die einen Werte- bzw. Prinzipienwandel ausmachen, ähnlich wie die Expertinnen und Experten aus der Praxis (vgl. Tabelle 4.1 – 3), die Regionalität als einen der Bereiche, der an Bedeutung gewinnen wird. Jeweils 20% nennen zudem die Bereiche Nachhaltigkeit, genossenschaftliche Grundwerte und Solidarität.

In der 2. Runde kommt es zu einer deutlichen Verschiebung der Antworten. Nur mehr 20% nennen Regionalität als wesentlichsten Faktor. Dagegen sprechen sich 60% der Antwortenden für einen Wertewandel hin in Richtung der genossenschaftlichen Grundwerte aus.

Anders als bei den Expertinnen und Experten aus der Praxis steigt in der 2. Delphi-Runde die Anzahl der Personen, die in der Digitalisierung einen großen Wandel sehen, nur leicht (siehe zur Digitalisierung auch Kapitel 4.1.8.).

Die Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung, die keinen Werte- bzw. Prinzipienwandel in Folge der aktuellen Krise ausmachen, nennen als Argumente: „*Nein, da der Mensch nichts lernt bzw. die genossenschaftlichen Werte sind ohnehin zeitgemäß und werden sich nicht ändern*“. „*Es kommt evtl. kurz zu mehr Regionalisierung, doch geht es danach wieder weiter wie gehabt*“. Der größere Teil der Expertinnen und Experten, die keinen Prinzipien- bzw. Wertewandel sehen, begründeten dies schlicht damit, dass sie keinen Werte- bzw. Prinzipienwandel sehen.

- Expertinnen und Experten aus der Praxis

	1. Runde Praxis		2. Runde Praxis	
Ja, mehr Regionalität	15	75%	11	73%
Ja, mehr Nachhaltigkeit	6	30%	4	27%
Ja, mehr genossenschaftliche Grundwerte	4	20%	6	40%
Ja, mehr Vertrauen	4	20%	1	7%
Ja, mehr Digitalisierung	3	15%	8	53%
Ja, mehr Solidarität	3	15%	2	13%

Tabelle 4.1 – 23: Wertewandel aus Sicht von ExpertInnen (Praxis)

Wie Tabelle 4.1 – 23: Wertewandel aus Sicht von ExpertInnen (Praxis zeigt, gehen in der 1. Delphi-Runde 75% bzw. 15 der 20 Expertinnen und Experten, die mit einem Werte- bzw. Prinzipienwandel in Folge der Krise rechnen, von einer verstärkten bzw. größeren Bedeutung der Regionalisierung aus. 30% meinen, es würde zu mehr Nachhaltigkeit kommen. Jeweils 20% sehen die genossenschaftlichen Werte und Vertrauen als eine der großen Gewinner der

aktuellen Krise. Mit 15% der teilnehmenden Expertinnen und Experten wird eine Zunahme an Digitalisierung und Solidarität als eine der grundlegenden Veränderungen vorausgesehen.

In der 2. Delphi-Runde sieht nach Konfrontation mit den ersten Ergebnissen nach wie vor der Großteil (73%) einen Werte- bzw. Prinzipienwandel hin zu mehr Regionalität. Nachhaltigkeit wird ebenfalls von knapp 30% als neuer Schwerpunkt gesehen, ebenso „genossenschaftliche Werte“ mit einem Zuwachs von 20% auf 40%.

Die größte Veränderung geschieht jedoch im Bereich „Digitalisierung“. Nachdem die Expertinnen und Experten mit den Aussagen der ersten Runde konfrontiert wurden, geben in der 2. Runde 53% der Beantwortenden an, dass die Digitalisierung einer der Hauptbereiche ist, der zu einem Werte- bzw. Prinzipienwandel führt.

Auch die genossenschaftlichen Grundwerte, die auf Solidarität und gegenseitige Hilfe setzen, werden von Genossenschaftsexpertinnen und -experten als aktuell und zeitgemäß angesehen, die aufgrund der Krise wieder stärker in den Mittelpunkt rücken und auf die sich aufbauen lässt.

Typische Antworten sind etwa *„Regionalisierung wird stärker im Fokus bleiben - Gegentrend zur Globalisierung. Im Bereich Grundversorgung (Agrar, Lebensmittel usw.) sehe ich große Chancen für Genossenschaften.“* *„Transparenz, Berechenbarkeit und Regionalität - Grundprinzipien von Genossenschaften - werden künftig einen höheren Stellenwert haben! Auch die Möglichkeit der demokratischen Mitgestaltung/Mitsprache in Genossenschaften sind eine vertrauensbildende Eigenschaft für langfristige Bindungen und werden ebenso als Asset wahrgenommen werden.“* *„Bedeutung der Regionalität wird zunehmen - internationale Abhängigkeit von Lieferketten wurden im Rahmen der Krise in Frage gestellt. Auch das Prinzip der Gemeinwohlorientierung anstelle des kurzfristigen Profiterzielens wird an Bedeutung gewinnen. Unternehmen, die langfristig agieren, sind resilienter.“* Typische Antworten der 2. Runde sind: *„Werte/Prinzipienwandel ist zu erwarten, speziell in Regionalisierung und Lieferkette. Die Digitalisierung wird vorangetrieben.“* *„Digitalisierung verstärkt. Regionalisierung verstärkt - das Gefühl der individuellen Freiheit ist eingeschränkt, neue Chancen für selbstverwaltete Mitgliederorganisationen. Neugründungen kleiner, basisorientierter Genossenschaften.“*

Über alle Ausrichtungen und Branchen hinweg kann konzidiert werden, dass ein Wandel aufgrund der Krise gesehen wird, wobei die Praxis hier stärkere Verschiebungen, und zwar in Richtung Regionalität, genossenschaftliche Grundwerte und Digitalisierung wahrnimmt als die befragten Personen aus Forschung und öffentlicher Verwaltung.

Zusammenfassend zeigen die Ergebnisse des Clusters über Eigenschaften, Werte und Prinzipien, dass Genossenschaften von den Expertinnen und Experten als langfristige, traditionelle und sympathische Organisationen wahrgenommen werden. Sie leben vor allem ihre Prinzipien der Regionalität, des Förderauftrages und der Freiwilligkeit, wobei lediglich Regionalität entsprechend kommuniziert wird, Subsidiarität wird zwar aufgezeigt, aber weniger gelebt. Es findet aufgrund von Corona ein Wandel in den genossenschaftlichen Werten und Prinzipien statt, wobei Regionalität, Nachhaltigkeit und Digitalisierung im Fokus stehen werden.

4.1.3. Profilierung und Attraktivität in der Krise

Kapitel 4.1.3. fasst folgende Fragen der Delphi-Studie zusammen:

- Frage D.5: „Bitte kommentieren Sie die folgende Aussage: "Genossenschaften profilieren sich in Krisenzeiten."“
- Frage D.6: „In folgenden Bereichen profilieren sich österreichische Genossenschaften in der aktuellen Krise...“
- Frage D.7: „Bitte kommentieren Sie folgende Aussage: "Die Attraktivität der Genossenschaften im Rahmen der Krisenbewältigung steigt durch eine stärkere staatliche Involvierung in das Wirtschaftsgeschehen."“

Diesen Fragen liegt die Hypothese zugrunde, dass Genossenschaften aufgrund ihrer Werte und Prinzipien, die in den obigen Fragen auch bestätigt wurden, in einer Krise eine bessere wirtschaftliche Ausgangslage vorfinden und sich gegenüber anderen Rechtsformen profilieren können, wobei Frage D.6 Details hinterfragt.

Frage D.7 über die Attraktivität von staatlicher Intervention möchte vor dem Hintergrund der im deutschsprachigen Raum historisch gesehen tendenziell ablehnenden genossenschaftlichen Haltung gegenüber staatlichen Interventionen¹⁰³ erörtern, wie die Expertinnen und Experten dieses Thema vor dem Hintergrund der österreichischen Finanzierungsunterstützungen¹⁰⁴ im Rahmen der Corona-Krise sehen.

Frage D.5 – Genossenschaften profilieren sich in Krisenzeiten

Tabelle 4.1 – 24: Profilierung von Genossenschaften in der Krise zeigt die Antwortquote sowie erste Ergebnisse auf die Einstiegsfrage, ob sich Genossenschaften in der Krise profilieren.

	Anzahl gesamt 1. Runde		Forschung 1. Runde		Praxis 1. Runde		k.A. 1. Runde		Anzahl gesamt 2. Runde		Forschung 2. Runde		Praxis 2. Runde		k.A. 2. Runde	
nein	5	14%	2	20%	1	4,17%	2	67%	2	6%	1	8%	1	5%	0	0%
ja	18	49%	6	60%	12	50,00%	0	0%	15	44%	2	17%	13	62%	0	0%
teils-teils	10	27%	1	10%	9	37,50%	0	0%	5	15%	3	25%	2	10%	0	0%
Meinung wie 1. Runde									7	21%	4	33%	3	14%	0	0%
keine Antwort	4	11%	1	10%	2	8,33%	1	33%	5	15%	2	17%	2	10%	1	100%
	37		10		24		3		34		12		21		1	

Tabelle 4.1 – 24: Profilierung von Genossenschaften in der Krise

In der 1. Delphi-Runde bestätigen insgesamt knapp 50% aller Teilnehmerinnen und Teilnehmer die Aussage, dass sich Genossenschaften in Krisenzeiten profilieren, 14% verneinen. 27% meinen, es sei nicht ganz klar bzw. es sei schwierig zu beurteilen, ob sich Genossenschaften profilieren oder nicht, 11% aller Expertinnen und Experten antworten nicht. Unter den Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung geben 60% an, dass sich Genossenschaften profilieren, aus der Praxis sind es 50%. 20% aus Forschung und öffentlicher

¹⁰³ Siehe Deutscher Genossenschaftsverband 1987; Laurinkari et al. 2014; Patera 1989; Raue 2018

¹⁰⁴ bmf 2020

Verwaltung sehen keinerlei Profilierung gegenüber lediglich 4% aus der Praxis, die dagegen zu 37,5% mit „teils-teils“ antworten.

In der 2. Delphi-Runde bestätigen nach Konfrontation mit den Ergebnissen aus Runde 1 21% die Aussagen aus der 1. Runde und fügen keine weiteren Punkte mehr hinzu. 44% bejahen eine Profilierung, 6% verneinen sie, 15% antworten nicht. Interessant ist, dass die Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung in der 2. Runde nur noch zu 17% mit „ja“ stimmen, wohingegen neben dem Anteil der Personen, die die Aussagen aus der 1. Runde bestätigen (33%), der Anteil, deren Antworten sich mit „teils-teils“ subsumieren lassen, von 10% (1. Runde) auf 25% (2. Runde) steigt. Die Aussage, dass sich Genossenschaften in Krisenzeiten profilieren, wird damit aus Forschung und öffentlicher Verwaltung in der 2. Runde differenzierter betrachtet. Bei den Expertinnen und Experten aus der Praxis zeigt sich diese Veränderung nicht. Hier steigt der Anteil an Personen, die eine Profilierung ausmachen, von 50% (1. Runde) auf 62% (2. Runde). 14% bestätigen die Ergebnisse aus der 1. Runde und fügen keine neuen bzw. bestätigenden Argumente hinzu. Weiterhin verneinen 5% die Aussage. 10% antworten nicht bzw. bleiben bei „teils-teils“.

a) Pro-Argumente einer Profilierung „ja“

- Pro-Expertenaussagen aus Forschung und öffentlicher Verwaltung

Unter den Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung werden als Argumente für eine Profilierung repräsentativ genannt: *„Die Genossenschaft ist nicht so volatil und auf Kennzahlen ausgerichtet“*. *„Solidarität und Mitgliederorientierung helfen Genossenschaften in der Krise, da sie langfristig orientiert ist“*. *„Kooperation macht sich in Krisenzeiten bezahlt.“* *„Sie ist langfristig ausgerichtet und Gewinne müssen nicht ausgeschüttet werden, was der Genossenschaft besonders in Krisenzeiten Stabilität verleiht.“*

- Pro-Expertenaussagen aus der Praxis

Die Argumente der Expertinnen und Experten aus der Praxis gehen in eine ähnliche Richtung. Hier werden vor allem Punkte wie *„regionale Verankerung und solides Geschäftsmodell, das auf Langlebigkeit ausgerichtet ist, Sicherheit vermittelt, nicht fremdbestimmt ist und am Mitgliedernutzen ausgerichtet ist“* genannt. Zudem werden die genossenschaftlichen Werte als Krisengewinner gesehen, da sie Stabilität, Bodenhaftung, Nachhaltigkeit und Dezentralität vermitteln, also Begriffe, denen laut Aussage der Expertinnen und Experten in der Zukunft ein großes Potenzial nachgesagt wird.

Weiters wird das genossenschaftliche Prinzip der Solidarität als vorteilhaft erachtet, welches sich besonders in Krisenzeiten auszahlt und dem Zitat Raiffeisens *„was einer allein nicht schafft, das schaffen viele“* Leben gibt. Auch das Vorhandensein der Revisionsverbände wird positiv gesehen, da durch sie das Geschäftsmodell der Genossenschaften geprüft wird und sie als Genossenschaften Beratungsleistungen erhalten. Es wird angeführt, dass das Modell der Genossenschaft in Zeiten von Krisen entstand, es auf Krisenzeiten angelegt ist und es sich auch in dieser Krise als vorteilhaft erweisen wird. Auch im Wettstreit mit der Globalisierung wird das genossenschaftliche Modell von Expertinnen und Experten aus der Praxis als zukunftsweisend gesehen.

b) Differenzierte Betrachtung zur Profilierung „*teils-teils*“

- Differenzierte Expertenaussagen aus Forschung und öffentlicher Verwaltung

Eine Profilierung in einzelnen Bereichen, aber nicht umfassend, wird vor allem branchen- und genossenschaftsabhängig zugestanden, wobei sich keine generelle Aussage ableiten lässt. Chancen werden vor allem bei den Genossenschaften gesehen, die die Regionalität betonen und genossenschaftliche Werte wie Solidarität tatsächlich leben.

- Differenzierte Expertenaussagen aus der Praxis

Auch bei den Expertinnen und Experten aus der Praxis, deren Antworten sich mit „*teils-teils*“ zusammenfassen lassen, ist das Argument der Branchen- bzw. Genossenschaftsspezifität dominierend. Als Beispiel werden einige lokale Genossenschaften und Lagerhäuser genannt, die sich sehr stark profilieren konnten, andere aber in eine Art Schockstarre gerieten, die es ihnen nicht erlaubte, die Krise für sich zu nutzen. Weitere Aussagen betonen, dass das Genossenschaftsmodell zwar auf Langfristigkeit, Regionalität und Nachhaltigkeit ausgelegt ist, was dazu führt, dass sich Genossenschaften in der Krise profilieren, doch dieser Trend wird nicht als langfristig angesehen. Weiters wird darauf hingewiesen, dass die Genossenschaften, die sich in der Krise profilieren, dies zu wenig in der Öffentlichkeit vermitteln.

c) Contra-Argumente der Profilierung „*nein*“

Die Argumente der Expertinnen und Experten, die eine Profilierung verneinen, sind bei jenen aus Forschung, öffentlicher Verwaltung und Praxis einheitlich. Sie argumentieren ihre negative Einstellung mit ihren Erfahrungswerten bzw. damit, dass sie derzeit keine Profilierung, außer in einzelnen Bereichen, erkennen können. Vielmehr wird auf ein unaufgeregtes Durchmanövrieren verwiesen.

Frage D.6 – Welche Branchen profilieren sich?

Um differenzierter auf die Frage nach der Profilierung von Genossenschaften während einer Krise antworten zu können, wurde konkret nach Branchen befragt. Die Antwortquote liegt bei 89,38% in der 1. Runde und 85,71% in der 2. Runde der Delphi-Befragung. Abbildungen 17 und 18 fassen die Ergebnisse übersichtlich zusammen. Die dahinterliegenden Hypothesen, dass eine Profilierung stattfindet und dass Branchenunterschiede existieren, werden klar bejaht.

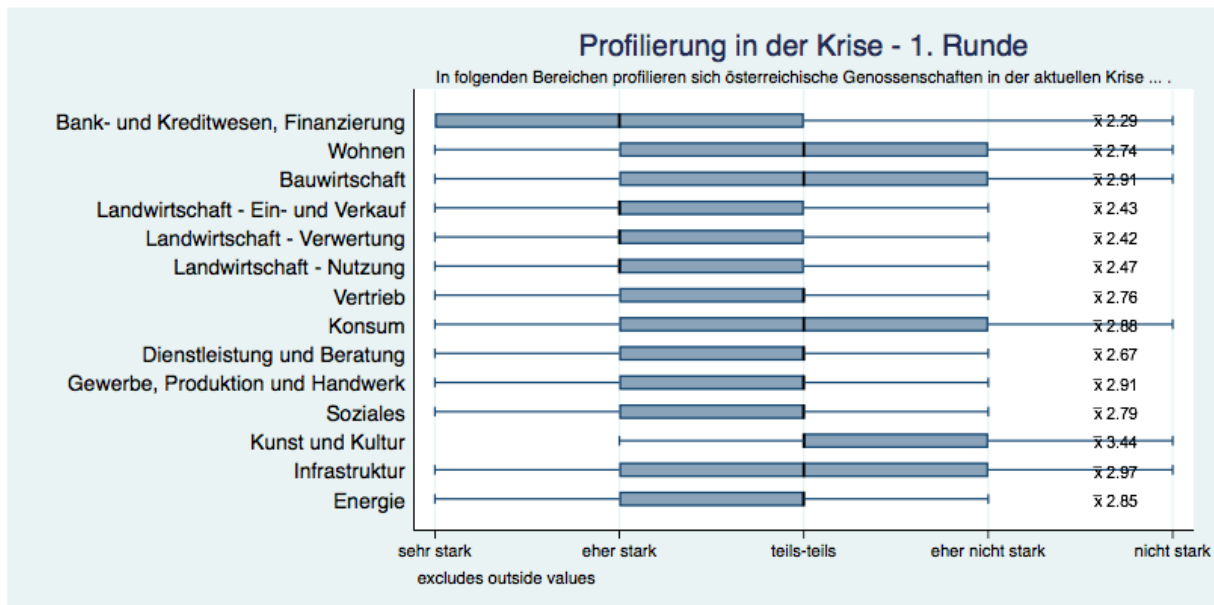


Abbildung 4.1 – 17: Profilierung in der Krise, Aufteilung nach Branchen – 1. Runde¹⁰⁵

Antwortquote: 89,38%

¹⁰⁵ **Legende:** schwarzer Strich = Median; Balken = Bereich zwischen 25ten und 75ten Perzentil; Strich = Bandbreite der gegebenen Antworten; \bar{x} = Mittelwert; „sehr stark“ wird dabei der Wert 5 zugewiesen, „nicht stark“ = 1.

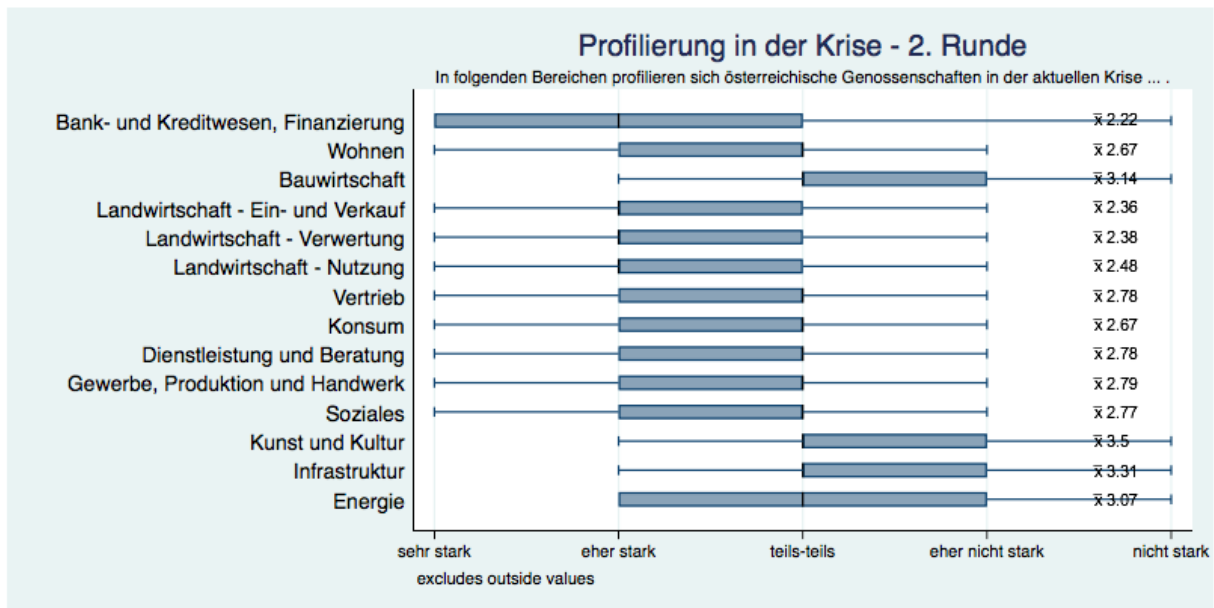


Abbildung 4.1 – 18: Profilierung in der Krise, Aufteilung nach Branchen – 2. Runde

Antwortquote: 85,71%

Vergleicht man die Antworten aus der 1. und 2. Delphi-Runde, so ist der Medianwert über die einzelnen Branchen unverändert geblieben. Leichte Abweichungen sind in der Varianz der Antworten zu finden. So verringert sich die Bandbreite, in denen das 25te bis 75te Perzentil der Antworten liegt, in den Bereichen „Wohnen“, „Bauwirtschaft“, „Konsum“ und „Infrastruktur“. Hier ist folglich eine Konsolidierung der Meinungen unter den Genossenschaftsexpertinnen und -experten erkennbar.

Die größten Profilierungsmöglichkeiten werden laut Aussagen der Expertinnen und Experten in der Landwirtschaft in allen drei Bereichen „Ein- und Verkauf“, „Verwertung“ und „Nutzung“ gesehen. Auch dem Bereich „Bank & Finanzdienstleistungen“ wird eine große Profilierungsmöglichkeit zugeschrieben. Allerdings ist dort die Varianz der Antworten von „sehr stark“ bis „nicht stark“ sehr groß, das Intervall zwischen 25tem und 75tem Perzentil liegt jedoch zwischen „sehr stark“ und „teils-teils“.

Die geringsten Profilierungschancen werden in den Bereichen „Bauwirtschaft“, „Kunst und Kultur“ und „Infrastruktur“ gesehen. Auch der Bereich „Energie“ schneidet schlecht ab.

Frage D.7 – Attraktivität steigt durch staatliche Unterstützung

Vor dem Hintergrund der Hypothese, dass Genossenschaften und ihre Mitglieder staatliche Unterstützung ablehnen, gibt Tabelle 4.1 – 25: *Attraktivität staatlicher Interventionen* die paraphrasierten und zusammengefassten Antworten der Expertinnen und Experten wieder:

	Anzahl gesamt 1. Runde		Forschung/ öV 1. Runde		Praxis 1. Runde		k.A. 1. Runde		Anzahl gesamt 2. Runde		Forschung/ öV 2. Runde		Praxis 2. Runde		k.A. 2. Runde	
nein	18	49%	3	30%	13	54,17%	2	67%	13	38%	3	25%	10	48%	0	0%
ja	4	11%	1	10%	3	12,50%	0	0%	9	26%	4	33%	5	24%	0	0%
teils-teils	9	24%	4	40%	5	20,83%	0	0%	5	15%	2	17%	3	14%	0	0%
Meinung wie 1. Runde	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0%	1	3%	1	8%	0	0%	0	0%
keine Antwort	6	16%	2	20%	3	12,50%	1	33%	6	18%	2	17%	3	14%	1	100%
	37		10		24		3		34		12		21		1	

Tabelle 4.1 – 25: *Attraktivität staatlicher Interventionen*

In der 1. Runde der Delphi-Studie wird die Aussage, dass die Attraktivität von Genossenschaften im Rahmen der Krisenbewältigung durch eine stärkere staatliche Involvierung in das Wirtschaftsgeschehen steigt, mehrheitlich abgelehnt. So sprechen sich insgesamt 49% aller teilnehmenden Expertinnen und Experten dagegen aus, nur 8% bejahen die Aussage. 24% der Aussagen lassen sich unter „teils-teils“ zusammenfassen. 16% antworten nicht. Eine detailliertere Betrachtung zeigt, dass die Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung mit nur 30% nein-Stimmen eine stärkere staatliche Involvierung positiver sehen als aus der Praxis mit 54,2% Ablehnung. „Teils-teils“ antworten 40% aus Forschung und öffentlicher Verwaltung, 20,8% aus der Praxis.

In der 2. Delphi-Runde kommt es zu einem deutlich veränderten Meinungsbild. Insgesamt steigt der Anteil an Personen, die eine stärkere staatliche Involvierung positiv sehen, von 8% (1. Runde) auf 26% (2. Runde), wobei, wie weiter unten gezeigt wird, die Aussage häufig mit Einschränkungen gemacht wird. Betrachtet man diese Aussage im Detail, so sind in der 1. Runde 10% der Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung für eine stärkere staatliche Involvierung (12,5% aus der Praxis), in der 2. Runde steigt dieser Anteil auf 33% bzw. 24%. Mit in Summe 38% verneint aber weiterhin eine Mehrheit die Aussage. Bei den Expertinnen und Experten aus der Praxis sinkt der Anteil in der 2. Delphi-Runde mit 48% im Vergleich zur 1. Runde (54,2%) geringfügig.

Der Anteil der „teils-teils“ Antworten sinkt von der 1. zur 2. Delphi-Runde von 27% auf 15%. Vor allem die entsprechenden Antworten der Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung gehen von 40% auf 17% zurück.

a) Pro-Argumente einer staatlichen Intervention „ja“

- Pro-Expertenaussagen aus Forschung und öffentlicher Verwaltung

Die Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung, die eine staatliche Intervention begrüßen, begründen dies mit Beispielen aus Quebec, Brasilien oder Italien, die zeigen, dass eine enge Verbindung zwischen Staat und Genossenschaften positiv sein kann. Allerdings wird in der Aussage die Notwendigkeit betont, dass der Genossenschaftssektor stark und unabhängig agieren muss und somit nicht nur vom Staat beeinflusst werden darf, sondern

ihn vice versa auch beeinflussen kann. Weiters wird eine staatliche Intervention in Form von Förderungen positiv gesehen, wenn damit gesamtgesellschaftliche Ziele verfolgt werden.

- Pro-Expertenaussagen aus der Praxis

Die Befürworter aus der Praxis argumentieren, dass durch staatliche Interventionen das neoliberale Dogma insbesondere im Gesundheits- und Sozialbereich überwunden werden kann. Weiters streichen sie hervor, dass Genossenschaften genauso wie der Staat gemeinwohlorientiert agieren, weshalb eine stärkere staatliche Involvierung positiv zu sehen ist. Auch hat sich die Genossenschaft als verlässlicher Partner für staatliche Organisationen bewährt und könnte noch stärker in Kommunikations- und Umsetzungsarbeiten eingebunden werden. Zudem sind Genossenschaften Informationsdrehkreise für staatliche Programme und starker Vermittler von Förderungen, weshalb ein verstärkter Austausch zwischen Staat und Genossenschaft eine win-win Situation schaffen sollte. Auch können Genossenschaften über staatliche Förderungen konkret und unbürokratisch ihre Mitglieder fördern. Positiv wird zudem eine stärkere Involvierung bei Bürgergenossenschaften gesehen, da hier die staatliche Involvierung als Hebel genutzt werden kann, um diese Genossenschaftsform zu fördern.

b) Differenzierte Argumente einer staatlichen Intervention „teils-teils“

- Differenzierte Expertenaussagen aus Forschung und öffentlicher Verwaltung

Die differenzierten Antworten wurden damit begründet, dass die Attraktivität der Genossenschaften durch eine stärkere Involvierung zwar nicht während der Krise steigt, aber danach. Ein weiterer Punkt ist, dass im Zuge der aktuellen Krise genossenschaftliche Konzepte von der Wirtschaftspolitik forciert werden, aktuell aber alle Unternehmungen von staatlichen Maßnahmen profitieren. Weiters sollte der Staat lediglich günstige Rahmenbedingungen schaffen. Auch die Branchen- und Genossenschaftsspezifität wird genannt.

- Differenzierte Expertenaussagen aus der Praxis

Die Expertinnen und Experten aus der Praxis begründen ihre Vorbehalte bzw. nur bedingte Zustimmung damit, dass etwa die Genossenschaften aufgrund ihrer statutarischen Verpflichtung auch ohne Steuerungs- und Lenkungseffekte des Staates gut zurechtkommen, doch steige ihre Attraktivität, wenn sich der Staat der genossenschaftlichen Form bediene. Zudem wird eine Involvierung begrüßt, wenn der Staat eine unterstützende Rolle einnimmt. Verneint wird eine stärkere Involvierung, wenn er einen starken Einfluss auf die geschäftspolitische Ausrichtung und Unternehmensführung nimmt. Ein weiterer Experte stimmt der Aussage zwar aus theoretischer Sicht zu, doch ist es nicht möglich, die Auswirkungen auf die gelebte Praxis abzuschätzen. Eine weitere Differenzierung erfolgt darin, dass eine Bevormundung durch staatliche Eingriffe zwar abgelehnt wird, eine staatliche Unterstützung in Form einer genossenschaftsfreundlichen Gesetzgebung aber durchaus positiv gesehen wird. Weiters wird gesagt, dass eine staatliche Intervention nicht grundsätzlich abzulehnen sei, da durch die gemeinsamen Zielsetzungen Genossenschaft und Staat profitieren.

c) Contra-Argumente einer staatlichen Intervention „nein“

- Contra-Expertenaussagen aus Forschung und öffentlicher Verwaltung

Verneint wird der Vorteil staatlicher Interventionen z.B. mit folgenden Aussagen: „*Der Staat ist kein guter Unternehmer, daher auch keine größere Attraktivität bei staatlicher Involvierung.*“ Zudem wird darauf hingewiesen, dass Genossenschaften und staatliche Beteiligung sich per Definition ausschließen.

- Contra-Expertenaussagen aus der Praxis

Ein ähnliches, jedoch etwas breiteres Bild, ergibt sich bei den Expertinnen und Experten aus der Praxis. Hier ist der Grundton, dass eine staatliche Involvement abzulehnen sei, da sie gegen die genossenschaftlichen Grundprinzipien verstoße. Genossenschaften sollen sich ohne eine stärkere staatliche Involvement im Wirtschaftsgeschehen behaupten und so ihre Attraktivität sichtbar machen. Auch der Zusammenhang zwischen Attraktivität und staatlicher Involvement wird nicht gesehen. Ein weiterer Punkt ist, dass Genossenschaften zwar keine staatliche Unterstützung, wohl aber eine Förderung benötigen. Sprich, dass die Rechtsform der Genossenschaften entsprechend attraktiv gestaltet wird. Zudem wird gesagt, dass der Staat kein guter Unternehmer sei und Selbstständigkeit und Produktivität der Genossenschaften einschränke.

Repräsentative Aussagen sind dabei: *„Nein, dieser Zusammenhang ist für mich nicht erkennbar. Staatliche Involvement in das Wirtschaftsgeschehen war bislang nicht von Erfolg geprägt und widerspricht diametral den genossenschaftlichen Grundprinzipien.“* oder *„Diese Aussage ist zu verneinen, da sie dem demokratischen Prinzip der Selbstverwaltung widerspricht. Es kommt nicht von ungefähr, dass Genossenschaften in den ehemaligen Ostblockländern äußerst negativ besetzt waren.“*

Insgesamt lässt sich bzgl. staatlicher Interventionen subsumieren, dass die anfänglich starke Ablehnung staatlicher Unterstützung einer zögerlich positiven Haltung gewichen ist. Neben Branchenspezifika wird die win-win-Situation hervorgehoben, wenn Einrichtungen, die per se nicht ausschließlich gewinnorientiert agieren, zusammenarbeiten und sich gegenseitig unterstützen. Auch bei grundsätzlichem Misstrauen ist zu respektieren, dass die anderen Rechtsformen Unterstützung erhalten, was bei Ablehnung staatlicher Interventionen eine de-facto Benachteiligung bedeutet. Die nach wie vor überwiegende Anzahl an Gegnern öffentlicher Unterstützung argumentiert mit ihren Grundsätzen und dass der Staat kein guter Unternehmer sei.

Die Gesamtschau des Clusters über Profilierung und Attraktivität in der Krise zeigt, dass Genossenschaften, v.a. im Bereich Bank & Finanzdienstleistungen sowie Landwirtschaft, durchaus eine Profilierung und Attraktivitätssteigerung während der Krise attestiert wird. Tendenziell vertraut man auf eigene Kräfte und lehnt staatliche Interventionen ab.

4.1.4. Unterschiede zu anderen Rechtsformen

Frage D.8 – Unterschiede zu anderen Rechtsformen

Dieser Cluster umfasst nur eine Frage, die sich allerdings zu detaillierten Branchendarstellungen in mehrere Unterkapitel teilt.

Frage D.8: „Unterscheiden sich Genossenschaften in der Krise von anderen Unternehmen der jeweils selben Branche?“

Die hier präsentierten Ergebnisse werden nach Branchen aufgespalten und einzeln analysiert. Das Ziel ist es, auf diese Weise möglichst branchenspezifische Unterschiede von genossenschaftlichen Unternehmen in ihrer entsprechenden Branche im Vergleich zu ihren Mitbewerbern herauszuarbeiten. Bei der quantitativen Erfassung werden ab fünf Personen mit einer hohen Expertise in der entsprechenden Branche die Aussagen differenziert dargestellt. In der qualitativen Auswertung wird aus Gründen der Übersichtlichkeit darauf verzichtet.

Die grundlegende Hypothese geht davon aus, dass Genossenschaften aufgrund ihrer Besonderheiten und Prinzipien in ihrem Handeln während einer Krise von rein gewinnorientierten Rechtsformen abweichen, was auch von bisherigen Untersuchungen über die Finanz- und Wirtschaftskrise bestätigt wurde. Entscheidende Kriterien sind u.a. die Verbandsstruktur und die Pflichtprüfung durch die Revision.¹⁰⁶

¹⁰⁶ Siehe Bloome-Drees 2012; Ott 2010, S. 114; Flieger 2006

i. Bank & Finanzdienstleistungen

Tabelle 4.1 – 26 zeigt mit ca. 70% eine geringere Antwortquote als bei weniger spezifischen Fragen, wobei die Expertinnen und Experten aus der Praxis mit rd. 83% in der 1. Runde bzw. 76% in der 2. Runde wesentlich häufiger antworteten als jene aus Forschung und öffentlicher Verwaltung mit 40% bzw. 59%. Zudem ist die Beteiligungsrate von 89% in der 1. Runde (79% 2. Runde) der Expertinnen und Experten mit hoher Expertise im Bereich Bank & Finanzdienstleistungen hoch. Ihr Anteil unter allen Expertinnen und Experten, die sich zu dieser Frage äußern, liegt in der 1. Runde bei 62% und in der 2. bei 50%. Die quantitative Erfassung unterscheidet zwischen Expertinnen und Experten mit einer hohen Expertise im Bereich Bank & Finanzdienstleistungen. In der qualitativen Auswertung wird aus Gründen der Übersichtlichkeit darauf verzichtet.

	Anzahl gesamt 1. Runde		Forschung 1. Runde		Praxis 1. Runde		k.A. 1. Runde		Anzahl gesamt 2. Runde		Forschung 2. Runde		Praxis 2. Runde		k.A. 2. Runde	
ja	14	38%	2	20%	12	50,00%	0	0%	16	47%	5	42%	11	52%	0	0%
nein	12	32%	4	40%	8	33,33%	0	0%	7	21%	2	17%	5	24%	0	0%
weiß nicht/ teils-teils	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
keine Antwort	11	30%	4	40%	4	16,67%	3	100%	11	32%	5	42%	5	24%	1	100%
	37		10		24		3		34		12		21		1	

Tabelle 4.1 – 26: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – Banken

Sowohl in der 1. als auch in der 2. Delphi-Runde wird die Frage, ob sich die Bank & Finanzdienstleistungen von Genossenschaften in der Krise von anderen Unternehmen der jeweils selben Branche unterscheidet, bejaht, wenn auch nur schwach. Das „ja“ fällt in der 1. Runde mit 38% nicht sehr stark aus. Mit 32% antworten nur geringfügig weniger Expertinnen und Experten mit „nein“, wobei besonders die Forschung und öffentlicher Verwaltung die Frage in der 1. Runde mit 40% zu 20% verneinen. In der 2. Runde der Delphi-Befragung kristallisiert sich mit 47%, davon 42% aus der Forschung und 52% aus der Praxis, viel klarer heraus, dass die Expertinnen und Experten Unterschiede erkennen.

	Anzahl 1. Runde		Forschung 1. Runde		Praxis 1. Runde		k.A. 1. Runde		Anzahl gesamt 2. Runde		Forschung 2. Runde		Praxis 2. Runde		k.A. 2. Runde	
ja	11	61%	1	20%	10	76,92%	0	0%	9	64%	3	60%	6	67%	0	0%
nein	5	28%	3	60%	2	15,38%	0	0%	2	14%	1	20%	1	11%	0	0%
weiß nicht/ teils-teils	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
keine Antwort	2	11%	1	20%	1	7,69%	0	0%	3	21%	1	20%	2	22%	0	0%
	18		5		13		0		14		5		9		0	

Tabelle 4.1 – 27: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – ExpertInnen (Banken)

Unter den Genossenschaftsexpertinnen und -experten mit einer hohen Expertise im Bereich Bank & Finanzdienstleistungen sieht eine deutliche Mehrheit Unterschiede zwischen Kreditgenossenschaften und ihren Mitbewerbern aus derselben Branche. In der 1. Runde liegt der Wert der Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung, die mit „ja“ stimmen, noch bei 20%, dieser Wert stieg in der 2. Runde auf 60%. Bei den Expertinnen und Experten aus der Praxis ist das Bild leicht umgekehrt. Hier stimmen in der 1. Runde 76,9% mit „ja, es gibt Unterschiede“, in der 2. Runde sind es 67%, deren Antworten sich unter „ja, es gibt Unterschiede“ subsumieren lassen.

Die offenen Fragen des Clusters ergeben in der qualitativen Analyse durchwegs erwartbare Aussagen:

a) Pro-Argumente bei Unterschieden Bank & Finanzdienstleistungen „ja“

- Pro-Expertenaussagen aus Forschung und öffentlicher Verwaltung

Als wesentliches Unterscheidungsmerkmal wird von den Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung neben dem Identitätsprinzip und der damit vereinfachten Möglichkeit, den Kundinnen und Kunden bei hohen Zinszahlungen oder Stundungen entgegenzukommen, auch mehrmals auf den Förderauftrag verwiesen. Er stellt die Förderung der Mitglieder in den Vordergrund und nicht die Gewinnmaximierung; darüber hinaus sollte es aufgrund des Identitätsprinzips zu keinem Konflikt mit den Eigentümern kommen. Auch die größere Kundennähe und das regionale Wirken werden erwähnt. Ein beispielhafter Satz lautet: *„Ja, sie könn(t)en: Kunden sind oft Eigentümer (Mitglieder); Genossenschaften können eher z. B. auf hohe Zinsen verzichten oder Kredite stunden, ohne in Konflikt zu ihren Eigentümern zu geraten.“*

- Pro-Expertenaussagen aus der Praxis

Innerhalb der Expertinnen und Experten aus der Praxis wird mehrheitlich auf den Förderauftrag als entscheidendes Unterscheidungskriterium verwiesen, was bedeutet, dass eben nicht die Gewinnmaximierung im Vordergrund steht. Weiters wird eine größere Kundennähe erwähnt, die mit einem dichteren Filialnetz, Vertrauen und einer besseren Beratung einhergeht. Als zusätzlicher Unterschied gilt Regionalität. Eine exemplarische Antwort war dabei: *„Ja. Ziel ist nicht hohe Rendite, sondern Unterstützung der Kunden und langjährige Partnerschaft, die auch in schwierigen Zeiten Bestand hat. Die Ausrichtung ist langfristig.“*

b) Contra-Argumente bei Unterschieden Bank & Finanzdienstleistungen „nein“

- Contra-Expertenaussagen aus Forschung und öffentlicher Verwaltung

Die Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung, die keine wesentlichen Unterschiede im Agieren von Genossenschaftsbanken zu anderen Instituten sehen, antworten auf diese Frage meist mit einem schlichten „nein“. Als Nachsatz wird teils darauf hingewiesen, dass alle Banken ähnliche Dienstleistungen anbieten und dasselbe Regelwerk für alle gelte.

- Contra-Expertenaussagen aus der Praxis

Von den Expertinnen und Experten aus der Praxis werden ebenfalls nur wenige Gründe im Detail angeführt, da ihrer Meinung nach die Rahmenbedingungen für alle Branchenteilnehmer die gleichen sind. Weiters wird erwähnt, dass genossenschaftliche Finanzinstitute risikoscheuer agieren und durch die fortlaufende Zentralisierung genossenschaftliche Werte nicht mehr ausgespielt werden können.

Zusammenfassend überwiegt die Meinung, dass im Bereich Bank & Finanzdienstleistungen sehr wohl Unterschiede zwischen Genosschaftsinstituten und anderen Rechtsformen existieren, die v.a. in Regionalität, Vertrauensverhältnis und Mitgliederförderung begründet liegen. Allerdings können Genossenschaften ihre Spezifika nicht vollständig zur Geltung bringen, da der Markt und die gesetzlichen Regelungen das Bank- und Kreditwesen sehr stark reglementieren und die Zentralisierung der Primär-genossenschaften den Spielraum einschränkt.

ii. Wohnen

Tabelle 4.1 – 28 zeigt mit ca. 70% – 65% eine noch geringere Antwortquote als bei i) Bank & Finanzdienstleistungen, wobei diesmal die Expertinnen und Experten aus der Praxis zurückhaltender agieren.

	Anzahl gesamt 1. Runde		Forschung 1. Runde		Praxis 1. Runde		k.A. 1. Runde		Anzahl gesamt 2. Runde		Forschung 2. Runde		Praxis 2. Runde		k.A. 2. Runde	
ja	16	43%	6	60%	10	41,67%	0	0%	13	38%	5	42%	8	38%	0	0%
nein	8	22%	1	10%	7	29,17%	0	0%	7	21%	3	25%	4	19%	0	0%
weiß nicht	2	5%	0	0%	2	8,33%	0	0%	2	6%	0	0%	2	10%	0	0%
keine Antwort	11	30%	3	30%	5	20,83%	3	100%	12	35%	4	33%	7	33%	1	100%
	37		10		24		3		34		12		21		1	

Tabelle 4.1 – 28: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – Wohnen

Auf die Frage, ob sich genossenschaftliche Unternehmen in der Wohnbranche in der aktuellen Krise von anderen Unternehmen derselben Branche unterscheiden, antwortet sowohl in der 1. als auch in der 2. Delphi-Runde der überwiegende Teil der Expertinnen und Experten mit „ja“, wobei die Zustimmung aus Forschung und öffentlicher Verwaltung deutlich stärker ausfällt als aus der Praxis. Die Forschung wird allerdings zwischen den Delphi-Runden vorsichtiger und stimmt in der 1. Runde mit 60% „ja“ bzw. nur 10% „nein“, in der 2. Runde immer noch deutlich, aber abnehmend mit 42% „ja“ und 25% „nein“-Stimmen.

Unter den Expertinnen und Experten aus der Praxis ist im Vergleich zwischen 1. und 2. Delphi-Runde in Bezug auf die „nein“-Stimmen eine entgegengesetzte Entwicklung zu beobachten. Stimmen in der 1. Runde noch etwas über 29% mit „nein“, so sind es in der 2. Runde nur mehr 19%. Der Anteil an Personen, die nicht antworten, bleibt sowohl in der 1. als auch in der 2. Delphi-Runde mit ca. 30% konstant, genauso wie die Anzahl der Personen deren Antworten sich mit „weiß nicht“ zusammenfassen lassen.

	Anzahl 1. Runde		Forschung 1. Runde		Praxis 1. Runde		k.A. 1. Runde		Anzahl gesamt 2. Runde		Forschung 2. Runde		Praxis 2. Runde		k.A. 2. Runde	
ja	5	71%	3	75%	2	66,67%	0	0%	1	50%	1	100%	0	0%	0	
nein	2	29%	1	25%	1	33,33%	0	0%	1	50%	0	0%	1	100%	0	
weiß nicht/teils- teils	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	
keine Antwort	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	
	7		4		3		0		2		1		1		0	

Tabelle 4.1 – 29: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – ExpertInnen (Wohnen)

Betrachtet man die Antworten der Expertinnen und Experten, die sich ein hohes Fachwissen im Bereich Wohnen attestieren, so sind die Ergebnisse in ihren allgemeinen Aussagen im Vergleich zu den gesamten Expertinnen und Experten sehr viel stärker ausgeprägt. In der 1. Runde sehen 71% der Expertinnen und Experten mit hohem Fachwissen Unterschiede von Wohngenossenschaften im Vergleich zu anderen Unternehmen derselben Branche, 29% verneinen dies. In der 2. Runde geht die Anzahl der Expertinnen und Experten, die ein hohes Fachwissen im Bereich Wohnen angeben, stark zurück, mit nur mehr einer Person aus Forschung und öffentlicher Verwaltung und einer Person aus der Praxis lassen sich hier keine aussagekräftigen Schlüsse mehr ziehen.

a) Pro-Argumente bei Unterschieden bei Wohnen „ja“

- Pro-Expertenaussagen aus Forschung und öffentlicher Verwaltung

Die Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung, die Unterschiede im Vergleich zu Unternehmen aus der Wohnbranche zu Genossenschaften sehen, argumentieren dies vor allem mit der Eigentümerstruktur, die nicht die Gewinnmaximierung als oberstes Ziel sieht, sondern den Förderauftrag. So unterscheiden sich Wohngenossenschaften etwa in Bezug auf die unbefristeten Vertragsverhältnisse und die Betonung des leistbaren Wohnens. Auch wird erwähnt, dass die Genossenschaftsstruktur mehr Flexibilität etwa in Hinblick auf die Herabsetzung von Mieten oder deren Stundung gibt. Weiters werden die Punkte Kundennähe, langfristiges Geschäftsmodell und Solidarität als Unterscheidungskriterien genannt. Eine typische Antwort lautet: *„ja, da kein Gewinnauftrag, sondern Förderung der Mitglieder.“*

- Pro-Expertenaussagen aus der Praxis

Unter den Expertinnen und Experten aus der Praxis wird auch hier besonders der Förderauftrag hervorgehoben, der es erlaubt, den Mieterinnen und Mietern eher entgegenzukommen und bessere Mietkonditionen anzubieten, eben da die Gewinnmaximierung nicht im Vordergrund steht. Zudem wird das nähere Verhältnis zu den Mieterinnen und Mietern als wesentliches Unterscheidungsmerkmal genannt. Auch wird vergleichsweise mehr sozialer Wohnbau angeboten. Durch die langfristige Geschäftsausrichtung wird den Wohngenossenschaften zudem eine stabilisierende Wirkung am Markt zugeschrieben, die mit einer geringeren Volatilität als bei gewerblichen Immobilienunternehmen einhergeht und auch antizyklische Investitionen ermöglicht. Insgesamt werden den Wohngenossenschaften gute Marktchancen auch und besonders in der aktuellen Krise attestiert. Ein Beispielsatz lautet: *„Wohnbaugenossenschaft wird eher sozial agieren als ein privater Wohnbauträger (Ziel: leistbares Wohnen)“*

b) Contra-Argumente bei Unterschieden bei Wohnen „nein“

- Contra-Expertenaussagen aus Forschung und öffentlicher Verwaltung und Praxis

Die Expertinnen und Experten aus Forschung, öffentlicher Verwaltung und Praxis, die keine spezifische Unterscheidung von Wohngenossenschaften zu anderen Unternehmen derselben Branche sehen, führen ihre Contra-Argumente großteils nicht weiter aus; es wird schlicht kein spezifisches Agieren gesehen bzw. kein Unterschied nach außen wahrgenommen. Zudem gelten die gleichen Rahmenbedingungen für alle Unternehmungen, weshalb ein Unterschied in der aktuellen Krise nicht auszumachen ist; alle Institutionen sind gleichmäßig betroffen. Beispielantworten waren dabei: *„nein, kein krisenspezifisches Agieren erkennbar“* oder *„kein Unterschied erkennbar“*.

Zusammenfassend sieht die Mehrheit der Expertinnen und Experten im Agieren von Wohngenossenschaften Unterschiede im Vergleich zu anderen unternehmerischen Rechtsformen in der Krise. Dies ist insbesondere auf das Förderprinzip und den damit einhergehenden konzilianteren Mietbedingungen zurückzuführen. Die Personen, die keine Unterschiede ausmachen, antworten nicht spezifisch, sondern sehen insgesamt keine große Differenzierung.

iii. Bauwirtschaft

Tabelle 4.1 – 30 zeigt eine weiterhin abnehmende Antwortquote als bei den Branchen davor, wobei die Expertinnen und Experten aus der Forschung mit rd. 60% in beiden Delphi-Runden um rd. 10 Prozentpunkte weniger häufig antworten als aus der Praxis mit rd. 70%.

	Anzahl gesamt 1. Runde		Forschung 1. Runde		Praxis 1. Runde		k.A. 1. Runde		Anzahl gesamt 2. Runde		Forschung 2. Runde		Praxis 2. Runde		k.A. 2. Runde	
ja	9	24%	3	30%	6	25,00%	0	0%	4	12%	0	0%	4	19%	0	0%
nein	9	24%	2	20%	7	29,17%	0	0%	11	32%	5	42%	6	29%	0	0%
weiß nicht	5	14%	1	10%	4	16,67%	0	0%	5	15%	1	8%	4	19%	0	0%
keine Antwort	14	38%	4	40%	7	29,17%	3	100%	14	41%	6	50%	7	33%	1	100%
	37		10		24		3		34		12		21		1	

Tabelle 4.1 – 30: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – Bauwirtschaft

Sehen in der 1. Runde noch 30% der befragten Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung Unterschiede zwischen Baugenossenschaften und anderen Unternehmen, so fällt ihr Anteil in der 2. Runde auf 0%. Der Anteil an „nein“ Stimmen überwiegt. Ein ähnliches Bild, wenn auch nicht ganz so ausgeprägt, findet sich unter den Expertinnen und Experten aus der Genossenschaftspraxis. So stimmen in der 1. Runde etwas über 29% der Expertinnen und Experten mit „nein“, 25% antworten mit „ja“. In der 2. Delphi-Runde bleiben die „nein“-Stimmen mit 29% konstant, doch fällt der Anteil an Befürworterinnen und Befürworter auf 19%. Die „weiß nicht“ Antworten sind sowohl in der 1. Delphi-Runde (14%) als auch in der 2. Runde (15%) relativ konstant.

	Anzahl gesamt 1. Runde		Forschung 1. Runde		Praxis 1. Runde		k.A. 1. Runde		Anzahl gesamt 2. Runde		Forschung 2. Runde		Praxis 2. Runde		k.A. 2. Runde	
ja	3	43%	2	50%	1	33,33%	0	0%	1	33%	0	0%	1	50%	0	0%
nein	3	43%	1	25%	2	66,67%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
weiß nicht	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
keine Antwort	1	14%	1	25%	0	0,00%	0	0%	2	67%	1	100%	1	50%	0	0%
	7		4		3		0		3		1		2		0	

Tabelle 4.1 – 31: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – ExpertInnen (Bauwirtschaft)

In der 1. Runde sehen die Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung mit einem hohen Fachwissen im Bereich der Bauwirtschaft ein unterschiedliches Agieren von Baugenossenschaften in der Krise im Vergleich zu anderen Unternehmen derselben Branche. Unter den Expertinnen und Experten aus der Praxis, die ebenfalls ein hohes Fachwissen im Bereich der Bauwirtschaft haben, fällt die Antwort mehrheitlich mit „nein“ aus. Allerdings ist die Gesamtanzahl der Expertinnen und Experten mit hohem Fachwissen gering, weshalb eine generelle Aussage schwierig ist und auf die Präsentation der Gesamtergebnisse verwiesen wird.

- a) Pro-Argumente bei Unterschieden in der Bauwirtschaft „ja“
- Pro-Expertenaussagen aus Forschung und öffentlicher Verwaltung

Die Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung, die Unterschiede zwischen Genossenschaften und anderen Rechtsformen in der Bauwirtschaft sehen, begründen dies mit der Eigentümerstruktur, die eine größere Flexibilität erlaubt. Die Differenzen werden im Bereich Einkauf, Ausschreibungen und Projektentwicklung gesehen.

- Pro-Expertenaussagen aus der Praxis

Unter den Expertinnen und Experten aus der Praxis werden als Unterschiede Risikostreuung und Solidarität genannt, aber auch größere Kundennähe. Zudem profitieren Baumeisterinnen und Baumeister von Verbundleistungen und den gebündelten Interessen, die Vorteile bei Infrastrukturprojekten bringen können. Weiters sind Baugenossenschaften nicht auf die Gewinnmaximierung hin ausgerichtet.

b) Contra-Argumente bei Unterschieden in der Bauwirtschaft „*nein*“

Einheitlich begründen Expertinnen und Experten aus Forschung, öffentlicher Verwaltung und Praxis, die keine spezifischen Unterschiede sehen, ihre Antworten nicht weitergehend. So wird lediglich konstatiert, dass keine Unterschiede sichtbar sind bzw. dass gleiche Rahmenbedingungen für Baugenossenschaften wie für andere Unternehmen aus derselben Branche herrschen bzw. das Spezifische nach außen hin nicht sichtbar ist.

Zusammenfassend werden Unterschiede zwischen Genossenschaften und anderen Rechtsformen in der Bauwirtschaft überwiegend im Bereich der Flexibilität, Kundennähe und Bündelung von Interessen bei Ausschreibungen gesehen.

iv. Landwirtschaft – Ein- und Verkauf

Tabelle 4.1 – 32 zeigt mit ca. 68% ebenfalls eine geringere Antwortquote als bei weniger spezifischen Fragen, wobei die Expertinnen und Experten aus der Praxis mit rd. 75% in der 1. Runde bzw. 71% in der 2. Runde geringfügig häufiger antworten als aus Forschung und öffentlicher Verwaltung mit 70% bzw. 58%.

	Anzahl gesamt 1. Runde		Forschung 1. Runde		Praxis 1. Runde		k.A. 1. Runde		Anzahl gesamt 2. Runde		Forschung 2. Runde		Praxis 2. Runde		k.A. 2. Runde	
Ja	14	38%	5	50%	9	37,50%	0	0%	15	44%	5	42%	10	48%	0	0%
Nein	7	19%	1	10%	6	25,00%	0	0%	6	18%	2	17%	4	19%	0	0%
teils-teils	1	3%	0	0%	1	4,17%	0	0%	1	3%	0	0%	1	5%	0	0%
weiß nicht	3	8%	1	10%	2	8,33%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
keine Antwort	12	32%	3	30%	6	25,00%	3	100%	12	35%	5	42%	6	29%	1	100%
	37		10		24		3		34		12		21		1	

Tabelle 4.1 – 32: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – LW – Ein- und Verkauf

Im landwirtschaftlichen Bereich in der Subkategorie Ein- und Verkauf sehen die Expertinnen und Experten in der 1. Delphi-Runde 38% und bereits 44% in der 2. Runde einen Unterschied zu vergleichbaren Unternehmen und nur knapp 20% keine Differenz, wobei die Praxis eine größere Heterogenität identifiziert.

	Anzahl gesamt 1. Runde		Forschung 1. Runde		Praxis 1. Runde		k.A. 1. Runde		Anzahl gesamt 2. Runde		Forschung 2. Runde		Praxis 2. Runde		k.A. 2. Runde	
Ja	3	50%	0	0%	3	50,00%	0	0%	1	25%	0	0%	1	33%	0	0%
Nein	2	33%	0	0%	2	33,33%	0	0%	1	25%	0	0%	1	33%	0	0%
teils-teils	1	17%	0	0%	1	16,67%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
weiß nicht	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
keine Antwort	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0%	2	50%	1	100%	1	33%	0	0%
	6		0		6		0		4		1		3		0	

Tabelle 4.1 – 33: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – ExpertInnen (LW – Ein- und Verkauf)

Unter den Expertinnen und Experten, die sich eine hohe Expertise im Bereich der landwirtschaftlichen Genossenschaften im Ein- und Verkauf zuschreiben, geben in der 1. Runde ausschließlich Personen aus der Praxis ein entsprechend hohes Fachwissen an. Sie sehen zu 50% einen Unterschied im Agieren, während 33,3% der Personen keinen Unterschied sehen, 16,6% der Antworten ließe sich unter „teils-teils“ klassifizieren.

a) Pro-Argumente bei Unterschieden in der Landwirtschaft – Ein- und Verkauf „ja“

- Pro-Expertenaussagen aus Forschung und öffentlicher Verwaltung

Als wesentlicher Unterschied wird von den Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung die Regionalität genannt, die sich gerade in der aktuellen Krise als Vorteil auszeichnet. Weitere Unterscheidungsmerkmale sind lt. Umfrage der Förderauftrag, aber auch die Aufrechterhaltung von Angeboten, die gemeinsame Vermarktung sowie die Möglichkeit Leistungen vorzuziehen bzw. Zahlungen aufzuschieben.

- Pro-Expertenaussagen aus der Praxis

Ebenso wird von der Praxis die Regionalität als häufigstes Argument vorgebracht, gefolgt von der Nähe zu den Kunden und die daraus resultierende schnelle Reaktion. Auch die Bedeutung des Förderauftrags, der vor der Gewinnmaximierung steht, wird erwähnt.

b) Contra-Argumente bei Unterschieden in der Landwirtschaft – Ein- und Verkauf „nein“

- Contra-Expertenaussagen aus Forschung und öffentlicher Verwaltung

Die Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung, deren Antworten sich unter „nein“ zusammenfassen lassen, argumentierten mit einheitlichen Rahmenbedingungen für alle Marktteilnehmer und mit der fehlenden Sichtbarkeit eines spezifischen Agierens.

- Contra-Expertenaussagen aus der Praxis

Die Praxis sieht aus wirtschaftlichen Gründen keine Unterscheidung und mahnt an, dass mit der zunehmenden Größe der Genossenschaften ihre Vorteile verloren gehen. Ein weiteres Argument, vor allem in der 2. Runde, sind gleichen Rahmenbedingungen für alle am Markt befindlichen Unternehmungen.

Zusammenfassend werden Unterschiede zwischen Genossenschaften und anderen Rechtsformen in der Landwirtschaft, Subkategorie Ein- und Verkauf, überwiegend im Bereich der Regionalität, Förderauftrag und Mitgliedernähe gesehen, wobei die Differenzen nicht so stark hervorgehoben werden.

v. Landwirtschaft – Verwertung

Tabelle 4.1 – 34 zeigt mit ca. 62% ebenfalls eine sinkende Antwortquote, wobei die Expertinnen und Experten aus der Praxis mit rd. 71% in der 1. Runde bzw. 62% in der 2. Runde häufiger antworteten als aus Forschung und öffentlicher Verwaltung mit 60% bzw. 56%.

	Anzahl gesamt 1. Runde		Forschung 1. Runde		Praxis 1. Runde		k.A. 1. Runde		Anzahl gesamt 2. Runde		Forschung 2. Runde		Praxis 2. Runde		k.A. 2. Runde	
Ja	10	27%	4	40%	6	25,00%	0	0%	11	32%	4	33%	7	33%	0	0%
Nein	10	27%	1	10%	9	37,50%	0	0%	6	18%	2	17%	4	19%	0	0%
teils-teils	1	3%	0	0%	1	4,17%	0	0%	1	3%	0	0%	1	5%	0	0%
weiß nicht	2	5%	1	10%	1	4,17%	0	0%	1	3%	0	0%	1	5%	0	0%
keine Antwort	14	38%	4	40%	7	29,17%	3	100%	15	44%	6	50%	8	38%	1	100%
	37		10		24		3		34		12		21		1	

Tabelle 4.1 – 34: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – LW – Verwertung

In der 1. Runde der Delphi-Befragung stimmen mit jeweils 27% insgesamt ebenso viele Expertinnen und Experten der Aussage, dass sich der Bereich Landwirtschaft – Verwertung von Unternehmen innerhalb derselben Branche unterscheiden, zu bzw. nicht zu. Nach Konfrontation mit den allgemeinen Argumenten im Rahmen der Delphi-Befragung steigt die Anzahl derer, die Abweichungen sehen, geringfügig auf 32%, was wesentlich auf die sinkende Zustimmung der Expertinnen und Experten aus der Forschung und entgegengesetzt der zunehmenden Differenzierung aus der Praxis zurückzuführen ist.

	Anzahl gesamt 1. Runde		Forschung 1. Runde		Praxis 1. Runde		k.A. 1. Runde		Anzahl gesamt 2. Runde		Forschung 2. Runde		Praxis 2. Runde		k.A. 2. Runde	
Ja	3	50%	0	0%	3	50,00%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Nein	3	50%	0	0%	3	50,00%	0	0%	1	33%	0	0%	1	50%	0	0%
teils-teils	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
weiß nicht	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
keine Antwort	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0%	2	67%	1	100%	1	50%	0	0%
	6		0		6		0		3		1		2		0	

Tabelle 4.1 – 35: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – ExpertInnen (LW – Verwertung)

Auch unter den Expertinnen und Experten mit hohem Fachwissen im Bereich der landwirtschaftlichen Verwertungsgenossenschaften stimmen genauso viele Personen aus der Praxis mit „ja – es gibt Unterschiede“ wie mit „nein – es gibt keine Unterschiede“. Aus dem Bereich Forschung und öffentliche Verwaltung attestiert sich keine Person ein hohes Fachwissen im entsprechenden Bereich Landwirtschaft – Verwertung.

a) Pro-Argumente bei Unterschieden in der Landwirtschaft – Verwertung „ja“

- Pro-Expertenaussagen aus Forschung und öffentlicher Verwaltung

Neben dem Thema der Regionalität werden vor allem in der 2. Runde Mitsprache, Förderauftrag und Vertrauen genannt, etwas in Hinblick auf Bevorschussung von Lieferungen, die noch nicht abgesetzt wurden.

- Pro-Expertenaussagen aus der Praxis

Auch unter den Genossenschaftsexpertinnen und -experten aus der Praxis ist das Thema Regionalität vor allem in der 2. Delphi-Runde ein Grundkonsens, der Genossenschaft im landwirtschaftlichen Bereich der Verwertung auszeichnet. Weiters werden die Bindung zur

Genossenschaft oder die Logistikeinrichtungen genannt. Doch wurde auch angemahnt, dass sich der Bereich nur dann wesentlich unterscheidet, wenn der Förderauftrag gelebt wird.

b) Contra-Argumente bei Unterschieden in der Landwirtschaft – Verwertung „*nein*“

- Contra-Expertenaussagen aus Forschung und öffentlicher Verwaltung

Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung, die keinen großen Unterschied im Agieren im Vergleich zu anderen Unternehmen sehen, begründen dies ähnlich wie für den Bereich „Ein- und Verkauf“ damit, dass kein spezifisches Agieren sichtbar ist bzw. dass sie den gleichen Rahmenbedingungen unterliegen.

- Contra-Expertenaussagen aus der Praxis

Der Grundtenor der Expertinnen und Experten aus der Praxis, deren Antworten sich unter „*nein*“ subsumieren lassen, ist schlicht die fehlende Wahrnehmbarkeit eines Unterschiedes.

Zusammenfassend verschwimmen die Unterschiede zwischen Genossenschaften und anderen Rechtsformen in der Landwirtschaft, Subkategorie Verwertung, und werden eher im Bereich der Regionalität und Förderauftrag inkl. Vertrauen gesehen.

vi. Landwirtschaft – Nutzung

Ähnlich wie auch bei den zwei zuvor vorgestellten landwirtschaftlichen Subbereichen, beteiligen sich lediglich 62% aller an der Umfrage teilnehmenden Expertinnen und Experten zu der hier vorgestellten Frage, wie Tabelle 4.1 – 36 zeigt.

	Anzahl gesamt 1. Runde		Forschung 1. Runde		Praxis 1. Runde		k.A. 1. Runde		Anzahl gesamt 2. Runde		Forschung 2. Runde		Praxis 2. Runde		k.A. 2. Runde	
ja	10	27%	2	20%	8	33,33%	0	0%	10	29%	3	25%	7	33%	0	0%
nein	10	27%	2	20%	8	33,33%	0	0%	10	29%	6	50%	4	19%	0	0%
teils-teils	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
weiß nicht	3	8%	2	20%	1	4,17%	0	0%	1	3%	0	0%	1	5%	0	0%
keine Antwort	14	38%	4	40%	7	29,17%	3	100%	13	38%	3	25%	9	43%	1	100%
	37		10		24		3		34		12		21		1	

Tabelle 4.1 – 36: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – LW – Nutzung

Es gleichen sich die ja- und nein-Antworten mit je 27% in der 1. Runde und jeweils 29% in den 2. Runde exakt aus, wobei es nach Konfrontation mit den vorherigen Ergebnissen zu massiven Verschiebungen zwischen Forschung und Praxis kommt: Unter den Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung sinkt der Anteil an „nein“-Stimmen von der 1. Runde zur 2. Delphi-Runde um 30 Prozentpunkte, aus der Praxis steigt er von 20% auf 50%.

	Anzahl gesamt 1. Runde		Forschung 1. Runde		Praxis 1. Runde		k.A. 1. Runde		Anzahl gesamt 2. Runde		Forschung 2. Runde		Praxis 2. Runde		k.A. 2. Runde	
ja	4	67%	0	0%	4	66,67%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
nein	2	33%	0	0%	2	33,33%	0	0%	2	67%	0	0%	2	100%	0	0%
teils-teils	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
weiß nicht	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
keine Antwort	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0%	1	33%	1	100%	0	0%	0	0%
	6		0		6		0		3		1		2		0	

Tabelle 4.1 – 37: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – ExpertInnen (LW – Nutzung)

Bei einer differenzierten Betrachtung nach Sichtweise der Expertinnen und Experten, die eine hohe Expertise im Bereich der landwirtschaftlichen Nutzungsgenossenschaften wie z.B. Genossenschaften zur gemeinsamen Benutzung von Anlagen und Maschinen haben, stimmen in der 1. Runde 67% der Expertinnen und Experten mit „ja – es gibt Unterschiede“. Diese Personen kommen wie auch in der vorherigen Frage vollständig aus der Genossenschaftspraxis. In der 2. Runde nehmen nur mehr 3 Personen mit hoher Expertise im Bereich der landwirtschaftlichen Nutzungsgenossenschaften teil, eine Person aus Forschung und öffentlicher Verwaltung, die jedoch keine Antwort abgibt, und zwei Personen aus der Praxis. Sie stimmen in der 2. Runde beide mit „nein – es gibt keine Unterschiede“.

- a) Pro-Argumente bei Unterschieden in der Landwirtschaft – Nutzung „ja“
- Pro-Expertenaussagen aus Forschung und öffentlicher Verwaltung

Wieder einmal wird als wesentlicher Unterschied die Regionalität neben Förderauftrag und Demokratieprinzip, das Mitsprache erlaubt, genannt. Neu kommen die Felder Einkauf, Verkauf und Arbeitskräfte als Unterscheidungsmerkmal hinzu.

- Pro-Expertenaussagen aus der Praxis

Neben Regionalität sieht die Praxis Unterschiede in Risikostreuung, Nahversorgung und Solidarität. Zudem wird angemahnt, dass der Förderauftrag gelebt werden müsse und die genossenschaftlichen Vorteile mit der Größe verloren zu gehen drohen.

b) Contra-Argumente bei Unterschieden in der Landwirtschaft – Nutzung „*nein*“

- Contra-Expertenaussagen aus Forschung und öffentlicher Verwaltung

Ähnlich den vorherigen Antworten über den landwirtschaftlichen Bereich argumentieren die Genossenschaftsexpertinnen und -experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung, die kein spezifisches Agieren von Genossenschaften im Bereich Landwirtschaft – Nutzung sehen, dass die gleichen Rahmenbedingungen für alle Unternehmen gelten bzw. dass kein Unterschied sichtbar sei.

- Contra-Expertenaussagen aus der Praxis

Die keine Differenzen erkennenden Praxisstimmen sehen aus wirtschaftlichen Gründen sowie identen Rahmenbedingungen keine Unterschiede.

Zusammenfassend wiegen sich die Aussagen derer, die Unterschiede sehen bzw. nicht sehen, auf. Wieder einmal dominieren bei den Unterschieden die genossenschaftlichen Prinzipien, allen voran Regionalität.

Betrachtet man die Landwirtschaft als einen Cluster ohne Sub-Kategorien, werden als Unterscheidungsmerkmale Regionalität und Mitgliederförderung identifiziert, wobei die identischen Rahmenbedingungen und oftmals gleichen Strategien kaum erkennbare, markante Differenzen zulassen.

vii. Vertrieb

Die Antwortquote sinkt von 62% auf 50% in ungefähr gleichem Ausmaß zwischen Forschung und Praxis, wie Tabelle 4.1 – 38 zeigt.

	Anzahl gesamt 1. Runde		Forschung 1. Runde		Praxis 1. Runde		k.A. 1. Runde		Anzahl gesamt 2. Runde		Forschung 2. Runde		Praxis 2. Runde		k.A. 2. Runde	
Ja	11	30%	3	30%	8	33,33%	0	0%	4	12%	0	0%	4	19%	0	0%
Nein	11	30%	2	20%	9	37,50%	0	0%	10	29%	4	33%	6	29%	0	0%
teils-teils	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
weiß nicht	1	3%	1	10%	0	0,00%	0	0%	3	9%	2	17%	1	5%	0	0%
keine Antwort	14	38%	4	40%	7	29,17%	3	100%	17	50%	6	50%	10	48%	1	100%
	37		10		24		3		34		12		21		1	

Tabelle 4.1 – 38: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – Vertrieb

Insgesamt lassen sich die Antworten der teilnehmenden Expertinnen und Experten in der 1. Runde der Delphi-Befragung zu jeweils 30% mit „ja – es gibt Unterschiede“ bzw. „nein – es gibt keine Unterschiede“ zusammenfassen. In der 2. Runde sehen nur mehr 12% aller Expertinnen und Experten Unterschiede, wobei niemand aus Forschung und öffentlicher Verwaltung nach Konfrontation mit den Ergebnissen aus der 1. Runde zustimmt; im Schnitt erkennen 29% aller Antwortenden keine Unterschiede mehr.

	Anzahl gesamt 1. Runde		Forschung 1. Runde		Praxis 1. Runde		k.A. 1. Runde		Anzahl gesamt 2. Runde		Forschung 2. Runde		Praxis 2. Runde		k.A. 2. Runde	
Ja	3	30%	0	0%	3	33,33%	0	0%	1	11%	0	0%	1	13%	0	0%
Nein	4	40%	1	100%	3	33,33%	0	0%	5	56%	1	100%	4	50%	0	0%
teils-teils	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
weiß nicht	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
keine Antwort	3	30%	0	0%	3	33,33%	0	0%	3	33%	0	0%	3	38%	0	0%
	10		1		9		0		9		1		8		0	

Tabelle 4.1 – 39: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – ExpertInnen (Vertrieb)

Bei den Expertinnen und Experten mit hohem Fachwissen im Bereich der Vertriebsgenossenschaften sind die Antworten im Ganzen betrachtet mit den Aussagen aller Expertinnen und Experten in Tabelle 4.1 – 18 vergleichbar. Doch lässt sich hier in der 1. Runde bereits eine Mehrheit der Antworten mit „nein – es gibt keine Unterschiede“ subsumieren. 30% der Antworten fallen unter „ja – es gibt Unterschiede“. In der 2. Runde stimmen in Summe 56% aller teilnehmenden Personen mit „nein“. Nur mehr 11% stimmten mit „ja“.

a) Pro-Argumente bei Unterschieden im Vertrieb „ja“

Als Pro-Argumente werden von den Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung ausschließlich in der 1. Runde der Delphi-Befragung die Regionalität, die Vermarktung, der Förderauftrag und das Lieferantennetzwerk angesprochen, durch das sich der genossenschaftlich organisierte Vertrieb von anderen Unternehmen innerhalb derselben Branche unterscheidet. In der 2. Runde ist die Stichprobe zu gering um eine weitere Unterscheidung vornehmen zu können.

- Pro-Expertenaussagen aus der Praxis

Unter den Expertinnen und Experten aus der Praxis, die einen Unterschied innerhalb des genossenschaftlich organisierten Vertriebs im Vergleich zu anderen Unternehmen derselben Branche sehen, wird neben Kommunikation und stärkerem Zusammenhalt als Argument der gute Austausch zwischen Genossenschaft und den Mitgliedern genannt. Weitere Argumente

sind die Risikostreuung und die Kundennähe. Es wird angemahnt, dass sich der genossenschaftliche Vertrieb positiv unterscheiden könne, wenn digitale Vertriebslösungen angeboten werden.

b) Contra-Argumente bei Unterschieden im Vertrieb „*nein*“

- Contra-Expertenaussagen aus Forschung und öffentlicher Verwaltung

Die ExpertInnen aus Forschung und öffentlicher Verwaltung, die kein unterschiedliches Agieren in der Krise feststellen können, argumentieren dies mit den gleichen Rahmenbedingungen, die für alle Unternehmen gelten; es wird kein großer Unterschied gesehen. Spezifische Argumente werden nicht genannt.

- Contra-Expertenaussagen aus der Praxis

Auch aus der Praxis kommt das nicht weiter ausgeführte Hauptargument, dass kein Unterschied sichtbar sei, ebenso wie die gleichen Rahmenbedingungen, die für alle Unternehmen gelten. Mit der zunehmenden Größe würden Vorteile der Genossenschaft verloren gehen.

Erstmals überwiegen bei einer Branchenbetrachtung die Meinungen, dass kein Unterschied zwischen Genossenschaften und anderen Rechtsformen auszumachen sei. Stichhaltige Argumente außer gleichen Rahmenbedingungen werden nicht gebracht.

viii. Konsum

Die Antwortquote sinkt, wie Tabelle 4.1 – 40 zeigt, auf 47%, wobei die Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung ein etwas höheres Interesse an der Fragestellung zeigen.

	Anzahl gesamt 1. Runde		Forschung 1. Runde		Praxis 1. Runde		k.A. 1. Runde		Anzahl gesamt 2. Runde		Forschung 2. Runde		Praxis 2. Runde		k.A. 2. Runde	
Ja	10	27%	4	40%	6	25,00%	0	0%	6	18%	2	17%	4	19%	0	0%
Nein	9	24%	1	10%	8	33,33%	0	0%	10	29%	3	25%	7	33%	0	0%
teils-teils	1	3%	0	0%	1	4,17%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
weiß nicht	2	5%	1	10%	1	4,17%	0	0%	2	6%	2	17%	0	0%	0	0%
keine Antwort	15	41%	4	40%	8	33,33%	3	100%	16	47%	5	42%	10	48%	1	100%
	37		10		24		3		34		12		21		1	

Tabelle 4.1 – 40: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – Konsum

Lassen sich in der 1. Runde noch 40% aller Antworten der teilnehmenden Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung unter „ja – es gibt Unterschiede“ zusammenfassen, so sind es in der 2. Delphi-Runde nur noch 17%, dafür steigt die Anzahl der Personen, die keine Unterschiede erkennen, von 10% auf 25%. Die Antworten der Expertinnen und Experten aus der Praxis sind im Vergleich von 1. zu 2. Runde recht konstant, die unter „ja“ zusammengefassten Antworten gehen in der 2. Runde zurück.

	Anzahl gesamt 1. Runde		Forschung 1. Runde		Praxis 1. Runde		k.A. 1. Runde		Anzahl gesamt 2. Runde		Forschung 2. Runde		Praxis 2. Runde		k.A. 2. Runde	
Ja	1	10%	0	0%	1	12,50%	0	0%	3	30%	0	0%	3	38%	0	0%
Nein	6	60%	1	100%	5	62,50%	0	0%	5	50%	1	50%	4	50%	0	0%
teils-teils	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
weiß nicht	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
keine Antwort	3	30%	0	0%	2	25,00%	1	100%	2	20%	1	50%	1	13%	0	0%
	10		1		8		1		10		2		8		0	

Tabelle 4.1 – 41: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – ExpertInnen (Konsum)

Unter den Expertinnen und Experten mit hoher Expertise lassen sich die Antworten bereits in der 1. Runde zu 60% mit „nein – es gibt keine Unterschiede“ zusammenfassen. In der 2. Delphi-Runde sank der Wert um 10 Prozentpunkte auf 50%. Der Anteil der Personen mit Antwort „ja – es gibt Unterschiede“, steigt von 10% (1. Runde) auf 30% (2. Runde).

a) Pro-Argumente bei Unterschieden im Konsum „ja“

- Pro-Expertenaussagen aus Forschung und öffentlicher Verwaltung

Als wesentlicher Unterschied werden von den Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung neben Vermarktung und Förderauftrag die Regionalität und die Versorgung auch in abgelegenen Gebieten genannt.

- Pro-Expertenaussagen aus der Praxis

Für die Expertinnen und Experten aus der Praxis spricht ebenfalls die Regionalität für einen Unterschied von Konsumgenossenschaften im Vergleich zu anderen Unternehmen derselben Branche. Weiters werden die Mitgliederorientierung und der gute Austausch zwischen Genossenschaft und Mitgliedern genannt, der zu Kundenähe und Kunden-/Mitgliederbindung führt. Auch die hohe Anzahl an Märkten zum Beispiel im Lagerhausverbund wird positiv erwähnt.

b) Contra-Argumente bei Unterschieden im Konsum „nein“

Die Expertinnen und Experten aus Forschung, öffentlicher Verwaltung und Praxis, die kein unterschiedliches Agieren zwischen Genossenschaften und anderen Rechtsformen in der Krise feststellen können, argumentieren dies ähnlich wie in den vorherigen Teilfragen mit den gleichen Rahmenbedingungen, die für alle Unternehmen gelten, und dass insgesamt kein großer Unterschied gesehen wird. Auch hier werden keine spezifischen Argumente genannt.

Zusammenfassend überwiegen die Aussagen derer, die keine Unterschiede sehen. So Differenzen identifiziert werden, dann wieder bei Regionalität und Mitgliedernähe.

ix. Dienstleistung

Wie Tabelle 4.1 – 42 zeigt, sinkt die Antwortquote von 62% auf 56%, wobei in der 1. Delphi-Runde noch 71% der Expertinnen und Experten antworten.

	Anzahl gesamt 1. Runde		Forschung 1. Runde		Praxis 1. Runde		k.A. 1. Runde		Anzahl gesamt 2. Runde			Forschung 2. Runde		Praxis 2. Runde		k.A. 2. Runde	
Ja	11	30%	3	30%	8	33,33%	0	0%	8	24%	1	8%	7	33%	0	0%	
Nein	11	30%	2	20%	9	37,50%	0	0%	9	26%	4	33%	5	24%	0	0%	
teils-teils	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	
weiß nicht	1	3%	1	10%	0	0,00%	0	0%	2	6%	2	17%	0	0%	0	0%	
keine Antwort	14	38%	4	40%	7	29,17%	3	100%	15	44%	5	42%	9	43%	1	100%	
	37		10		24		3		34		12		21		1		

Tabelle 4.1 – 42: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – Dienstleistung

Eine detailliertere Betrachtung bzw. eine Unterscheidung zwischen Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung und jenen aus der Genossenschaftspraxis zeigt unterschiedliche Auffassungen zwischen den Delphi-Runden. So sinkt der Anteil an „ja“-Antworten aus der Forschung und öffentlichen Verwaltung von 30% auf 8%, die „nein“-Antworten steigen von 20% auf 33%. Gegenteilig reagiert die Praxis auf die Ergebnisse der 1. Runde: Während diejenigen, die Unterschiede erkennen, bei 33% stabil bleiben, sinkt der Anteil derer von 37% auf 24%, die keine Differenzen sehen.

	Anzahl gesamt 1. Runde		Forschung 1. Runde		Praxis 1. Runde		k.A. 1. Runde		Anzahl gesamt 2. Runde			Forschung 2. Runde		Praxis 2. Runde		k.A. 2. Runde	
Ja	6	46%	0	0%	6	54,55%	0	0%	5	56%	0	0%	5	63%	0	0%	
Nein	4	31%	0	0%	4	36,36%	0	0%	1	11%	0	0%	1	13%	0	0%	
teils-teils	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	
weiß nicht	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	
keine Antwort	3	23%	1	100%	1	9,09%	1	100%	3	33%	1	100%	2	25%	0	0%	
	13		1		11		1		9		1		8		0		

Tabelle 4.1 – 43: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – ExpertInnen (Dienstleistung)

Dieser Trend lässt sich auch bei einer Betrachtung der Aussagen von Expertinnen und Experten mit hoher Expertise im Bereich Dienstleistungsgenossenschaften beobachten. Stimmen in der 1. Runde 54,5% der Expertinnen und Experten aus der Praxis mit hoher Expertise mit „ja – es gibt Unterschiede“, so steigt dieser Anteil in der 2. Runde auf 63%. Die „Nein“-Stimmen nehmen von 36,4% (1. Runde) auf 13% ab.

a) Pro-Argumente bei Unterschieden in der Dienstleistung „ja“

- Pro-Expertenaussagen aus Forschung und öffentlicher Verwaltung

Die Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung, die im Agieren von Dienstleistungsgenossenschaften in der Krise einen Unterschied zu Unternehmen aus der jeweils selben Branche ausmachen, begründen dies mit höherer Solidarität, Vermarktung, Wissenstransfer, Innovation und Regionalität. Auch dass nicht die Gewinnmaximierung, sondern der Förderauftrag im Vordergrund steht, wird als positive Unterscheidung genannt.

- Pro-Expertenaussagen aus der Praxis

Unter den Expertinnen und Experten aus der Praxis wird die rasche Anpassung an die neuen Gegebenheiten durch digitale Maßnahmen, aber auch eine schnelle Reaktion auf die

entsprechenden Mitglieder-/Kundenbedürfnisse positiv erwähnt, was mit einer Mitgliederorientierung und Kundennähe einhergeht. Auch die Regionalität wird als positiver Unterschied genannt. Allerdings wird darauf hingewiesen, dass mit zunehmender Größe der Genossenschaften ihre Vorteile verloren zu gehen drohen.

b) Contra-Argumente bei Unterschieden in der Dienstleistung „*nein*“

Alle Expertinnen und Experten, unabhängig ob aus Forschung, öffentlicher Verwaltung oder Praxis, die kein spezifisches Agieren von Dienstleistungsgenossenschaften in der Krise sehen, äußern sich nicht spezifischer zu den einzelnen Punkten. So wird, wie auch in den Branchen davor, lediglich darauf verwiesen, dass kein Unterschied besteht, bzw. kein spezifisches Agieren sichtbar ist, da alle Unternehmen den gleichen Rahmbedingungen unterliegen. Von der Genossenschaftspraxis wird zusätzlich darauf hingewiesen, dass Dienstleistungsgenossenschaften in der Krise gesamtheitlich einen schweren Stand haben.

Zusammenfassend werden im Vergleich zu anderen Branchen keinen ausführlichen Antworten gegeben. Es wiegen sich die Aussagen derer, die Unterschiede sehen bzw. nicht sehen, auf. So Differenzen gesehen werden, sind es Kundennähe und Flexibilität.

x. Gewerbe, Produktion und Handwerk

Wie aus Tabelle 4.1 – 44 ersichtlich, nimmt die Antwortquote von 62% auf 53% ab, wobei mehr Expertinnen und Experten aus der Forschung und öffentlichen Verwaltung als aus der Praxis ihr Interesse an der Fragestellung bekunden.

	Anzahl gesamt 1. Runde		Forschung 1. Runde		Praxis 1. Runde		k.A. 1. Runde		Anzahl gesamt 2. Runde		Forschung 2. Runde		Praxis 2. Runde		k.A. 2. Runde	
Ja	10	27%	3	30%	7	29,17%	0	0%	5	15%	1	8%	4	19%	0	0%
Nein	10	27%	1	10%	9	37,50%	0	0%	11	32%	3	25%	8	38%	0	0%
teils-teils	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
weiß nicht	3	8%	2	20%	1	4,17%	0	0%	2	6%	2	17%	0	0%	0	0%
keine Antwort	14	38%	4	40%	7	29,17%	3	100%	16	47%	6	50%	9	43%	1	100%
	37		10		24		3		34		12		21		1	

Tabelle 4.1 – 44: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – Gewerbe, Produktion und Handwerk

In der 1. Runde betragen die Antworten jeweils 27% „ja – sie unterscheiden sich“ und „nein – sie unterscheiden sich nicht“; in der 2. Runde vermerken nur mehr 15% „ja“, 32% aller Antworten „nein“.

	Anzahl gesamt 1. Runde		Forschung 1. Runde		Praxis 1. Runde		k.A. 1. Runde		Anzahl gesamt 2. Runde		Forschung 2. Runde		Praxis 2. Runde		k.A. 2. Runde	
Ja	4	44%	0	0%	4	57,14%	0	0%	1	17%	0	0%	1	20%	0	0%
Nein	4	44%	1	100%	3	42,86%	0	0%	4	67%	1	100%	3	60%	0	0%
teils-teils	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
weiß nicht	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
keine Antwort	1	11%	0	0%	0	0,00%	1	100%	1	17%	0	0%	1	20%	0	0%
	9		1		7		1		6		1		5		0	

Tabelle 4.1 – 45: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – ExpertInnen (Gewerbe, Produktion und Handwerk)

Die Expertinnen und Experten mit hoher Expertise im Genossenschaftsbereich von Gewerbe, Produktion und Handwerk sind in der 1. Runde etwas positiver. Die Antworten der Expertinnen und Experten aus der Praxis lassen sich hier zu 57,1% unter „ja – es gibt Unterschiede“ zusammenfassen. Die eine Person aus Forschung und öffentliche Verwaltung sieht keine Unterschiede. In der 2. Runde nimmt die Anzahl der Personen, deren Antworten sich mit „nein – es gibt keine Unterschiede“ zusammenfassen lassen, von 42,9% (1. Runde) auf 60% zu.

a) Pro-Argumente bei Unterschieden in Gewerbe, Produktion und Handwerk „ja“

- Pro-Expertenaussagen aus Forschung und öffentlicher Verwaltung

Unter den Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung, die in der Krise ein unterschiedliches Agieren von Genossenschaften im Bereich Gewerbe, Produktion und Handwerk und nicht-genossenschaftlichen Unternehmen derselben Branche sehen, ist das Hauptargument die Regionalität. Weiters wird erwähnt, dass durch gegenseitige Vergabe von Aufträgen bzw. Einbindung in Projekte ein Unterschied sichtbar wird, sprich durch Kooperation und Solidarität untereinander. Ebenso wird im Förderauftrag eine Differenzierung erkannt. Als weitere Unterschiede, ohne eine detailliertere Ausführung, werden Arbeitskräfte, Innovation und Ausschreibungen genannt.

- Pro-Expertenaussagen aus der Praxis

Von den Expertinnen und Experten aus der Praxis wird als positives Unterscheidungsmerkmal die rasche Anpassung an die geänderten Kundenbedürfnisse und damit die Kunden-Mitgliedernähe genannt. Auch Verbundleistungen werden positiv gesehen. Weiters wird darauf hingewiesen, dass die aktuelle Krise eine Chance für Genossenschaftsgründungen im Bereich von Gewerbe, Produktion und Handwerk ist, da die Unternehmen durch den Zusammenhalt stärker werden, die Individualität gewahrt bleibt, aber Kooperation innerhalb des Verbundes stattfindet. Weitere Unterscheidungsmerkmale sind Bindung, Verlässlichkeit, Regionalität und keine Gewinnmaximierung.

b) Contra-Argumente bei Unterschieden in Gewerbe, Produktion und Handwerk „*nein*“

Die teilnehmenden Expertinnen und Experten aus Forschung, öffentlicher Verwaltung sowie Praxis, die kein spezifisches Agieren sehen, äußern sich in Bezug auf den Bereich Gewerbe, Produktion und Handwerk nicht genauer zu den einzelnen Punkten. So wird, wie auch in den Branchen davor, lediglich darauf verwiesen, dass kein Unterschied besteht bzw. kein spezifisches Agieren sichtbar ist, da alle Unternehmen den gleichen Rahmenbedingungen unterliegen.

Zusammenfassend überwiegt die Anzahl der Expertinnen und Experten, v.a. aus der Praxis, die keine Unterschiede zwischen Genossenschaften und anderen Rechtsformen erkennen. Vorhandene Unterschiede beziehen sich wie zuvor auf genossenschaftliche Prinzipien Regionalität, Vertrauen und Kundennähe.

xi. Soziales

Wie in Tabelle 4.1 – 46 ersichtlich, nimmt die Antwortquote von 65% auf 53% aller Expertinnen und Experten ab, wobei eher die Praxis dazu neigt, nicht zu antworten.

	Anzahl gesamt 1. Runde		Forschung 1. Runde		Praxis 1. Runde		k.A. 1. Runde		Anzahl gesamt 2. Runde		Forschung 2. Runde		Praxis 2. Runde		k.A. 2. Runde	
Ja	9	24%	2	20%	7	29,17%	0	0%	6	18%	3	25%	3	14%	0	0%
Nein	9	24%	3	30%	6	25,00%	0	0%	7	21%	2	17%	5	24%	0	0%
teils-teils	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
weiß nicht	6	16%	2	20%	4	16,67%	0	0%	5	15%	2	17%	3	14%	0	0%
keine Antwort	13	35%	3	30%	7	29,17%	3	100%	16	47%	5	42%	10	48%	1	100%
	37		10		24		3		34		12		21		1	

Tabelle 4.1 – 46: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – Soziales

Die Antworten von jeweils 24% aller teilnehmenden Expertinnen und Experten lassen sich in der 1. Runde unter „ja – es gibt Unterschiede“ und „nein – es gibt keine Unterschiede“ zusammenfassen. 16% antworten mit „weiß nicht“, 35% geben in der 1. Runde keine Antwort ab. Dieser Wert steigt in der 2. Runde auf 47%, wobei die Antworten, die unter „ja“ subsumiert werden können, auf 18% sinken, die „nein“-Antworten fallen leicht auf 21%. Somit überwiegen in der 2. Runde gering die „nein“-Stimmen. Unterscheidet man zwischen Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung und jenen aus der Praxis, so lässt sich feststellen, dass sich die Antworten aus der Praxis in der 1. Runde mit einer leichten Mehrheit unter „ja“ zusammenfassen lassen, in der 2. Runde aber klar auf 14% sinken. Anders sieht es bei den Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung aus: In der 1. Runde liegen die „ja“-Stimmen bei 20%, die „nein“-Stimmen bei 30%. In der 2. Runde stimmen 25% mit „ja“, 17% mit „nein“.

Im Bereich Soziales liegt die Anzahl an Expertinnen und Experten mit hohem Fachwissen, die sich spezifisch äußerten, unter fünf Teilnehmenden, weshalb auf eine gesonderte Darstellung verzichtet wird.

a) Pro-Argumente bei Unterschieden im Sozialen „ja“

- Pro-Expertenaussagen aus Forschung und öffentlicher Verwaltung

Innerhalb des Bereichs „Soziales“ argumentieren die Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung, die Unterschiede sehen, vor allem mit der Solidarität, die im Vergleich zu anderen Unternehmen derselben Branche höher ist; der Förderauftrag steht im Vordergrund und nicht die Gewinnmaximierung.

- Pro-Expertenaussagen aus der Praxis

Die Expertinnen und Experten aus der Praxis sehen die Unterschiede vor allem im Förderauftrag, aber auch in der Solidarität untereinander. Doch wird auch erwähnt, dass Sozialgenossenschaften möglicherweise unter doppeltem Druck stehen, da die Mitglieder selbst überdurchschnittlicher stark von der Krise betroffen sind und die Nachfrage nach sozialen Leistungen erhöht ist. Ein weiteres „pro“-Argument ist, dass aus der Rechtsform heraus ein stärkeres Bewusstsein besteht und im Umgang zwischen Mitarbeitern und Eigentümern ein Unterschied gesehen werden kann.

b) Contra-Argumente bei Unterschieden im Sozialen „*nein*“

Die Expertinnen und Experten aus Forschung, öffentlicher Verwaltung sowie Praxis, die kein spezifisches Agieren von Sozialgenossenschaften in der Krise sehen, äußern sich nicht spezifischer zu den einzelnen Punkten. So wird, wie auch in den Branchen davor, lediglich darauf verwiesen, dass kein Unterschied besteht bzw. kein spezifisches Agieren sichtbar ist, da alle Unternehmen den gleichen Rahmenbedingungen unterliegen bzw. da ein Großteil der Sozialeinrichtungen in der Krise ohnehin schließen musste, weshalb ein Unterschied nicht ersichtlich ist.

Zusammenfassend ist die Anzahl derjenigen, die Unterschiede zwischen Genossenschaften und anderen Rechtsformen sehen bzw. nicht sehen, ausgewogen. Wieder einmal dominieren bei den Unterschieden die genossenschaftlichen Prinzipien wie Solidarität.

xii. Kunst und Kultur

Wie Tabelle 4.1 – 47 zeigt, beantworten 38% aller teilnehmenden Expertinnen und Experten in der 1. Runde bzw. 42% die Frage in der 2. Runde nicht.

	Anzahl gesamt 1. Runde		Forschung 1. Runde		Praxis 1. Runde		k.A. 1. Runde		Anzahl gesamt 2. Runde		Forschung 2. Runde		Praxis 2. Runde		k.A. 2. Runde	
Ja	9	24%	3	30%	6	25,00%	0	0%	6	18%	2	17%	4	19%	0	0%
Nein	9	24%	2	20%	7	29,17%	0	0%	9	26%	3	25%	6	29%	0	0%
teils-teils	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
weiß nicht	5	14%	2	20%	3	12,50%	0	0%	4	12%	2	17%	2	10%	0	0%
keine Antwort	14	38%	3	30%	8	33,33%	3	100%	15	44%	5	42%	9	43%	1	100%
	37		10		24		3		34		12		21		1	

Tabelle 4.1 – 47: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – Kunst und Kultur

Im Bereich Kunst- und Kulturgenossenschaften lassen sich in der 1. Runde ebenfalls jeweils 24% der Antworten der teilnehmenden Expertinnen und Experten unter „ja“ und „nein“ zusammenfassen. 14% antworten mit „weiß nicht“. In der 2. Runde fällt der Anteil an „ja“-Stimmen um 6 Prozentpunkte auf 18%. Der Anteil der „nein“-Stimmen steigt leicht auf 26%, „weiß nicht“ leicht auf 17%.

Im Bereich Kunst und Kultur liegt die Anzahl an Expertinnen und Experten mit hohem Fachwissen, die sich spezifisch äußern, unter fünf Teilnehmenden, weshalb auf eine gesonderte Darstellung verzichtet wird.

a) Pro-Argumente bei Unterschieden in Kunst und Kultur „ja“

- Pro-Expertenaussagen aus Forschung und öffentlicher Verwaltung

Die Antworten der Expertinnen und Experten, die einen Unterschied zwischen Kunst- und Kulturgenossenschaften und anderen Unternehmen bzw. Einrichtungen derselben Branche sehen, begründen ihre Antwort neben dem Förderauftrag mit einem vermehrten Austausch und gemeinsamen Lobbying, sprich einer höheren Solidarität untereinander, aber auch mit Kunst- und Kulturgenossenschaften als politische Initiative.

- Pro-Expertenaussagen aus der Praxis

Von der Praxis werden ebenfalls die Solidarität bzw. der Zusammenhalt untereinander als wesentlicher Unterschied herausgestellt, die dabei helfen können, die Public Relation zu verbessern bzw. durch die Bündelung der Interessen mit einer stärkeren Stimme gesprochen werden kann. Allerdings wird auch auf die Abhängigkeit von rechtlichen Rahmenbedingungen verwiesen, von denen Genossenschaften im Kunst- und Kulturbereich betroffen sind. Auch die Chance auf Genosschaftsneugründungen werden genauso wie der Förderauftrag und die Risikostreuung erwähnt.

b) Contra-Argumente bei Unterschieden in Kunst und Kultur „nein“

Die Expertinnen und Experten aus Forschung, öffentlicher Verwaltung und Praxis, die kein spezifisches Agieren von Genossenschaften im Kunst- und Kulturbereich in der aktuellen Krise sehen, nehmen wie bei den Branchen nicht ausführlich Stellung. So wird lediglich darauf verwiesen, dass kein Unterschied besteht bzw. kein spezifisches Agieren sichtbar ist, da alle Unternehmen den gleichen Rahmenbedingungen unterliegen.

Zusammenfassend überwiegen geringfügig die Aussagen derer, die keine Unterschiede zwischen Genossenschaften und anderen Einrichtungen im Kunst- und Kulturbetrieb sehen. Für Genossenschaften sprechen Solidarität, gemeinsamen Auftreten und Risikostreuung.

xiii. Infrastruktur

Tabelle 4.1 – 48 zeigt eine geringe und rückläufige Antwortquote von 59% auf 53%, der Anteil von Expertinnen und Experten aus dem Bereich Forschung und öffentliche Verwaltung, die sich in der 2. Runde nicht mehr beteiligten, liegt bei 50%.

	Anzahl gesamt 1. Runde		Forschung 1. Runde		Praxis 1. Runde		k.A. 1. Runde		Anzahl gesamt 2. Runde		Forschung 2. Runde		Praxis 2. Runde		k.A. 2. Runde	
Ja	8	22%	2	20%	6	25,00%	0	0%	4	12%	0	0%	4	19%	0	0%
Nein	10	27%	2	20%	8	33,33%	0	0%	11	32%	4	33%	7	33%	0	0%
teils-teils	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
weiß nicht	4	11%	2	20%	2	8,33%	0	0%	3	9%	2	17%	1	5%	0	0%
keine Antwort	15	41%	4	40%	8	33,33%	3	100%	16	47%	6	50%	9	43%	1	100%
	37		10		24		3		34		12		21		1	

Tabelle 4.1 – 48: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – Infrastruktur

Von den teilnehmenden Expertinnen und Experten antworten in der 1. Runde 22% mit „ja“, 27% mit „nein“. In der 2. Runde verschieben sich die Antworten zu Gunsten der Contra-Argumente. So stimmen nur mehr 12% aller Expertinnen und Experten mit „ja“, 32% der gegebenen Antworten lassen sich unter „nein“ zusammenfassen. Interessant ist dabei, dass in der 2. Runde keine Person aus dem Bereich Forschung und öffentliche Verwaltung mit „ja“ stimmt.

Im Bereich Infrastruktur liegt die Anzahl an Expertinnen und Experten mit hohem Fachwissen, die sich spezifisch äußern, unter fünf Teilnehmenden, weshalb auf eine gesonderte Darstellung verzichtet wird.

- a) Pro-Argumente bei Unterschieden in der Infrastruktur „ja“
- Pro-Expertenaussagen aus Forschung und öffentlicher Verwaltung

Neben dem Argument, dass bei Infrastrukturgenossenschaften der Förderauftrag im Vordergrund steht und nicht die Gewinnmaximierung, wird als zweiten Punkt der Bereich Ausschreibungen genannt.

- Pro-Expertenaussagen aus der Praxis

Die Expertinnen und Experten aus der Praxis sehen als wesentlichen Unterschied die langfristige Ausrichtung, aber auch das Wirken von Infrastrukturgenossenschaften als Nahversorger. Zudem wird dem Bereich ein Zukunftspotenzial, auch mit Chancen für Genossenschaftsneugründungen, unterstellt. Insgesamt bleiben die Antworten eher oberflächlich.

- b) Contra-Argumente bei Unterschieden in der Infrastruktur „nein“

Die Expertinnen und Experten aus Forschung, öffentlicher Verwaltung und Praxis, die kein spezifisches Agieren von Infrastrukturgenossenschaften in der aktuellen Krise sehen, nehmen keine ausführliche Stellung zu einzelnen Punkten. So wird, wie auch in den Branchen davor, lediglich darauf verwiesen, dass kein Unterschied besteht bzw. kein spezifisches Agieren sichtbar ist, da alle Unternehmen den gleichen Rahmenbedingungen unterliegen.

Zusammenfassend wird eindeutig kein Unterschied zwischen Genossenschaften und anderen Rechtsformen gesehen, wobei keine aussagekräftigen Begründungen für diese Einschätzung gegeben werden.

xiv. Energie

Wie Tabelle 4.1 – 49 zeigt, bleibt die Antwortquote mit 68% zwischen den beiden Delphi-Runden gleich und zeigt ein höheres Interesse als die Branchen davor.

	Anzahl gesamt 1. Runde		Forschung 1. Runde		Praxis 1. Runde		k.A. 1. Runde		Anzahl gesamt 2. Runde		Forschung 2. Runde		Praxis 2. Runde		k.A. 2. Runde	
ja	9	24%	2	20%	7	29,17%	0	0%	12	35%	3	25%	9	43%	0	0%
nein	14	38%	3	30%	11	45,83%	0	0%	9	26%	3	25%	5	24%	1	100%
teils-teils	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
weiß nicht	2	5%	2	20%	0	0,00%	0	0%	2	6%	2	17%	0	0%	0	0%
keine Antwort	12	32%	3	30%	6	25,00%	3	100%	11	32%	4	33%	7	33%	0	0%
	37		10		24		3		34		12		21		1	

Tabelle 4.1 – 49: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – Energie

Zwischen 1. und 2. Runde kommt es zu einem Meinungswechsel. Stimmen in der 1. Runde noch 38% aller Expertinnen und Experten mit „nein“ und 24% mit „ja“, so dreht sich dieser Wert in der 2. Runde fast um. Jetzt erkennen 35% aller Expertinnen und Experten Unterschiede, nur 26% keine. Dabei verändern sich vor allem die Antworten der Expertinnen und Experten aus der Praxis von 29,17% in der 1. Runde und 43% in der 2. Runde.

	Anzahl gesamt 1. Runde		Forschung 1. Runde		Praxis 1. Runde		k.A. 1. Runde		Anzahl gesamt 2. Runde		Forschung 2. Runde		Praxis 2. Runde		k.A. 2. Runde	
ja	3	60%	0	0%	3	75,00%	0	0%	2	67%	1	50%	1	100%	0	0%
nein	2	40%	1	100%	1	25,00%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
teils-teils	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
weiß nicht	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
keine Antwort	0	0%	0	0%	0	0,00%	0	0%	1	33%	1	50%	0	0%	0	0%
	5		1		4		0		3		2		1		0	

Tabelle 4.1 – 50: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – ExpertInnen (Energie)

Die Antworten der Expertinnen und Experten mit hoher Expertise im Bereich der Energiegenossenschaften sind im Vergleich zu zur Gesamtansicht aller Expertinnen und Experten deutlich positiver. So lassen sich in der 1. Runde 60% aller Antworten mit „ja – es gibt Unterschiede“ subsumieren, wobei die Expertinnen und Experten aus der Praxis deutlich positiver sind (75%). In der 2. Runde nehmen nur mehr drei Expertinnen und Experten an der Befragung teil.

a) Pro-Argumente bei Unterschieden in der Energiewirtschaft „ja“

- Pro-Expertenaussagen aus Forschung und öffentlicher Verwaltung

Von den Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung werden als Unterschied zwischen Infrastrukturgenossenschaften von Unternehmen derselben Branche in der Krise neben der Regionalität auch der Vertrieb und der Leistungsbezug genannt, ebenso der Förderauftrag und eine Betonung von Nachhaltigkeit.

- Pro-Expertenaussagen aus der Praxis

Expertinnen und Experten aus der Praxis nennen vor allem die gemeinschaftliche Selbsthilfe als wesentliches Unterscheidungsmerkmal. So käme es etwa zu keiner Fremdbestimmung, der Zusammenschluss würde gestärkt und es käme etwa bei Bürgergenossenschaften zu mehr aktiver Einbindung der Bewohnerinnen und Bewohner in ein regionales Unternehmen bzw. einer aktiven Bürgerbeteiligung. Neben der Regionalität wird auch die Stabilität als Differenzierungsmerkmal identifiziert. Im Strombereich wird neben der Systemrelevanz und

engeren Kundenbeziehung als Unterschied der Strompreisvorteil genannt, der an die Mitglieder weitergegeben wird.

b) Contra-Argumente bei Unterschieden in der Energiewirtschaft „nein“

Die teilnehmenden Expertinnen und Experten aus Forschung, öffentlicher Verwaltung und Praxis, die kein spezifisches Agieren von Energiegenossenschaften in der aktuellen Krise sehen, nehmen wie schon zuvor keine ausführliche Stellung und geben lediglich an, dass kein Unterschied besteht bzw. kein spezifisches Agieren sichtbar ist, da alle Unternehmen den gleichen Rahmenbedingungen unterliegen.

Zusammenfassend sehen mehr Expertinnen und Experten, v.a. aus der Praxis, im Bereich der Energiewirtschaft Unterschiede zwischen Genossenschaften und anderen Rechtsformen. Diese liegen in der Systemrelevanz, der Weitergabe der Preisvorteile und der Unabhängigkeit der Stromerzeugung.

Die Gesamtschau des Clusters über Unterschiede zwischen Genossenschaften und anderen Rechtsformen in der Krise zeigt eine sehr differenzierte Wahrnehmung der Expertinnen und Experten bzgl. der einzelnen Branchen, auch zwischen Forschung und öffentliche Verwaltung sowie Praxis.

4.1.5. Potenziale

Kapitel 4.1.5. fasst folgende Fragen der Delphi-Studie zusammen:

- Frage D.9: „Um die Krise zu bewältigen, werden neue Schwerpunktbereiche wie Klimaschutz, Digitalisierung und Regionalisierung genannt. Glauben Sie, dass Genossenschaften als Rechtsform davon profitieren?“
- Frage D.10: „Wo sehen Sie neue Potenziale für Genossenschaften in der aktuellen Krise? Welche?“
- Frage D.11: „Kann als eine Folge der Krise das genossenschaftliche Modell als ein Angebot insb. an Ein-Personen-Unternehmen (EPU) und Klein- und Mittlere Unternehmen (KMU) zur gemeinsamen Risikobewältigung empfohlen werden?“

Dieser Cluster geht der Frage nach, inwieweit die COVID-19 Krise für Genossenschaften nicht nur Gefahren, sondern auch Potenziale birgt. Denn wie sich in der Vergangenheit gezeigt hat, gehen mit großen Wirtschaftskrisen häufig auch gesellschaftliche Veränderungen einher, von denen Genossenschaften profitieren können. Siehe dazu auch Kapitel 2.

Frage D.9 – Profitieren Genos. von Klimaschutz, Digitalisierung und Regionalisierung?

Frage D.9 greift als Einstieg in den Potenziale-Cluster generelle Entwicklungstendenzen und Anforderungen an wirtschaftlich agierende Unternehmen auf und konzentriert sich auf die medial und politisch „gehypten“ Entwicklungen der Megatrends¹⁰⁷ Klimaschutz, Digitalisierung und Regionalisierung: Die Bedeutung von Klimaschutz ist nicht erst seit Greta Thunberg aktuell. Bereits der Club of Rome¹⁰⁸ hat den Zusammenhang von Wirtschaftswachstum und Klimawandel aufgegriffen und nachhaltiges Wirtschaften und Umweltschutz als einzige Überlebenschance für unsere Erde nachgewiesen. Internationale Umsetzungsversuche wie das Kyoto-Protokoll (1998)¹⁰⁹ und folgend das Pariser Abkommen (2015)¹¹⁰ wurden initiiert, doch stehen einer konsequenten Umsetzung häufig wirtschaftliche Interessen und politischer Widerstand einflussreicher Wirtschaftsnationen gegenüber, insbesondere, da der konventionellen Wirtschaft in Bezug auf eine stärkere Ökologisierung große Umbrüche prognostiziert werden.¹¹¹ Genossenschaften werden beim Klimaschutz insofern eine Vorbildrolle und folglich besondere Zukunftschancen zugesprochen, als sie im Sinne weltweiter Ziele und ihrer Werte (siehe Kapitel 4.1.2.) langfristige, nachhaltige Strategien verfolgen und regional agieren.¹¹² Die Bedeutung der Regionalisierung als

¹⁰⁷ Zur Entwicklung von Megatrends siehe Naisbitt 1982; sie finden auch in der fachspezifischen und interdisziplinären Wissenschaft Widerhall.

¹⁰⁸ Siehe Meadows et al. 1972

¹⁰⁹ Kyoto-Protokoll 1998

¹¹⁰ Paris Agreement 2015

¹¹¹ Siehe z.B. Brand 2012; Flipo & Schneider 2008; Georgescu-Roegen 1993

¹¹² Von Blanckenburg 2014 streicht die Bedeutung der Partizipation für den Umweltschutz hervor, Wloch 2014 präsentiert Fallbeispiele von gelungenem Umweltschutz in Genossenschaften. Die genossenschaftliche Literatur ist sehr branchenspezifisch, einen guten Literaturüberblick geben z.B. im Bereich Wohnen und Bauen Lechner et al. 2015, Landwirtschaft Riegler 2014 oder Energie Henkel 2018.

Gegenbewegung zur Globalisierung ist so alt wie die Globalisierungskritik selbst,¹¹³ als Kernprinzip von Genossenschaften ist sie eine ihrer stärksten Wettbewerbsvorteile (siehe Kapitel 4.1.2.). Bezüglich Digitalisierung als einem weiteren Megatrend stehen Genossenschaften allerdings nicht an der Spitze der Bewegung¹¹⁴, ihre diesbezüglichen Potenziale sind eher in die Richtung zu hinterfragen, dass es hier Aufholbedarf gegenüber gewinnorientierten Unternehmen gibt bzw. dass sie unbelastet von alten Erfahrungen neue Konzepte entwickeln können¹¹⁵ (siehe im Detail Kapitel 4.1.8.).

Um die Einstellung der Expertinnen und Experten diesen großen Trends gegenüber einzuholen, wurde die Frage gestellt, in welchen dieser Bereiche sie eine Profilierungsmöglichkeit von Genossenschaften sehen. Abbildung 4.1 – 19 und Abbildung 4.1 – 20 präsentieren die Antworten der Expertinnen und Experten in der 1. und 2. Runde der Delphi-Studie. Die Antwortquote liegt in beiden Runden bei 100%, was die Bedeutung und die explizite Meinung der Befragten dazu verdeutlicht.

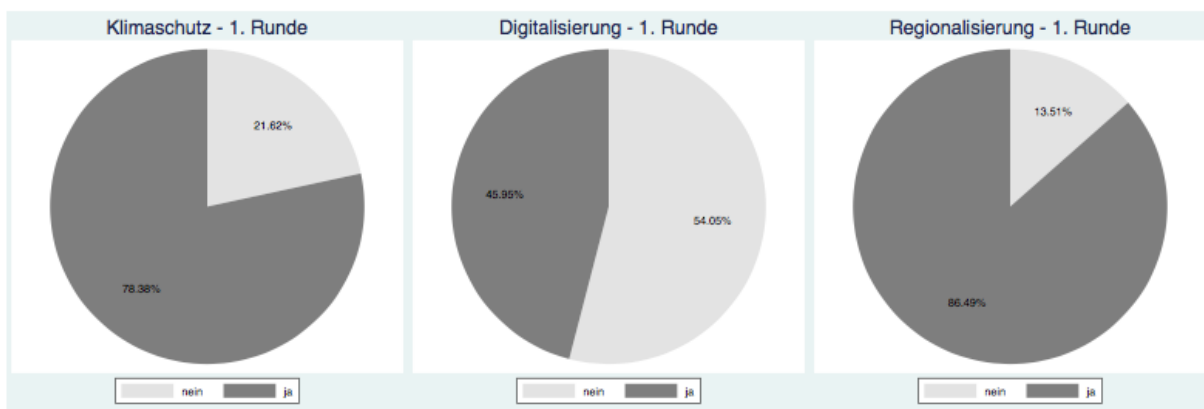


Abbildung 4.1 – 19: Neue Schwerpunkte als Potenziale – 1. Runde

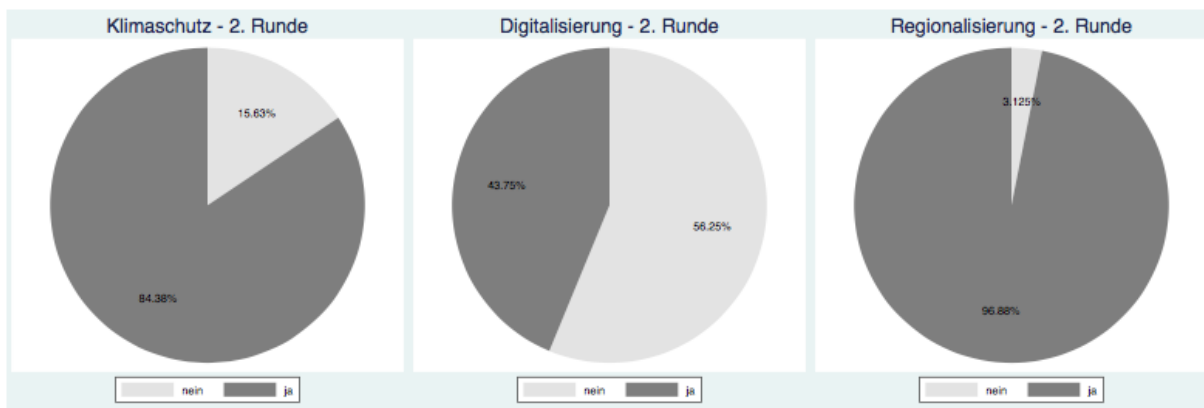


Abbildung 4.1 – 20: Neue Schwerpunkte als Potenziale – 2. Runde

Im Vergleich von 1. und 2. Delphi-Runde verändern sich die Ergebnisse nur gering, das Antwortverhalten in der 2. Runde ist als Konsolidierung und Festigung der Ergebnisse zu interpretieren. Das höchste Potenzial wird mit final über 96% in der Regionalisierung gesehen, gefolgt vom Klimaschutz mit 84%.

¹¹³ Ein sehr guter Überblick über Definitionen und Auswirkungen findet sich in Mittelstrass 1999; siehe auch Borrmann & Koopmann 1994; Krätke 1995

¹¹⁴ Siehe Peter & Jungmeister 2017

¹¹⁵ Ungewöhnlicher, interessanter Ansatz zu digitalen Geschäftsmodellen: Schlimbach 2020

Anders sieht es im Bereich der Digitalisierung aus. Hier sehen die Genossenschaftsexpertinnen und -experten derzeit keine Profilierungsmöglichkeit. So stimmen in der 1. Runde 54% mit „nein“, in der 2. Runde nimmt der Wert leicht auf 56% zu. Diese Antwort ist v.a. in Zusammenhang mit dem Cluster Digitalisierung (siehe Kapitel 4.1.8.) verwunderlich, in dem Digitalisierung als Notwendigkeit erachtet wird. Zu interpretieren ist dieses Ergebnis in dem Sinne, dass Digitalisierung kein Potenzial per se darstellt, sondern künftig ein standardisiertes Prozess- und Produktionsinstrument. Alle diesbezüglichen Ergebnisse sind über Branchen und Expertenstatus hinweg stabil.

Frage D.10 – Genossenschaftliche Potenziale in der aktuellen Krise

Frage D.10 „Wo sehen Sie neue Potenziale für Genossenschaften in der aktuellen Krise? Welche?“ baut auf den generellen Entwicklungstendenzen auf und vertieft nun die Frage, wo genau Potenziale für Genossenschaften aufgrund der aktuellen Krise liegen könnten. Die theoretische Aufarbeitung wurde bereits in Kapitel 2 diskutiert, daher liegt die Konzentration im Folgenden auf den einzelnen Branchen, da sich hier – erwartungsgemäß – unterschiedliche Möglichkeiten eröffnen. Die Fragen sind offen konzipiert, um die Expertinnen und Experten in der 1. Runde nicht durch Vorgaben implizit zu beeinflussen, sondern spontan Potenziale aus ihrer Sicht aufzudecken, in der 2. Runde wurden die in der 1. Runde genannten Potenziale in einer Gesamtschau gelistet. Die Antworten bezogen sich sowohl auf neue Geschäftsfelder als auch auf neue Zugänge im Management und gegenüber Kunden.

Bei der Beantwortung der Potenziale in einzelnen Branchen gibt es Expertinnen und Experten, die sich zwar äußern, aber nicht näher auf die einzelne Branche eingehen. Antworten, die darunter fallen, sind etwa „kaum“ oder „nein“. Diese Aussagen werden bei der branchenspezifischen Auswertung nicht weiter herangezogen.

i) Bank & Finanzdienstleistungen

In der 1. Runde äußern sich 73% aller Genossenschaftsexpertinnen und -experten zu den Potenzialen im Bereich Bank & Finanzdienstleistungen, wobei 65% aller antwortenden Expertinnen und Experten konkrete Handlungsfelder angeben. So sehen 39% wesentliche Potenziale, die in der aktuellen Krise liegen, in einer noch besseren Beratung, die mit wenig Bürokratie auskommt, einer nachhaltigen Veranlagung für Kunden und einer verbesserten Kundennähe. Weitere 26% betonen, dass es wichtig sei, die Vorteile der Genossenschaft besser zu kommunizieren, klarer zu machen, was eine Genossenschaftsbank ausmacht, und diese Werte auch zu leben. Weitere Punkte sind Verlässlichkeit und mehr Solidarität bzw. Umsetzung des Förderzwecks. Potenziale für neue bzw. zu verstärkende Geschäftsfelder sehen die Expertinnen und Experten weiters in einer stärkeren Ausrichtung auf Investitionen in Klimaschutz und regionales Wirtschaften, Finanzierung staatlicher Einrichtungen, wie Gemeinden, neuen Finanzierungsmöglichkeiten (Crowdfunding, Anleihen) und insgesamt einem guten und unbürokratischen Zugang zu Finanzierungen. Der Bereich Digitalisierung wird von 13% der Expertinnen und Experten genannt, wobei die Verlässlichkeit vor Ort und damit die Regionalität nicht verloren gehen sollte.

In der 2. Delphi-Runde äußern sich insgesamt 56% aller befragten Personen, 41% geben spezifische Antworten an. Dabei werden von 57% der spezifisch antwortenden Personen der Bereich Kundennähe und eine möglichst unbürokratische Kreditvergabe als wesentliches Potenzial genannt. 29% der konkret antwortenden Expertinnen und Experten nennen den Bereich Regionalität und eine stärkere Betonung, dass die Genossenschaftsbank als Bank vor Ort tatsächlich den Menschen aus der Region gehört, als eines der wesentlichen Potenziale, das sich aus der aktuellen Krise ergibt. Auch die Bereiche Digitalisierung, Green Finance und Verlässlichkeit werden als Potenziale hervorgehoben.

ii) Wohnen

In der 1. Runde äußern sich 59% aller Genossenschaftsexpertinnen und -experten zu den Potenzialen im Bereich Wohnen, wobei 43% aller antwortenden Expertinnen und Experten konkrete Handlungsfelder angeben. Als zentral wird von 31% dieser Expertinnen und Experten

die Sicherheit genannt, die durch genossenschaftliche Wohngenossenschaften erwächst. Als wesentliches Unterscheidungsmerkmal werden dabei unbürokratische Mietstundungen und Ratenzahlungen hervorgehoben, die Wohngenossenschaften von Privatvermietern oder anderen institutionellen Vermieter unterscheiden. Auch die Vermeidung von Delogierungen wird in Zuge dessen hervorgebracht. Als weiteres wesentliches Potenzial wird von 31% die Forcierung des leistbaren, genossenschaftlichen Wohnens und damit eine stärkere Positionierung als Alternative zum privaten Wohnungsmarkt aufgezeigt. So wird in einer Antwort der gemeinnützig Wohnbau „*als das nachhaltige, resiliente Gegenmodell zum spekulativen Investorenbau*“ bezeichnet, der „*als verlässlicher Partner für die Mitglieder profilieren und als Wirtschaftsmotor (antizyklische Investitionen)*“ fungieren kann. Weiters werden als Potenzial die stärkere Bewusstseinsmachung der Miteigentümerschaft des Kunden, aber auch die bessere Kenntnis der individuellen Bedürfnisse der Wohngenossenschaftsmitglieder angeführt. Als weiteres Potenzial wird der gemeinschaftliche Aspekt des Wohnens erwähnt, der in der Krise neue Solidaritäten hervorbrachte, wie etwa die Stärkung von Hausgemeinschaften, auf die aufgebaut werden kann. Auch die Wichtigkeit für Wohnen und einer guten Wohnqualität wurde insbesondere für Jüngere durch die lange Phase des Lockdowns bewusster, ein zusätzliches Potenzial für Wohngenossenschaften.

In der 2. Delphi-Runde äußern sich insgesamt 59% aller befragten Personen, 50% geben spezifische Antworten. Es kommt zu einer Bündelung der Aussagen im Bereich des leistbaren Wohnens, das 59% dieser Expertinnen und Experten als eines der wesentlichen Potenziale für Wohngenossenschaften sehen. Die Verwertung von Leerständen, das betreute Wohnen und mehr Investitionen in Haus und Garten werden von 18% als wesentlich bezeichnet. Ebenfalls 18% sagen, das der Schutz des Immobilienbestandes gegen Privatisierungen bzw. eine bessere Positionierung gegenüber dem profitorientierten Sektor und eine Übernahme sozialer Verantwortung für Mitglieder in der Krise Potenziale für Wohnbaugenossenschaften birgt. Weiters werden Marktwachstum, antizyklische Investitionen und das Gemeinnützigkeitsprinzip vorgebracht.

iii) Bauwirtschaft

In der 1. Runde äußern sich 57% aller befragten Genossenschaftsexpertinnen und -experten zu den Potenzialen im Bereich Bauwirtschaft, wobei 35% aller antwortenden Expertinnen und Experten konkrete Handlungsfelder angeben. Dabei werden von 23% die Regionalität und die Kooperation regionaler Unternehmerinnen und Unternehmer genannt, die eine Wertschöpfung vor Ort ermöglichen und dem Billigbau mit „Ausbeuterunternehmen“ entgegenstehen. Ebenfalls 23% identifizieren eine verstärkte Digitalisierung als Potenzial. Ein weiteres Potenzial wird darin gesehen, dass sich die Baugenossenschaften stärker als Alternative zu investorengetriebener Stadt- und Siedlungsentwicklung positionieren, mehr leistbares Wohnen forcieren und ökologisches Bauen unterstützen, sprich eine Ausrichtung an der Umwelt und der Verwendung von umweltfreundlichen Baumaterialien. Auch der Zusammenschluss von KMUs wird betont.

In der 2. Delphi-Runde äußern sich insgesamt 57% aller befragten Personen, 29% gehen konkret auf neue Potenziale ein. Dabei erweisen sich die Themen leistbares Wohnen und Ökologie als wesentlich. Auch Regionalität, Kooperation, Digitalisierung und das Herausarbeiten der sozialen Aspekte wie bessere Arbeitsbedingungen werden thematisiert.

iv) Landwirtschaft – Ein- und Verkauf

In der 1. Runde äußern sich 57% aller befragten Genossenschaftsexpertinnen und -experten zu den Potenzialen im Bereich Landwirtschaft – Ein- und Verkauf, wobei 49% aller Antworten konkret auf neue Potenziale eingehen. Von 50%, also etwas über der Hälfte aller konkret antwortenden Expertinnen und Experten, werden der Bereich Regionalität und das Betonen der regional erzeugten Produkte als großes Potenzial gesehen, insbesondere zur Gewährleistung der Versorgungssicherheit. In Zuge dessen wird auch auf die Direktvermarktung, etwa im Rahmen von Foodcoops, Lieferdiensten oder anderen Abholmöglichkeiten, verwiesen. Weiters wird darauf eingegangen, dass in der besseren Vermittlung der Miteigentümerschaft des Kunden bei landwirtschaftlichen Genossenschaften im Ein- und Verkauf ein Potenzial liegt, genauso wie in der Vermittlung des Förderauftrags, das die Förderung der Mitglieder ins Zentrum stellt. Auch die Bewusstseinsmachung der Vorteile landwirtschaftlicher Genossenschaften wird erwähnt. Als weiteren großen Punkt wird die Digitalisierung genannt, die auch im Ein- und Verkauf für landwirtschaftliche Genossenschaften große Potenziale birgt.

In der 2. Runde konsolidiert sich das Ergebnis rund um die Regionalität und die Unterstreichung der regionalen Produkte. Von den 56% der teilnehmenden Expertinnen und Experten, von denen 50% in der 2. Runde spezifisch auf die Potenziale eingehen, erwähnen 76% die Regionalität als eines der großen Potenziale, das sich in der Krise für landwirtschaftliche Genossenschaften im Ein- und Verkauf ergeben hat. Als weitere Teilpunkte wird dabei auf mehr Biolebensmittel, der Hebung der Stärke des regionalen Kreislaufes, der Nachhaltigkeit und auf regionale Direktvermarkter eingegangen. Weitere Themen sind die Stärkung der Wettbewerbsposition der Mitglieder, die Digitalisierung und Markt- und Preisstabilisierung.

v) Landwirtschaft – Verwertung

In der 1. Runde äußern sich 54% aller befragten Genossenschaftsexpertinnen und -experten zu den Potenzialen im Bereich Landwirtschaft – Verwertung, 46% der teilnehmenden Expertinnen und Experten spezifisch zu den Potenzialen. Der wesentlichste Bereich ist wie auch bei der vorherigen Unterfrage zum Ein- und Verkauf landwirtschaftlicher Erzeugnisse das Thema Regionalität. Die Forcierung dessen wird von 41% aller spezifisch antwortenden Expertinnen und Experten als wesentliches Potenzial genannt. Unter Regionalität fallen dabei unter anderem regionale Zusammenschlüsse und Produkte. 18% der Expertinnen und Experten sehen ein Potenzial in der stärkeren Hervorhebung als sicherer Lebensmittelversorger, was mit einer Bewusstseinsbildung um den Wert und Vorteil landwirtschaftlicher Genossenschaften im Bereich der Verwertung einhergeht. Weitere Punkte sind neben der Digitalisierung die Aufnahme von Waren, auch wenn sie noch nicht verwertet werden können, sprich die Genossenschaft nimmt damit eine gewisse Kreditfunktion für die Mitglieder ein. Weiters wird auf die Marktstabilisierung durch Lager, Kontaktwesen und Mengensteuerung eingegangen.

In der 2. Delphi-Runde äußern sich insgesamt 50% aller befragten Personen, 47% aller Experten und Expertinnen spezifisch. Von einer Mehrheit (63%) aller konkret antwortenden Expertinnen und Experten wird das Thema Regionalität als eines der größten Potenziale genannt, das sich aus der aktuellen Krise ergibt. Unter den Oberbegriff „Regionalität“ fallen etwa die Betonung der ökologischen Nachhaltigkeit, der Direktvertrieb oder die Schaffung von „Bewusstsein für Regionales aus der Hand von Betrieben aus der Region“. Als neue Absatzkanäle werden etwa Gesundheitsprodukte genannt, aber auch Foodcoops, neue Konzepte kleiner Shops ohne Personal oder Online-Services.

vi) Landwirtschaft – Nutzung

In der 1. Runde äußern sich 51% aller befragten Genossenschaftsexpertinnen und -experten zu den Potenzialen im Bereich Landwirtschaft – Nutzung, 41% aller befragten Expertinnen und Experten antworten spezifisch. Auch hier wird für Genossenschaften im Bereich der gemeinsamen Nutzung landwirtschaftlicher Anlagen und Maschinen der Bereich Regionalität von 47% aller konkret antwortenden Personen als größtes Potenzial, das sich in der aktuellen Krise ergibt, genannt. Darunter fallen neben dem Nachhaltigkeits- und Umweltaspekt auch die Stärkung der Regionalität bzw. ein solides lokales Netzwerk. Auch der Ausbau der Unabhängigkeit von globalen Wirtschaftskreisläufen wird als neues Potenzial thematisiert, ebenso die Wichtigkeit des Nutzens von Anlagen und Maschinen, weniger deren Besitz, was auch aus Nachhaltigkeitsgesichtspunkten zukunftsweisend ist. Als weitere Potenziale werden Marktstabilisierung, Arbeitskräfte und Digitalisierung genannt.

In der 2. Delphi-Runde nehmen 50% aller befragten Expertinnen und Experten teil, 44% gehen spezifisch auf neue Potenziale ein. Dabei birgt, wie auch in der Frage zuvor, der Bereich Regionalität für 67% der spezifisch antwortenden Expertinnen und Experten das größte Potenzial. In Zuge dessen wird auf neue Konzepte der Flächennutzung und einer Reduktion von Monokulturen verwiesen. Aber auch die ökologische Nachhaltigkeit als solche wird als Potenzial ausgemacht, genauso wie die Schaffung von mehr Bewusstsein für Regionales. Als weitere Potenziale erkennt man zielgerichtete Serviceleistungen, eine größere Kooperation und Risikostreuung, aber auch die Stärkung der eigenen Position im Lebensmittelhandel.

vii) Vertrieb

In der 1. Runde äußern sich 59% aller Genossenschaftsexpertinnen und -experten zu den Potenzialen im Bereich Vertrieb, 46% geben in der 1. Runde spezifische Antworten. Neben der stärkeren Betonung der Nachhaltigkeit sehen 41% der konkret antwortenden Genossenschaftsexpertinnen und -experten vor allem die Digitalisierung als das wesentliche Potenzial, wobei der Fokus auf digitale Vertriebsformen zentral ist. Im Bereich der Regionalität werden als Potenziale die Entwicklung nachhaltiger/fairer Sortimente, der Regionalbezug, Ab-Hof-Verkauf und eine stärkere Orientierung am Umweltschutz bzw. der Region genannt. Auch die Schaffung von einem größeren Bewusstsein für den Vorteil der genossenschaftlichen Wirtschaftsform und damit das Aufzeigen von „Genossenschaften als Alternative zu konventionellen Unternehmen, die weniger soziale Absicherung und Mitsprache bieten“, werden hervorgehoben.

In der 2. Runde nehmen insg. 47% aller Expertinnen und Experten teil. Davon äußern sich 32% konkret zu neuen Potenzialen. Dabei wird von 45% die Regionalität als größtes Potenzial genannt. Damit kommt es zu einer Abweichung im Vergleich zur 1. Runde, in der die Digitalisierung noch an 1. Stelle stand. Als neue Potenziale werden in der 2. Runde regionale Direktvermarkter, die Unterstreichung des regionalen Bezugs der Produkte oder die Nähe zu den Verbraucherinnen und Verbrauchern genannt. Die Digitalisierung wird von 36% aller konkret antwortenden Expertinnen und Experten als wesentliches Potenzial bezeichnet. Angeführt werden etwa die Schaffung digitaler Plattformen oder Pools zur gemeinsamen Vermarktung. Weitere Punkte sind Werteorientierung, Begeisterung und Leidenschaft sowie Mitgliederförderung und mehr Kooperation.

viii) Konsum

In der 1. Runde äußern sich 59% aller Expertinnen und Experten, insg. 43% antworten spezifisch zu den Potenzialen im Bereich der Konsumgenossenschaften. Dabei ist für 44% die Regionalität einer der wesentlichsten Bereiche, der neue Potenziale für Konsumgenossenschaften eröffnen könnte. Dazu zählen etwa die Entwicklung nachhaltiger/fairer Sortimente oder die stärkere Berücksichtigung/Aufnahme regionaler Produkte. An zweiter Stelle (31%) steht, wie auch bei den vorherigen Fragen, die Digitalisierung, die es erlaubt, Angebote zu entwickeln, die über den stationären Vertrieb hinausgehen und regionale Anbieter involvieren. Ein weiterer Punkt ist die Forcierung von Hauszustellungen. Darüber hinaus sind eine stärkere Berücksichtigung von Einkaufsgenossenschaften, die es erlauben, stärkeren Druck auf die Preise auszuüben, sowie die Schaffung eines Bewusstseins, was Konsumgenossenschaften bewirken können, aufgelistet.

In der 2. Delphi-Runde äußern sich 50% aller Expertinnen und Experten, 35% nehmen spezifisch Stellung. Hier kommt es zu einer Konsolidierung hin zum Thema Regionalität, das neue Geschäftsfelder erschließen könnte und erlaubt, über neue Vertriebsplattformen wie regionale Direktvermarkter regionale Produkte zu vermarkten. Weitere Punkte sind die Mitgliederförderung und mehr Kooperation, verstärkte Kundenorientierung sowie der Ausbau von Bau- und Gartenmärkten.

ix) Dienstleistung

In der 1. Runde äußern sich 54% aller Expertinnen und Experten, insg. 41% geben spezifische Antworten. Dabei ist der Zusammenschluss selbstständig tätiger UnternehmerInnen bzw. KMUs zur Minimierung der Verwaltungskosten sowie zur „*betriebswirtschaftlichen Unterstützung kleinerer Betriebe*“ nach der Digitalisierung eine der zentralen Aussagen. Weiters wird auf Genossenschaften zur Selbsthilfe von Arbeitslosen und Ärztengenossenschaften eingegangen. Auch die regionale Nähe, die durch kleine Genossenschaften entsteht, bzw. Regionalität als solches werden erwähnt, wobei allerdings darauf hingewiesen wird, dass sich Dienstleistungsgenossenschaften „*von anderen [Marktteilnehmern] unterscheiden*“ müssen.

In der 2. Delphi-Runde nehmen insg. 47% aller befragten Personen teil, 38% antworten konkret. Dabei wird, anders als in der 1. Runde, von 31% aller antwortenden Expertinnen und Experten „*mehr Kooperation*“ als wesentliches Potenzial, etwa zur Risikostreuung, genannt. Darüber hinaus wird das „*Denken neuer Strukturen [für Dienstleistungsgenossenschaften] und deren Umsetzung*“ erwähnt. Ein weiterer Bereich zur Erschließung neuer Geschäftsfelder ist die Digitalisierung. Weiters wird auf die neue Aufgabenvielfalt von Dienstleistungsgenossenschaften aufgrund der geänderten Rahmenbedingungen verwiesen. Neue Bereiche eröffnen sich dabei, laut Aussage der Expertinnen und Experten, als Alternative zu EPUs, in den Bereichen Pflege und Soziales sowie allgemein zum Thema Regionalität, da Dienstleistungsgenossenschaften über die größten Kenntnisse zu lokalen und regionalen Bedarfen verfügen.

x) Gewerbe, Produktion und Handwerk

In der 1. Delphi-Runde nehmen 51% aller Expertinnen und Experten teil, wobei sich 35% spezifisch äußern. Dabei werden die „*verstärkte Zusammenarbeit über Schaffung von Plattformen*“, das „*Vorziehen von Aufträgen*“ oder die „*Digitalisierung im Einkauf und Auftragsmanagement*“ als konkrete Möglichkeiten genannt, die es erlauben, aus der Krise Potenziale zu schöpfen. Weiters werden der Regionalbezug und die Nachhaltigkeit, die Wichtigkeit der „*Vor-Ort-Präsenz*“ und den „*Zusammenschluss der KMUs*“, um gegen Konzerne besser Bestand zu haben, genannt.

In der 2. Delphi-Runde äußern sich 44% aller befragten Personen, 29% nehmen konkret Stellung. Als zentrale Aussagen werden dabei „*Plattformen und Verbund intensiver nutzen*“, „*Mitgliedern und Kunden das Gefühl der Sicherheit durch getroffene Maßnahmen geben*“ oder die „*Solidarität durch die Genossenschaftsidee*“ genannt. Weiters wird auf eine engere Kooperation und Mitgliederförderung eingegangen. Als konkrete Handlungsanweisung wird erwähnt, dass die Baudienstleistungen auszubauen seien.

xi) Soziales

In der 1. Runde äußern sich 54% aller Genossenschaftsexpertinnen und -experten zu den Potenzialen im Bereich Soziales, 38% gehen konkret auf die Fragestellung ein, wobei die Expertinnen und Experten unter dem Bereich „Soziales“ nicht nur Sozialgenossenschaften, sondern auch den sozialen Charakter von Genossenschaften verstehen. So wird etwa auf die durch die Krise entstandenen neuen Solidaritäten eingegangen, auf die im Rahmen der genossenschaftlichen Kooperation weiter aufgebaut werden kann, etwa durch eine spezifische Rücksichtnahme auf die Bedürfnisse der Mitglieder. Auch werden Spezialangebote in der Krise im Bereich Soziales genannt, die neue Potenziale für Genossenschaften hervorbringen können. Im Bereich der Sozialgenossenschaften werden genossenschaftliche Formen erwähnt, die von der Krise betroffenen Personen in den Mittelpunkt stellen, z.B. armutsgefährdete Personen oder Familien.

In der 2. Runde nehmen insg. 50% der befragten Expertinnen und Experten teil, 35% antworten spezifisch. Dabei wird insbesondere auf den Mut zur Selbsthilfe und die neuen Arbeitsmodelle eingegangen, die für Klientinnen und Klienten im sozialen Bereich mehr Autonomie und Mitbestimmung ermöglichen. Dies erlaubt, dass der „*Mensch und seine Bedürfnisse wieder mehr in den Focus*“ rücken. Auch die bessere Vernetzung Betroffener durch genossenschaftliche Kooperationsformen wird thematisiert. Als weitere Bereiche, in denen Potenziale für Sozialgenossenschaften liegen, werden Arbeitslosengenossenschaften und Genossenschaften zur Armutsbekämpfung genannt. Zugleich wird gesagt, dass es „*ein Neues, aber schwierig zu meisterndes Gebiet für Genossenschaften*“ sei. Allgemein wird von den Expertinnen und Experten hervorgehoben, dass das soziale Engagement von Genossenschaften noch verstärkt werden sollte bzw. dass die Genossenschaft durch die Betonung des Gemeinsamen ohnehin einen sozialen Charakter hat.

xii) Kunst und Kultur

In der 1. Runde antworten 49% aller befragten Personen zur Frage nach Potenzialen im Bereich Kunst und Kultur, wobei sich lediglich 27% spezifisch äußern. Von ihnen wird etwa die unbürokratische Unterstützung für Künstlerinnen und Künstler genannt, die durch Kulturgenossenschaften möglich wird und dazu beiträgt, sich gegen Leistungsausfälle selbst abzusichern. Dies führt dazu, dass durch Kulturgenossenschaften eine „*Alternative zur Arbeit*“

als EPU“ entsteht. Eine Person sieht in dem Konzept einen „*Ansatzpunkt für neue Ideen auf allen Ebenen*“ der Kulturschaffenden. Weiters wird darauf eingegangen, dass Kulturgenossenschaften dabei helfen können, „*neue Kunst- und Kulturaktivitäten mit Hilfe der Digitalisierung anzubieten*“.

In der 2. Runde nehmen im Vergleich zur 1. Runde die mahnenden Stimmen zu, insbesondere zu den „*geringe[n] Möglichkeiten aufgrund staatlicher Einschränkungen*“ und der „*große[n] Abhängigkeit von Subventionen*“, weshalb nur „*schwache Impulse*“ in diesem Bereich zu erwarten sind. Weiters wird darauf hingewiesen, dass sich Kunstschaffende durch ihre Individualität auszeichnen, weshalb „*allenfalls in Verwaltungsangelegenheiten*“ genossenschaftliche Formen denkbar seien. Darüber hinaus wird auf den Absicherungscharakter durch Künstlergenossenschaften, die Möglichkeit, mehr Lobbying zu betreiben, und ein geschlossener Auftritt eingegangen. Insgesamt antworten hier 53% aller befragten Expertinnen und Experten, wobei sich 38% spezifisch äußern.

xiii) Infrastruktur

In der 1. Runde nehmen 51% aller befragten Personen teil, wobei sich 32% konkret äußern. Bei ihnen liegt der Fokus eindeutig auf der regionalen Versorgung, die als wesentliches neues Potenzial hervorgehoben wird. So wird etwa auf den Ausbau der Nahversorgung eingegangen, aber auch auf die Optimierung des regionalen und überregionalen Transits. Im Bereich der Digitalisierung sind der stärkere Ausbau und Etablierung Thema.

In der 2. Runde werden auch am häufigsten der Bereich Regionalität sowie Umweltschutz genannt, der etwa im Bereich des Carsharings ein „*lohnender Bereich*“ sei.

xiv) Energie

Von den 62% der antwortenden Expertinnen und Experten in der 1. Runde äußern sich 49% spezifisch. Dabei sieht man, wie auch in den meisten der hier behandelten Branchen, Regionalität und nachhaltige Versorgung als maßgeblich Potenziale. Zudem wird der Bereich grüne Energien angesprochen, der es erlaubt, dass „*regionale Energieversorger zur Erhöhung der Autonomie*“ beitragen und so ein höheres Maß an „*Unabhängigkeit von Öl, Gas, Kohle und Atom*“ entsteht. Energiegenossenschaften wird sogar zugesprochen, „*2 Fliegen auf einen Schlag zu fangen: Wirtschaftskrise und Klimakrise*“, die zur „*Förderung der Energiewende und innovativen Formen der Reduktion von Energieverbrauch (car sharing etc.)*“ beitragen. Auch im Bereich der Bürgerbeteiligung wird Energiegenossenschaften ein „*großes Potenzial*“ attestiert.

In der 2. Delphi-Runde antworten insgesamt 50% aller befragten Personen, davon 44% konkret. So wird die Möglichkeit, die „*ökologische Nachhaltigkeit zu betonen*“ und als „*Regionalversorger*“ aufzutreten, weiter unterstrichen. Zudem würden große Potenziale im Bereich von Kleinkraftwerken, Wind- und Solarenergie gesehen, die zur „*Förderung neuer Energien und Techniken der CO₂-Reduktion*“ beitragen. Zudem wird erwähnt, dass durch die Krise die Möglichkeit, sich auf die Installierung neuer Energien im Energiemarkt zu konzentrieren, gestärkt wird. Weitere Punkte sind Netzausbau (neben Strom, auch Breitband) und Versorgungssicherheit sowie die Positionierung als systemrelevanter Bereich.

So es überhaupt möglich ist, die mannigfaltigen Potenziale der heterogenen Branchen zusammenzufassen, in denen Genossenschaften tätig sind, stehen ganz offensichtlich Regionalität und Digitalisierung im Vordergrund. Die inhaltlichen Schwerpunkte werden aus diesen beiden künftigen Grundpfeilern branchenspezifisch abgeleitet.

Frage D.11 – Genossenschaftliche Modelle für EPU's?

Frage D.11 behandelt die Frage, ob das genossenschaftliche Modell in Folge der Krise als ein Angebot insbesondere an EPU's und KMU's zur gemeinsamen Risikobewältigung empfohlen werden kann¹¹⁶, wobei darunter eine Kooperationsform zwischen EPU's und KMU's und nicht die Aufgabe der bestehenden Rechtsform subsumiert wird. Genossenschaften entwickelten sich historisch in der Tradition Schulze-Delitzschs als eben die Organisationsform für Kleinbetriebe und erscheinen gerade für diese aufgrund ihrer Charakteristika und Werte wie Demokratie, geringe Einzahlungsbeträge oder Flexibilität als besonders geeignet.¹¹⁷

Tabelle 4.1 – 51 präsentiert sowohl die hohe Antwortquote von über 80% auf Frage D.11 sowie die jeweiligen Antworten der Unterfrage nach der Empfehlung des genossenschaftlichen Modells für EPU's und KMU's zur gemeinsamen Risikobewältigung.

	Anzahl gesamt 1. Runde		Forschung 1. Runde		Praxis 1. Runde		k.A. 1. Runde		Anzahl gesamt 2. Runde		Forschung 2. Runde		Praxis 2. Runde		k.A. 2. Runde	
Nein	2	5%	1	10%	1	4,17%	0	0%	2	6%	1	8%	1	5%	0	0%
ja	22	59%	5	50%	16	66,67%	1	33%	17	50%	4	33%	13	62%	0	0%
weiß nicht/ teils-teils	6	16%	3	30%	3	12,50%	0	0%	8	24%	4	33%	4	19%	0	0%
Meinung wie 1. Runde									1	3%	0	0%	1	5%	0	0%
keine Antwort	7	19%	1	10%	4	16,67%	2	67%	6	18%	3	25%	2	10%	1	100%
	37		10		24		3		34		12		21		1	

Tabelle 4.1 – 51: Genossenschaftliches Modell für EPU's und KMU's

Grundsätzlich ergibt sich eine Zustimmung für das genossenschaftliche Modell als Kooperationsform für EPU's und KMU's. In der 1. Runde der Delphi-Befragung sind knapp 60% aller Expertinnen und Experten der Meinung, dass EPU's und KMU's das genossenschaftliche Modell zur gemeinsamen Risikobewältigung zu empfehlen ist. 5% antworten mit „nein“; 16% mit „weiß nicht“/„teils-teils“. Diese Entwicklung lässt sich in der Gesamtansicht auch in der 2. Delphi-Runde bestätigen. Diesmal bejahen 50% aller Befragten, 6% verneinen. Der Anteil an Personen, die mit „teils-teils“/„weiß nicht“ antworteten, steigt hingegen von 16% auf 24%.

Aus der Detailansicht wird ersichtlich, dass die Antworten der Expertinnen und Experten aus der Praxis zwischen den zwei Runden im Wesentlichen gleichbleiben, während aus der Praxis eine Verschiebung der Zustimmung zu beobachten ist: Antworten hier in der 1. Runde noch 50% der teilnehmenden Personen mit „ja“, sind es in der 2. Runde nur mehr 33%. Der Anteil an Personen, die mit „weiß nicht“/„teils-teils“ antworten, steigt leicht von 30% auf 33%. Die Personen, die keine Antwort abgeben, nehmen von 10% auf 25% zu.

a) Pro-Argumente der Eignung für EPU's und KMU's „ja“

- Pro-Expertenaussagen aus Forschung und öffentlicher Verwaltung

Die Expertinnen und Experten aus den Bereich Forschung und öffentliche Verwaltung, die mit „ja“ antworten, begründen dies vor allem mit dem großen Potenzial, das sich EPU's und KMU's eröffnet, wenn sie durch einen genossenschaftlichen Verbund stärker gemeinsam am Markt auftreten. Als Felder, die sich für eine genossenschaftliche Zusammenarbeit empfehlen, werden

¹¹⁶ Anders Teisch et al. (2014), die Genossenschaften anstelle von KMU's empfehlen, z.B. als Unternehmensnachfolge.

¹¹⁷ Z.B. Die KMU Berater (2015); die WKÖ (2020) bietet zu diesem Thema Veranstaltungen an.

neben dem Einkauf IT-Systeme, Steuerberatung, online-Plattformen und Serverkapazitäten genannt. Weiters wird hervorgehoben, dass die Vermittlung von Genossenschaften als ein relevantes und hilfreiches Werkzeug für EPU's und KMUs erhöht werden sollte. Wichtig ist zudem der Aspekt der gemeinschaftlichen und langfristig ausgelegten Risiko- und Kostenteilung. Eine beispielhafte Antwort ist dabei: *„Absolut. Die Situation vieler EPU's ist in höchstem Maße problematisch und durch die gegenwärtige Krise noch verschärft. Hier sollte ein Schwerpunkt genossenschaftlicher Entwicklungsarbeit gesetzt werden. Auch KMUs leiden unter der gegenwärtigen Krise besonders - genossenschaftliche Optionen sollten vermehrt mit Blick auf KMUs vermittelt und angeboten werden“*.

- Pro-Expertenaussagen aus der Praxis

Die Expertinnen und Experten aus der Praxis stellen vor allem die Resilienz heraus, die sich für EPU's und KMUs durch den genossenschaftlichen Verbund einstellt. Dabei wird insbesondere auf die Risikoteilung und den Austausch untereinander verwiesen. Als wesentlich wird zudem die bessere Vermittlung der Vorteile, die eine Genossenschaft den Unternehmen bietet, angemahnt. Eine Reform des Genossenschaftsgesetzes, die etwa eine Unterscheidung zwischen kleinen und großen Genossenschaften erlaubt, wird eingefordert, wovon insbesondere EPU- und KMU-Genossenschaften profitieren können. Darüber hinaus wird die Komplementarität von Genossenschaft und Unternehmertum betont, die sich gut ergänzt und Synergien nutzt.

Ähnlich wie auch bei den Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung wird von der Praxis die Notwendigkeit neuer Konzepte vor allem bei der Bewältigung von Grundaufgaben gesehen. Zudem spielt die Digitalisierung, etwa durch Schaffung digitaler Plattformen, eine große Rolle (siehe auch Kapitel 4.1.8.). Als wesentlich wird weiters hervorgehoben, dass die Genossenschaft wirtschaftlich solide wirtschaften muss und nicht nur für Absicherungszwecke betrieben werden soll. Eine repräsentative Antwort ist dabei folgende: *„Es gibt in diesen Unternehmensgruppen ein hohes Potential an Bündelung von Grundaufgaben (digital. Plattformen, Unterstützung in allen betriebswirtschaftl. Belangen usw.), wo eine Genossenschaft für die Wahrnehmung dieser Aufgaben prädestiniert wäre!“*

b) Differenzierte Argumente der Eignung für EPU's und KMUs „teils-teils“

Die Argumente einer „teils-teils“ Bewertung werden von Expertinnen und Experten aus Forschung, öffentlicher Verwaltung und Praxis gleichermaßen vorgebracht. Vor allem die Spezifika der einzelnen Branchen und Geschäftsmodelle lassen eine pauschale Beantwortung einer Eignung des genossenschaftlichen Modells für EPU's und KMUs nicht zu. Weiters wird betont, dass EPU's und KMUs tatsächlich von der Genossenschaft profitieren müssen und es unsicher ist, ob eine konstante „Nachfrage“, insbesondere der EPU's, für eine genossenschaftliche Kooperation ausreicht. Zudem existieren andere Kooperationsmodelle, die Teile der genossenschaftlichen Aufgaben besser, sprich mit weniger Aufwand und Kosten, übernehmen können. Auch hier wird noch einmal angemahnt, dass die gesetzlichen Rahmenbedingungen derzeit nicht gegeben bzw. zu träge und verbesserungswürdig sind. Folgende Expertenaussage ist dabei repräsentativ: *„EPU's und KMUs können z. B. beim Einkauf oder der Abwicklung von Leistungen profitieren. Ob hierzu aber immer schon die "Nachfrage" stark genug ist, einen eigenen wirtschaftlichen Betrieb in Form einer Genossenschaft zu betreiben oder aus dieser Gruppe heraus selbst aufzubauen, das erscheint mir problematisch. Eher, dass sich EPU's und KMUs derartigen bestehenden oder von dritter Seite gegründeten Einrichtungen anschließen, ihnen beitreten. Das können aber auch Angebote z. B. der WKO ohne einen eigenen rechtlichen Rahmen sein.“*

c) Contra-Argumente der Eignung für EPU's und KMUs „nein“

Auch bei der Ablehnung des genossenschaftlichen Modells für EPU's und KMUs sind die Argumente der Expertinnen und Experten aus Forschung, öffentlicher Verwaltung und Praxis gleichlautend. Ein genossenschaftlicher Verbund für EPU's wird als unrealistisch bezeichnet, da EPU's gezielt Einzelunternehmerinnen und -unternehmer sind. Bei KMUs wird eine Kooperation als möglicher gesehen. Eine der Expertenaussagen ist dabei wie folgt: *„Eher nein; EPU's sind Einzelunternehmen aus sehr spezifischen Gründen, einen Zusammenschluss zu einer Genossenschaft sehe ich nicht als realistisch an. Bei KMUs gibt es das bewährte Modell der Einkaufs- und Verkaufs- / Vertriebsgenossenschaften. Bereiche des möglichen Ausbaus: Vertrieb spezifischer landwirtschaftlicher Produkte, im Crowdfunding-Bereich.“*

Das genossenschaftliche Modell als Gesamtes wird als großes Potenzial für EPU's und KMUs zur Risikobewältigung gesehen, wobei die Praxis entschiedener dafür eintritt als die Forschung bzw. öffentliche Verwaltung.

In der Gesamtschau aller Fragen des Clusters über Potenziale werden überwiegend Regionalität und Klimaschutz als künftige Chancen geortet. Auch für EPU's, aber mehr für KMUs ist die Genossenschaftsform als Risikoschutz geeignet.

4.1.6. Unterstützung

Kapitel 4.1.6. fasst folgende Fragen der Delphi-Studie zusammen:

- Frage D.12: „Wie kann/soll die Genossenschaft ihre Mitglieder in der Krise unterstützen?“
- Frage D.13: „Sollen Genossenschaften während einer Krise im Sinne ihrer regionalen Verantwortung auch Nicht-Mitglieder unterstützen? Welche Argumente sprechen dafür/dagegen?“

Die Fragen dieses Clusters finden keinen Widerhall in der betriebswirtschaftlichen Literatur für Genossenschaften. Umso mehr ist es zu hinterfragen, wie Genossenschaften das Prinzip der Mitgliederförderung und -unterstützung gerade in Krisenzeiten leben bzw. wie diese Unterstützung von außen gefordert und wahrgenommen wird. Dies bezieht in weiterer Folge die Unterstützung von Nicht-Mitgliedern ein;¹¹⁸ Grundlage dieser Diskussion ist das Identitätsprinzip von Genossenschaften, also die Identität von Mitglied und Kunde.¹¹⁹

Frage D.12 – Wie kann die Genossenschaft ihre Mitglieder unterstützen?

Wie Tabelle 4.1 – 52 zeigt, bestätigen die dezidierten Antworten von 84% das starke Involvement der Expertinnen und Experten zu Frage.

	Anzahl gesamt 1. Runde		Forschung1. Runde		Praxis 1. Runde		k.A. 1. Runde		Anzahl gesamt 2. Runde		Forschung 2. Runde		Praxis 2. Runde		k.A. 2. Runde	
Antwort	31	84%	9	90%	21	87,50%	1	33%	28	82%	9	75%	19	90%	0	0%
keine Antwort	6	16%	1	10%	3	12,50%	2	67%	6	18%	3	25%	2	10%	1	100%
	37		10		24		3		34		12		21		1	

Tabelle 4.1 – 52: Rücklauf und Aussagen zu Unterstützung in der Krise

- Expertenaussagen aus Forschung und öffentlicher Verwaltung

Die Antworten der Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung reichen von abstrakten Konzepten bis hin zu konkreten Vorstellungen, wie Genossenschaften ihre Mitglieder in der Krise unterstützen können. Der Grundtenor dahinter besagt, dass das Solidaritätsprinzip gelebt werden muss: einerseits von Seiten der Genossenschaft, indem der genossenschaftliche Förderauftrag gelebt wird und die Genossenschaft ihre Mitglieder gerade jetzt durch spezifische Beratungs- und Hilfsangebote, Mietstundungen, einen verbesserten Informationsaustausch und Unterstützung beim Antrag auf Hilfsmittel hilft. Andererseits wird angemahnt, dass auch die Mitglieder ihrer Genossenschaft die Treue halten müssen, was aber gerade in der Krise schwierig sein kann, wenn die Möglichkeiten der Mitglieder eingeschränkt sind bzw. die betriebswirtschaftlichen Vorteile überwiegen können, z.B. die gleichen Produkte und Leistungen außerhalb der Genossenschaft zu beziehen. Doch wird in der Krise auch die Möglichkeit gesehen, durch eine gute Kommunikation und genossenschaftliche Solidarität die Stärke der Genossenschaft aufzuzeigen und das Bewusstsein, Mitglied einer Genossenschaft zu

¹¹⁸ Die Frage der Unterstützung von Nicht-Mitgliedern wird schon seit langem diskutiert, siehe z.B. Die Zeit 1951; sie ist in Österreich in §5a GenG geregelt; siehe auch Klemisch & Boddenberg 2019

¹¹⁹ Siehe dazu zahlreiche Beiträge in Brazda & Blisse 2018

sein und eben nicht alleine dazustehen, zu betonen. Eine beispielhaft dafürstehende Antwort ist: „Durch das grundsätzlich zulässige Nicht-Mitgliedergeschäft profitieren auch Personen von dem Leistungsangebot einer Genossenschaft, die nur Kunde sind. Wenn die Genossenschaft differenziert, könnte es aber geschehen, dass sich diese Kunden von der Genossenschaft abwenden. Allerdings könnte eine Genossenschaft, sofern sie in der Krise dazu in der Lage ist, so attraktive Angebote für die Mitglieder bereithalten, dass auch für andere Kunden eine Mitgliedschaft interessant wird.“

- Expertenaussagen aus der Praxis

Unter den Expertinnen und Experten aus der Genossenschaftspraxis sind die Antworten deutlich spezifischer. Als wesentlich für die Unterstützung der Mitglieder während der Krise wird hier neben der wahrnehmbaren Präsenz eine gute Kommunikation der Genossenschaft genannt. Dies wird mit dem Wunsch verbunden, dass die in der Satzung festgelegten genossenschaftlichen Werte wieder stärker gelebt werden. Auch der Wissenstransfer, der Austausch darüber, wie andere gut durch die Krise bzw. gut aus der Krise kommen, ist besonders in der 2. Delphi-Runde ein Thema. Die narrativen Aussagen werden in vier Kategorien paraphrasiert:

Als konkrete Unterstützungsmaßnahmen werden im Bereich der *finanziellen Unterstützung* Mietstundungen, Zahlungsreduktion, Verbesserung der Konditionen und Nutzen von Reserven und Unterstützung im Einkauf genannt.

Im Bereich der *administrativen Unterstützung* wird hauptsächlich eine auf die Krise bezogene Beratung und Kommunikation thematisiert.

Innerhalb der *operativen Unterstützung* wird die Hilfe in der Vermittlung von Arbeitskräften, aber auch die Versorgung der Mitglieder mit Produkten, die bei der Krisenbewältigung helfen, wie Mund-Nasen-Schutz oder Desinfektionsmittel, genannt.

Bezüglich *Außenwirkung* wird mehrfach die Wichtigkeit eines gemeinsamen Auftretens nach außen, die Präsenz/Sichtbarkeit sowie das Lobbying für/von Genossenschaften betont.

Insgesamt zeigen die Ergebnisse die Anforderung nach stärkerer Unterstützung von Mitgliedern auf Ebene der Primär-genossenschaften, wobei der Kommunikation sowohl intern als auch extern große Bedeutung beigemessen wird. Logisch ist nun der zweite Schritt der Fragenabfolge, in welchem Ausmaß auch Nicht-Mitglieder einer Genossenschaft während einer Krise unterstützt werden sollten.

Frage D.13 – Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

Tabelle 4.1 – 53 präsentiert sowohl die hohe Antwortquote von über 85% auf Frage D.13 sowie die jeweiligen Antworten der Unterfrage nach der Unterstützung von Nicht-Mitgliedern während einer Krise.

	Anzahl gesamt 1. Runde		Forschung 1. Runde		Praxis 1. Runde		k.A. 1. Runde		Anzahl gesamt 2. Runde		Forschung 2. Runde		Praxis 2. Runde		k.A. 2. Runde	
Ja	13	35%	5	50%	8	33,33%	0	0%	11	32%	4	33%	7	33%	0	0%
ja, aber..	12	32%	5	50%	6	25,00%	1	33%	10	29%	5	42%	5	24%	0	0%
Nein	7	19%	0	0%	6	25,00%	1	33%	8	24%	1	8%	7	33%	0	0%
Meinung wie 1. Runde									2	6%	1	8%	1	5%	0	0%
keine Antwort	5	14%	0	0%	4	16,67%	1	33%	3	9%	1	8%	1	5%	1	100%
	37		10		24		3		34		12		21		1	

Tabelle 4.1 – 53: Unterstützung von Nicht-Mitgliedern während Krise

Tendenziell sprechen sich die Expertinnen und Experten vorsichtig, d.h. mit Einschränkungen und Bedingungen, für eine Unterstützung der Nicht-Mitglieder aus, wobei die Praxis einen offenen Zugang präferiert, die Forschung eher von Skepsis geprägt ist.

Im Detail erkennt man bei Betrachtung der Veränderung der Antworten zwischen 1. und 2. Delphi-Runde insgesamt den größten Anstieg, wenn auch nicht stark ausgeprägt, gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern. Hier steigen die „nein“-Antworten von 19% (1. Runde) auf 24% (2. Runde). Differenziert man nach dem jeweiligen Hintergrund der Expertinnen und Experten, so sind die Antworten aus der Praxis zwischen 1. und 2. Delphi-Runde relativ konstant; aus Forschung und öffentlicher Verwaltung sinkt der Anteil der Antworten, die sich unter „ja“ subsumieren lassen, von 50% auf 33%. Der Anteil der „nein“-Antworten steigt von 0% (1. Runde) auf 8% (2. Runde). Dennoch spricht sich in Summe über beide Runden eine Mehrheit für eine Unterstützung auch von Nicht-Mitgliedern aus.

Auch die qualitativen Antworten zeigen, dass die Mehrzahl der Expertinnen und Experten eine Förderung von Nicht-Mitgliedern zwar nicht ausschließt, doch soll ein gewisser Vorteil für Genossenschaftsmitglieder gewahrt bleiben soll.

a) Pro-Argumente einer Unterstützung von Nicht-Mitgliedern während der Krise „ja“

Unter den Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung stehen die folgenden Aussagen exemplarisch für die vorgebrachten Argumente, die eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern während der Krise befürworten: *„Es eröffnet neue Chancen, um neue Mitglieder anzuwerben.“* *„Es soll erlaubt sein, wenn es satzungsmäßig vorgesehen ist.“* *„Im Rahmen der gesellschaftlichen Verantwortung sollte die Unterstützung ausgeweitet werden, was aber nicht Zulasten der Mitglieder gehen soll.“*

Weiters können durch Übernahme regionaler Verantwortung auch für Nicht-Mitglieder die Mitgliederbasis und der öffentliche sowie politische Rückhalt für Genossenschaften ausgebaut werden. Zudem können Nicht-Mitglieder vom Wert der Genossenschaft überzeugt werden. Eine erhöhte Nachfrage hilft aufgrund einer Preisdifferenzierung auch den Genossenschaftern selbst, etwa, da die Rückvergütung nur für Mitglieder gilt. Ein weiteres Argument betont, dass aufgrund der Krise der Genossenschafterkreis im Rahmen des Solidaritätsprinzips auszuweiten

ist, da eine Einschränkung die Solidarität und letztlich das gesamte Genossenschaftsmodell gefährdet.

Typische Aussagen von Expertinnen und Experten aus der Genossenschaftspraxis sind folgende: *„Ja, es ist eine gute Möglichkeit um neue Mitglieder anzuwerben und den Sinn von Genossenschaften zu vermitteln, was das Image der Genossenschaft dient. Weiters stärkt es regionale Wirtschaftskreisläufe und Solidarität.“* *„Nicht-Mitglieder sollen unterstützt und gleichzeitig als Mitglied gewonnen werden, denn wenn sie jetzt den Nutzen der Genossenschaft sehen, ist eine Anwerbung leichter.“*

b) Eingeschränkte Pro-Argumente einer Unterstützung von Nicht-Mitgliedern während der Krise *„ja, aber...“*

Typische Antworten der Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung, die sich am ehesten unter *„ja, aber...“* zusammenfassen lassen, sind wie folgt: *„Ja, wenn es im Interesse der Mitglieder liegt.“* *„Der Unterschied zwischen Mitglieder und Nicht-Mitglied muss erhalten.“* *„Nicht-Mitglieder sollen dann unterstützt werden, wenn es der in der Satzung festgehaltene genossenschaftliche Förderauftrag vorsieht, etwa bei Sozial- oder Kulturgenossenschaften.“*

Bei den Expertinnen und Experten aus der Praxis sind die Antworten für eine bedingte Förderung von Nicht-Mitgliedern ähnlich. So wird argumentiert, dass das Gemeinwohl zwar alle umfasse, Mitglieder aber stets einen anderen, besseren Status haben müssen als Nicht-Mitglieder. Darüber hinaus wird eine Förderung branchen- und satzungsabhängig gesehen. So wird sie etwa bei Banken bejaht, während eine Förderung von Nicht-Mitgliedern bei reinen Mitglieder-genossenschaften verneint wird. Weiters wird zwar die Chance gesehen, durch eine Nicht-Mitglieder-Unterstützung die Wirksamkeit der genossenschaftlichen Idee sichtbar zu machen, doch spricht lt. Praktikern §1 Abs 1 des GenG dagegen.

c) Contra-Argumente einer Unterstützung von Nicht-Mitgliedern während der Krise *„nein“*

Exemplarische Antworten der 1. Delphi-Runde aus Forschung, öffentlicher Verwaltung und Genossenschaftspraxis, die eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern eher negativ sehen, sind: *„Nein, es ist statuarisch festgelegt, der Auftrag der Genossenschaft ist es, für die Mitglieder da zu sein.“* *„Wenn jemand Mitglied werden möchte, ist es aufgrund der offenen Mitgliedschaft möglich. Dann soll die Person auch Unterstützung erhalten.“* *„Das Wesen der Genossenschaft muss gewahrt bleiben, sprich, die Förderung der Mitglieder. Auf der anderen Seite kann die Unterstützung von Nicht-Mitgliedern ein positiver Nebeneffekt sein. Etwa um Mitglieder zu gewinnen. Die Unterstützung soll dabei jedoch selektiv bzw. nur in Ausnahmefällen erfolgen.“*

In der 2. Delphi-Runde sind die Antworten ähnlich. So sei eine Unterstützung nur für Mitglieder möglich, doch sollen die Vorteile der Genossenschaft den Nicht-Mitgliedern vermittelt werden. Ein weiteres Argument gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern ist die Verwässerung des Zwecks der Genossenschaften. Zudem ist es aufgrund der offenen Mitgliedschaft jeder Person möglich, Genossenschaftsmitglied zu werden. Wer dann von der Leistung der Genossenschaft profitiert, soll auch die Lasten mittragen.

Zusammenfassend zeigen die Antworten eine vorsichtige Öffnung der Primär-genossenschaften für Nicht-Mitglieder während einer Krise zur Stärkung ihrer regionalen Bedeutung und künftigen Mitglieder-gewinnung, wobei jedenfalls die Satzungsvorgaben einzuhalten sind und Mitgliedern Vorrang zu geben ist. Da doch ein Viertel der Stimmen gegen eine Öffnung mit

konkreten Beispielen plädiert, ist bei einer Öffnung ein gewisser Vorbehalt gegeben; es müssen Vor- und Nachteile genossenschaftsspezifisch genau abgewogen werden.

In der Gesamtschau des Clusters über Unterstützung erkennen die Expertinnen und Experten notwendige Hilfsmaßnahmen für Genossenschaftsmitglieder während einer Krise im finanziellen, administrativen und operativen Bereich, die sich ebenfalls verstärkt einen gemeinsamen Außenauftritt wünschen. Vorsichtig sollten auch Nicht-Mitglieder in die Förderungen einbezogen werden.

4.1.7. Organisationsformen

Kapitel 4.1.7. fasst folgende Fragen der Delphi-Studie zusammen:

- Frage D.14: „Wie sehr stimmen Sie dieser Aussage zu: "Es braucht in der Krise neue/andere Organisationsformen im Genossenschaftswesen."?“
- Frage D.15: „Welche neuen/anderen Organisationsformen braucht es Ihrer Meinung nach im Genossenschaftswesen?“

Gerade in Krisenzeiten werden Organisationsreformen angestoßen, die bisher nicht offensichtlich erkannt, als nicht notwendig empfunden oder als nicht durchsetzbar betrachtet wurden¹²⁰. Als wesentlich kann hierbei mit Bezug auf Kapitel 2 etwa die Wichtigkeit zuverlässiger und krisenfester Wertschöpfungsketten gesehen werden. Denn wie sich gezeigt hat, bedarf es diversifizierter Bezugssysteme, die den etwaigen Ausfall von Lieferanten durch gesundheitliche Risiken oder politische Entscheidungen auffangen können. Innerhalb der einzelnen Unternehmungen kann es aufgrund eines zunehmenden empowerments der Angestellten z.B. durch Telearbeit zu einer Veränderung des Managementverhaltens kommen.

Frage D.14 – Es braucht neue/andere Organisationsformen im Genossenschaftswesen?

Die Fragen nach einer Veränderung der Organisationsform von Genossenschaften in Zeiten von Krisen als Forschungshypothesen sind evident. Der Begriff *Organisationsform* wurde bewusst nicht definiert, sondern offengehalten, um die Reaktionen der Expertinnen und Experten bezüglich einer inhaltlichen Interpretation zu beobachten und ihre Schwerpunkte nicht zu präjudizieren. Vorab wurden drei Richtungen der Beantwortung erwartet: Rechtsform, Verbandsstruktur und Management:

a) Einerseits steht die Frage nach der *Rechtsform* im Raum: In Österreich ist ein Zurückdrängen von Genossenschaften zugunsten von Kapitalgesellschaften, v.a. Aktiengesellschaften, zu beobachten. Dieses Zurückdrängen erfolgt einerseits durch Umwandlungen von Genossenschaften in Aktiengesellschaften innerhalb der Verbände als auch durch eine übergroße Zahl von Neugründungen von Kapitalgesellschaften an Stelle von Genossenschaften, auch wenn die Genossenschaft eine inhaltlich passende Rechtsform wäre. In Deutschland hat bereits eine Zunahme von Genossenschaften stattgefunden.¹²¹

b) Andererseits vernimmt man oft die – informell und wissenschaftlich nicht bestätigte – Klage nach ineffizienten Strukturen, mangelnder Transparenz und zu großer Zentralisierung vor allem innerhalb der *Verbände*.¹²²

¹²⁰ Gümüşay & Dobisch (2020) zeigen konkrete Strategien unternehmerischer Transformation in Zeiten der Krise auf.

¹²¹ Blome-Drees et al. 2015

¹²² Siehe z.B. Gros 2012; als eine Reaktion galt ja auch die Gründung von „Rückenwind“ als neuem Genossenschaftsverband; GEA o.J.

c) Eine dritte Auslegung der Frage wären neuartige *Managementstrukturen* innerhalb der einzelnen Genossenschaften. In der deutschsprachigen Literatur wird dieses Thema sehr oft nur als Teilbereich im Rahmen der NPO-Forschung behandelt und die nicht ausschließliche Gewinnmaximierung hervorgehoben; im Vordergrund stehen auch bei den spezifischen Beiträgen Fragen des Rechnungswesens, der Leistungsmessung und der Steuerung hinsichtlich Mitgliederinteressen (member value).¹²³

Die hohe Antwortquote auf Frage D.14 mit jeweils 89% bzw. 97% bestätigt die tatsächliche Berechtigung des Fragenclusters sowie das hohe Interesse daran. Inhaltlich zeigt sich zunächst eine Zufriedenheit mit der aktuellen Form der Genossenschaft, da auf breiter Basis keine Veränderungsnotwendigkeit gesehen wird: Abbildung 4.1 – 21 und Abbildung 4.1 – 22 zeigen den Wunsch nach neuen Organisationsformen im Genossenschaftswesen. Betrachtet man allgemein die Veränderung des Antwortverhaltens, fällt die starke Zunahme der Personen von 30,3%, auf 48,5% auf, die in der 2. Runde mit „trifft eher nicht zu“ antworteten. Ebenso stieg die Antwortrate bei „trifft sehr zu“, von 12,1% auf 18,2%. Die Reflexion der Beantwortung in der 2. Runde verdeutlicht diese Zufriedenheit, da nur wenige Expertinnen und Experten neue Organisationsformen als notwendig erachten, der Großteils von mittleren Positionen abweicht und relativ für eine Beibehaltung des Status plädiert. Auch die anfangs völlig Unzufriedenen tendierten final zu einer abgeschwächten Position.

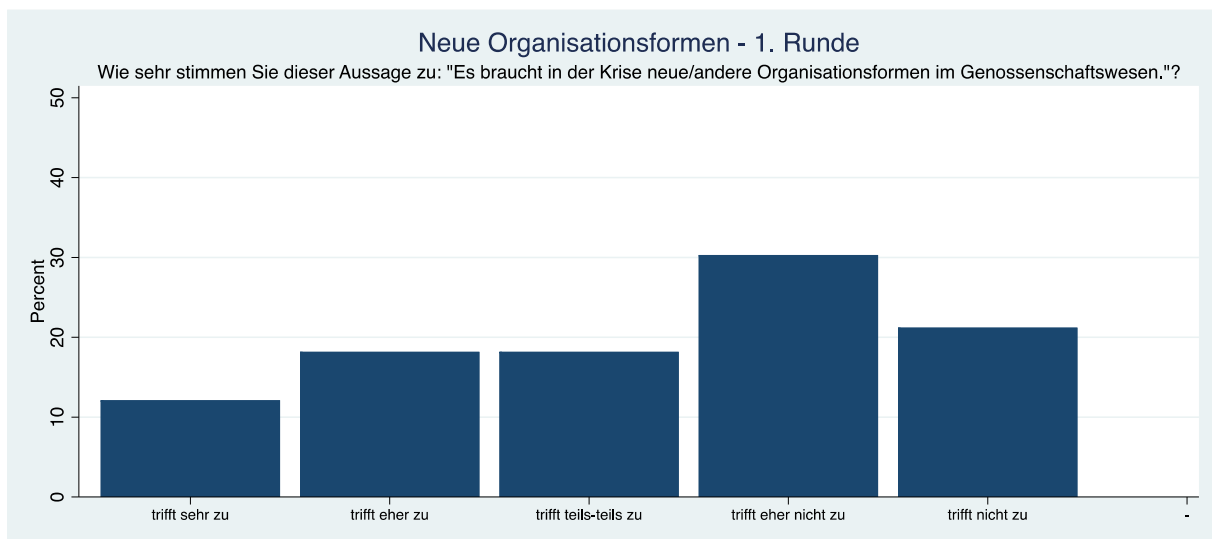


Abbildung 4.1 – 21: Bedarf neuer/anderer Organisationsformen – 1. Runde

¹²³ Siehe z.B. Blome-Drees 2015; Gmür et al. 2013; Kramer 2015; Münkner & Ringle 2012; Zerche et al. 2016

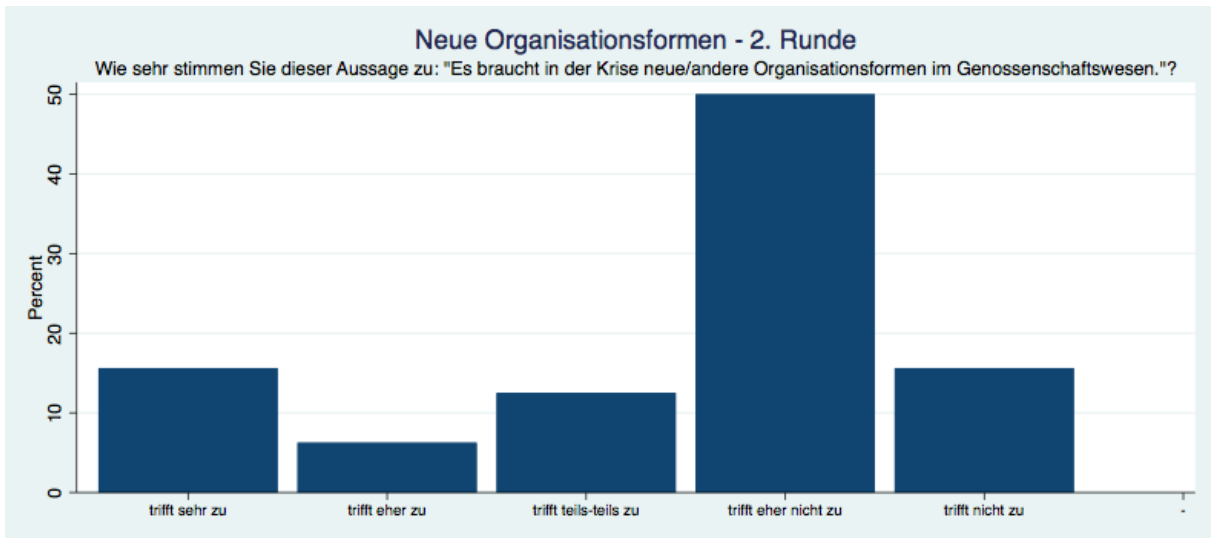


Abbildung 4.1 – 22: Bedarf neuer/anderer Organisationsformen – 2. Runde

Frage D.15 – Welche anderen/neuen Organisationsformen braucht es?

Für die Expertinnen und Experten, die mit „trifft sehr zu“ und „trifft eher zu“ geantwortet haben, wurde in Folge Frage D.15 geöffnet, in der sie konkret auf neue Organisationsbedarfe antworten konnten. Die Antworten waren dabei sehr konkret und formulieren präzise Notwendigkeiten. Die Abweichung zwischen Abbildung 4.1 – 11 und Tabelle 4.1 – 34 ist darauf zurückzuführen, dass nicht alle Expertinnen und Experten, die die Frageoption erhielten, sich auch äußerten.

	Anzahl gesamt 1. Runde		Forschung 1. Runde		Praxis 1. Runde		k.A. 1. Runde		Anzahl gesamt 2. Runde		Forschung 2. Runde		Praxis 2. Runde		k.A. 2. Runde	
Antwort	10	27%	3	30%	7	29,17%	0	0%	10	29%	3	25%	7	33%	0	0%
keine Antwort	27	73%	7	70%	17	70,83%	3	100%	24	71%	9	75%	14	67%	1	100%
	37		10		24		3		34		12		21		1	

Tabelle 4.1 – 54: Rücklauf und Aussagen zu neuen/anderen Organisationsformen

Seitens der Forschung wird die Notwendigkeit einer besseren Kooperation und Vernetzung zwischen den einzelnen Genossenschaften betont. Die genossenschaftlichen Werte sollen tatsächlich gelebt und erlebbar gemacht werden. Weitere Aspekte sind mehr Transparenz und Subsidiarität, Digitalisierung und das Finden von Wegen, um die Genossenschaft für junge Mitglieder attraktiv zu gestalten.

Innerhalb der genossenschaftlichen Praxis wird ebenfalls auf einen besseren, überregionalen Informationsaustausch eingegangen. Zudem werden das Subsidiaritätsprinzip, eine Rückkehr zum dezentralen Verbund und damit eine stärkere Mitgliedernähe und Erreichbarkeit angemahnt. Als gesetzlicher Regelungsbedarf wird die Notwendigkeit einer rechtlichen Unterscheidung zwischen kleinen und großen Genossenschaften genannt. Eine stärkere Einbindung digitaler Plattformen in Abstimmungsprozesse, aber auch im operativen Geschehen der Genossenschaften wird thematisiert. Zudem ist es ein Anliegen, dass Genossenschaften moderner/zeitgemäßer auftreten, ihnen „*alte Zöpfe abgeschnitten werden*“. Diese Aussage impliziert den Wunsch nach schnellerer Entbürokratisierung von Genossenschaften. Insgesamt wird auch hier der Wunsch geäußert, dass die Vermittlung der genossenschaftlichen Werte verstärkt werden und es von einer Verbundorientierung wieder stärker zu einer Mitgliederorientierung kommen soll.

Zusammenfassend zeigen die Antworten im Cluster, dass unter *Organisationsform* sowohl b) *Verbandsfragen* und c) *Managementstrukturen*, nicht aber a) *Rechtsformen* assoziiert werden.

Die a) *Rechtsform* per se wird nicht thematisiert, die Genossenschaftsrechtsform wird als adäquat wahrgenommen. Lediglich eine Differenzierung nach Größe der Primärgenossenschaft erscheint notwendig.

Bzgl. b) *Verbandsebene* wird Genossenschaften und explizit Verbänden sowohl seitens der Forschung als auch der Praxis empfohlen, ihre Verbandsstrukturen dezentraler zu gestalten und den einzelnen Genossenschaften mehr Dispositionsspielraum zu geben. Implizit damit verbunden ist auch der Wunsch nach Entbürokratisierung. Die einzelnen Genossenschafter in den Primärgenossenschaften sollen wieder in den Vordergrund rücken, nicht die Zielsetzungen der Verbände.

Auf *c) Managementebene* wird, wie bereits in Kapitel 4.1.2. offensichtlich, der Wunsch nach Transparenz, interner „Entstaubung“ und Digitalisierung an das Management herangetragen. Werte wie Subsidiarität und Mitgliederorientierung sollen wieder im Vordergrund stehen. Konkrete betriebswirtschaftliche Fragestellungen werden von den Expertinnen und Experten nicht thematisiert.

4.1.8. Digitalisierung

Kapitel 4.1.8. fasst folgende Fragen der Delphi-Studie zusammen:

- Frage D.16: „Sollte die Möglichkeit virtueller Sitzungen / elektronischer Abstimmungen bei Genossenschaften auch nach der Krise beibehalten werden?“
- Frage D.17: „Welche Argumente sprechen für bzw. gegen einen vermehrten Einsatz digitaler Prozesse innerhalb von Genossenschaften?“

Als eine der zentralen Begriffe des beginnenden 21. Jahrhunderts¹²⁴ greift Digitalisierung nicht nur massiv in sämtliche Facetten des sozialen und privaten Lebens der Menschen ein¹²⁵, sondern revolutioniert den gesamten Wirtschaftsbereich in allen Bereichen von Produktion/Logistik bis hin zu Vertrieb/Marketing und unternehmensinterner Kommunikation.¹²⁶ Ob diese Entwicklung seitens der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hin zu Maschinen und weg vom Menschen wertgeschätzt oder abgelehnt wird und wie einzelne Organisationen darauf reagieren, ist Gegenstand vielfältiger und heterogener Untersuchungen.¹²⁷ Durch Krisen veränderte Rahmenbedingungen und Kostendruck beschleunigen Digitalisierungsvorhaben und bedingen neue Wege in allen Unternehmensbereichen. Unabdingbar sind auch Genossenschaften in diese globale Entwicklung hineingezogen, sie agieren allerdings als sogenannte „late adopters“.¹²⁸

Da diese Studie Genossenschaften unterschiedlichster Branchen umfasst, konzentrieren sich die Schwerpunkte in diesem Fragencluster auf allgemeine digitale Abstimmungen und Prozesse, die den Genossenschaften gemein sind. Die Einbeziehung der Fragen nach möglichen Auswirkungen von Krisen wie COVID-19 auf die Digitalisierung als Forschungshypothese ist offensichtlich. Die Bedeutung von Frage D.16 und D.17 erkennt man an der hohen Antwortquote von 92% in Runde 1 und 94% in Runde 2 der Delphi-Studie bzw. den Antworten in der Tabelle 4.1 – 35.

Im Zuge der COVID-19 Gesetzgebung wurde für Genossenschaften auch erstmals die Möglichkeit zur elektronischen Abhaltung von Mitgliederversammlungen eröffnet; die entsprechenden Regelungen gelten vorerst bis 31.12.2021.¹²⁹

¹²⁴ Vgl. Faber 2019, S. 3

¹²⁵ Siehe Hirsch-Kreinsen et al. 2018; Baecker 2017

¹²⁶ Ein deutliches Signal dieser Integration und Interdisziplinarität sind auch die an Universitäten und Fachhochschulen entstehenden neuen Studienrichtungen, z.B. Business Analytics der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Wien, das gemeinsam in eine Plattform mit Data Science und Digital Humanities integriert wurde.

¹²⁷ Skingsley (2019) fasst in ihrer Rede die wichtigsten Herausforderungen und Effekte sehr übersichtlich zusammen. Siehe auch z.B. Martinez 2019; Moore et al. 2018; Valenduc & Vendramin 2017

¹²⁸ Die diesbezügliche wissenschaftliche Forschung steht erst am Anfang und konzentriert sich einerseits allgemein auf Kommunikationsaspekte und andererseits auf Banken, siehe Peter & Jungmeister 2017.

¹²⁹ Vgl. § 4 COVID-19-GesG, § 5 COVID-19-GesV sowie die korrespondierenden Regelungen im Erlass zur COVID-19-GesV

Frage D.16 – Beibehaltung digitaler Mitgliederversammlungen

Die Frage, ob die Möglichkeit für virtuelle Sitzungen bzw. elektronische Abstimmungen bei Genossenschaften auch nach der Krise beibehalten werden soll, wird von rund drei Viertel aller Expertinnen und Experte bejaht; von den vorerst 8,8% Ablehnungen antwortet in der 2. Runde niemand mehr mit „nicht beibehalten“.

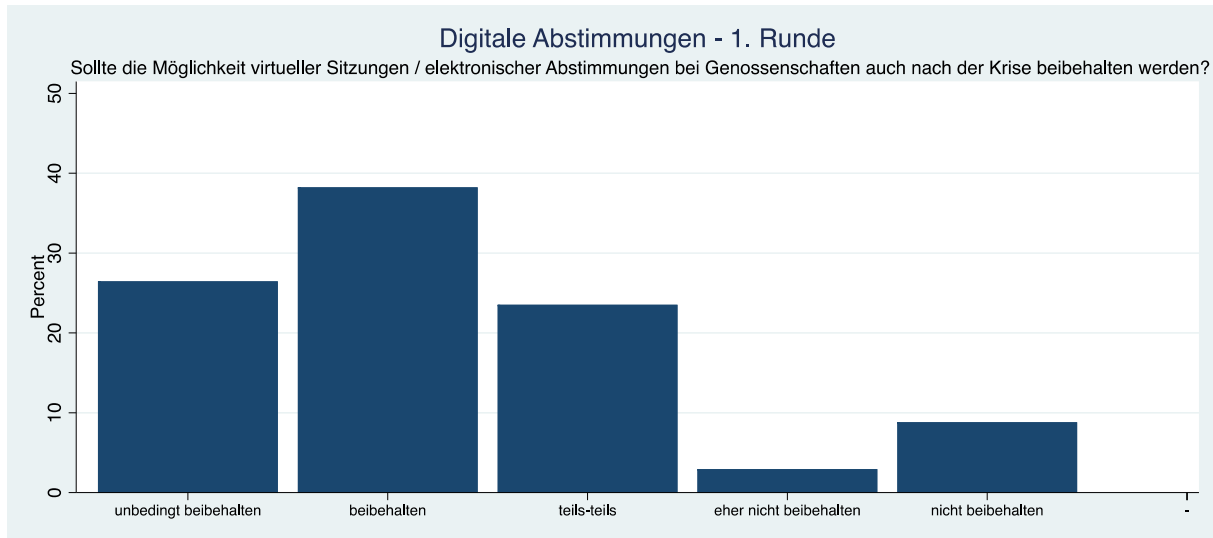


Abbildung 4.1 – 23: Beibehaltung digitaler Abstimmungen – 1. Runde

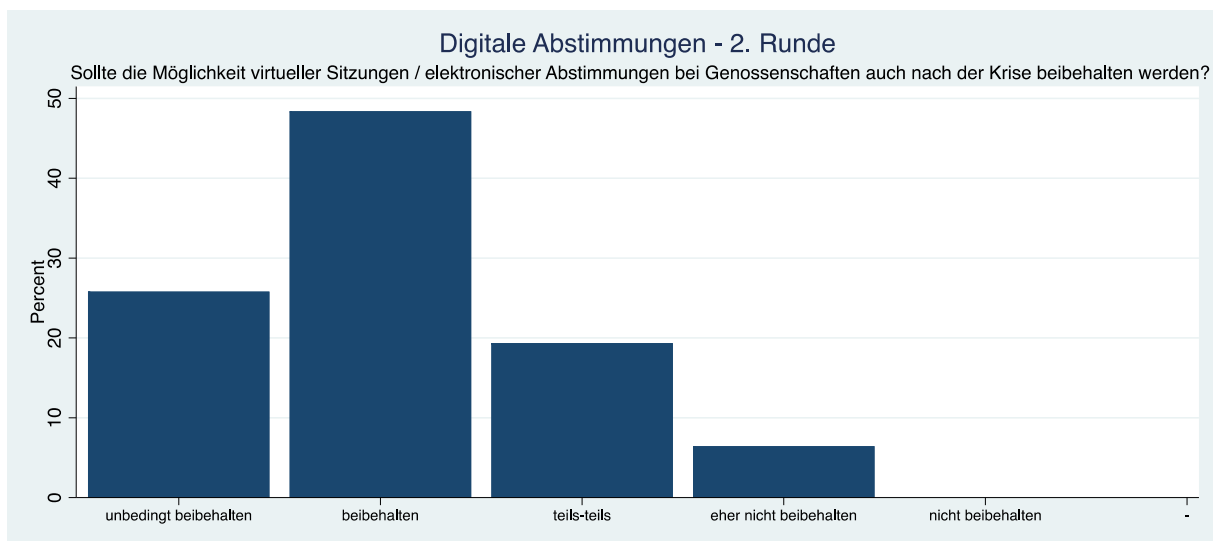


Abbildung 4.1 – 24: Beibehaltung digitaler Abstimmungen – 2. Runde

Bezüglich Argumente für bzw. gegen digitale Prozesse haben die Expertinnen und Experten bereits ausgeprägte Vorstellungen, was sich in einer hohen Antwortquote widerspiegelt und in Tabelle 4.1 – 55 unterstrichen wird.

Frage D.17 – Argumente für/gegen verstärkte Digitalisierung

In der offenen Frage zu Pro- und Contra-Argumenten eines vermehrten Einsatzes digitaler Prozesse in Genossenschaften äußern in der 1. Runde 78% aller teilnehmenden Expertinnen und Experten Pro-Argumente für einen vermehrten Einsatz. 22% geben keine Antwort. Weiters nennen in der 1. Runde 62% der befragten Expertinnen und Experten Contra-Argumente, 38% geben in der 1. Runde keine Gegenargumente an.

In der 2. Delphi-Runde äußern sich 82% aller teilnehmenden Expertinnen und Experten positiv zu einem vermehrten Einsatz digitaler Prozesse, Contra-Argumente werden von nur mehr 18% der befragten Expertinnen und Experten angeführt. Folglich überzeugen die Pro-Argumente in der 2. Runde auch die Personen, die zuvor noch Gegenargumente angebracht haben bzw. sie verzichten auf eine erneute Nennung der Contra-Argumente.

	Anzahl gesamt 1. Runde		Forschung/ö V 1. Runde		Praxis 1. Runde		k.A. 1. Runde		Anzahl gesamt 2. Runde		Forschung/ö V 2. Runde		Praxis 2. Runde		k.A. 2. Runde	
Pro	29	78%	8	80%	21	87,50%	0	0%	28	82%	10	83%	18	86%	0	0%
keine Antwort	8	22%	2	20%	3	12,50%	3	100%	6	18%	2	17%	3	14%	1	100%
Contra	23	62%	8	80%	15	62,50%	0	0%	14	41%	4	33%	10	48%	0	0%
keine Antwort	14	38%	2	20%	9	37,50%	3	100%	19	56%	7	58%	11	52%	1	100%
	37		10		24		3		34		12		21		1	

Tabella 4.1 – 55: Rücklauf und Aussagen zu digitalen Prozessen

Insgesamt nehmen die Antworten in der 2. Runde geringfügig ab; es kommt zu auffälligen Verschiebungen zwischen den jeweiligen Argumenten. Im Folgenden werden die Pro- und Contra-Argumente im Detail beleuchtet. Die Aussagen der offenen Fragen werden jeweils paraphrasiert und zu entsprechenden Grundmustern zusammengefasst.

a) Pro-Argumente für digitale Prozesse

Ja, da...	Anzahl gesamt 1. Runde		Forschung 1. Runde		Praxis 1. Runde		Anzahl gesamt 2. Runde		Forschung 2. Runde		Praxis 2. Runde	
mehr Effizienz	15	52%	4	50%	11	52%	11	39%	2	20%	9	50%
state of the art	10	34%	1	13%	9	43%	4	14%	1	10%	3	17%
Ersparnis	7	24%	1	13%	6	29%	7	25%	3	30%	4	22%
mehr Transparenz	6	21%	3	38%	3	14%	3	11%	2	20%	1	6%
mehr Flexibilität	3	10%	1	13%	2	10%	4	14%	1	10%	3	17%
Ja/nein, bzw. als Ergänzung	8	28%	2	25%	6	29%	18	64%	6	60%	12	67%

Tabella 4.1 – 56: Pro-Argumente digitale Prozesse

- Pro-Expertenaussagen aus Forschung und öffentlicher Verwaltung

Eines der wesentlichen Argumente für einen Ausbau digitaler Strukturen ist die *Steigerung von Effizienz*, die es erlaubt, sowohl die Mitgliederkommunikation als auch deren Involvement und Mitarbeit zu verbessern und zu erhöhen, womit wiederum eine Stärkung des Demokratieprinzips einhergeht. Weiters steigern digitale Prozesse wegen der besseren Nachvollziehbarkeit von Entscheidungen die *Transparenz*, die aber in der 2. Runde weniger Beachtung findet, ebenso wie das Argument, dass Digitalisierung *state of the art* ist, der sich Genossenschaften nicht entziehen können.

- Pro-Expertenaussagen aus der Praxis

Die hohe Anzahl an Expertinnen und Experten aus der Genossenschaftspraxis, die bereits in der 1. Delphi-Runde das *Effizienzkriterium* als eines der wesentlichsten Argumente für einen vermehrten Einsatz digitaler Prozesse innerhalb von Genossenschaften anführen, bleibt auch in der 2. Runde konstant hoch. Eines der wesentlichen Argumente ist dabei das der Effizienz in der Administration, aber auch die Verbesserung der Interaktion zwischen Genossenschaftsfunktionären und den Genossenschaftsmitgliedern. Vor allem in *internen Prozessen*, wie der Verrechnung oder *Routinetätigkeiten*, wird der Digitalisierung eine wachsende Bedeutung zugesprochen. Immerhin 10% aller Antworten aus der Genossenschaftspraxis begründen die Vorteile digitaler Prozesse in der 2. Runde mit einer gesteigerten *Flexibilität*. Ein weiteres Argument für den vermehrten Einsatz digitaler Prozesse ist die *Zeit- und Kostenersparnis*, insbesondere bei regionenübergreifenden Genossenschaften.

Als *Ergänzung* wird diese Form der elektronischen Unterstützung anfangs nur von 28% gesehen. In der 2. Delphi-Runde weisen steigen die Antworten, die sich unter *ja/nein bzw. nur als Ergänzung* zusammenfassen lassen, auf 64%.

Das Argument, dass digitale Prozesse *state of the art* sind, wird von der Genossenschaftspraxis vor allem in der 1. Delphi-Runde genannt. Mit ‚state of the art‘ werden Begriffe wie: *„Genossenschaften müssen dem Trend zu Digitalisierung folgen, Digitalisierung ist in der Zukunft nicht mehr wegzudenken und hilft es, auch junge Menschen für die Genossenschaft zu begeistern“*, zusammengefasst.

b) Contra-Argumente gegen digitale Prozesse

Tabelle 4.1 – 57 zeigt die Contra-Argumente aus Forschung und Praxis sowie die Häufigkeit ihrer Nennung pro Runde.

Nein, da...	Anzahl gesamt 1. Runde		Forschung 1. Runde		Praxis 1. Runde		Anzahl gesamt 2. Runde		Forschung 2. Runde		Praxis 2. Runde	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
direkte Kommunikation erschwert	18	78%	6	75%	12	80%	13	93%	4	100%	9	90%
digital gap	4	17%	2	25%	2	13%	4	29%	2	50%	2	20%
Datenschutz	4	17%	1	13%	3	20%	1	7%	1	25%	0	0%
Zentralisierung	1	4%	1	13%	0	0%	1	7%	1	25%	0	0%
Anonym	0	0%	0	0%	0	0%	2	14%	1	25%	1	10%

Tabelle 4.1 – 57: Contra-Argumente digitale Prozesse

- Contra-Expertenaussagen aus Forschung und öffentlicher Verwaltung

Interessant ist, dass sich in der 1. Delphi-Runde die Expertinnen und Experten aus Forschung und öffentlicher Verwaltung vor allem gegen eine Intensivierung digitaler Prozesse aufgrund einer *erschwertten Kommunikation* und des *digital gaps*¹³⁰ aussprechen. Das Hauptargument gegen einen vermehrten Einsatz digitaler Prozesse ist der Verlust der direkten Kommunikation, was ein entscheidender Faktor innerhalb der Genossenschaft sei, die ja nicht nur als wirtschaftliche Unternehmung fungiere, sondern auch als Personenverband.

¹³⁰ „Digital gaps“ bzw. „digital divide“ bezeichnen die Situation, dass Personen, die über keine digitalen Endgeräte oder entsprechendes Know-How verfügen, bei einer stärkeren Nutzung digitaler Prozesse innerhalb der Genossenschaft ausgeschlossen wären; siehe van Dijk & Hacker 2003, S. 315

- Contra-Expertenaussagen aus der Praxis

Unter den Expertinnen und Experten aus der Praxis die Nachteile anführen dominiert in den zwei Delphi-Runden ebenfalls das Contra-Argument der erschwerten direkten Kommunikation. Punkte, wie *Datenschutz* werden in der 2. Runde nicht mehr angeführt.

Insgesamt spricht sich in beiden Runden der Delphi-Studie mit rd. 80% eine Mehrheit der teilnehmenden Expertinnen und Experten für einen vermehrten Einsatz digitaler Prozesse innerhalb von Genossenschaften aus.

Als Vorteile identifizieren sie Effizienzsteigerungen und Ersparnisse; als hauptsächliche Gegenargumente und Sorgen werden Verlust der direkten Kommunikation und digital gap genannt.

Daraus folgt, dass Digitalisierung als Ergänzung zu persönlicher Kommunikation betrachtet wird, die vor allem bei Routineaufgaben im Tagesgeschäft Verwendung finden kann. Bei wichtigen Prozessen und Abstimmungen die über das Tagesgeschäft hinausgehen, wird ein persönlicher, analoger Kontakt und Austausch als unumgänglich gesehen.

4.1.9. Zusammenfassung der Ergebnisse der Delphi-Studie

In den vorangegangenen Unterkapiteln werden die einzelnen Fragestellungen der Studie detailliert beantwortet. Die Gesamtschau stellt einen Zusammenhang zwischen den Themenblöcken her und fasst die zentralen Aussagen der Expertinnen und Experten als Grundlage zur Ableitung möglicher Handlungsempfehlungen zusammen.

Genossenschaften werden als langfristig orientiert, traditionell und sympathisch wahrgenommen; entgegen österreichischer Rezeption als nicht politisch. Diese (partei)politische Einflussnahme wird, wenn auch indirekt, als eines der Argumente gegen staatliche Interventionen während der Krise hervorgebracht. Gemäß grundsätzlichen Prinzipien und Satzungen muss jedenfalls die Autonomie der Genossenschaften erhalten bleiben. Einer öffentlichen Förderung, vor allem nach der Krise, ist man dennoch nicht verschlossen, um nicht gegenüber anderen Rechtsformen Nachteile zu erleiden, wobei neben finanziellen Zuschüssen rechtliche Erleichterungen begrüßt werden.

Die Stärke der österreichischen Genossenschaften auch in der Krise wird überwiegend in ihrem regionalen Wirken und Handeln gesehen, gefolgt vom Förderauftrag, der Selbstverwaltung und Freiwilligkeit der Mitgliedschaft. Nach außen hin werden diese Vorteile allerdings außer der Regionalität und Solidarität nicht ausreichend kommuniziert, nach Ansicht der Expertinnen und Experten sollten ebenso offene Mitgliedschaft, Freiwilligkeit und Demokratie sichtbarer hervorgehoben werden. Digitale Kommunikationswege wie z.B. interne Abstimmungen sollten intensiver genutzt werden. Eine stärkere Nutzung digitaler Möglichkeiten gilt gemäß den Expertinnen und Experten allgemein als wichtiges Instrument zur Effizienzsteigerung, v.a. für interne und standardisierte Prozesse. Es darf allerdings dabei nicht außer Acht gelassen werden, dass nicht alle Genossenschaftsmitglieder mit dem Einsatz neuer Medien vertraut sind und bei vermehrtem Einsatz die Verbindung zur Genossenschaft und ihren Aufgaben verlieren könnten. Insbesondere, da die direkte Kommunikation als entscheidender Faktor der Genossenschaft wahrgenommen wird, die eben nicht nur als wirtschaftliche Unternehmung fungiert, sondern auch als Personenverband.

Die Krise wird nach Ansicht der Expertinnen und Experten auch bei den Genossenschaften zu einem Wertewandel führen. Unangefochten wird eine noch weitere Konzentration auf Regionalität antizipiert, die genossenschaftlichen Grundwerte wieder in den Vordergrund rücken. Nachhaltigkeit sowie Digitalisierung werden an Bedeutung zunehmen. Allgemein stützt sich die Profilierung, auch gegenüber anderen Rechtsformen, auf Langfristigkeit der strategischen Ausrichtung und nicht auf ausschließliche Gewinnorientierung. Die aktive Umsetzung von Kooperation und dezentraler Entscheidungsfindung ist ein unbestrittener Wettbewerbsvorteil: Die Profilierungschancen sind jedoch stark von der Führung der jeweiligen Genossenschaft und von den Handlungsspielräumen innerhalb der Rahmenbedingungen jeder Branche abhängig, die größte Attraktivitätssteigerung wird Genossenschaften im Bank & Finanzdienstleistungsbereich, der Landwirtschaft und im Wohnen zugeschrieben. Deren Mitglieder und Kunden schätzen individuelle Förderungen, langfristiges Vorausschauen, finanzielles Entgegenkommen, Vertrauen und soziales Agieren. In den anderen Bereichen werden als positives Abgrenzungsmerkmal

darüber hinaus gemeinsame Vermarktung und Ausschreibung sowie flexible Zahlungsbedingungen genannt. Eingefordert werden ebenso vermehrte Kommunikation und operative Unterstützung. Das Entgegenkommen und Ausdehnen von komparativen Vorteilen der Genossenschaft gegenüber Nicht-Mitgliedern wird mit Einschränkungen begrüßt: Einerseits wird die Chance auf Gewinnung neuer Mitglieder erkannt, andererseits sind bestehende, die Last und Verantwortung tragende Partner zu bevorzugen, z.B. über das Instrument der Rückvergütung.

Gerade für kleine, bisher selbständige KMUs, aber auch eingeschränkt für EPU, bietet eine Kooperation über Genossenschaften vermehrt Potenziale, um eine Krise zu meistern. Unter Beibehaltung ihrer Selbständigkeit und Flexibilität können unter der Voraussetzung einer konstanten Nachfrage economies of scale überwiegend in den Bereichen Vertriebsplattform, IT und Verwaltung genutzt werden.

Genossenschaften sollten, um weiterhin als Genossenschaften wahrgenommen zu werden und als wirtschaftliche Einheit erfolgreich zu sein, gemäß Delphi-Studie in neuen Strukturen denken. Sie sollen keinesfalls ihre Rechtsform in eine Kapitalgesellschaft ändern, aber die Entscheidungsfindung und Einflussnahme weg von der gefühlt starken Zentralisierung wieder mehr hin zu den Primärgenossenschaften verlagern. Die Managementstrategien der einzelnen Primärgenossenschaften wiederum müssen den member value, die Mitgliederförderung, in den Mittelpunkt rücken.

Drei große Themenblöcke werden gemäß den Expertinnen und Experten die Zukunft der Genossenschaften begleiten: Der wichtigste Erfolgsfaktor mit fast 100% Zustimmung ist die noch stärkere Hinwendung und Betonung der Regionalität. Ebenso wird Klimaschutz als zentraler Bestandteil der Nachhaltigkeit im Vordergrund stehen müssen, um sich gegenüber anderen Rechtsformen behaupten zu können. Widersprüchlich wird die Rolle der Digitalisierung bewertet, da sie einerseits nicht als Kernfaktor, andererseits als unverzichtbares Instrument im Wirtschaftsgeschehen gesehen wird.

4.2. Mitgliederbefragung

Inhaltsverzeichnis

4.2. Mitgliederbefragung	130
4.2.1. Aufbau der Präsentation	138
4.2.2. Eigenschaften, Werte und Prinzipien	139
Frage M.1 – Zuschreibung von Eigenschaften	139
Frage M.2 – Kommunikation von Werten und Prinzipien	143
Frage M.3 – Wichtigkeit von Werten und Prinzipien	150
Frage M.4 – Verbindung ökonomischer und sozialer Zielsetzungen	156
4.2.3. Profilierung und Attraktivität in der Krise	162
Frage M.5 – Aussagen bzgl. Genossenschaften in Zeiten von Krisen	163
Frage M.6 – Vorteile von Genossenschaften während der Krise	172
Frage M.7 – Sorge um Weiterbestehen	179
Frage M.8 – Krise als Anlass für verstärktes Engagement?	186
Frage M.9 – Gelegenheit sich zu engagieren	192
Frage M.10 – Attraktivität von Genossenschaften	198
Frage M.11 – Bezug öffentlicher Unterstützung	205
Frage M.12 – Ansuchen um öffentliche Unterstützung	208
4.2.4. Unterschiede zu anderen Rechtsformen	212
Frage M.13 – Ist die genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um die Krise zu meistern? ..	212
Frage M.14 – Agieren Genossenschaften in Krisen anders?	220
Frage M.15 – Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren	228
Frage M.16 – Keine Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren	237
4.2.5. Potenziale	246
Frage M.17 – Profitieren Genossenschaft in der Krise durch Regionalität?	246
Frage M.18 – Auswirkungen von Regionalität auf Genossenschaften	251
Frage M.19 – Hält der Trend zur Regionalität an?	259
Frage M.20 – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?	265
Frage M.21 – Relevante Aufgabenfelder für Genossenschaften in Folge der Krise	293
Frage M.22 – Neue Geschäftsfelder für Genossenschaften	296
4.2.6. Unterstützung	306
Frage M.23 – Unterstützung für Mitglieder während Krisen	306
Frage M.24 – Wie unterstützt Sie Ihre Genossenschaft während der Krise?	326
Frage M.25 – Personelle Maßnahmen aufgrund der Krise	331
Frage M.27 – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	340
Frage M.28 – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	357

4.2.7. Organisationsform	375
Frage M.29 – Änderungsbedarf an der Genossenschaftsstruktur	375
Frage M.30 – Haben sich Mehrfachpositionen bewährt?	383
Frage M.31 – Befürwortung häufigerer Befragung von Mitgliedern	390
4.2.8. Digitalisierung	396
Frage M.32 – Zustimmung temporärer digitaler Mitgliederversammlungen	396
Frage M.33 – Beibehaltung digitaler Abstimmungen auch nach der Krise	403
Frage M.34 – Teilnahmebereitschaft (digital)	409
Frage M.35 – Teilnahmebereitschaft in der Vergangenheit (analog)	416
Frage M.36 – Verschiebung der Mitgliederversammlung	422
Frage M.37 – Warum wird Verschiebung präferiert?	428
Frage M.38 – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen	429
Frage M.39 – 5 wichtigste Vorteile von Digitalisierung für Genossenschaften	447
Frage M.40 – 5 wichtigste Nachteile von Digitalisierung für Genossenschaften	450

Abbildungsverzeichnis

<i>Abbildung 4.2 – 1: Gesamtansicht – Zuschreibung von Eigenschaften</i>	139
<i>Abbildung 4.2 – 2: Branchen – Zuschreibung von Eigenschaften</i>	140
<i>Abbildung 4.2 – 3: Größe Genossenschaft – Zuschreibung von Eigenschaften</i>	142
<i>Abbildung 4.2 – 4: Gesamtansicht – Kommunikation von Werten und Prinzipien</i>	143
<i>Abbildung 4.2 – 5: Branchen – Kommunikation von Werten und Prinzipien</i>	144
<i>Abbildung 4.2 – 6: Alter – Kommunikation von Werten und Prinzipien</i>	145
<i>Abbildung 4.2 – 7: Geschlecht – Kommunikation von Werten und Prinzipien</i>	145
<i>Abbildung 4.2 – 8: Region – Kommunikation von Werten und Prinzipien</i>	146
<i>Abbildung 4.2 – 9: Anzahl Mitgliedschaften – Kommunikation von Werten und Prinzipien</i>	146
<i>Abbildung 4.2 – 10: FunktionärIn – Kommunikation von Werten und Prinzipien</i>	147
<i>Abbildung 4.2 – 11: Bildung I – Kommunikation von Werten und Prinzipien</i>	148
<i>Abbildung 4.2 – 12: Bildung II – Kommunikation von Werten und Prinzipien</i>	148
<i>Abbildung 4.2 – 13: Größe Genossenschaft – Kommunikation von Werten und Prinzipien</i>	149
<i>Abbildung 4.2 – 14: Gesamtansicht – Wichtigkeit von Werten und Prinzipien</i>	150
<i>Abbildung 4.2 – 15: Branchen – Wichtigkeit von Werten und Prinzipien</i>	150
<i>Abbildung 4.2 – 16: Alter – Wichtigkeit von Werten und Prinzipien</i>	151
<i>Abbildung 4.2 – 17: Geschlecht – Wichtigkeit von Werten und Prinzipien</i>	152
<i>Abbildung 4.2 – 18: Region – Wichtigkeit von Werten und Prinzipien</i>	152
<i>Abbildung 4.2 – 19: Anzahl Mitgliedschaften – Wichtigkeit von Werten und Prinzipien</i>	153
<i>Abbildung 4.2 – 20: FunktionärIn – Wichtigkeit von Werten und Prinzipien</i>	153
<i>Abbildung 4.2 – 21: Bildung I – Wichtigkeit von Werten und Prinzipien</i>	154
<i>Abbildung 4.2 – 22: Bildung II – Wichtigkeit von Werten und Prinzipien</i>	154
<i>Abbildung 4.2 – 23: Größe Genossenschaft – Wichtigkeit von Werten und Prinzipien</i>	155
<i>Abbildung 4.2 – 24: Gesamtansicht – Verbindung ökonomischer und sozialer Zielsetzungen</i>	156
<i>Abbildung 4.2 – 25: Branche – Verbindung ökonomischer und sozialer Zielsetzungen</i>	156
<i>Abbildung 4.2 – 26: Alter – Verbindung ökonomischer und sozialer Zielsetzungen</i>	157
<i>Abbildung 4.2 – 27: Geschlecht – Verbindung ökonomischer und sozialer Zielsetzungen</i>	158
<i>Abbildung 4.2 – 28: Region – Verbindung ökonomischer und sozialer Zielsetzungen</i>	158
<i>Abbildung 4.2 – 29: Anzahl Mitgliedschaften – Verbindung ökonomischer und sozialer Zielsetzungen</i>	159
<i>Abbildung 4.2 – 30: FunktionärIn – Verbindung ökonomischer und sozialer Zielsetzungen</i>	159
<i>Abbildung 4.2 – 31: Bildung – Verbindung ökonomischer und sozialer Zielsetzungen</i>	160

Abbildung 4.2 – 32: Bildung – Verbindung ökonomischer und sozialer Zielsetzungen	161
Abbildung 4.2 – 33: Gesamtansicht – Aussagen bzgl. Genossenschaften in Zeiten von Krisen	163
Abbildung 4.2 – 34: Branchen – Aussagen bzgl. Genossenschaften in Zeiten von Krisen	165
Abbildung 4.2 – 35: Alter – Aussagen bzgl. Genossenschaften in Zeiten von Krisen	166
Abbildung 4.2 – 36: Geschlecht – Aussagen bzgl. Genossenschaften in Zeiten von Krisen	167
Abbildung 4.2 – 37: Region – Aussagen bzgl. Genossenschaften in Zeiten von Krisen	167
Abbildung 4.2 – 38: Anzahl Mitgliedschaften – Aussagen bzgl. Genossenschaften in Zeiten von Krisen	168
Abbildung 4.2 – 39: FunktionärIn – Aussagen bzgl. Genossenschaften in Zeiten von Krisen	168
Abbildung 4.2 – 40: Bildung I – Aussagen bzgl. Genossenschaften in Zeiten von Krisen	169
Abbildung 4.2 – 41: Bildung II – Aussagen bzgl. Genossenschaften in Zeiten von Krisen	169
Abbildung 4.2 – 42: Größe Genossenschaft – Aussagen bzgl. Genossenschaften in Zeiten von Krisen	170
Abbildung 4.2 – 43: Gesamtansicht – Vorteile von Genossenschaften während der Krise	172
Abbildung 4.2 – 44: Branche – Vorteile von Genossenschaften während der Krise	173
Abbildung 4.2 – 45: Alter – Vorteile von Genossenschaften während der Krise	174
Abbildung 4.2 – 46: Geschlecht – Vorteile von Genossenschaften während der Krise	174
Abbildung 4.2 – 47: Region – Vorteile von Genossenschaften während der Krise	175
Abbildung 4.2 – 48: Anzahl Mitgliedschaften – Vorteile von Genossenschaften während der Krise	175
Abbildung 4.2 – 49: FunktionärIn – Vorteile von Genossenschaften während der Krise	176
Abbildung 4.2 – 50: Bildung I – Vorteile von Genossenschaften während der Krise	177
Abbildung 4.2 – 51: Bildung II – Vorteile von Genossenschaften während der Krise	177
Abbildung 4.2 – 52: Größe Genossenschaft – Vorteile von Genossenschaften während der Krise	178
Abbildung 4.2 – 53: Gesamtansicht – Sorge um Weiterbestehen	179
Abbildung 4.2 – 54: Branche – Sorge um Weiterbestehen	180
Abbildung 4.2 – 55: Alter – Sorge um Weiterbestehen	181
Abbildung 4.2 – 56: Geschlecht – Sorge um Weiterbestehen	181
Abbildung 4.2 – 57: Region – Sorge um Weiterbestehen	182
Abbildung 4.2 – 58: Anzahl Mitgliedschaften – Sorge um Weiterbestehen	183
Abbildung 4.2 – 59: FunktionärIn – Sorge um Weiterbestehen	183
Abbildung 4.2 – 60: Bildung – Sorge um Weiterbestehen	184
Abbildung 4.2 – 61: Größe Genossenschaft – Sorge um Weiterbestehen	185
Abbildung 4.2 – 62: Gesamtansicht – Krise als Anlass für verstärktes Engagement?	186
Abbildung 4.2 – 63: Branche – Krise als Anlass für verstärktes Engagement?	186
Abbildung 4.2 – 64: Alter – Krise als Anlass für verstärktes Engagement?	187
Abbildung 4.2 – 65: Geschlecht – Krise als Anlass für verstärktes Engagement?	188
Abbildung 4.2 – 66: Region – Krise als Anlass für verstärktes Engagement?	188
Abbildung 4.2 – 67: Anzahl Mitgliedschaften – Krise als Anlass für verstärktes Engagement?	189
Abbildung 4.2 – 68: FunktionärIn – Krise als Anlass für verstärktes Engagement?	190
Abbildung 4.2 – 69: Bildung – Krise als Anlass für verstärktes Engagement?	190
Abbildung 4.2 – 70: Größe Genossenschaft – Krise als Anlass für verstärktes Engagement?	191
Abbildung 4.2 – 71: Gesamtansicht – Gelegenheit sich zu engagieren	192
Abbildung 4.2 – 72: Branche – Gelegenheit sich zu engagieren	192
Abbildung 4.2 – 73: Alter – Gelegenheit sich zu engagieren	193
Abbildung 4.2 – 74: Geschlecht – Gelegenheit sich zu engagieren	194
Abbildung 4.2 – 75: Region – Gelegenheit sich zu engagieren	194
Abbildung 4.2 – 76: Anzahl Mitgliedschaften – Gelegenheit sich zu engagieren	195
Abbildung 4.2 – 77: FunktionärIn – Gelegenheit sich zu engagieren	196
Abbildung 4.2 – 78: Bildung – Gelegenheit sich zu engagieren	196
Abbildung 4.2 – 79: Größe Genossenschaft – Gelegenheit sich zu engagieren	197
Abbildung 4.2 – 80: Gesamtansicht – Attraktivität von Genossenschaften	198
Abbildung 4.2 – 81: Branche – Attraktivität von Genossenschaften	199
Abbildung 4.2 – 82: Alter – Attraktivität von Genossenschaften	200
Abbildung 4.2 – 83: Geschlecht – Attraktivität von Genossenschaften	200
Abbildung 4.2 – 84: Region – Attraktivität von Genossenschaften	201
Abbildung 4.2 – 85: Anzahl Mitgliedschaften – Attraktivität von Genossenschaften	201
Abbildung 4.2 – 86: FunktionärIn – Attraktivität von Genossenschaften	202
Abbildung 4.2 – 87: Bildung I – Attraktivität von Genossenschaften	203

Abbildung 4.2 – 88: Bildung II – Attraktivität von Genossenschaften.....	203
Abbildung 4.2 – 89: Größe Genossenschaft – Attraktivität von Genossenschaften.....	204
Abbildung 4.2 – 90: Gesamtansicht – Bezug öffentlicher Unterstützung	205
Abbildung 4.2 – 91: Branche – Bezug öffentlicher Unterstützung	206
Abbildung 4.2 – 92: Region – Bezug öffentlicher Unterstützung	207
Abbildung 4.2 – 93: Gesamtansicht – Ansuchen um öffentliche Unterstützung.....	208
Abbildung 4.2 – 94: Branche – Ansuchen um öffentliche Unterstützung	208
Abbildung 4.2 – 95: Region – Ansuchen um öffentliche Unterstützung.....	209
Abbildung 4.2 – 96: Größe Genossenschaft – Ansuchen um öffentliche Unterstützung.....	210
Abbildung 4.2 – 97: Gesamtansicht – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?	212
Abbildung 4.2 – 98: Branche – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?	213
Abbildung 4.2 – 99: FunktionärIn und Branche – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?	213
Abbildung 4.2 – 100: Alter – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?.....	214
Abbildung 4.2 – 101: Geschlecht – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?	215
Abbildung 4.2 – 102: Weiblich und Alter – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?	215
Abbildung 4.2 – 103: Männlich und Alter – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?.....	216
Abbildung 4.2 – 104: Region – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?	217
Abbildung 4.2 – 105: Anzahl Mitgliedschaften – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?.....	217
Abbildung 4.2 – 106: FunktionärIn – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?	218
Abbildung 4.2 – 107: Bildung – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?	218
Abbildung 4.2 – 108: Größe Genossenschaft – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?	219
Abbildung 4.2 – 109: Gesamtansicht – Agieren Genossenschaften in Krise anders?.....	220
Abbildung 4.2 – 110: Branche – Agieren Genossenschaften in Krise anders?	221
Abbildung 4.2 – 111: Geschlecht – Agieren Genossenschaften in Krise anders?	222
Abbildung 4.2 – 112: Anzahl Mitgliedschaften – Agieren Genossenschaften in Krise anders?	223
Abbildung 4.2 – 113: FunktionärIn – Agieren Genossenschaften in Krise anders?	224
Abbildung 4.2 – 114: FunktionärIn und Anzahl Mitgliedschaften – Agieren Genossenschaften in Krise anders?	225
Abbildung 4.2 – 115: FunktionärIn und Größe Genossenschaft – Agieren Genossenschaften in Krise anders?	225
Abbildung 4.2 – 116: Bildung – Agieren Genossenschaften in Krise anders?	226
Abbildung 4.2 – 117: Größe Genossenschaft – Agieren Genossenschaften in Krise anders?.....	227
Abbildung 4.2 – 118: Gesamtansicht – Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren	228
Abbildung 4.2 – 119: Branche – Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren	229
Abbildung 4.2 – 120: Geschlecht – Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren.....	230
Abbildung 4.2 – 121: Region – Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren	231
Abbildung 4.2 – 122: Anzahl Mitgliedschaften – Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren	232
Abbildung 4.2 – 123: FunktionärIn – Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren.....	233
Abbildung 4.2 – 124: Bildung – Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren	234
Abbildung 4.2 – 125: Größe Genossenschaft – Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren	235
Abbildung 4.2 – 126: Gesamtansicht – Keine Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren.....	237
Abbildung 4.2 – 127: Branche – Keine Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren	238
Abbildung 4.2 – 128: Alter – Keine Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren.....	239
Abbildung 4.2 – 129: Geschlecht – Keine Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren	240
Abbildung 4.2 – 130: Anzahl Mitgliedschaften – Keine Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren.....	241
Abbildung 4.2 – 131: FunktionärIn – Keine Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren	242
Abbildung 4.2 – 132: Bildung – Keine Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren	243
Abbildung 4.2 – 133: Größe Genossenschaft – Keine Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren	244
Abbildung 4.2 – 134: Gesamtansicht – Profitieren Genossenschaft in der Krise durch Regionalität?	246
Abbildung 4.2 – 135: Branche – Profitieren Genossenschaft in der Krise durch Regionalität?	247
Abbildung 4.2 – 136: Geschlecht – Profitieren Genossenschaft in der Krise durch Regionalität?.....	248
Abbildung 4.2 – 137: FunktionärIn – Profitieren Genossenschaft in der Krise durch Regionalität?.....	249
Abbildung 4.2 – 138: Größe Genossenschaft – Profitieren Genossenschaft in der Krise durch Regionalität?	250
Abbildung 4.2 – 139: Gesamtansicht – Auswirkungen von Regionalität auf Genossenschaften	251
Abbildung 4.2 – 140: Branche – Auswirkungen von Regionalität auf Genossenschaften	252
Abbildung 4.2 – 141: Alter – Auswirkungen von Regionalität auf Genossenschaften	253
Abbildung 4.2 – 142: Geschlecht – Auswirkungen von Regionalität auf Genossenschaften	254
Abbildung 4.2 – 143: Region – Auswirkungen von Regionalität auf Genossenschaften	255

Abbildung 4.2 – 144: Anzahl Mitgliedschaften – Auswirkungen von Regionalität auf Genossenschaften	256
Abbildung 4.2 – 145: FunktionärIn – Auswirkungen von Regionalität auf Genossenschaften	256
Abbildung 4.2 – 146: Bildung – Auswirkungen von Regionalität auf Genossenschaften	257
Abbildung 4.2 – 147: Größe Genossenschaft – Auswirkungen von Regionalität auf Genossenschaften	258
Abbildung 4.2 – 148: Gesamtansicht – Hält der Trend zur Regionalität an?	259
Abbildung 4.2 – 149: Branche – Hält der Trend zur Regionalität an?	259
Abbildung 4.2 – 150: Alter – Hält der Trend zur Regionalität an?	260
Abbildung 4.2 – 151: Geschlecht – Hält der Trend zur Regionalität an?	261
Abbildung 4.2 – 152: Region – Hält der Trend zur Regionalität an?	261
Abbildung 4.2 – 153: Anzahl Mitgliedschaften – Hält der Trend zur Regionalität an?	262
Abbildung 4.2 – 154: FunktionärIn – Hält der Trend zur Regionalität an?	263
Abbildung 4.2 – 155: Bildung – Hält der Trend zur Regionalität an?	263
Abbildung 4.2 – 156: Größe Genossenschaft – Hält der Trend zur Regionalität an?	264
Abbildung 4.2 – 157: Gesamtansicht – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?	265
Abbildung 4.2 – 158: Branche – Bank – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?	267
Abbildung 4.2 – 159: Branche – Wohnen – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?	268
Abbildung 4.2 – 160: Branche – LW – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?	269
Abbildung 4.2 – 161: Alter – ≤ 45 J. – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?	270
Abbildung 4.2 – 162: Alter – >45 J. – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?	271
Abbildung 4.2 – 163: Geschlecht – weiblich – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?	272
Abbildung 4.2 – 164: Geschlecht – männlich – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?	273
Abbildung 4.2 – 165: Region – Ostösterreich – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?	274
Abbildung 4.2 – 166: Region – Südösterreich – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?	275
Abbildung 4.2 – 167: Region – Westösterreich – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?	276
Abbildung 4.2 – 168: Anzahl Mitgliedschaften – 1 Genos. – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?	278
Abbildung 4.2 – 169: Anzahl Mitgliedschaften – 2 Genos. – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?	279
Abbildung 4.2 – 170: Anzahl Mitgliedschaften – >3 Genos. – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?	280
Abbildung 4.2 – 171: FunktionärIn – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?	282
Abbildung 4.2 – 172: kein/e FunktionärIn – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?	283
Abbildung 4.2 – 173: Bildung – HS, Unt. AHS und Lehre – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?	284
Abbildung 4.2 – 174: Bildung – AHS, BHS mit Matura – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?	285
Abbildung 4.2 – 175: Bildung – FH pder Uni – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?	286
Abbildung 4.2 – 176: Bildung – kA bzw. anderer Abschluss – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?	287
Abbildung 4.2 – 177: Größe Genossenschaft – Genos. klein – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?	289
Abbildung 4.2 – 178: Größe Genossenschaft – Genos. mittel – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?	290
Abbildung 4.2 – 179: Größe Genossenschaft – Genos. groß – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?	291
Abbildung 4.2 – 180: Branche – Banken – Relevante Aufgabenfelder für Genossenschaften in Folge der Krise	293
Abbildung 4.2 – 181: Branchen – Wohnen – Relevante Aufgabenfelder für Genossenschaften in Folge der Krise	294
Abbildung 4.2 – 182: Branchen – LW – Relevante Aufgabenfelder für Genossenschaften in Folge der Krise	294
Abbildung 4.2 – 183: Gesamtansicht – Neue Geschäftsfelder für Genossenschaften	296
Abbildung 4.2 – 184: Branche – Neue Geschäftsfelder für Genossenschaften	297
Abbildung 4.2 – 185: Alter – Neue Geschäftsfelder für Genossenschaften	298
Abbildung 4.2 – 186: Geschlecht – Neue Geschäftsfelder für Genossenschaften	299
Abbildung 4.2 – 187: Region – Neue Geschäftsfelder für Genossenschaften	300
Abbildung 4.2 – 188: Anzahl Mitgliedschaften – Neue Geschäftsfelder für Genossenschaften	301
Abbildung 4.2 – 189: FunktionärIn – Neue Geschäftsfelder für Genossenschaften	302
Abbildung 4.2 – 190: Bildung – Neue Geschäftsfelder für Genossenschaften	303
Abbildung 4.2 – 191: Größe Genossenschaft – Neue Geschäftsfelder für Genossenschaften	304
Abbildung 4.2 – 192: Gesamtansicht – Unterstützung für Mitglieder während Krise	307
Abbildung 4.2 – 193: Branche – Banken – Unterstützung für Mitglieder während Krise	308
Abbildung 4.2 – 194: Branche – Wohnen – Unterstützung für Mitglieder während Krise	309
Abbildung 4.2 – 195: Branche – LW – Unterstützung für Mitglieder während Krise	310
Abbildung 4.2 – 196: Alter – ≤ 45 J. – Unterstützung für Mitglieder während Krise	311
Abbildung 4.2 – 197: Alter – >45 J. – Unterstützung für Mitglieder während Krise	312
Abbildung 4.2 – 198: Geschlecht – weiblich – Unterstützung für Mitglieder während Krise	313
Abbildung 4.2 – 200: Geschlecht – männlich – Unterstützung für Mitglieder während Krise	314

Abbildung 4.2 – 201: Anzahl Mitgliedschaften – 1 Genos. – Unterstützung für Mitglieder während Krise	315
Abbildung 4.2 – 202: Anzahl Mitgliedschaften – 2 Genos. – Unterstützung für Mitglieder während Krise	316
Abbildung 4.2 – 203: Anzahl Mitgliedschaften – >3 Genos. – Unterstützung für Mitglieder während Krise	316
Abbildung 4.2 – 204: FunktionärIn – Unterstützung für Mitglieder während Krise	318
Abbildung 4.2 – 205: kein/e FunktionärIn – Unterstützung für Mitglieder während Krise	319
Abbildung 4.2 – 206: Bildung – HS, Unterstufe AHS u. Lehre – Unterstützung für Mitglieder während Krise	320
Abbildung 4.2 – 207: Bildung – AHS, BHS mit Matura – Unterstützung für Mitglieder während Krise	321
Abbildung 4.2 – 208: Bildung – FH oder Uni. – Unterstützung für Mitglieder während Krise.....	322
Abbildung 4.2 – 209: Bildung – kA – Unterstützung für Mitglieder während Krise	322
Abbildung 4.2 – 210: Größe Genossenschaften – Genos. klein – Unterstützung für Mitglieder während Krise	323
Abbildung 4.2 – 211: Größe Genossenschaften – Genos. mittel – Unterstützung für Mitglieder während Krise	324
Abbildung 4.2 – 212: Größe Genossenschaften – Genos. groß – Unterstützung für Mitglieder während Krise	324
Abbildung 4.2 – 213: Gesamtansicht – Wie unterstützt Sie Ihre Genossenschaft?.....	326
Abbildung 4.2 – 214: Branche – Wie unterstützt Sie Ihre Genossenschaft?	327
Abbildung 4.2 – 215: Bildung I – Wie unterstützt Sie Ihre Genossenschaft?	328
Abbildung 4.2 – 216: Bildung II – Schulabschluss – Wie unterstützt Sie Ihre Genossenschaft?	329
Abbildung 4.2 – 217: Größe Genossenschaft – Wie unterstützt Sie Ihre Genossenschaft?	329
Abbildung 4.2 – 218: Gesamtansicht – Personelle Maßnahmen aufgrund der Krise.....	331
Abbildung 4.2 – 219: Branche – Personelle Maßnahmen aufgrund der Krise	332
Abbildung 4.2 – 220: Region – Personelle Maßnahmen aufgrund der Krise	333
Abbildung 4.2 – 221: Größe Genossenschaft – Personelle Maßnahmen aufgrund der Krise.....	334
Abbildung 4.2 – 222: Gesamtansicht – Sollen Genossenschaften Nicht-Mitglieder unterstützen?	335
Abbildung 4.2 – 223: Branche – Sollen Genossenschaften Nicht-Mitglieder unterstützen?	335
Abbildung 4.2 – 224: Geschlecht – Sollen Genossenschaften Nicht-Mitglieder unterstützen?	336
Abbildung 4.2 – 225: Anzahl Mitgliedschaften – Sollen Genossenschaften Nicht-Mitglieder unterstützen?	337
Abbildung 4.2 – 226: Bildung – Sollen Genossenschaften Nicht-Mitglieder unterstützen?	338
Abbildung 4.2 – 227: Größe Genossenschaft – Sollen Genossenschaften Nicht-Mitglieder unterstützen?	338
Abbildung 4.2 – 228: Gesamtansicht – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	340
Abbildung 4.2 – 229: Branche – Banken – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	341
Abbildung 4.2 – 229: Branche – Wohnen – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	342
Abbildung 4.2 – 231: Branche – LW – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	343
Abbildung 4.2 – 232: Alter – ≤ 45 J. – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	344
Abbildung 4.2 – 233: Alter – >45 J. – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	344
Abbildung 4.2 – 234: Geschlecht – weiblich – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	345
Abbildung 4.2 – 235: Geschlecht – männlich – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	346
Abbildung 4.2 – 236: Region – Ostösterreich – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	347
Abbildung 4.2 – 237: Region – Westösterreich – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	347
Abbildung 4.2 – 238: Region – Südosterreich – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	348
Abbildung 4.2 – 239: Anzahl Mitgliedschaften – 1 Genos. – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	349
Abbildung 4.2 – 240: Anzahl Mitgliedschaften – 2. Genos. – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	349
Abbildung 4.2 – 241: Anzahl Mitgliedschaften – >3 Genos. – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	350
Abbildung 4.2 – 242: Bildung – HS, Unterstufe AHS, Lehre – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	351
Abbildung 4.2 – 243: Bildung – AHS, BHS mit Matura – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	352
Abbildung 4.2 – 244: Bildung – FH oder Uni. – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	352
Abbildung 4.2 – 245: Bildung – kA bzw. anderer Schulabschluss – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern ...	353
Abbildung 4.2 – 246: Größe Genossenschaft – Genos. klein – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	354
Abbildung 4.2 – 247: Größe Genossenschaft – Genos. mittel – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	354
Abbildung 4.2 – 248: Größe Genossenschaft – Genos. groß – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	355
Abbildung 4.2 – 249: Gesamtansicht – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	357
Abbildung 4.2 – 250: Branche – Banken – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	358
Abbildung 4.2 – 251: Branche – Wohnen – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	359
Abbildung 4.2 – 252: Branche – LW – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	360
Abbildung 4.2 – 253: Alter – ≤ 45 J. – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	361
Abbildung 4.2 – 254: Alter – >45 J. – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	361
Abbildung 4.2 – 255: Geschlecht – weiblich – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	362
Abbildung 4.2 – 256: Geschlecht – männlich – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	363

Abbildung 4.2 – 257: Region – Ostösterreich – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	364
Abbildung 4.2 – 258: Region – Westösterreich – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	364
Abbildung 4.2 – 259: Region – Südösterreich – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	365
Abbildung 4.2 – 260: Anzahl Mitgliedschaften – 1 Genos. – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	366
Abbildung 4.2 – 261: Anzahl Mitgliedschaften – 2 Genos. – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	366
Abbildung 4.2 – 262: Anzahl Mitgliedschaften – >3 Genos. – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	367
Abbildung 4.2 – 263: FunktionärIn – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	368
Abbildung 4.2 – 264: kein/e FunktionärIn – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	368
Abbildung 4.2 – 265: Bildung – HS, Unterstufe AHS, Lehre – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	369
Abbildung 4.2 – 266: Bildung – AHS, BHS mit Matura – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	370
Abbildung 4.2 – 267: Bildung – FH oder Uni. – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	370
Abbildung 4.2 – 268: Bildung – KA bzw. anderer Schulabschluss – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	371
Abbildung 4.2 – 269: Größe Genossenschaft – Genos. klein – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	372
Abbildung 4.2 – 270: Bildung – Genos. mittel – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	372
Abbildung 4.2 – 271: Größe Genossenschaft – Genos. groß – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	373
Abbildung 4.2 – 272: Gesamtansicht – Änderungsbedarf an der Genossenschaftsstruktur	375
Abbildung 4.2 – 273: Branche – Änderungsbedarf an der Genossenschaftsstruktur	376
Abbildung 4.2 – 274: Alter – Änderungsbedarf an der Genossenschaftsstruktur	377
Abbildung 4.2 – 275: Geschlecht – Änderungsbedarf an der Genossenschaftsstruktur	378
Abbildung 4.2 – 276: Region – Änderungsbedarf an der Genossenschaftsstruktur	379
Abbildung 4.2 – 277: Anzahl Mitgliedschaften – Änderungsbedarf an der Genossenschaftsstruktur	379
Abbildung 4.2 – 278: FunktionärIn – Änderungsbedarf an der Genossenschaftsstruktur	380
Abbildung 4.2 – 279: Bildung – Änderungsbedarf an der Genossenschaftsstruktur	381
Abbildung 4.2 – 280: Größe Genossenschaft – Änderungsbedarf an der Genossenschaftsstruktur	381
Abbildung 4.2 – 281: Gesamtansicht – Haben sich Mehrfachpositionen bewährt?	383
Abbildung 4.2 – 282: Branche – Haben sich Mehrfachpositionen bewährt?	383
Abbildung 4.2 – 283: Alter – Haben sich Mehrfachpositionen bewährt?	384
Abbildung 4.2 – 284: Geschlecht – Haben sich Mehrfachpositionen bewährt?	385
Abbildung 4.2 – 285: Region – Haben sich Mehrfachpositionen bewährt?	385
Abbildung 4.2 – 286: Anzahl Mitgliedschaften – Haben sich Mehrfachpositionen bewährt?	386
Abbildung 4.2 – 287: FunktionärIn und Anzahl Mitgliedschaften – Haben sich Mehrfachpositionen bewährt?	387
Abbildung 4.2 – 288: FunktionärIn – Haben sich Mehrfachpositionen bewährt?	387
Abbildung 4.2 – 289: Bildung – Haben sich Mehrfachpositionen bewährt?	388
Abbildung 4.2 – 290: Größe Genossenschaft – Haben sich Mehrfachpositionen bewährt?	389
Abbildung 4.2 – 291: Gesamtansicht – Befürwortung häufigerer Befragung von Mitgliedern	390
Abbildung 4.2 – 292: Branche – Befürwortung häufigerer Befragung von Mitgliedern	390
Abbildung 4.2 – 293: FunktionärIn und Branche – Befürwortung häufigerer Befragung von Mitgliedern	391
Abbildung 4.2 – 294: Alter – Befürwortung häufigerer Befragung von Mitgliedern	392
Abbildung 4.2 – 295: Region – Befürwortung häufigerer Befragung von Mitgliedern	393
Abbildung 4.2 – 296: Anzahl Mitgliedschaften – Befürwortung häufigerer Befragung von Mitgliedern	394
Abbildung 4.2 – 297: FunktionärIn – Befürwortung häufigerer Befragung von Mitgliedern	394
Abbildung 4.2 – 298: Gesamtansicht – Zustimmung temporärer digitaler Mitgliederversammlungen	396
Abbildung 4.2 – 299: Branche – Zustimmung temporärer digitaler Mitgliederversammlungen	397
Abbildung 4.2 – 300: Alter – Zustimmung temporärer digitaler Mitgliederversammlungen	398
Abbildung 4.2 – 301: Geschlecht – Zustimmung temporärer digitaler Mitgliederversammlungen	398
Abbildung 4.2 – 302: Region – Zustimmung temporärer digitaler Mitgliederversammlungen	399
Abbildung 4.2 – 303: Anzahl Mitgliedschaften – Zustimmung temporärer digitaler Mitgliederversammlungen	400
Abbildung 4.2 – 304: FunktionärIn – Zustimmung temporärer digitaler Mitgliederversammlungen	400
Abbildung 4.2 – 305: Bildung – Zustimmung temporärer digitaler Mitgliederversammlungen	401
Abbildung 4.2 – 306: Größe Genossenschaften – Zustimmung temporärer digitaler Mitgliederversammlungen	401
Abbildung 4.2 – 307: Gesamtansicht – Beibehaltung digitaler Abstimmungen	403
Abbildung 4.2 – 308: Branche – Beibehaltung digitaler Abstimmungen	403
Abbildung 4.2 – 309: Alter – Beibehaltung digitaler Abstimmungen	404
Abbildung 4.2 – 310: Geschlecht – Beibehaltung digitaler Abstimmungen	405
Abbildung 4.2 – 311: Anzahl Mitgliedschaften – Beibehaltung digitaler Abstimmungen	406
Abbildung 4.2 – 312: FunktionärIn – Beibehaltung digitaler Abstimmungen	407

Abbildung 4.2 – 313: Bildung – Beibehaltung digitaler Abstimmungen	407
Abbildung 4.2 – 314: Größe Genossenschaft – Beibehaltung digitaler Abstimmungen	408
Abbildung 4.2 – 315: Gesamtansicht – Teilnahmebereitschaft (digital)	409
Abbildung 4.2 – 316: Branche – Teilnahmebereitschaft (digital)	409
Abbildung 4.2 – 317: Alter – Teilnahmebereitschaft (digital)	410
Abbildung 4.2 – 318: Geschlecht – Teilnahmebereitschaft (digital)	411
Abbildung 4.2 – 319: Region – Teilnahmebereitschaft (digital)	411
Abbildung 4.2 – 320: Anzahl Mitgliedschaften – Teilnahmebereitschaft (digital)	412
Abbildung 4.2 – 321: FunktionärIn – Teilnahmebereitschaft (digital)	413
Abbildung 4.2 – 322: Bildung – Teilnahmebereitschaft (digital)	413
Abbildung 4.2 – 323: Größe Genossenschaft – Teilnahmebereitschaft (digital)	414
Abbildung 4.2 – 324: Gesamtansicht – Teilnahmebereitschaft in der Vergangenheit (analog)	416
Abbildung 4.2 – 325: Branche – Teilnahmebereitschaft in der Vergangenheit (analog)	416
Abbildung 4.2 – 326: Alter – Teilnahmebereitschaft in der Vergangenheit (analog)	417
Abbildung 4.2 – 327: Geschlecht – Teilnahmebereitschaft in der Vergangenheit (analog)	418
Abbildung 4.2 – 328: Region – Teilnahmebereitschaft in der Vergangenheit (analog)	418
Abbildung 4.2 – 329: Anzahl Mitgliedschaften – Teilnahmebereitschaft in der Vergangenheit (analog)	419
Abbildung 4.2 – 330: FunktionärIn – Teilnahmebereitschaft in der Vergangenheit (analog)	420
Abbildung 4.2 – 331: Bildung – Teilnahmebereitschaft in der Vergangenheit (analog)	420
Abbildung 4.2 – 332: Größe Genossenschaft – Teilnahmebereitschaft in der Vergangenheit (analog)	421
Abbildung 4.2 – 333: Gesamtansicht – Verschiebung der Mitgliederversammlung	422
Abbildung 4.2 – 334: Branche – Verschiebung der Mitgliederversammlung	422
Abbildung 4.2 – 335: Alter – Verschiebung der Mitgliederversammlung	423
Abbildung 4.2 – 336: Geschlecht – Verschiebung der Mitgliederversammlung	424
Abbildung 4.2 – 337: Region – Verschiebung der Mitgliederversammlung	424
Abbildung 4.2 – 338: Anzahl Mitgliedschaften – Verschiebung der Mitgliederversammlung	425
Abbildung 4.2 – 339: FunktionärIn – Verschiebung der Mitgliederversammlung	426
Abbildung 4.2 – 340: Bildung – Verschiebung der Mitgliederversammlung	426
Abbildung 4.2 – 341: Größe Genossenschaft – Verschiebung der Mitgliederversammlung	427
Abbildung 4.2 – 342: Gesamtansicht – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen	429
Abbildung 4.2 – 343: Branche – Banken – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen	430
Abbildung 4.2 – 344: Branche – Wohnen – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen	431
Abbildung 4.2 – 345: Branche – Landwirtschaft – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen	432
Abbildung 4.2 – 346: Alter – ≤ 45 J. – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen	433
Abbildung 4.2 – 347: Alter – >45 J. – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen	434
Abbildung 4.2 – 348: Geschlecht – weiblich – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen	435
Abbildung 4.2 – 349: Geschlecht – männlich – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen	436
Abbildung 4.2 – 350: Region – Ostösterreich – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen	437
Abbildung 4.2 – 351: Region – Westösterreich. – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen	438
Abbildung 4.2 – 352: Anzahl Mitgliedschaften – 1 Genos. – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen	439
Abbildung 4.2 – 353: Anzahl Mitgliedschaften – 2 Genos. – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen	440
Abbildung 4.2 – 354: Anzahl Mitgliedschaften – >3 Genos. – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen	440
Abbildung 4.2 – 355: FunktionärIn – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen	441
Abbildung 4.2 – 356: kein/e FunktionärIn – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen	442
Abbildung 4.2 – 357: Bildung – HS, AHS und Lehre – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen	443
Abbildung 4.2 – 358: Bildung – AHS, BHS m. Matura – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen	444
Abbildung 4.2 – 359: Bildung – FH oder Uni. – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen	444
Abbildung 4.2 – 360: Bildung – kA bzw. anderer Schulabschluss – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen	445
Abbildung 4.2 – 361: Gesamtansicht – 5 wichtigste Vorteile von Digitalisierung für Genossenschaften	447
Abbildung 4.2 – 362: Branche – 5 wichtigste Vorteile von Digitalisierung für Genossenschaften	448
Abbildung 4.2 – 363: Gesamtansicht – 5 wichtigste Nachteile von Digitalisierung für Genossenschaften	450
Abbildung 4.2 – 364: Branche – 5 wichtigste Nachteile von Digitalisierung für Genossenschaften	451
Abbildung 4.2 – 365: Geschlecht – 5 wichtigste Nachteile von Digitalisierung für Genossenschaften	452
Abbildung 4.2 – 366: FunktionärIn – 5 wichtigste Nachteile von Digitalisierung für Genossenschaften	453
Abbildung 4.2 – 367: Bildung – 5 wichtigste Nachteile von Digitalisierung für Genossenschaften	454
Abbildung 4.2 – 368: Größe Genossenschaft – 5 wichtigste Nachteile von Digitalisierung für Genossenschaften	455

4.2.1. Aufbau der Präsentation

Um die Ergebnisse prägnant und kompakt darzustellen und somit einen Gesamtüberblick zu ermöglichen, werden die Fragenblöcke der Mitgliederbefragung in den folgenden Unterkapiteln in weitere, inhaltlich zusammenhängende Cluster zusammengefasst (siehe auch Kapitel 3.3.). Die hier präsentierten Cluster entsprechen daher nicht der Reihenfolge der Fragen im Fragebogen, die der inhaltlich logischen Abfolge für die befragten Personen folgt:

- Eigenschaften, Werte und Prinzipien Fragen M.1 – M.4
- Profilierung und Attraktivität in der Krise Fragen M.5 – M.12
- Unterschiede zu anderen Rechtsformen Fragen M.13 – M.16
- Potenziale Fragen M.17 – M.22
- Unterstützung Fragen M.23 – M.28
- Organisationsformen Fragen M.29 – M.31
- Digitalisierung Fragen M.32 – M.40

Eine Darstellung sämtlicher Auswertungen nach Einzelfragen und all ihrer Ausprägungen sprengt den Rahmen dieser Publikation (siehe auch Kapitel 3.3.2.3.). Daher werden hier die ohnehin schon umfangreichen wesentlichen Aussagen und Unterschiede zwischen den einzelnen Gruppen präsentiert, die Darstellungsform der Kernaussagen mittels Graphiken wird beibehalten.

Die inhaltlichen Cluster sind stets nach derselben Struktur aufgebaut: Nach einer Gesamtschau aller abgegebenen Antworten folgt eine Detailanalyse der drei Branchen „*Bank & Finanzdienstleistungen*“, „*Wohnen und Bauen*“ sowie „*Landwirtschaft*“. Daran schließt sich die Auswertung nach den gebildeten Gruppen an.

Somit ergibt sich für die einzelnen Fragen folgende Gliederung:

- A) Gesamtauswertung des Fragenclusters
- B) Detailauswertung nach Branchen
- C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen
 - a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer
 - b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer
 - c. Region der Genossenschaft
 - d. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer
 - e. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer
 - f. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer
 - g. Größe der Genossenschaft

4.2.2. Eigenschaften, Werte und Prinzipien

Kapitel 4.2.2. fasst folgende Fragen der Mitgliederbefragung zusammen:

- Frage M.1: „Welche Eigenschaften würden Sie österreichischen Genossenschaften in welchem Ausmaß zuschreiben?“
- Frage M.2: „Wie sehr werden Ihrer Einschätzung nach folgende Werte und Prinzipien während der aktuellen Krise von der Genossenschaft (Vorstand/Geschäftsführung) kommuniziert?“
- Frage M.3: „Wie wichtig sind für Sie diese Werte und Prinzipien?“
- Frage M.4: „Die Genossenschaft, in der ich hauptsächlich aktiv bin, verbindet ökonomische und soziale Zielsetzungen“

Das Ziel des Clusters ist zunächst eine Erhebung, wie Genossenschaftsmitglieder den Ist-Zustand der österreichischen Genossenschaften sowie ihrer eigenen Genossenschaft hinsichtlich Eigenschaften und Prinzipien einschätzen. Die entsprechenden Fragen M.1 und M.2 sind bewusst nicht krisenbezogen und korrespondieren mit den Fragen D.1 und D.3 der Delphi-Studie in Kapitel 4.1.2. Sie werden durch die subjektive, persönliche Einschätzung der Genossenschaftsmitglieder in den Fragen M.3 und M.4 ergänzt, in denen erhoben wird, wie wichtig den Mitgliedern diese Werte persönlich sind und ob sie die Verbindung zwischen ökonomischen und sozialen Zielsetzungen, die Genossenschaften aufgrund ihrer Doppelnatur gemeinhin zuerkannt werden, als gegeben ansehen.

Frage M.1 – Zuschreibung von Eigenschaften

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

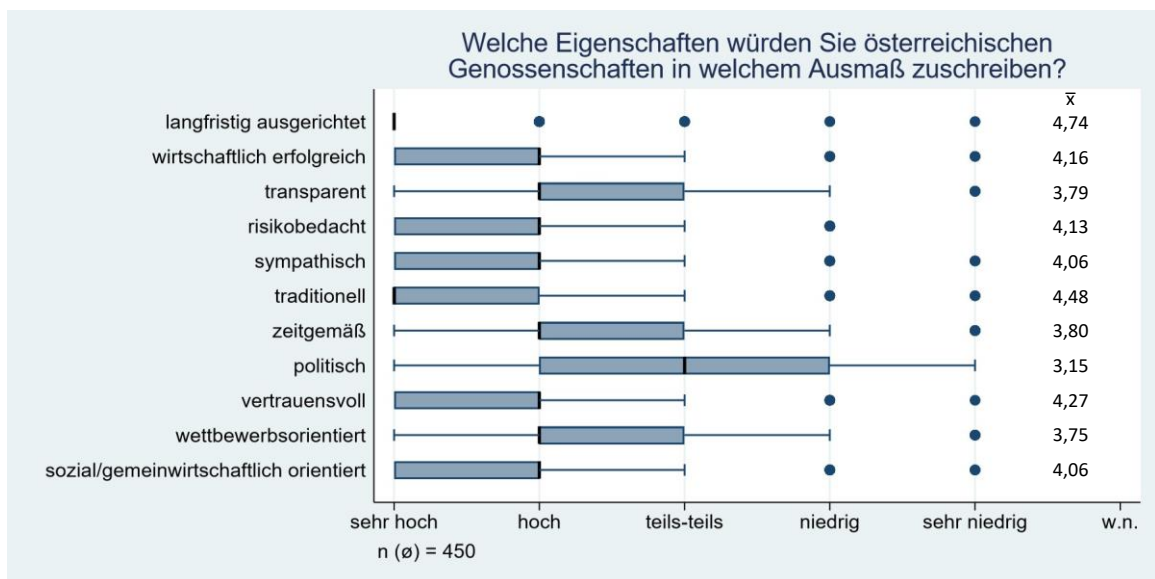


Abbildung 4.2 – 25: Gesamtansicht – Zuschreibung von Eigenschaften¹³¹

¹³¹ **Legende:** schwarzer vertikaler Strich = Median; Balken = Bereich zwischen 25tem und 75tem Perzentil; horizontaler Strich = Bandbreite der gegebenen Antworten; „sehr hoch“ wird dabei der Wert 5 zugewiesen, „sehr niedrig“ = 1.

Auf die Frage hin (Abb. 4.2 – 1), welche Eigenschaften die Mitglieder österreichischen Genossenschaften in welchem Ausmaß zuschreiben, wurde, basierend auf Befragungen von Theurl¹³² und Röbl¹³³ bestimmte Eigenschaften abgefragt, die gemeinhin mit Genossenschaften assoziiert werden. Dabei ist die Eigenschaft, die von nahezu allen befragten Genossenschaftsmitgliedern angegeben wird, die langfristige Ausrichtung. Der Median liegt hier bei „sehr hoch“, es kommt zu kaum einer Varianz innerhalb der Likert-Skala bzw. der gegebenen Antwortoptionen. Ein weiteres Charakteristikum, das österreichischen Genossenschaften von den Mitgliedern zugeschrieben wird, ist ihre Tradition, sie werden als traditionell wahrgenommen. Der Median liegt auch hier bei „sehr hoch“, wobei das Intervall zwischen 25tem und 75tem Intervall zwischen „sehr hoch“ und „hoch“ liegt. Weitere Eigenschaften, die diese Perzentilverteilung aufweisen, bei denen der Median aber bei „hoch“ liegt, sind: „wirtschaftlich erfolgreich“, „risikobedacht“, „sympathisch“, „vertrauensvoll“ und „sozial/gemeinwirtschaftlich orientiert“. Eigenschaften, bei denen der Median ebenfalls bei „hoch“ liegt, der Bereich zwischen 25tem und 75tem Perzentil jedoch zwischen „hoch“ und „teils-teils“, sind: „transparent“, „zeitgemäß“ und „wettbewerbsorientiert“. Der Punkt „politisch“ weicht etwas von der generell sehr hohen Zustimmungsrates ab. Hier liegt der Median bei „teils-teils“, der Bereich zwischen 25tem und 75tem Perzentil zwischen „hoch“ und „niedrig“. Genossenschaften werden demnach nicht unbedingt als politisch wahrgenommen.

B) Detailauswertung nach Branchen

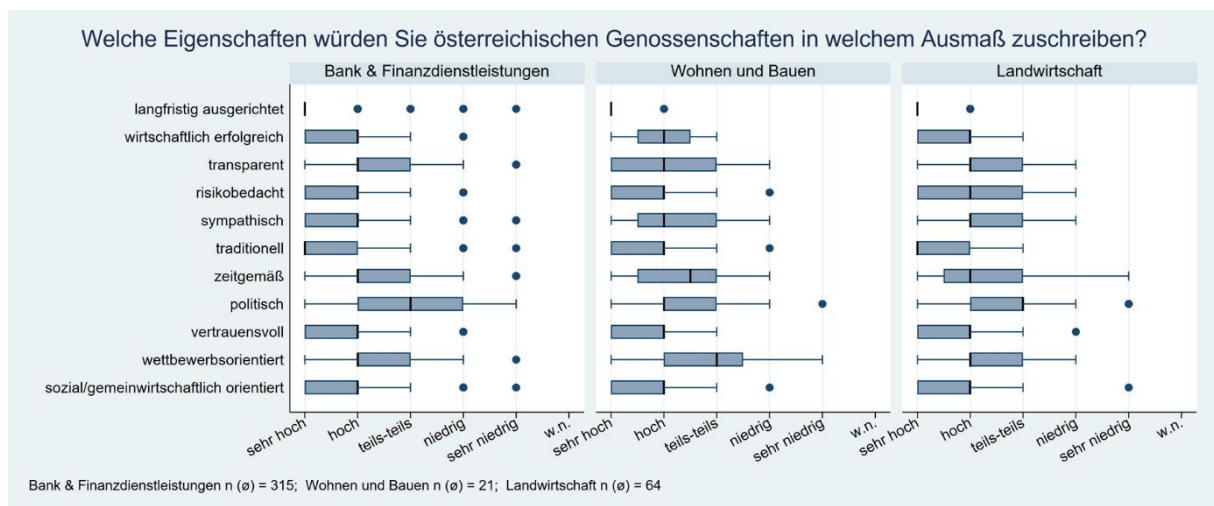


Abbildung 4.2 – 26: Branchen – Zuschreibung von Eigenschaften

Hinsichtlich der Medianverteilung gibt es bei einer Unterscheidung nach Branche nur geringfügige Unterschiede. Die Medianverteilung zwischen dem Bereich Bank & Finanzdienstleistungen und den Genossenschaftsmitgliedern aus dem Bereich Landwirtschaft ist identisch. Lediglich die Perzentilverteilung weicht etwas voneinander ab. Der Bereich Wohnen und Bauen zeigt geringe Abweichungen, doch ist hier die Stichprobe zu gering, um generelle Aussagen treffen zu können.

¹³² Theurl & Wendler 2011

¹³³ Röbl et al. 2014

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Bei einer Unterscheidung nach Alter kommt es zu keiner abweichenden Medianverteilung. Lediglich die genaue Perzentilverteilung variiert leicht.

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Betrachtet man die Bewertungen von Frauen und Männern getrennt, so kommt es auch hier zu keiner Abweichung des Medianwertes. Interessanterweise betrachten fast alle Frauen Genossenschaften noch deutlicher als „traditionell“. Hier gibt es lediglich einige Personen, die nicht die Antwortoption „sehr hoch“ gewählt haben. Bei den männlichen Genossenschaftsmitgliedern liegt der Bereich zwischen 25tem und 75tem Perzentil, wie auch in der Gesamtansicht zwischen „sehr hoch“ und „hoch“. Frauen sind, was die Aktualität von Genossenschaften anbelangt, ebenfalls etwas optimistischer. Der Median liegt beim Punkt „zeitgemäß“ zwar ebenfalls bei „hoch“, doch liegt hier der Bereich zwischen 25tem und 75tem Perzentil zwischen „sehr hoch“ und „teils-teils“. Bei Männern liegt er zwischen „hoch“ und „teils-teils“. Eine Abweichung der Perzentilverteilung findet sich auch beim Punkt „politisch“. Der Bereich zwischen 25tem und 75tem Perzentil liegt zwischen „hoch“ und „teils-teils“, während der Bereich bei den Männern zwischen „hoch“ und „niedrig“ liegt. Anders sieht es dagegen bei dem Punkt „transparent“ aus. Hier betrachten Frauen Genossenschaften als etwas transparenter als Männer. Der Bereich zwischen 25tem und 75tem Perzentil liegt bei Frauen zwischen „sehr hoch“ und „teils-teils“, bei den Männern dagegen zwischen „hoch“ und „teils-teils“.

c. Region der Genossenschaft

Eine Unterscheidung nach Region zeigt ebenfalls keine großen Unterschiede im Antwortverhalten. Die Medianwerte und auch die Perzentilverteilung sind weitestgehend übereinstimmend. Personen aus Westösterreich sehen die Genossenschaft etwas zeitgemäßer. Hier liegt der Bereich zwischen 25tem und 75tem Perzentil zwischen „sehr hoch“ und „teils-teils“, bei Genossenschaftsmitgliedern aus Ostösterreich liegt dieser Wert bei „hoch“ bis „teils-teils“. Südösterreich weicht etwas von der generellen Bewertung ab, doch ist hier die Stichprobenanzahl zu gering, um generalisierbare Unterschiede ausmachen zu können.

d. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Die Anzahl an Mitgliedschaften hat keinen bzw. nur einen sehr geringen Einfluss auf die Bewertung der einzelnen Eigenschaften. Es kommt zu keinen Medianverschiebungen.

e. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Interessanterweise kommt es auch bei einer Unterscheidung von Personen mit offizieller Position in der Genossenschaft und den reinen Mitgliedern zu keinen Unterschieden des Medians in Bezug auf die Bewertung der einzelnen angeführten

Eigenschaften. Lediglich das Intervall zwischen 25tem und 75tem Perzentil variiert leicht.

f. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Unterscheidet man nach der Höhe des Bildungsabschlusses, so kommt es auch hier zu keinen großen Veränderungen des Medianwertes. Lediglich die Medianbewertung der Personen ohne Angabe bzw. einer anderen Art des Schulabschlusses weicht hinsichtlich des Punktes „vertrauensvoll“ ab. Hier liegt der Medianwert bei „sehr hoch“. Bei den anderen Unterscheidungskategorien liegt der Wert bei „hoch“. In der Perzentilverteilung kommt es zu geringen Abweichungen. Generell sehen Mitglieder mit höherer Bildung die einzelnen Punkte kritischer, es kommt zu leichten Perzentilverschiebungen, der Medianwert bleibt jedoch unverändert.

g. Größe der Genossenschaft

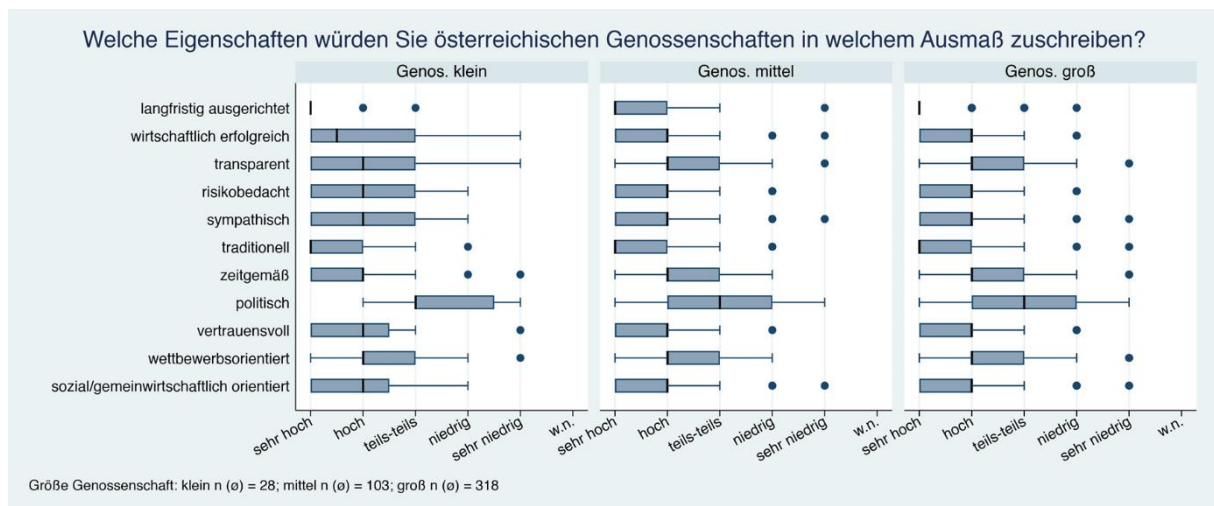


Abbildung 4.2 – 27: Größe Genossenschaft – Zuschreibung von Eigenschaften

Während sich die Bewertung der Mitglieder von großen Genossenschaften und jenen von mittleren Genossenschaften weitestgehend überdecken, kommt es bei Personen, die Mitglieder von kleinen Genossenschaften sind, zu geringen Abweichungen. So ist die Perzentilverteilung meist etwas größer, sprich die Ansichten weichen stärker voneinander ab. Der Punkt „wirtschaftlich erfolgreich“ wird von ihnen etwas positiver gesehen. Der Median liegt hier zwischen „sehr hoch“ und „hoch“, während er bei den zwei anderen Kategorien bei „hoch“ liegt. Allerdings muss drauf hingewiesen werden, dass die Stichprobenanzahl bei kleinen Genossenschaften kleiner ist als bei mittleren und großen Genossenschaften.

Aus der Gesamtbetrachtung geht hervor, dass Genossenschaften, auch in der Betrachtung nach unterschiedlichen Unterscheidungsmerkmalen grundsätzlich positiv gesehen werden. Als nicht ganz so stark gegeben, werden die Punkte „transparent“, „zeitgemäß“, „wettbewerbsorientiert“ und „politisch“ genannt.

Frage M.2 – Kommunikation von Werten und Prinzipien

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters



Abbildung 4.2 – 28: Gesamtansicht – Kommunikation von Werten und Prinzipien¹³⁴

Betrachtet man die Frage, wie sehr nach Einschätzung der Mitglieder genossenschaftliche Werte und Prinzipien im Zuge der aktuellen Covid-19-Krise vom Vorstand bzw. der Geschäftsführung der jeweiligen Genossenschaft kommuniziert werden, so ist dies unbestritten das Thema Regionalität. Fast alle Mitglieder wählen hier die Antwortoption „ja“. Gefolgt wird die Kommunikation von den Themen: „Solidarität“, „genossenschaftlicher Förderauftrag“, „Demokratie“ und „Selbstverantwortung“. „Teils-teils“ bis „gar nicht“ wird das Thema „offene Mitgliedschaft“ kommuniziert.

¹³⁴ **Legende:** schwarzer vertikaler Strich = Median; Balken = Bereich zwischen 25tem und 75tem Perzentil; horizontaler Strich = Bandbreite der gegebenen Antworten; „ja“ wird dabei der Wert 3 zugewiesen, „nein“ = 1.

B) Detailauswertung nach Branchen

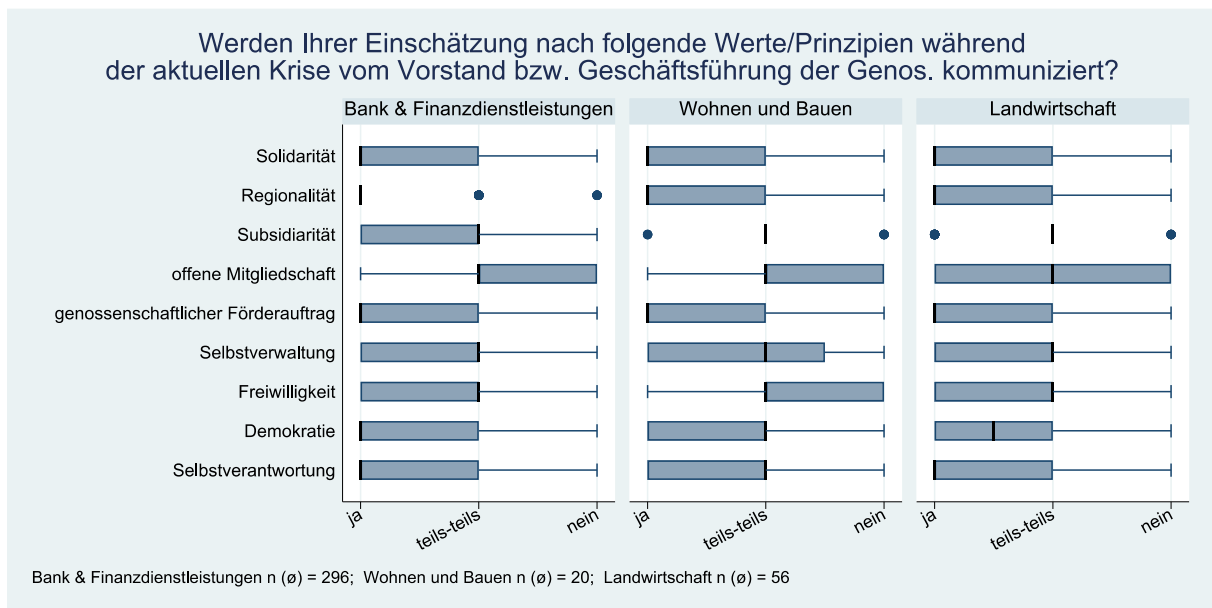


Abbildung 4.2 – 29: Branchen – Kommunikation von Werten und Prinzipien

Dieses generelle Muster der Gesamtansicht findet sich auch in der Detailauswertung nach Branchen wieder, wobei gerade im Bankenbereich die „Regionalität“ stark kommuniziert wird. Im Bereich der landwirtschaftlichen Genossenschaften ist das Antwortspektrum in Bezug auf die „offene Mitgliedschaft“ deutlich größer. Hier wird dieses genossenschaftliche Prinzip breiter kommuniziert. Auch das Thema „Selbstverantwortung“ erreicht hier einen höheren Medianwert, sprich 50% aller teilnehmenden Personen mit landwirtschaftlichem Hintergrund antworteten in diesem Bereich mit „ja“. Im Bereich Wohnen und Bauen wird das Prinzip der „Freiwilligkeit“ im Vergleich zu den anderen zwei Branchen als weniger stark kommuniziert wahrgenommen, wobei in diesem Bereich grundsätzlich die Einschränkung gemacht werden muss, dass sich die Aussage auf eine sehr geringe Stichprobengröße bezieht. In Bezug auf die hier gestellte Frage sind es 20 Personen.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

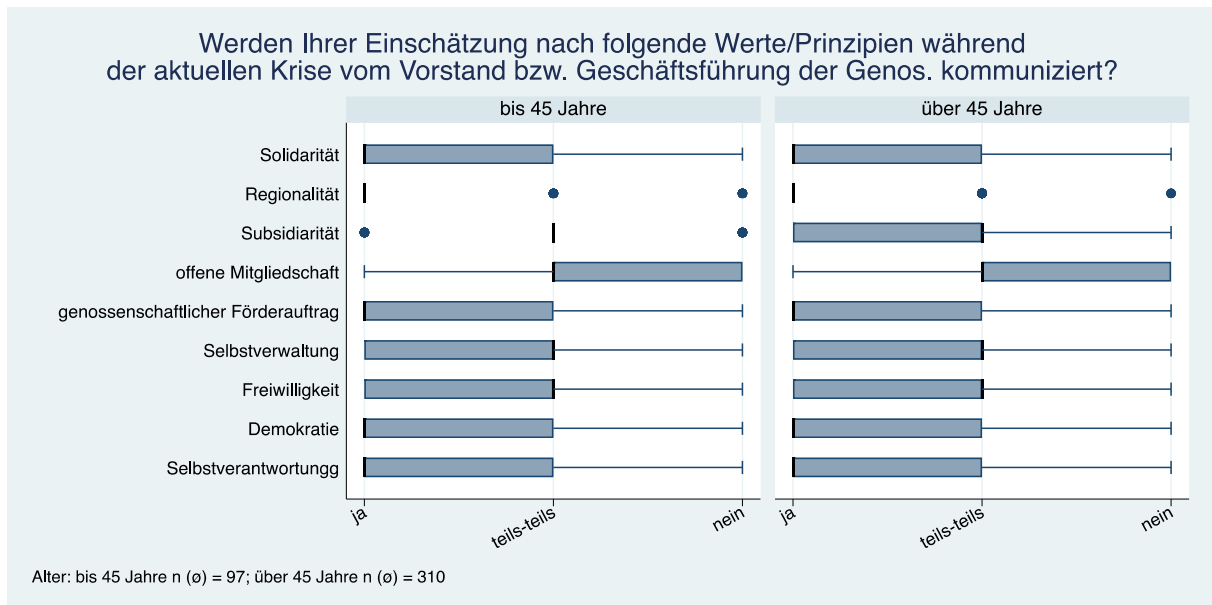


Abbildung 4.2 – 30: Alter – Kommunikation von Werten und Prinzipien

Unterscheidet man die Aussagen nach dem Alter der teilnehmenden Genossenschaftsmitglieder, so fallen bis auf den Bereich „Subsidiarität“ keine größeren Abweichungen auf. Jüngere (bis 45 Jahre) Mitglieder sehen das Thema Subsidiarität als nur teilweise kommuniziert an, wohingegen ältere Mitglieder (über 45) Jahre insgesamt häufiger mit „ja“ antworten, wobei auch hier der Medianwert bei „teils-teils“ liegt.

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

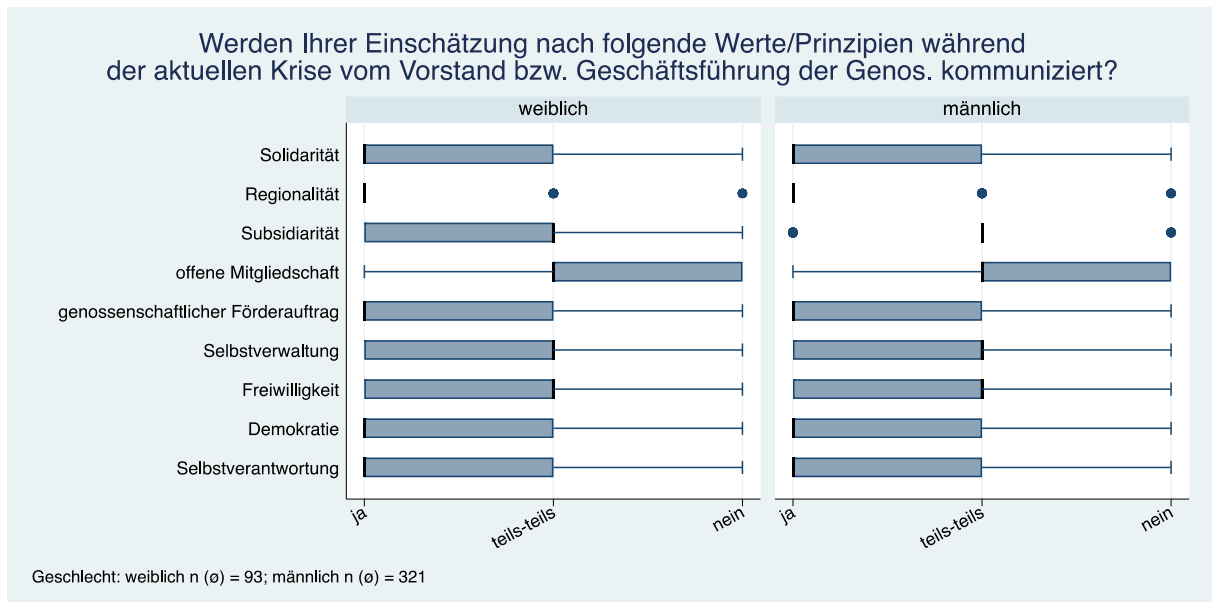


Abbildung 4.2 – 31: Geschlecht – Kommunikation von Werten und Prinzipien

In Bezug auf eine Unterscheidung nach Geschlecht ergeben sich ebenfalls nur geringfügige Abweichungen, es kommt zu keiner Abweichung des Medianwerts. Lediglich das Prinzip der „Subsidiarität“ sehen Frauen in der Perzentilverteilung im Vergleich zu den männlichen Teilnehmern als stärker kommuniziert an.

c. Region der Genossenschaft

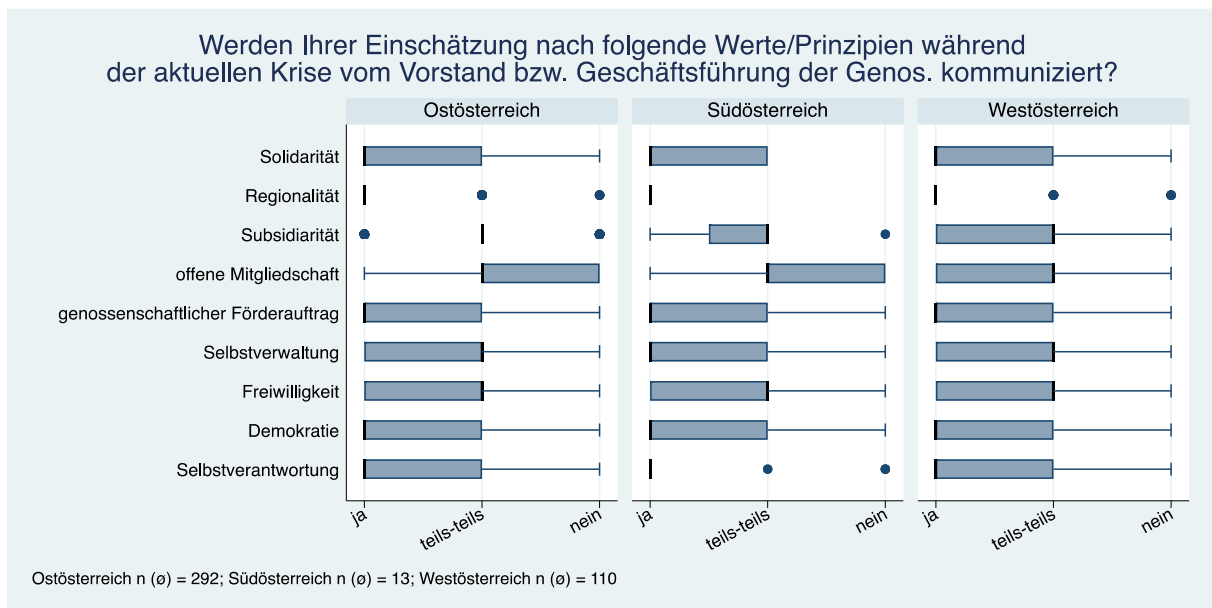


Abbildung 4.2 – 32: Region – Kommunikation von Werten und Prinzipien

Bezüglich der regionalen Unterscheidung in Ost-, Süd- und Westösterreich kommt es ebenfalls nur zu geringfügigen Unterschieden, wobei auch hier zu vermerken ist, dass der TeilnehmerInnenkreis aus Südösterreich (Steiermark und Kärnten) sehr gering ausfällt. Auch hier unterscheiden sich Ost- und Westösterreich lediglich hinsichtlich der Bewertung, wie das Prinzip der „Subsidiarität“ kommuniziert wird. Die Mitglieder aus Westösterreich sind etwas positiver, wobei der Mittelwert bei allen Regionenclustern bei „teils-teils“ liegt.

d. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

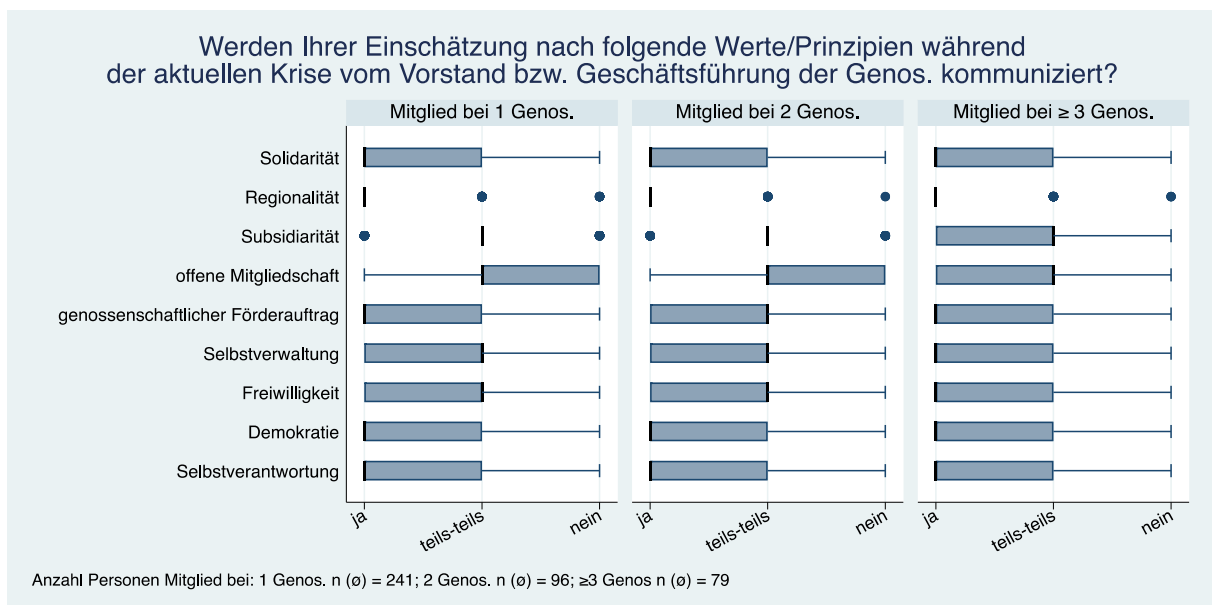


Abbildung 4.2 – 33: Anzahl Mitgliedschaften – Kommunikation von Werten und Prinzipien

Hinsichtlich einer Unterscheidung nach der Frage, in wie vielen Genossenschaften die teilnehmenden Mitglieder aktiv sind, gibt es durchaus Unterschiede in Bezug auf die

Beantwortung. So sind Personen, die bei drei oder mehr Genossenschaften Mitglied sind, deutlich positiver, was die Kommunikation der angeführten Werte und Prinzipien betrifft. Lediglich „Subsidiarität“ und „offene Mitgliedschaft“ werden hier während der Krise als nur teilweise kommuniziert wahrgenommen.

Personen, die bei zwei Genossenschaften Mitglied sind, betrachten das Agieren des Vorstands bzw. der Geschäftsführung am kritischsten. Bei 5 von 9 angeführten genossenschaftlichen Werten/Prinzipien liegt der Medianwert bei „teils-teils“.

Mitglieder bei einer Genossenschaft betrachten die Kommunikation des Vorstands als etwas positiver als die Personen, die bei zwei Genossenschaften Mitglied sind, so etwa in Bezug auf die Kommunikation des genossenschaftlichen Förderauftrags.

e. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

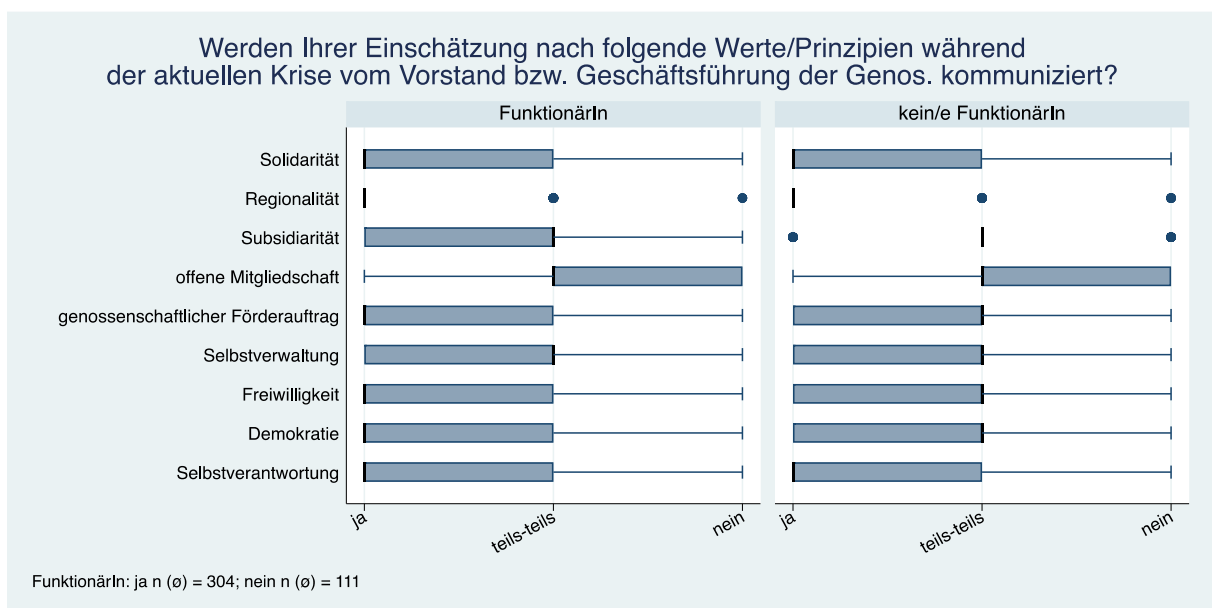


Abbildung 4.2 – 34 : FunktionärIn – Kommunikation von Werten und Prinzipien

Unterscheidet man die Antworten nach Funktion innerhalb der Genossenschaft, sprich zwischen Funktionärinnen und Funktionären und normalen Mitgliedern, so zeigt sich, dass Funktionäre die Kommunikation der angeführten genossenschaftlichen Werte und Prinzipien insgesamt positiver sehen als Nicht-Funktionärinnen und -Funktionäre, jedoch auch nicht gänzlich positiv betrachten. So sind die Antwortraten zwischen dem 25tem und 75tem Perzentil zwischen Funktionärinnen und Funktionären und reinen Mitgliedern bis auf die Aussage in Bezug auf genossenschaftliche Subsidiarität identisch. Lediglich in der Häufigkeit, welcher Aussage stärker zugestimmt wird, kommt es zu Unterschieden. Die Medianwerte sind bei den Funktionärinnen und Funktionären deutlich positiver. Unterschiede gibt es etwa hinsichtlich der Wahrnehmung des genossenschaftlichen „Förderauftrags“, der „Selbstverwaltung“ und der „Freiwilligkeit“, aber auch hinsichtlich der genossenschaftlichen „Demokratie“.

f. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

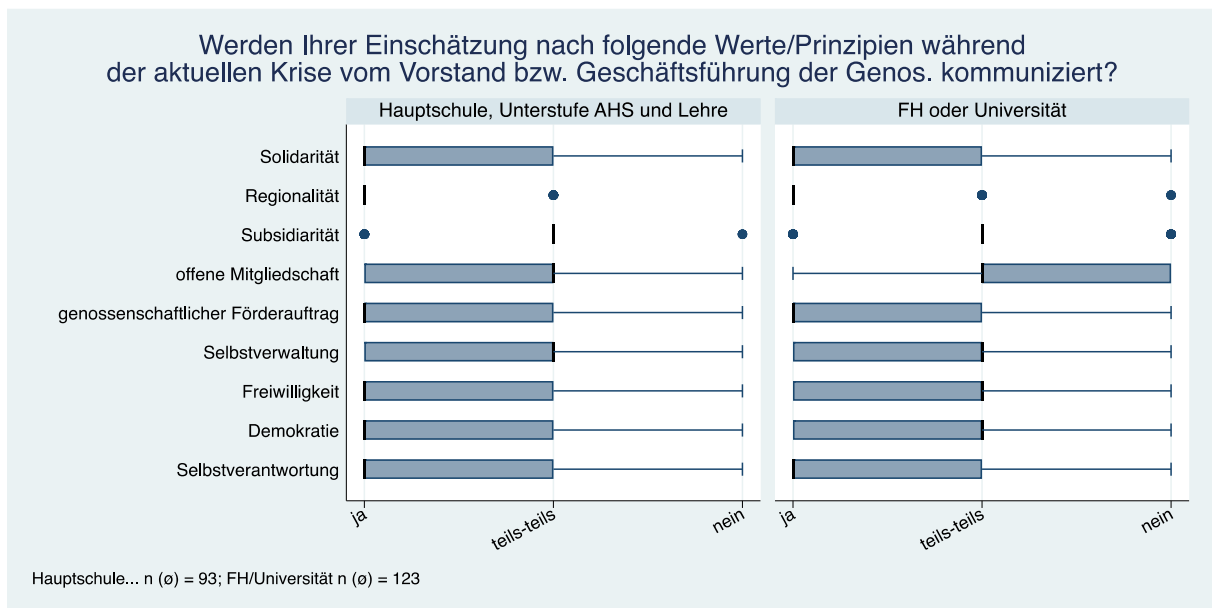


Abbildung 4.2 – 35: Bildung I – Kommunikation von Werten und Prinzipien

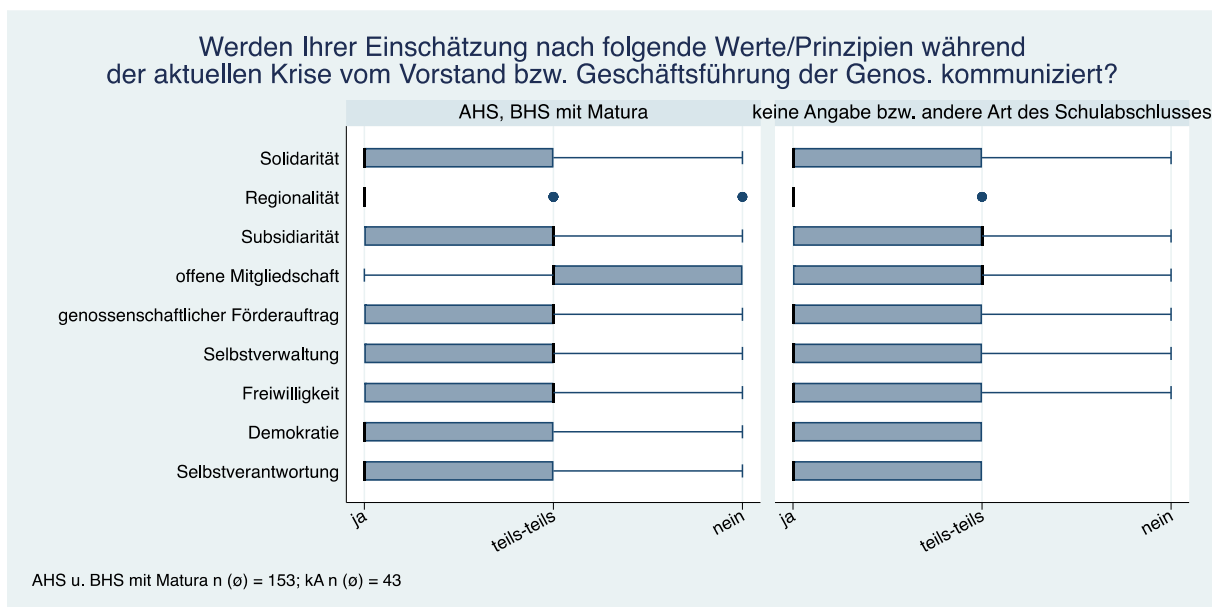


Abbildung 4.2 – 36: Bildung II – Kommunikation von Werten und Prinzipien

Auch aus dem Bildungscluster ergeben sich unterschiedliche Bewertungen der angeführten genossenschaftlichen Werte und Prinzipien. Unterscheidet man zwischen Personen, die Hauptschule, Unterstufe AHS oder Lehre abgeschlossen haben, mit den Personen, deren höchster Bildungsabschluss von einer Hochschule stammt, so fällt auf, dass Personen mit tertiärer Bildung die Antworten kritischer ausfallen als bei Personen mit formal niedrigerem Bildungsabschluss. Medianverschiebungen ergeben sich dabei in Bezug auf die Punkte „genossenschaftlicher Förderauftrag“, „Selbstverwaltung“ und „Freiwilligkeit“. Auch der Punkt „offene Mitgliedschaft“ wird von Personen mit Hauptschulabschluss, Unterstufe AHS oder Lehre positiver gesehen. Hier liegen die Antworten zwischen dem 25tem und 75tem Perzentil bei „ja“ bis „teils-teils“, wohingegen die Antworten bei Personen mit Hochschulabschluss bei „teils-teils“ bis

„nein“ liegen. Der Medianwert befindet sich jedoch jeweils bei „teils-teils“ und ist somit identisch.

Die Antworten der Personen, deren höchster Abschluss eine AHS bzw. BHS mit Matura ist, liegen zwischen den Aussagen von Personen mit hohem und Personen mit geringerem Bildungsabschluss. Lediglich der Punkt „genossenschaftlicher Förderauftrag“ fällt im Vergleich zu den zwei anderen Abschlussniveaus kritischer aus.

g. Größe der Genossenschaft

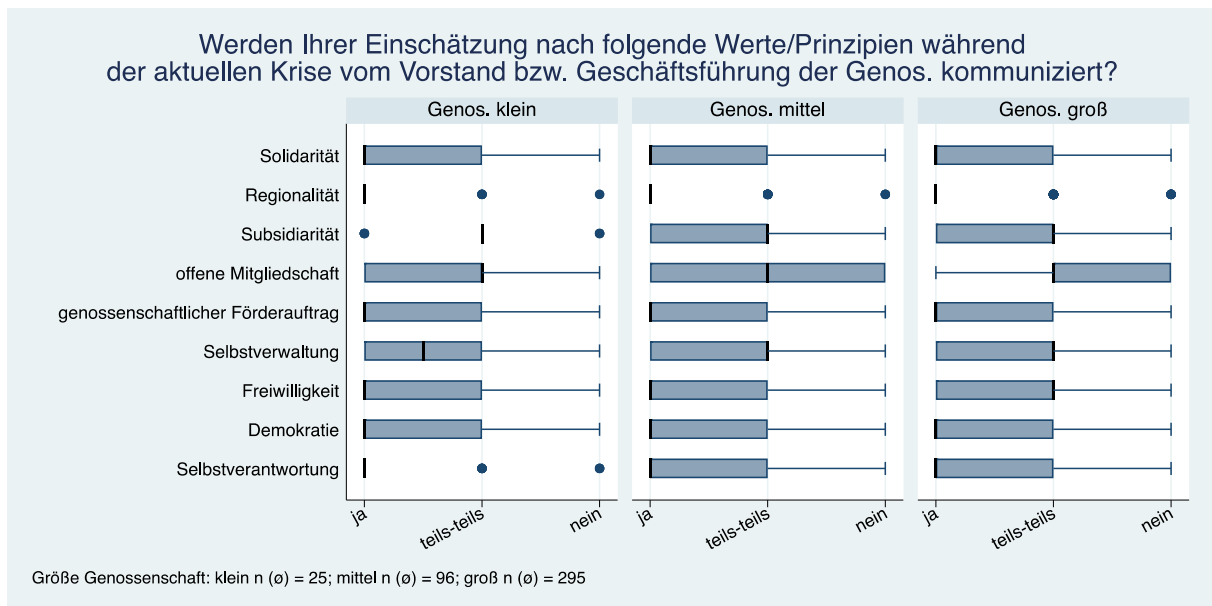


Abbildung 4.2 – 37: Größe Genossenschaft – Kommunikation von Werten und Prinzipien

Hinsichtlich einer Unterscheidung nach der Größe der Genossenschaft ist festzustellen, dass die Mitglieder, deren Genossenschaft, in der sie hauptsächlich aktiv sind, klein ist, die Kommunikation der angeführten genossenschaftlichen Werte und Prinzipien insgesamt positiver sehen. Je größer die Genossenschaft wird, desto weniger betrachten die Mitglieder die angeführten Werte und Prinzipien als gut kommuniziert. Dies lässt sich exemplarisch am Beispiel der „Offenen Mitgliedschaft“ aufzeigen. Bei kleinen Genossenschaften liegt der Bereich zwischen dem 25ten und 75. Perzentil noch bei „ja“ bis „teils-teils“. Bei Genossenschaften mittlerer Größe erstreckt er sich von „ja“ über „teils-teils“ bis „nein“. Bei großen Genossenschaften liegt der Bereich zwischen „teils-teils“ und „nein“. Der Punkt „Regionalität“ wird von allen Mitgliedern aus allen Genossenschaftsgrößen so gut wie einhellig bejaht.

Zusammenfassend ist bezüglich der Kommunikation der Werte und Prinzipien festzustellen, dass die Mitglieder die Informationen seitens der Geschäftsführung der Genossenschaft grundsätzlich positiv bewerten. Verbesserungspotenzial liegt in den Bereichen der Vermittlung der „Subsidiarität“ und „offenen Mitgliedschaft“. Darauf sollten vor allem große Genossenschaften ihr spezielles Augenmerk legen.

Frage M.3 – Wichtigkeit von Werten und Prinzipien

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

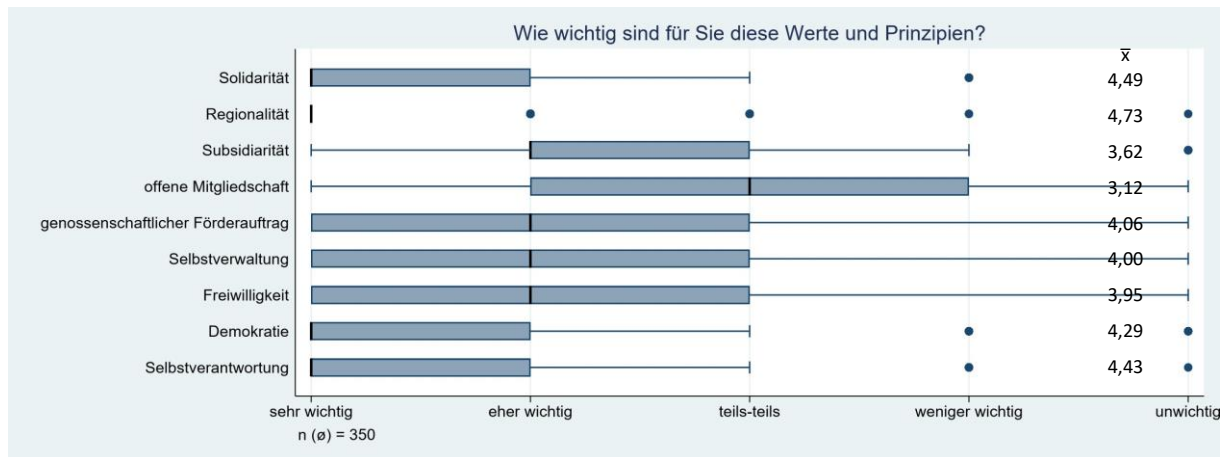


Abbildung 4.2 – 38: Gesamtansicht – Wichtigkeit von Werten und Prinzipien¹³⁵

Hinsichtlich der Frage, wie wichtig die angeführten Werte und Prinzipien für die einzelnen Genossenschaftsmitglieder sind, schneidet der Punkt „Regionalität“ am besten ab, er wird fast einhellig als „sehr wichtig“ wahrgenommen. Die Punkte „Solidarität“, „Demokratie“ und „Selbstverantwortung“ folgen an zweiter Stelle. Hier liegt der Medianwert ebenfalls bei „sehr wichtig“. Die Antworten zwischen 25tem und 75tem Perzentil liegen zwischen „sehr wichtig“ und „eher wichtig“. Eher unschlüssig bzw. als gemischt wird der Punkt „offene Mitgliedschaft“ betrachtet. Hier liegt der Median bei „teils-teils“. Der Bereich zwischen 25tem und 75tem Perzentil liegt zwischen „eher wichtig“ und „weniger wichtig“.

B) Detailauswertung nach Branchen

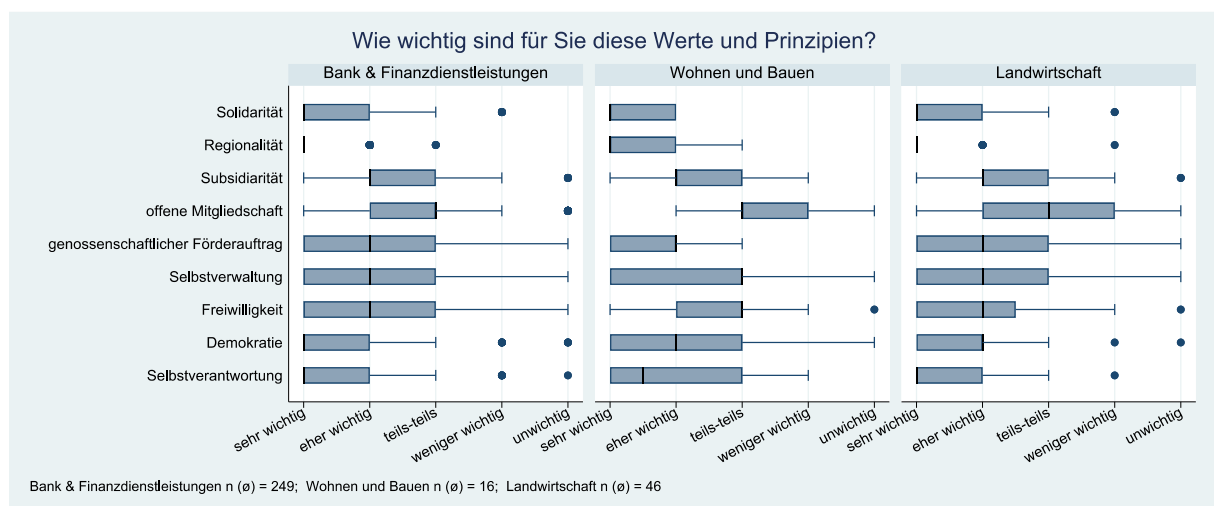


Abbildung 4.2 – 39: Branchen – Wichtigkeit von Werten und Prinzipien

Auch bei der Unterscheidung nach Branche wird der Punkt „Regionalität“ als am wichtigsten wahrgenommen. Lediglich beim Genossenschaftsbereich „Wohnen und

¹³⁵ **Legende:** schwarzer vertikaler Strich = Median; Balken = Bereich zwischen 25tem und 75tem Perzentil; horizontaler Strich = Bandbreite der gegebenen Antworten; „sehr wichtig“ wird dabei der Wert 5 zugewiesen, „unwichtig“ = 1.

Bauen“ liegt das 25te bis 75te Perzentil zwischen „sehr wichtig“ und „eher wichtig“. Insgesamt kommt es hier zu Abweichungen im Vergleich mit den Branchen „Bank & Finanzdienstleistungen“ und „Landwirtschaft“, wobei aufgrund der geringen Teilnehmeranzahl nicht generell gesagt werden kann, ob sich der Bereich „Wohnen und Bauen“ tatsächlich von den zwei anderen Branchen unterscheidet oder ob die Varianz lediglich auf die geringe Stichprobengröße zurückzuführen ist. Die Medianverteilung zwischen „Bank & Finanzdienstleistungen“ und „Landwirtschaft“ ist insgesamt recht ähnliche Abweichungen sind beim Punkt „Demokratie“ zu nennen, der für die Mitglieder aus dem Bank & Finanzdienstleistungsbereich „sehr wichtig“ ist, wohingegen der Medianwert im landwirtschaftlichen Bereich bei „eher wichtig“ liegt. Dagegen wird hier die „Freiwilligkeit“ als etwas wichtiger gesehen. Ein weiterer Unterschied ergibt sich in Bezug auf den Punkt „offene Mitgliedschaft“. Hier sind die Meinungen der Mitglieder aus dem Landwirtschaftsbereich diverser, die Verteilung zwischen 25tem und 75tem Perzentil reicht von „eher wichtig“ bis „weniger wichtig“, wohingegen die Verteilung im Bank & Finanzdienstleistungsbereich zwischen „eher wichtig“ und „teils-teils“ liegt.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

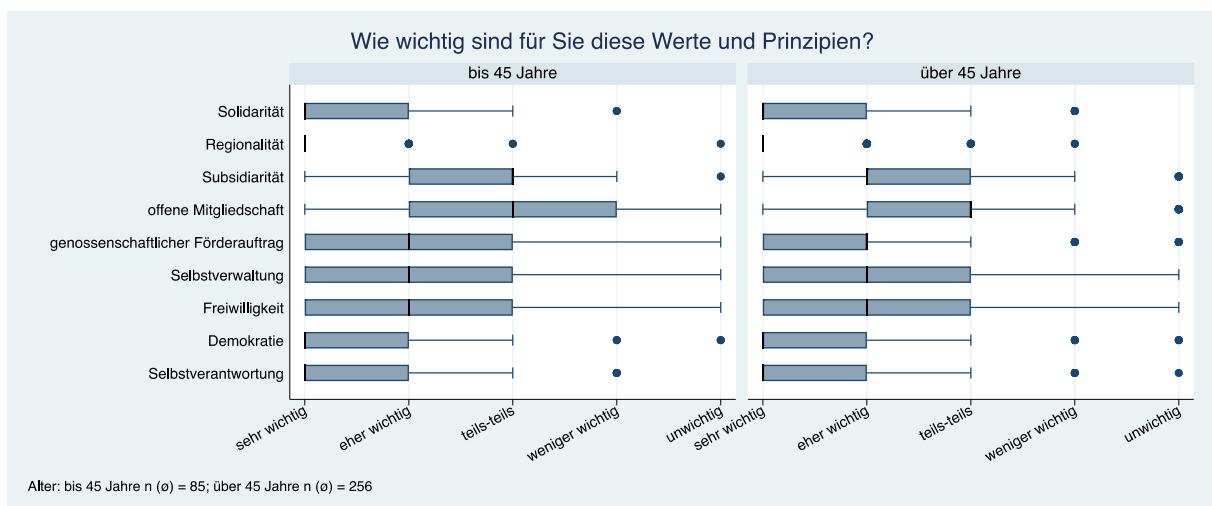


Abbildung 4.2 – 40: Alter – Wichtigkeit von Werten und Prinzipien

Hinsichtlich des Alters gibt es keine großen Unterschiede, der Median ist bis auf die Bewertung des Punktes „Subsidiarität“ gleich. Bei jüngeren Genossenschaftsmitgliedern liegt der Median bei „teils-teils“, bei älteren Mitgliedern bei „eher wichtig“. Veränderungen der Perzentilverteilung gibt es lediglich bei den Punkten „offene Mitgliedschaft“ und „genossenschaftlicher Förderauftrag“. Sie werden von den jüngeren Genossenschaftsmitgliedern (bis 45 Jahre) als etwas weniger wichtig wahrgenommen.

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

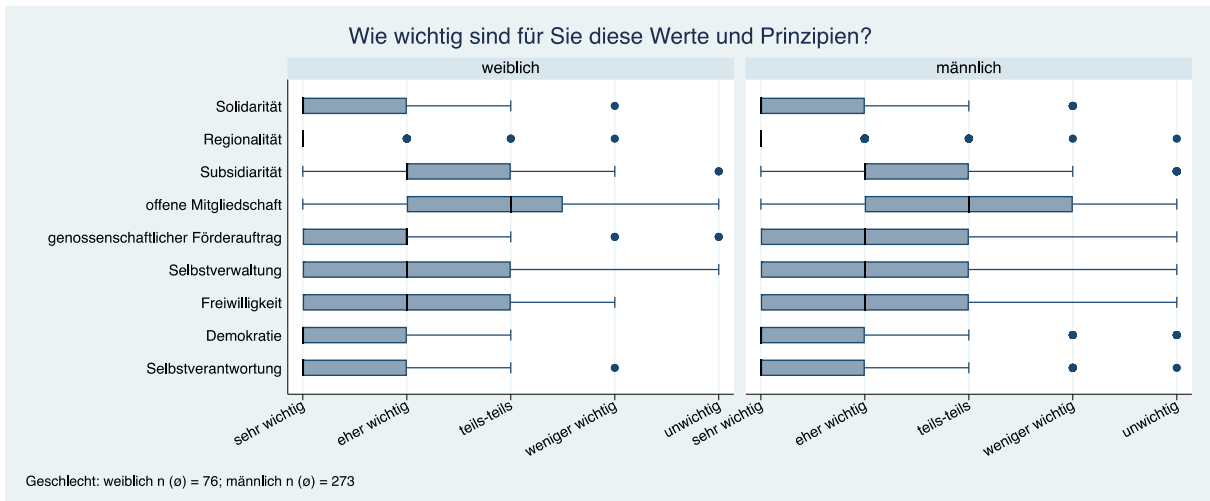


Abbildung 4.2 – 41: Geschlecht – Wichtigkeit von Werten und Prinzipien

Unterscheidet man die Aussagen nach der Wichtigkeit von Werten und Prinzipien die gemeinhin mit Genossenschaften verbunden werden, nach Geschlecht, so fällt auf, dass sich die Einstellungen nicht wesentlich voneinander unterscheiden. Die Medianwerte sind jeweils gleich, lediglich die Verteilung zwischen 25tem und 75tem Perzentil ist bei den zwei Punkten „offene Mitgliedschaft“ und „genossenschaftlicher Förderauftrag“ leicht unterschiedlich. Hier beantworten die Frauen die Punkte als etwas wichtiger als die männlichen Genossenschaftsmitglieder.

c. Region der Genossenschaft

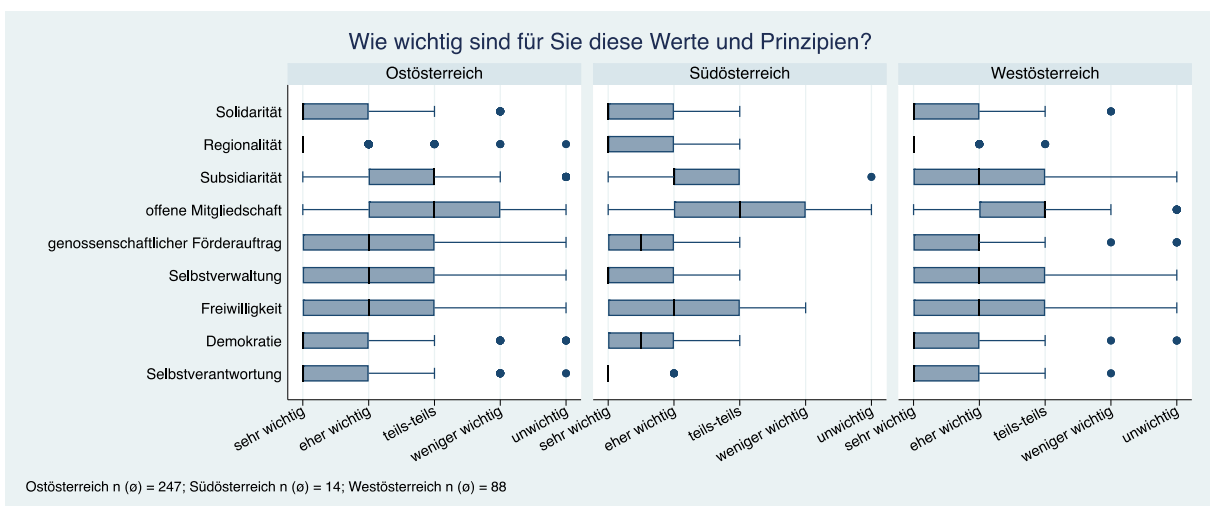


Abbildung 4.2 – 42: Region – Wichtigkeit von Werten und Prinzipien

Betrachtet man die Medianwerte zwischen Ost- und Westösterreich, so unterscheiden sich diese nicht. Jedoch wird auf Perzentilebene sichtbar, dass etwa „Subsidiarität“ oder „offene Mitgliedschaft“ von Genossenschaftsmitgliedern in Westösterreich als wichtiger angesehen werden. Auch den „genossenschaftlichen Förderauftrag“ betrachten sie im Vergleich zu Personen aus Ostösterreich als wichtiger. Die Antworten aus Südösterreich lassen sich aufgrund der geringen Antwortquote nicht abschließend bewerten. In einer Einordnung der abweichenden Bewertungen könnte man vermuten,

dass die Ergebnisse mit der Branchenverteilung innerhalb der Regionen korreliert, doch lässt sich dies in einer Branchenverteilungsanalyse nicht verifizieren.

d. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

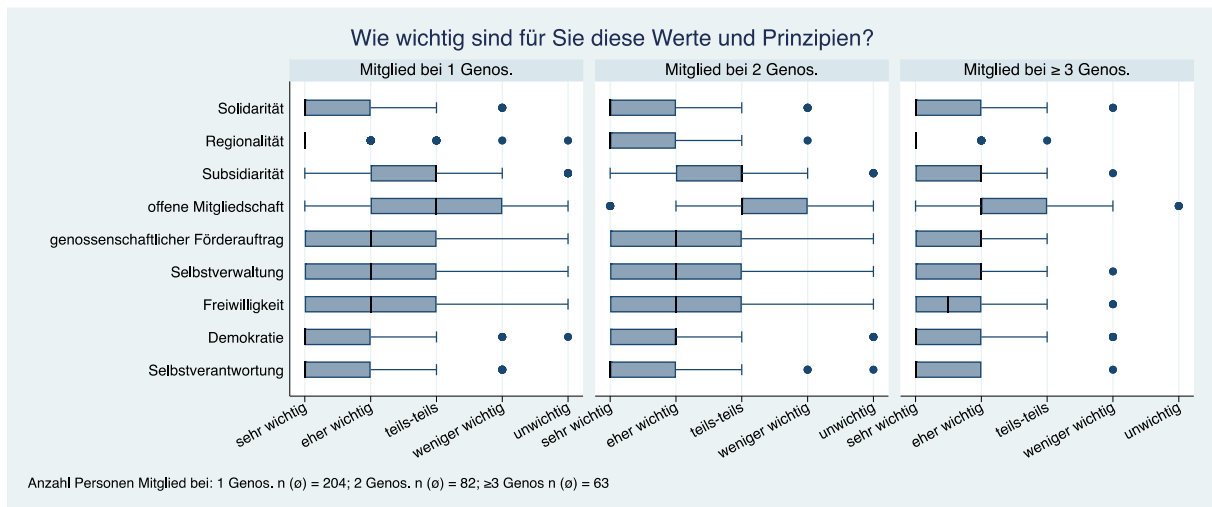


Abbildung 4.2 – 43: Anzahl Mitgliedschaften – Wichtigkeit von Werten und Prinzipien

Ähnlich sieht es bei der Verteilung der Antworten von Mitgliedern in ein, zwei oder drei und mehr Genossenschaften aus. Die Antworten der Personen, die bei drei und mehr Genossenschaften Mitglied sind, betrachten die angegebenen Werte und Prinzipien als sehr viel wichtiger als etwas Personen, die bei einer Genossenschaft Mitglied sind. So etwa hinsichtlich der „Subsidiarität“, der „offenen Mitgliedschaft“ und der „Freiwilligkeit“. Hier kommt es zu einer Abweichung der Medianwerte. Auch die Varianz der Antworten ist bei Personen die in drei und mehr Genossenschaften Mitglied sind, deutlich geringer als bei den Mitgliedern bei einer oder zwei Genossenschaften. So etwa bei den Punkten „genossenschaftlicher Förderauftrag“, „Selbstverwaltung“ und „Freiwilligkeit“.

e. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

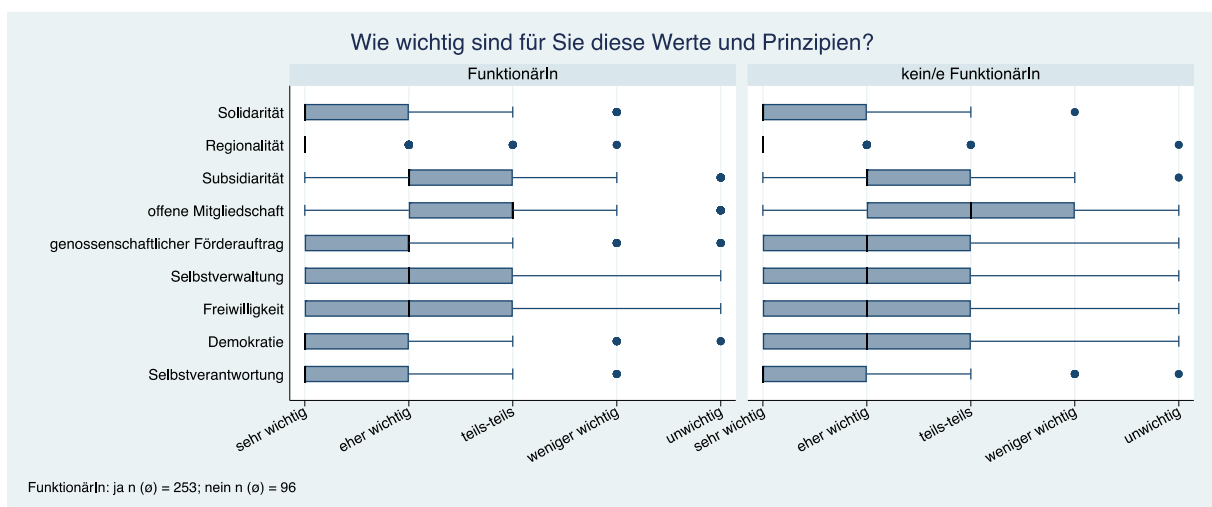


Abbildung 4.2 – 44: FunktionärIn – Wichtigkeit von Werten und Prinzipien

Interessanterweise zeigt sich das zu erwartende Bild, dass Funktionärinnen und Funktionäre die angegebenen Werte und Prinzipien als wichtiger erachten als Personen,

die keine Funktionärsrolle innerhalb der Genossenschaft einnehmen, nicht bzw. nur in geringem Ausmaß. So ist für Funktionärinnen und Funktionäre der Punkt „Demokratie“ wichtiger als für Personen ohne offizielle Funktion in der Genossenschaft. Auch die Bandbreite zwischen 25tem und 75tem Perzentil ist hier geringer. Ähnlich ist es bei den Punkten „offene Mitgliedschaft“ und „genossenschaftlicher Förderauftrag“. Hier fällt die Perzentilstreuung der Antworten der Funktionärinnen und Funktionäre geringer aus.

f. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

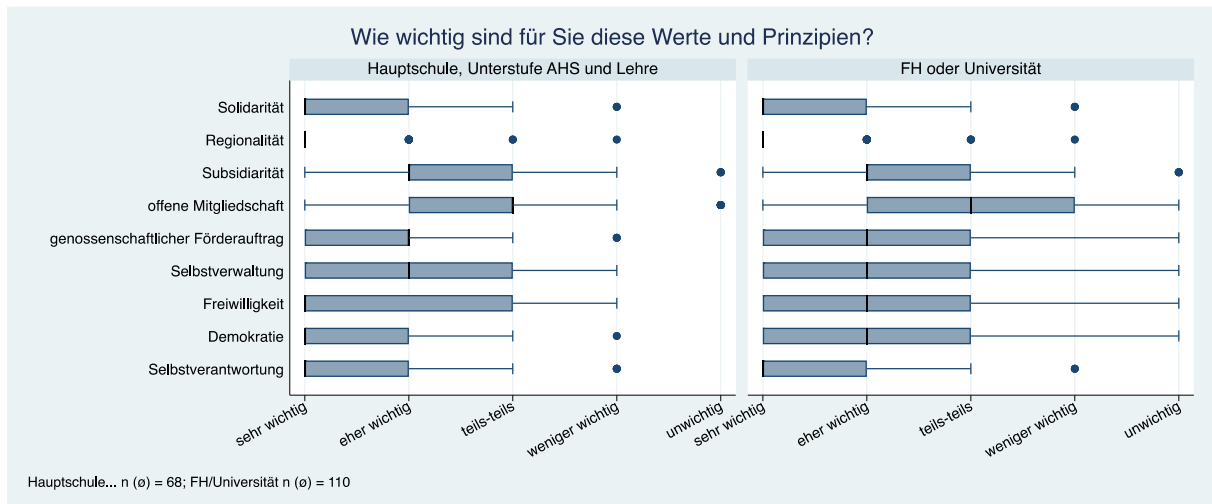


Abbildung 4.2 – 45: Bildung I – Wichtigkeit von Werten und Prinzipien

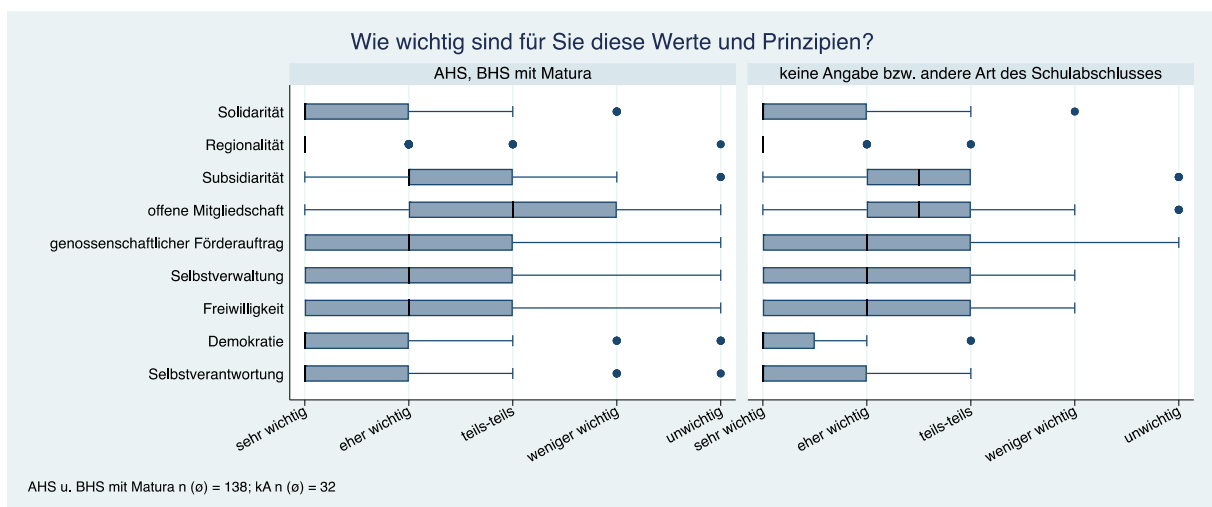


Abbildung 4.2 – 46: Bildung II – Wichtigkeit von Werten und Prinzipien

In Bezug auf den formal höchsten Bildungsabschluss fällt auf, dass Personen mit niedrigerem Bildungsabschluss die angegebenen Werte und Prinzipien insgesamt wichtiger sind als Personen mit höherem Bildungsabschluss. So liegt hier der Median bei den Punkten „Freiwilligkeit“ und „Demokratie“ bei „sehr wichtig“, wohingegen er bei Personen mit tertiärem Bildungsabschluss bei „eher wichtig“ liegt.

g. Größe der Genossenschaft

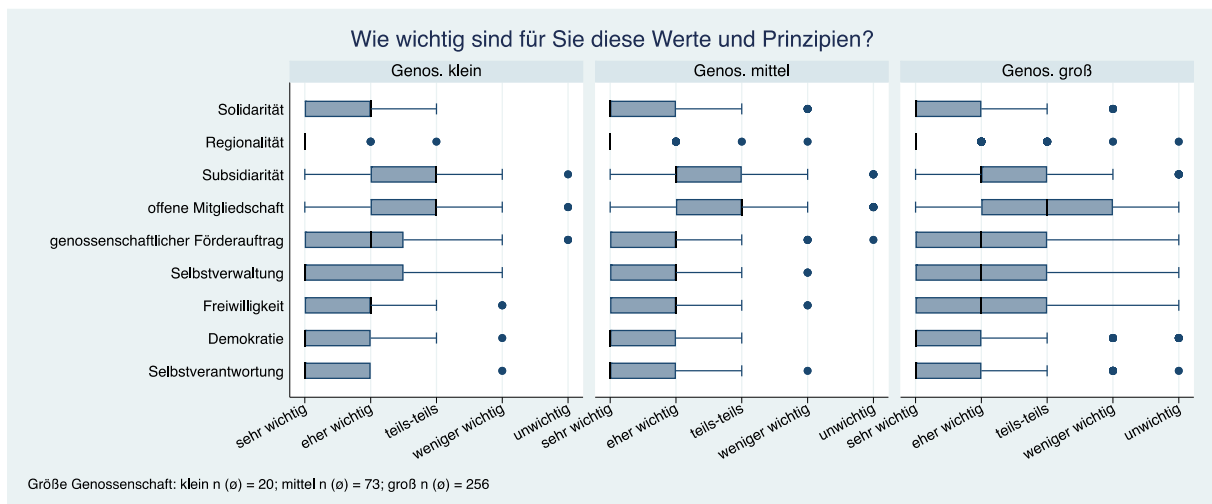


Abbildung 4.2 – 47: Größe Genossenschaft – Wichtigkeit von Werten und Prinzipien

Hinsichtlich der Unterscheidung nach Genossenschaftsgröße sind die Medianwerte zwischen großen und mittleren Genossenschaften identisch, wobei die Varianz der Bewertung der Wichtigkeit der einzelnen Werte und Prinzipien bei großen Genossenschaften größer ist und sie als „eher weniger wichtig“ wahrgenommen werden. Bei kleinen Genossenschaften ist die Stichprobenanzahl erneut sehr gering, doch kann festgestellt werden, dass sich die Bewertung der Wichtigkeit etwa hinsichtlich „Solidarität“, „Subsidiarität“ und „Selbstverwaltung“ von den größeren Genossenschaften unterscheidet. „Solidarität“ und „Subsidiarität“ im Vergleich als weniger wichtig wahrgenommen werden, der Punkt „Selbstverwaltung“ als wichtiger, wobei darauf hinzuweisen ist, dass bei Mitgliedern aus kleinen Genossenschaften die Stichprobe gering ist.

Zusammenfassend ist bezüglich der Wichtigkeit der angeführten Werte und Prinzipien festzuhalten, dass der „Regionalität“ die größte Bedeutung zukommt. Als ebenfalls zentral hervorgehoben werden „Subsidiarität“, „Demokratie“ und „Selbstverantwortung“. Der „offenen Mitgliedschaft“ kommt im Vergleich die geringste Bedeutung zu. Besonders wertorientiert zeigen sich junge Mitglieder, Mitglieder in mehreren Genossenschaften sowie bei Personen mit geringerer formaler Bildung. Entgegen den Erwartungen sind „Subsidiarität“ und „Solidarität“ für Mitglieder in kleinen Genossenschaften im Vergleich zu großen Genossenschaften weniger bedeutsam als „Selbstverwaltung“ und „Demokratie“.

Frage M.4 – Verbindung ökonomischer und sozialer Zielsetzungen

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

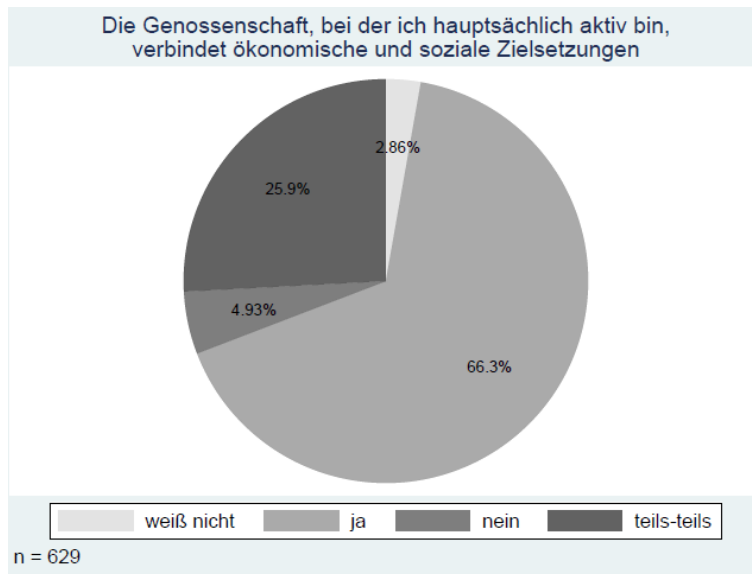


Abbildung 4.2 – 48: Gesamtansicht – Verbindung ökonomischer und sozialer Zielsetzungen

Auf die Aussage hin, dass die Genossenschaft, bei der das befragte Mitglied hauptsächlich aktiv ist, ökonomische und soziale Zielsetzungen miteinander verbindet, antworten 66,3% der befragten Personen mit „ja“. Sie sehen demnach eine gute Verbindung zwischen wirtschaftlichen und sozialen Zielsetzungen der Genossenschaft als gegeben. Etwas über ein Viertel (25,9%) antwortet mit „teils-teils“, sprich die Mitglieder sehen eine teilweise gute Verbindung der zwei Zielsetzungen, 4,9% antworten mit „nein“.

B) Detailauswertung nach Branchen

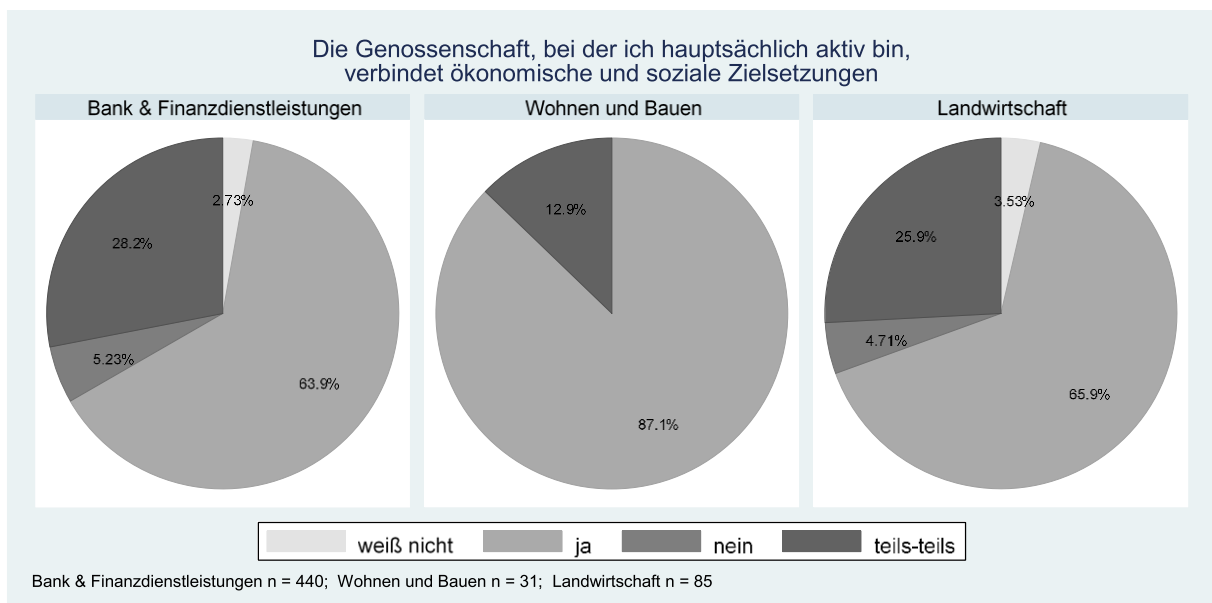


Abbildung 4.2 – 49: Branche – Verbindung ökonomischer und sozialer Zielsetzungen

Unterscheidet man die Aussagen nach Branchen, so weichen die Antworten der Personen, deren Genossenschaft sich im Bereich Bank & Finanzdienstleistungen befindet von jenen Mitgliedern aus dem Bereich Landwirtschaft kaum voneinander ab. Lediglich der Bereich Wohnen und Bauen kommt zu einer anderen Bewertung. Hier sagen 87,1%, dass ihre Genossenschaft ökonomische und soziale Zielsetzungen miteinander verbindet, 12,9% antworten mit „teils-teils“. Ob diese sehr positive Aussage spezifisch für den genossenschaftlichen Bereich Wohnen und Bauen, oder lediglich eine Zufallsaussage ist, lässt sich aufgrund der geringen Stichprobenanzahl nicht abschließend bewerten.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

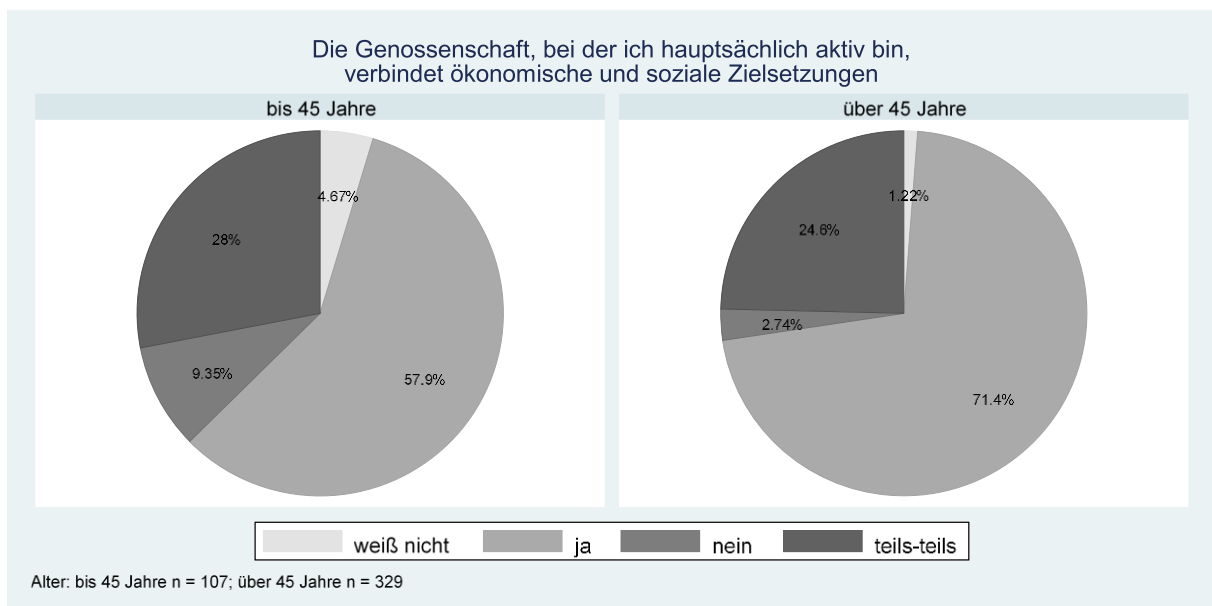


Abbildung 4.2 – 50: Alter – Verbindung ökonomischer und sozialer Zielsetzungen

Das Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Befragung hat einen Einfluss auf das Antwortverhalten. So sehen zwar sowohl jüngere als auch ältere Genossenschaftsmitglieder mehrheitlich, dass die Genossenschaft, in der sie hauptsächlich aktiv sind, ökonomische und soziale Zielsetzungen mit einander verbindet, allerdings variiert die Ausprägung. 71,4% der Mitglieder über 45 Jahre verbindet die Genossenschaft wirtschaftliche und soziale Zielsetzungen miteinander, bei den jüngeren sind es 57,9%. 29% der jüngeren Genossenschaftsmitglieder antworten mit „teils-teils“, bei den Älteren sind es 24,6%. Dort ist zudem der Anteil an „nein“-Stimmen mit 2,7% sehr viel geringer als bei den jüngeren Personen; dort liegt der Anteil bei 9,4%.

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

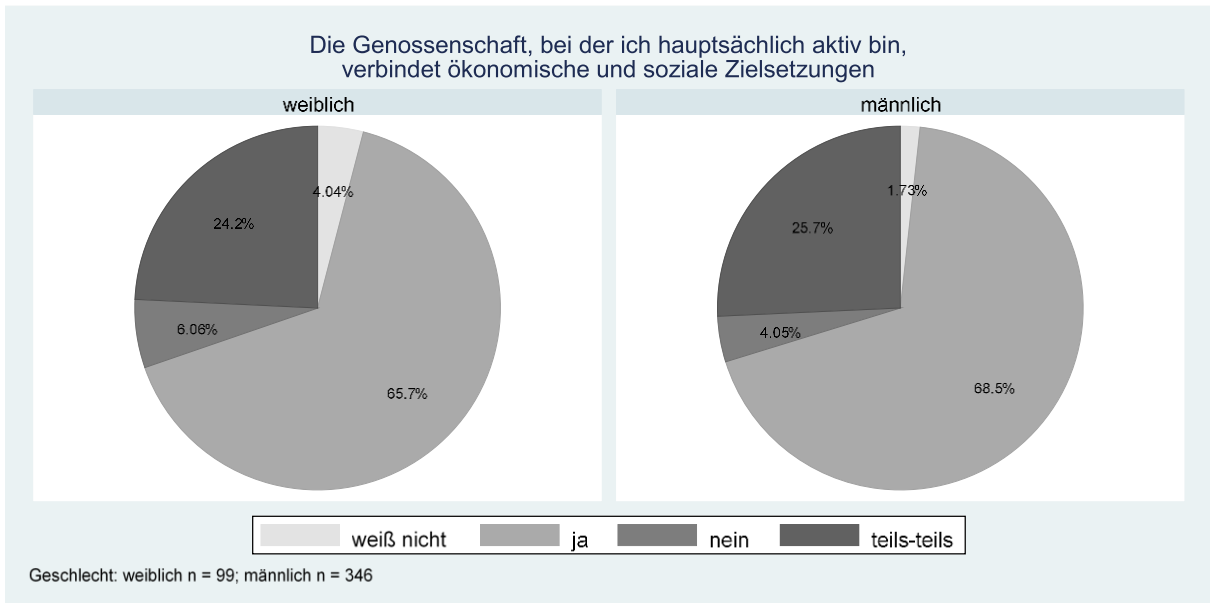


Abbildung 4.2 – 51: Geschlecht – Verbindung ökonomischer und sozialer Zielsetzungen

Das Geschlecht hat keine Auswirkungen auf das Antwortverhalten.

c. Region der Genossenschaft

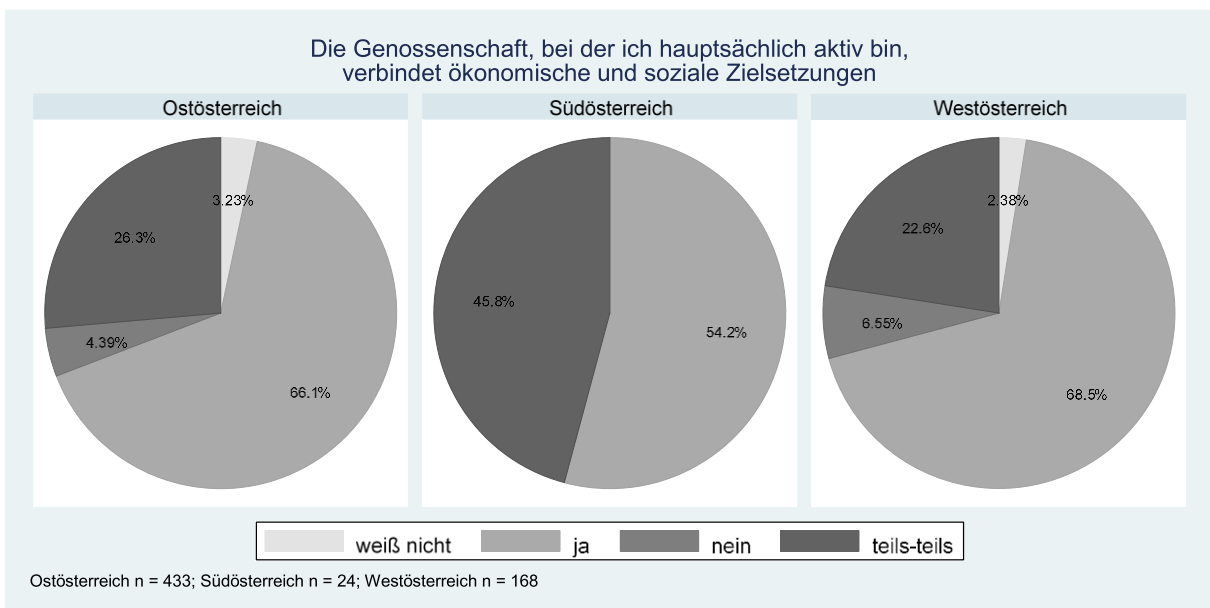


Abbildung 4.2 – 52: Region – Verbindung ökonomischer und sozialer Zielsetzungen

Eine Unterscheidung nach Region hat keine großen Auswirkungen auf das Antwortverhalten. Lediglich Südösterreich weicht von der Betrachtung ab, doch ist hier die Stichprobe nicht groß genug, um die Aussagen zu generalisieren.

d. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

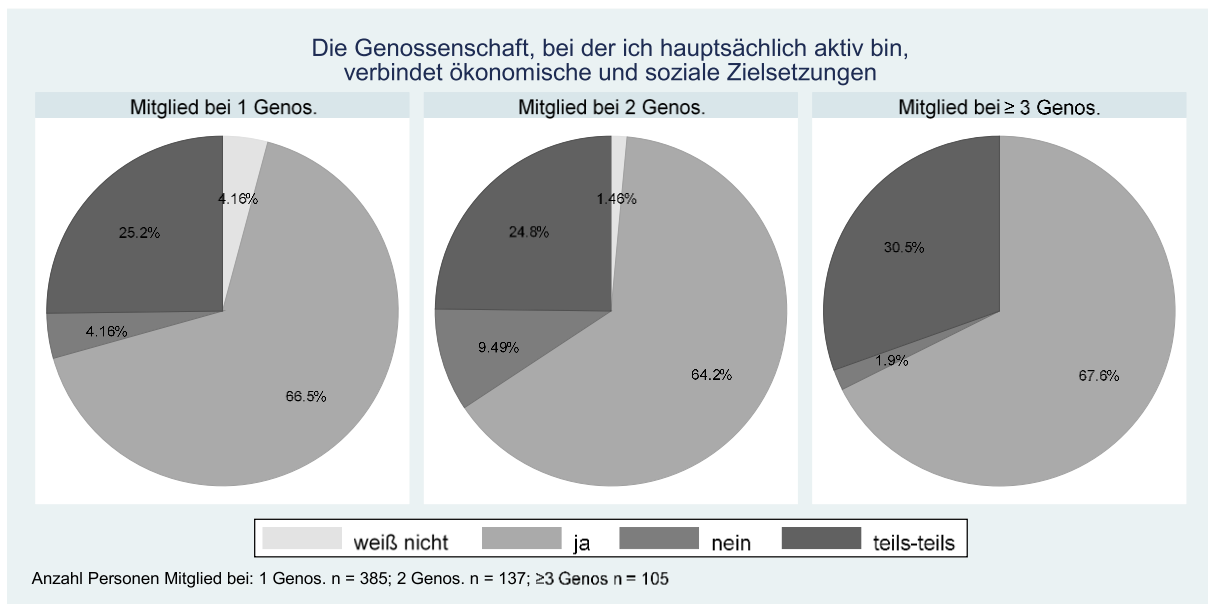


Abbildung 4.2 – 53: Anzahl Mitgliedschaften – Verbindung ökonomischer und sozialer Zielsetzungen

Eine Unterscheidung nach der Anzahl an Mitgliedschaften zeigt gewisse Unterschiede. So variiert der Prozentsatz an Personen, die mit „ja“ antworten nur leicht (zwischen 64,2% und 67,6%), doch liegt der Anteil an „nein“ Stimmen bei Personen, die bei drei oder mehr Genossenschaften aktiv sind, bei 1,9%, der bei Personen, die bei zwei Genossenschaften aktiv sind, bei 9,5% und jener von Personen, die bei einer Genossenschaft aktiv sind, bei 4,2%. Der Anteil an „teils-teils“ Antworten fällt entsprechend aus. 25,1% der Personen, die bei einer Genossenschaft aktiv sind, antworten mit „teils-teils“, bei Personen, die bei zwei Genossenschaften aktiv sind, sind es 24,8%. 30,5% der Personen, die bei drei oder mehr Genossenschaften Mitglied sind, antworten mit „teils-teils“.

e. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

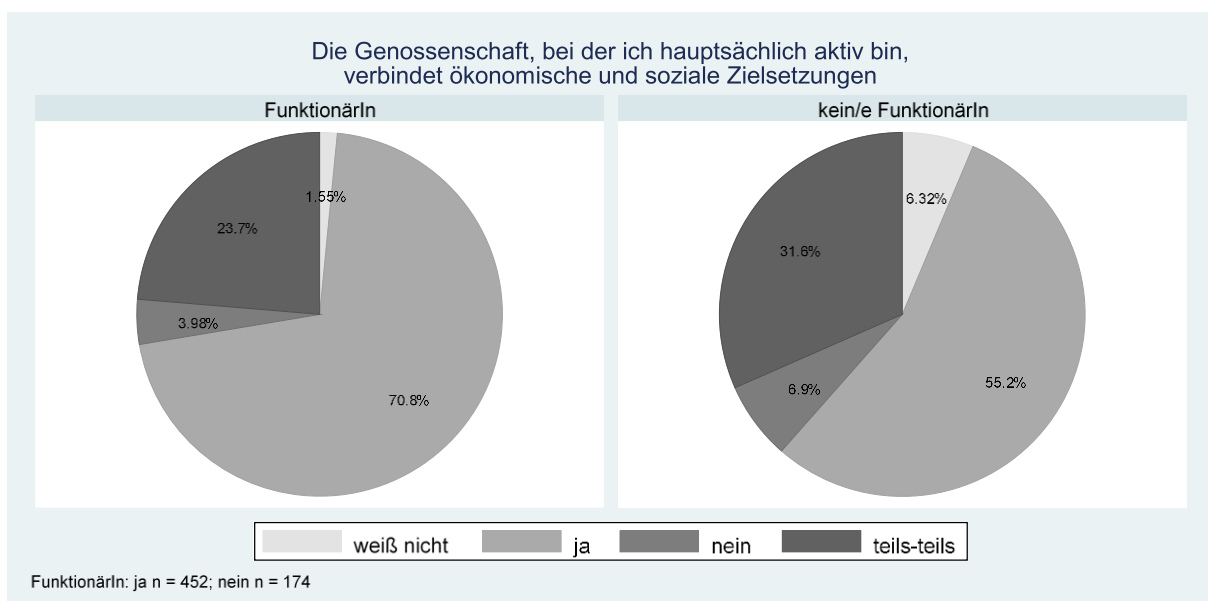


Abbildung 4.2 – 54: FunktionärIn – Verbindung ökonomischer und sozialer Zielsetzungen

Die Funktion, die eine Person in ihrer Genossenschaft einnimmt, hat einen großen Einfluss auf die Bewertung der Aussage, dass die Genossenschaft, in der die Person hauptsächlich aktiv ist, wirtschaftliche und soziale Zielsetzungen miteinander verbindet. So stimmen 70,8% der Personen, die eine offizielle Funktion bekleiden, dieser Aussage zu, während es bei den reinen Mitgliedern lediglich 55,2% sind. 31,6% der reinen Mitglieder antworten mit „teils-teils“. Bei den Funktionärinnen und Funktionären sind es 23,7%. 4% antworten mit „nein“, bei den reinen Mitgliedern sind es 6,9%.

f. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

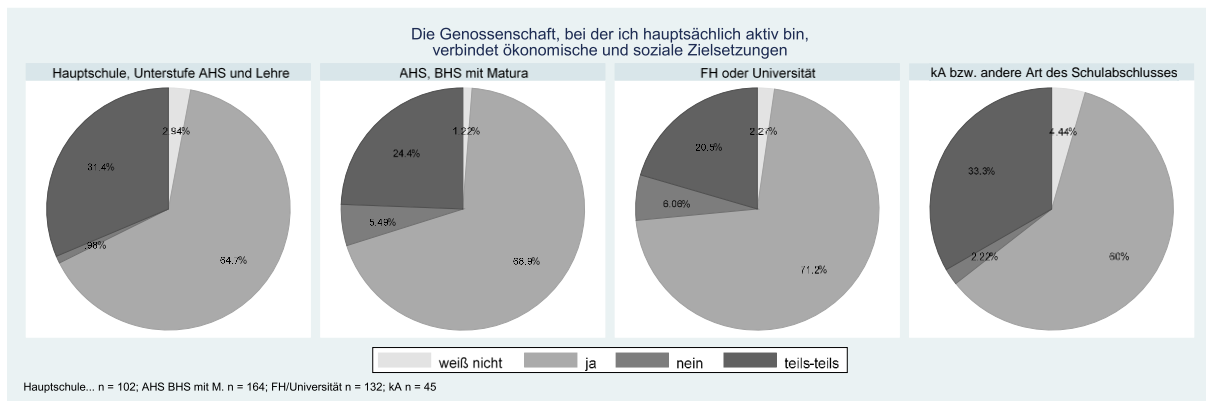


Abbildung 4.2 – 55: Bildung – Verbindung ökonomischer und sozialer Zielsetzungen

Eine Unterscheidung nach Bildungsabschluss führt zu gewissen Unterschieden hinsichtlich der Bewertung, wie gut wirtschaftliche und soziale Zielsetzungen der Genossenschaft, in der die Person hauptsächlich aktiv ist, miteinander verbunden werden. So antworten Personen mit AHS bzw. BHS mit Matura und Personen mit Hochschulabschluss zu 68,9% bzw. 71,2% mit „ja“, ihre Genossenschaft verbindet diese zwei Zielsetzungen. Bei Personen mit Hauptschulabschluss, Unterstufe AHS und Lehre bzw. bei Personen ohne Angabe bzw. einer anderen Art des Schulabschlusses sind es 64,7% bzw. 60%. Der Anteil an Personen, die mit „teils-teils“ antworten, liegt hier bei 31,4% bzw. 33,3%. Mit „nein“ antworten 0,9% bzw. 2,2%. Personen mit AHS bzw. BHS mit Matura und Personen mit Hochschulabschluss weichen von dieser Bewertung ab. Hier sind es 24,4% bzw. 20,5%, die mit „teils-teils“ antworten, und 5,5% bzw. 6,1%, die mit „nein“ antworten.

Personen mit formal niedrigerem Bildungsabschluss sehen die Verbindung von wirtschaftlicher und sozialer Zielsetzung ihrer Genossenschaft damit eher gewahrt als es Personen mit formal höherem Bildungsabschluss tun.

g. Größe der Genossenschaft

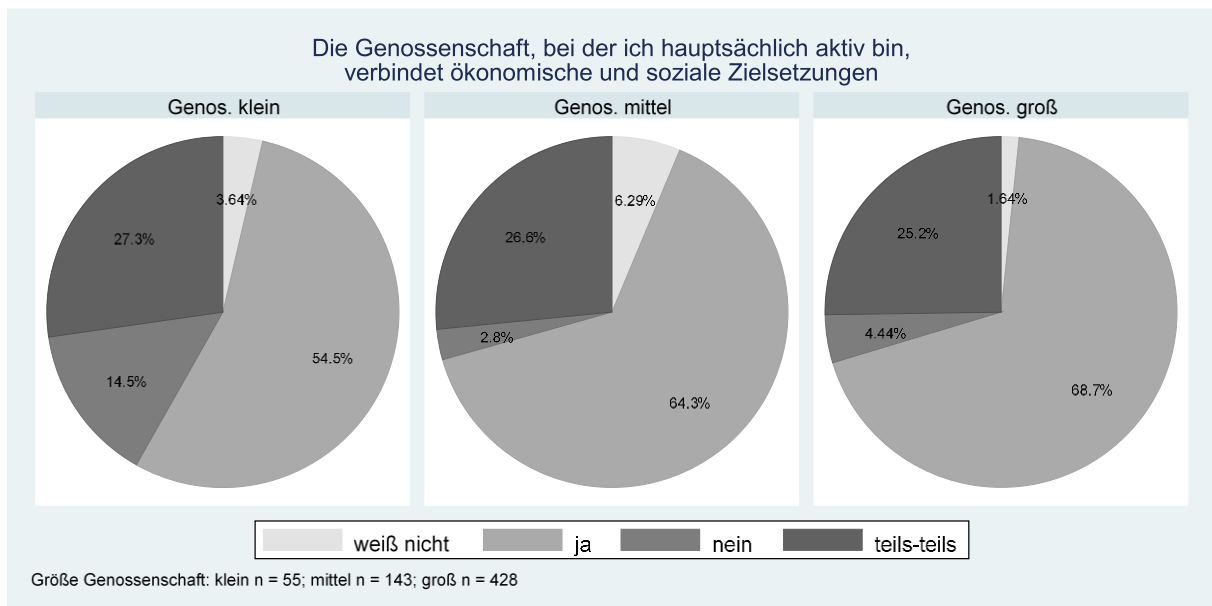


Abbildung 4.2 – 56: Bildung – Verbindung ökonomischer und sozialer Zielsetzungen

Die Größe einer Genossenschaft, in der die befragte Person Mitglied ist, führt ebenfalls zu einem divergierenden Ergebnis. So sehen 54,5% der Mitglieder kleiner Genossenschaften, dass ihre Genossenschaft ökonomische und soziale Zielsetzungen miteinander verbindet, bei Genossenschaften mittlerer Größe sind es 64,3%, bei großen Genossenschaften sogar 66,7%. 14,5% der Mitglieder kleiner Genossenschaften verneinen die Aussage und sehen nicht, dass ihre Genossenschaft wirtschaftliche und soziale Zielsetzungen miteinander verbindet. Bei Personen, die in Genossenschaften mittlerer Größe aktiv sind, sind es lediglich 2,8%, bei großen Genossenschaften sind es 4,4%, die mit „nein“ stimmen. Der Anteil an Personen, die mit „teils-teils“ stimmen, ist über alle drei Cluster relativ gleich und liegt zwischen 25,2% und 27,3%.

Zusammenfassend ist bezüglich der Verbindung von ökonomischen und sozialen Zielsetzungen festzuhalten, dass lediglich ca. 2/3 aller Befragten eine Ausgewogenheit zwischen ökonomischen und sozialen Zielsetzungen sehen. Erstmals traten große Unterschiede in der Detailauswertung zutage. Ältere Personen, Personen mit offizieller Funktion, Mitglieder mit geringerer formaler Ausbildung und jene, die in drei und mehr Genossenschaften aktiv sind, betrachten ein Miteinander beider Zielsetzungen als eher gegeben. Mitglieder kleiner Genossenschaften und Personen ohne offizielle Funktion bewerten die Verbindung als eher nicht gegeben. Bezüglich einer detaillierten Aussagekraft hinsichtlich der einzelnen Branchen wären weitere Befragungen notwendig.

Die Gesamtschau des Clusters über Eigenschaften, Werte und Prinzipien zeigt, dass die Mitglieder grundsätzlich „Regionalität“, gefolgt von „Subsidiarität“, „Demokratie“ und „Selbstverantwortung“ als zentral erachten. Sie nehmen diese Werte sowie deren Kommunikation in ihrer Genossenschaft als positiv wahr. Verbesserungspotenzial wird in den Bereichen „Aktualität“ („zeitgemäß“), „Transparenz“ und „politische Ausrichtung“ sowie in der Berichterstattung über „Subsidiarität“ und „offene Mitgliedschaft“ gesehen. Auch wenn ein Großteil der Befragten kein Spannungsverhältnis zwischen sozialer und wirtschaftlicher Ausrichtung erkennt, sind die Meinungsdivergenzen darüber innerhalb der jeweils ausgewerteten Gruppen hoch und bedürfen somit eines größeren Augenmerks.

4.2.3. Profilierung und Attraktivität in der Krise

Kapitel 4.2.3. fasst folgende Fragen der Mitgliederbefragung zusammen:

- Frage M.5: „Es folgt eine Reihe an Aussagen zu Genossenschaften.“
- Frage M.6: „Worin sehen Sie Vorteile von Genossenschaften während einer Krise?“
- Frage M.7: „Haben Sie, hervorgerufen durch die aktuelle Krise, Sorge um das Weiterbestehen Ihrer Genossenschaft?“
- Frage M.8: „Die aktuelle Situation ist ein Anlass, mich künftig verstärkt in der Genossenschaft zu engagieren“
- Frage M.9: „Die Genossenschaft, bei der ich hauptsächlich aktiv bin, bietet ausreichend Gelegenheiten sich zu engagieren“
- Frage M.10: „Wie bewerten Sie folgende Aussagen hinsichtlich Genossenschaften?“
- Frage M.11: „Hat Ihre Genossenschaft öffentliche Unterstützung erhalten?“
- Frage M.12: „Plant Ihre Genossenschaft, um öffentliche Unterstützung anzusuchen?“

Das Ziel des Clusters ist zunächst eine Erhebung, wie Genossenschaftsmitglieder die Profilierungschancen von Genossenschaften allgemein und speziell ihrer Genossenschaft in Krisenzeiten sehen. Die entsprechenden Fragen M.5 und M.6 korrespondieren dabei mit den Fragen D.5 und D.6 der Delphi-Studie in Kapitel 4.1.3. Die Fragen M.7 und M.10 hinterfragen die Einschätzung nach einem Weiterbestehen bzw. künftigem Erfolg der eigenen Genossenschaft sowie deren Unterschied zu anderen Rechtsformen in Krisenzeiten. In diesen Zusammenhang sind auch die Fragen M.11 und M.12 einzuordnen, die der Bedeutung öffentlicher Unterstützung und ihrer tatsächlichen Inanspruchnahmen gewidmet sind und mit Frage D.7 in Kapitel 4.1.3. und Frage D.9 in Kapitel 4.1.4. der Delphi-Studie in Zusammenhang steht.

Frage M.5 – Aussagen bzgl. Genossenschaften in Zeiten von Krisen

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

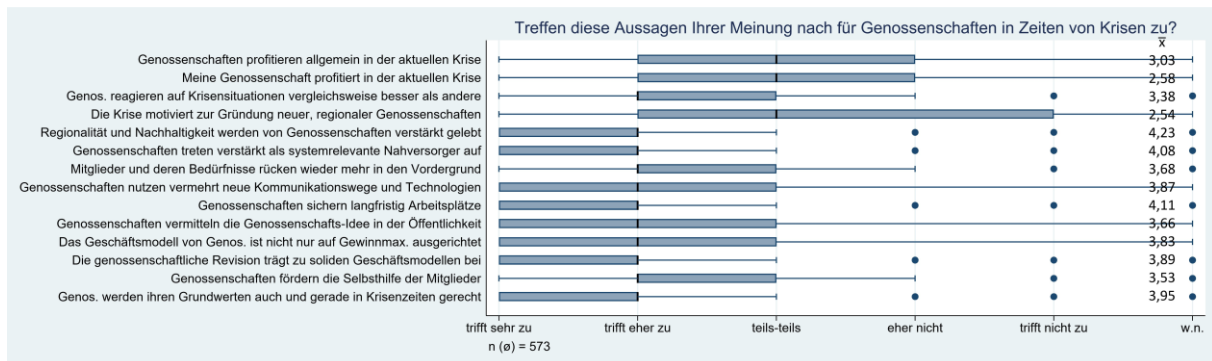


Abbildung 4.2 – 57: Gesamtansicht – Aussagen bzgl. Genossenschaften in Zeiten von Krisen¹³⁶

Das Gesamtbild in Hinblick auf die Zustimmungswerte etwa in Bezug auf die Aussage „Genossenschaften profitieren allgemein in der aktuellen Krise“, ist gemischt. So reicht das Spektrum an Antworten von „trifft sehr zu“ bis „trifft nicht“, der Bereich zwischen 25tem und 75tem Perzentil liegt zwischen „trifft eher zu“ und „eher nicht“. Der Mittelwert liegt, genauso wie der Medianwert, bei „teils-teils“. Insgesamt kann daher festgehalten werden, dass die Aussage, ob Genossenschaften in der aktuellen Krise profitieren, nicht eindeutig ist. Ähnlich sieht die Perzentilverteilung der Frage aus, ob die eigene Genossenschaft in der aktuellen Krise profitiert. Der Medianwert liegt bei „teils-teils“. Eine Abweichung gibt es beim Mittelwert. Er liegt bei 2,58, sprich zwischen „teils-teils“ und „eher nicht“. Damit wird die Profilierungsmöglichkeit der eigenen Genossenschaft insgesamt negativer wahrgenommen als für Genossenschaften allgemein.

In Hinblick auf die Aussage, dass Genossenschaften auf Krisensituationen vergleichsweise besser reagieren, ist das Gesamtbild positiver. Hier liegt der Medianwert bei „trifft eher zu“. Sprich 50% der teilnehmenden Antworten liegen bei bzw. über/unter „trifft eher zu“. Das Antwortspektrum ist ebenfalls geringer als bei den vorhergehenden Aussagen. Es reicht von „trifft sehr zu“ bis „eher nicht“. So kann konstatiert werden, dass den Genossenschaften in Krisensituation von den teilnehmenden Personen im Vergleich zu anderen Körperschaften ein besseres Agieren attestiert wird.

Diese Feststellung deckt sich mit dem in Kapitel 2 (Literaturkapitel) angeführten krisenhaften Potenzial, das Genossenschaften zugeschrieben wird. Allerdings steht die Aussage in leichtem Kontrast zu den vorherigen Antworten mit der generellen Aussage, dass sich Genossenschaften in der aktuellen Krise nur teilweise profilieren. Dies legt die

¹³⁶ **Legende:** schwarzer vertikaler Strich = Median; Balken = Bereich zwischen 25tem und 75tem Perzentil; horizontaler Strich = Bandbreite der gegebenen Antworten; \bar{x} = Mittelwert; „trifft sehr zu“ wird dabei der Wert 5 zugewiesen, „trifft nicht zu“ = 1. „w.n.“ (weiß nicht) hat den Wert 0.

Vermutung nahe, dass anderen Körperschaften eine noch geringere Profilierung zugeschrieben wird.

Die Aussage „Die Krise motiviert zur Gründung, neuer, regionaler Genossenschaften“ wird sehr kontrovers gesehen. So werden alle in der Likert-Skala gegebenen Antwortoptionen gewählt, zudem erstreckt sich der Bereich zwischen 25tem und 75tem Perzentil von „trifft eher zu“ bis „trifft nicht zu“, wobei der Medianwert bei „teils-teils“ liegt. Der Mittelwert ist etwas negativer, er liegt zwischen „teils-teils“ und „eher nicht“. Diese sehr heterogene Antwort kann zum einen auf die Gesamtschau zurückzuführen sein, da alle Genossenschaftsbranchen betrachtet werden und sie unterschiedlich gut durch die Krise kommen, zum anderen kann es auch an der generellen wirtschaftlichen Lage liegen, die insgesamt nicht zur Gründung neuer Körperschaften einlädt. Dass die Antwort so heterogen ausfällt, kann daher für den Genossenschaftssektor auch positiv gesehen werden, da es durchaus Mitglieder gibt, die gerade in der aktuellen Krise eine Möglichkeit für Genossenschaften sehen. Wobei zusammengefasst werden muss, dass der Median bei „teils-teils“ liegt und der Mittelwert etwas negativer ausfällt, sprich es gibt unter den Genossenschaftsmitgliedern durchaus Bedenken in Hinblick auf Neugründungen.

Deutlich unumstrittener wird die Aussage „Regionalität und Nachhaltigkeit werden von Genossenschaften verstärkt gelebt“ beantwortet. Hier ist der Grundtenor positiv und identisch zur Aussage „Genossenschaften treten verstärkt als systemrelevante Nahversorger auf“. Bei beiden Aussagen befindet sich das 25te bis 50te Perzentil zwischen „trifft sehr zu“ und „trifft eher zu“. Einzelne Ausreißer gibt es, die mit „eher nicht“, „trifft nicht zu“ und „weiß nicht“ antworten.

Eine Rückbesinnung auf die Mitglieder und deren Bedürfnisse, die in Folge der Krise wieder mehr in den Vordergrund rücken, wird ebenfalls mehrheitlich zugestimmt. So liegt der Medianwert bei „trifft eher zu“. Die Antwortrate variiert jedoch von „trifft sehr zu“ bis „trifft eher nicht zu“.

Ebenfalls mit einem Medianwert bei „trifft eher zu“ werden die Aussagen „Genossenschaften nutzen vermehrt neue Kommunikationswege und Technologien“, „Genossenschaften vermitteln die Genossenschafts-Idee in der Öffentlichkeit“ und „Das Geschäftsmodell von Genossenschaft ist nicht nur auf Gewinnmaximierung ausgerichtet“ beantwortet, wobei die Antwortrate hier von „trifft sehr zu“ bis „trifft nicht zu“ bzw. „weiß nicht“ reicht. Um hier zu sehen, bei welchem Genossenschaftstyp bzw. bei welchen Mitgliedern sich die Aussagen im Vergleich zur Gesamtschau unterscheiden, ist eine differenzierte Betrachtung empfehlenswert, wie sie in der anschließenden Detailanalyse angestellt wird.

Eher unumstritten wird die genossenschaftliche Revision von den antwortenden Mitgliedern gesehen. Die Aussage „Die genossenschaftliche Revision trägt zu soliden Geschäftsmodellen bei“ wird mehrheitlich mit „trifft sehr zu“ bzw. „trifft eher zu“ beantwortet. Das Antwortspektrum reicht bis „teils-teils“, wobei vereinzelt auch mit „eher nicht“, „trifft nicht zu“ und „weiß nicht“ geantwortet wird. Ähnlich werden die Aussagen „Genossenschaften sichern langfristige Arbeitsplätze“ und „Genossenschaften werden ihren Grundwerten auch und gerade in Krisenzeiten gerecht“ beantwortet, wobei die Definition der Grundwerte bewusst offengelassen wurde.

Der Medianwert zur Aussage „Genossenschaften fördern die Selbsthilfe der Mitglieder“ liegt zwar ebenfalls bei „trifft eher zu“, doch liegt der Mittelwert bei 3,53, sprich ziemlich genau zwischen „trifft eher zu“ und „teils-teils“.

N, die Anzahl an Personen, die Stellung zu den Aussagen nehmen, liegt bei durchschnittlich 573 Personen.

B) Detailauswertung nach Branchen

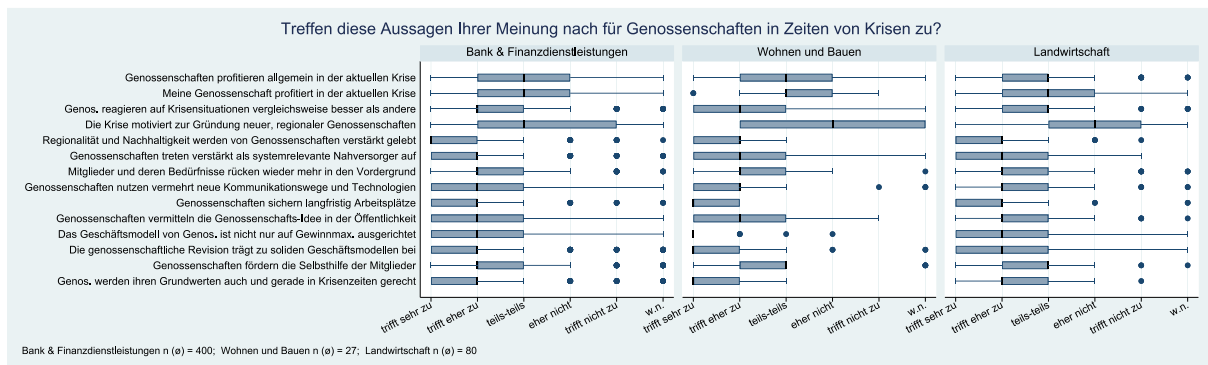


Abbildung 4.2 – 58: Branchen – Aussagen bzgl. Genossenschaften in Zeiten von Krisen

Vergleicht man die allgemeinen Aussagen branchenspezifisch, so fällt auf, dass die Personen, die Mitglied bei einer landwirtschaftlichen Genossenschaft sind, die Aussage, dass Genossenschaften in der aktuellen Krise profitieren, insgesamt leicht positiver sehen als Personen, die Mitglied in einer Genossenschaft aus den Bereichen Bank & Finanzdienstleistungen oder Wohnen und Bauen stammen. Im Vergleich zur Gesamtansicht bewerten die Mitglieder aus dem Bereich Wohnen und Bauen die Frage, ob ihre Genossenschaft in der aktuellen Krise profitiert, insgesamt leicht pessimistischer. Der Medianwert ist zwar wie auch bei den anderen zwei Branchen bei „teils-teils“, doch liegt der Bereich zwischen 25tem und 75tem Perzentil zwischen „teils-teils“ und „eher nicht“, wobei sich die Aussagen des Bereichs Wohnen und Bauen nicht im gleichen Maße bewerten lassen, da die Stichprobengröße hier sehr gering ist. Hinsichtlich der Aussage, dass Genossenschaften auf Krisensituation vergleichsweise besser reagieren als andere Körperschaften, entspricht die Bewertung der Mitglieder aus dem Bereich Bank & Finanzdienstleistungen der allgemeinen Einstellung. Anders sieht es bei Wohnen und Bauen und dem Landwirtschaftsbereich aus. Der Wohnbau bewertet die Aussage insgesamt positiver. So liegt der Medianwert zwar ebenfalls bei „trifft eher zu“, doch reicht der Bereich zwischen 25tem und 75tem Perzentil von „trifft sehr zu“ bis „teils-teils“. Deutlich negativer bewerten die Personen aus dem Landwirtschaftsbereich diese Aussage. Hier liegt der Medianwert bei „teils-teils“.

Eine Verschiebung der branchenspezifischen Aussage im Vergleich zur allgemeinen Ansicht ist bei dem Punkt: „Regionalität und Nachhaltigkeit werden von Genossenschaften verstärkt gelebt“ zu verbuchen. So liegt der Medianwert bei Personen aus dem genossenschaftlichen Bankenbereich bei „trifft sehr zu“, wohingegen die Bewertung der Personen aus den Bereichen Wohnen und Bauen und Landwirtschaft mit jeweils „trifft eher zu“ in Analogie mit der Gesamtansicht übereinstimmt.

Auch in Bezug auf die Verstärkung von Genossenschaften als systemrelevante Nahversorger variieren die Meinungen zwischen den einzelnen Branchen leicht. Sie liegt der Medianwert zwar bei allen drei hier vorgestellten Branchen bei „trifft eher zu“,

doch ist die Varianz der Antworten im Branchenbereich geringer und insgesamt positiver, wohingegen im Bereich Wohnen und Bauen und Landwirtschaft die Varianz größer ist. Die Antwortrate zwischen dem 25tem und 75tem Perzentil liegt hier zwischen „trifft sehr zu“ und „teils-teils“.

Weitere Punkte mit unterschiedlichen Medianwerten finden sich etwa in Bezug auf die Aussage: „Genossenschaften fördern die Selbsthilfe der Mitglieder“. Hier stimmen die Mitglieder aus dem genossenschaftlichen Bankenbereich mehrheitlich mit „trifft eher zu“, wohingegen die Bereiche Wohnen und Bauen und Landwirtschaft hier einen Medianwert bei „teils-teils“ ausmachen.

Eine weitere Abweichung des Medianwertes gibt es im Bereich Wohnen und Bauen bezüglich der Aussage: „Genossenschaften werden ihren Grundwerten auch und gerade in Krisenzeiten gerecht“. Hier liegt der Medianwert in der allgemeinen Betrachtung bei „trifft eher zu“, im Wohnbaubereich dagegen bei „trifft sehr zu“, wobei auch hier wieder auf die geringe Stichprobenanzahl zu verweisen ist. Interessanterweise liegt der Antwortbereich zwischen 25tem und 75 Perzentil im Sektor Landwirtschaft zwischen „trifft eher zu“ und „teils-teils“, diese Aussage wird demnach negativer bewertet als es etwas die Mitglieder aus dem Bereich Bank & Finanzdienstleistungen tun.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

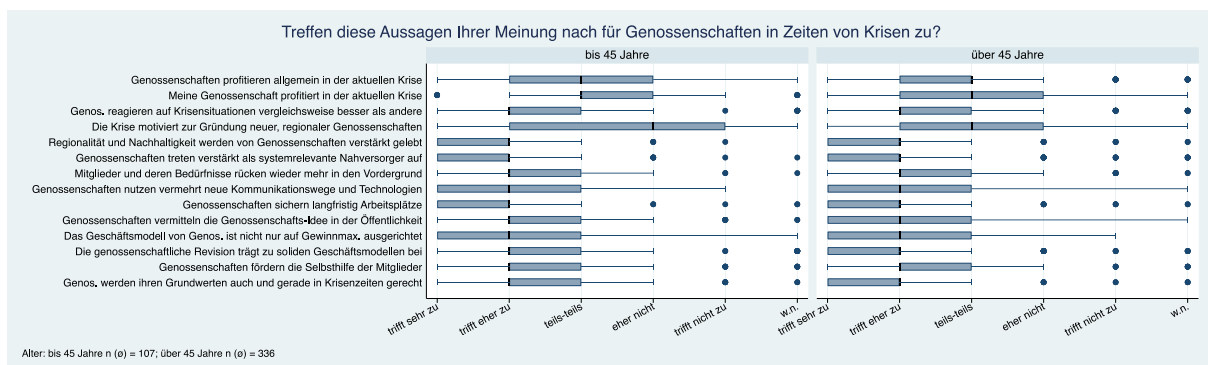


Abbildung 4.2 – 59: Alter – Aussagen bzgl. Genossenschaften in Zeiten von Krisen

Hinsichtlich des Alters kommt es ebenfalls zu Unterschieden hinsichtlich der Streuung der Antworten, doch ist der Medianwert bis auf die Aussage: „Die Krise motiviert zur Gründung neuer, regionaler Genossenschaften“ identisch. Dort liegt bei den jüngeren Genossenschaftsmitglieder der Medianwert bei „eher nicht“, bei den älteren Mitgliedern bei „teils-teils“.

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

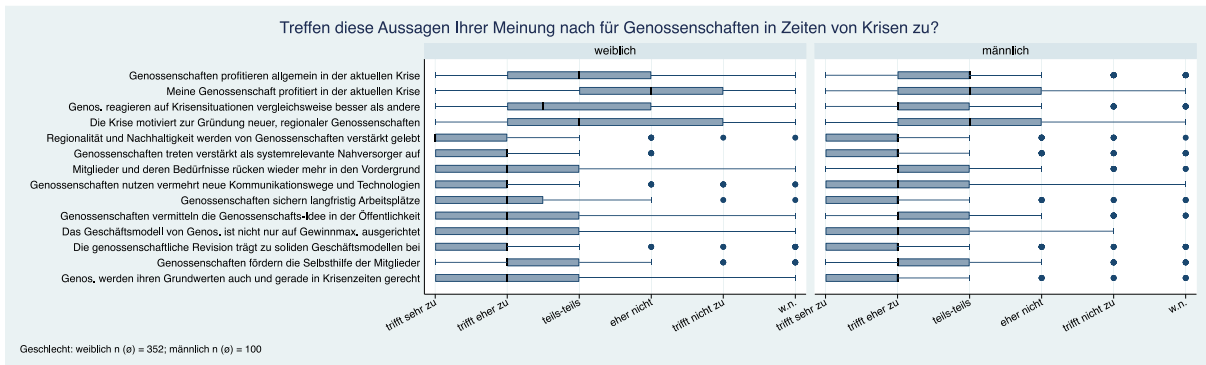


Abbildung 4.2 – 60: Geschlecht – Aussagen bzgl. Genossenschaften in Zeiten von Krisen

Interessanterweise bewerten Frauen die angeführten Aussagen teilweise anders als die männlichen Genossenschaftsmitglieder. So unterscheiden sich die Medianwerte etwa in Bezug auf die Aussage: Meine Genossenschaft profitiert in der aktuellen Krise. Hier sind Frauen deutlich negativer. Der Medianwert liegt hier bei „eher nicht“. Bei den männlichen Genossenschaftsmitgliedern liegt der Wert bei „teils-teils“. Ebenfalls negativer bewerten Frauen die Aussage: Genossenschaften reagieren auf Krisensituationen vergleichsweise besser als andere. Hier liegt der Medianwert bei den Frauen zwischen „trifft eher zu“ und „teils-teils“, während er bei den Männern bei „trifft eher zu“ liegt. Frauen sehen die Aussage dementsprechend kritischer. Positiver bewerten sie dagegen die Aussage: Regionalität und Nachhaltigkeit werden von Genossenschaften verstärkt gelebt. So liegt hier bei den Frauen der Medianwert bei „trifft sehr zu“, wohingegen er bei Männern bei „trifft eher zu“ liegt.

c. Region der Genossenschaft

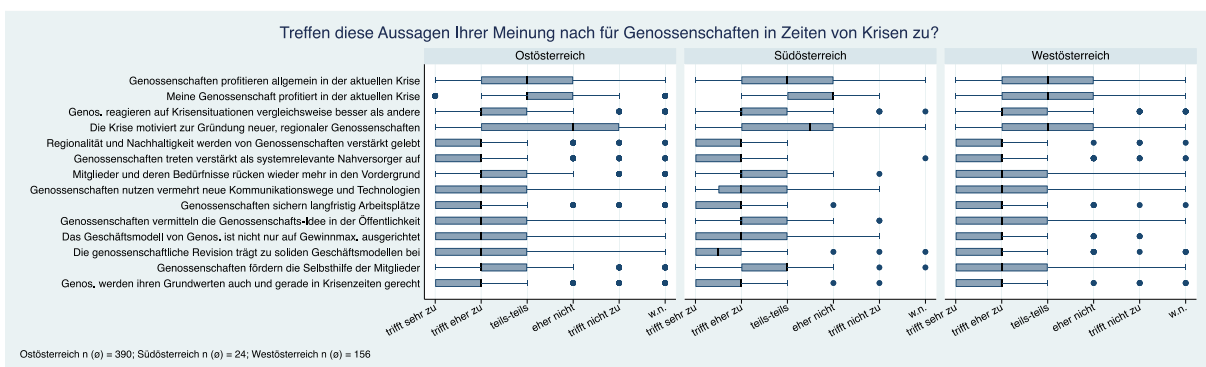


Abbildung 4.2 – 61: Region – Aussagen bzgl. Genossenschaften in Zeiten von Krisen

Hinsichtlich der Regionen kommt es in der Bewertung erwartungsgemäß zu keinen großen Veränderungen. Lediglich in der Varianz der Antworten und in Bezug auf die Frage: Die Krise motiviert zur Gründung neuer, regionaler Genossenschaften kommt es zu Unterschieden. So bewerten die Genossenschaftsmitglieder die Aussage insgesamt etwas negativer, der Medianwert liegt bei „eher nicht“, wohingegen die Mitglieder aus Westösterreich hier auf einen Medianwert von „teils-teils“ kommen.

d. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

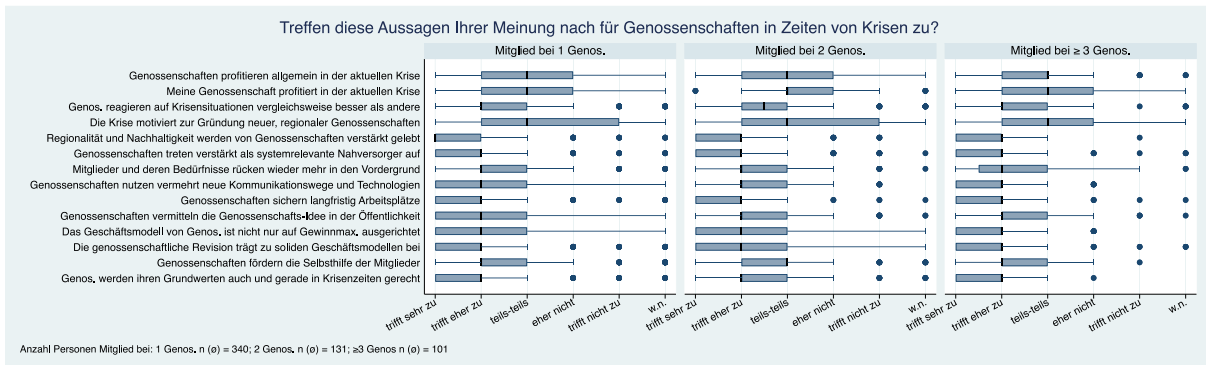


Abbildung 4.2 – 62: Anzahl Mitgliedschaften – Aussagen bzgl. Genossenschaften in Zeiten von Krisen

In Bezug auf die Anzahl der Mitgliedschaft bei Genossenschaften kommt es insgesamt ebenfalls zu kleineren Abweichungen in der Varianz der Antworten. Die Medianwerte unterscheiden sich etwa in Bezug auf die Aussage: Genossenschaften reagieren auf Krisensituationen vergleichsweise besser als andere. Hier liegt der Medianwert bei Personen mit Mitgliedschaft bei einer Genossenschaft und bei Personen mit Mitgliedschaft bei mehr als drei Genossenschaften bei „trifft eher zu“, während er bei Personen mit Mitgliedschaft bei zwei Genossenschaften zwischen „trifft eher zu“ und „teils-teils“ liegt. Die Varianz der Aussagen in Bezug auf: Regionalität und Nachhaltigkeit werden von Genossenschaften verstärkt gelebt, ist zwischen den drei Einteilungen recht ähnlich. So liegt das Intervall zwischen 25tem und 75tem Perzentil zwischen „trifft sehr zu“ und „trifft eher zu“. Doch unterscheidet sich bei Personen, die lediglich Mitglied bei einer Genossenschaft sind, der Medianwert. Dieser liegt hier bei „trifft sehr zu“, während er bei den zwei anderen Einteilungen bei „trifft eher zu“ liegt. Etwas kritischer wird hingegen von Personen, die Mitglied bei zwei Genossenschaften sind, die Aussage: Genossenschaften fördern die Selbsthilfe der Mitglieder bewertet, der Medianwert liegt dort bei „teils-teils“. Die zwei anderen Personengruppen sind hier etwas optimistischer. Der Medianwert dieser Aussage liegt bei ihnen bei „trifft eher zu“.

e. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

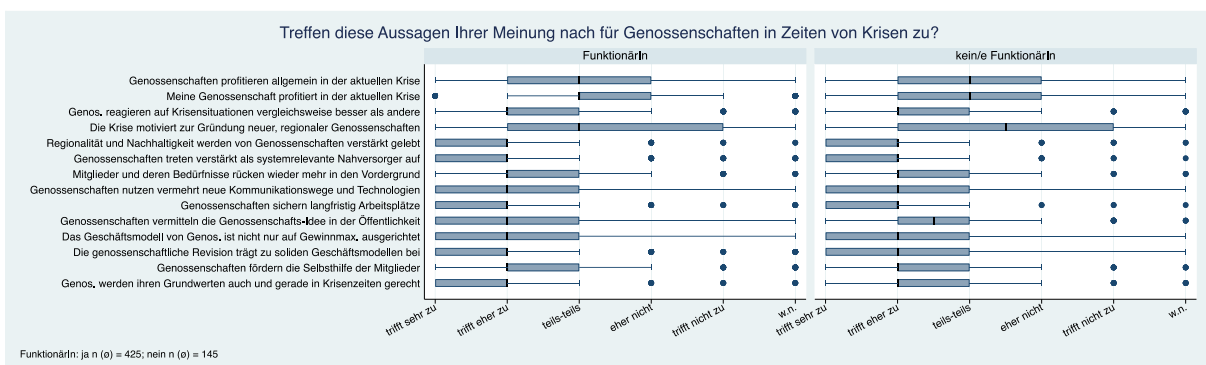


Abbildung 4.2 – 63: FunktionärIn – Aussagen bzgl. Genossenschaften in Zeiten von Krisen

Interessanterweise unterscheiden sich die Aussagen zwischen Funktionärinnen und Funktionären und den Mitgliedern ohne offizielle Funktion in ihrer Genossenschaft nur geringfügig. So sind die Medianwerte bis auf die zwei Aussagen: Die Krise motiviert zur Gründung neuer, regionaler Genossenschaften („teils-teils FunktionärInnen vs.

zwischen „teils-teils“ und „eher nicht“ Mitglieder ohne offizielle Position) und Genossenschaften vermitteln die Genossenschaftsidee in der Öffentlichkeit. Auch hier sind die Funktionärinnen und Funktionäre etwas optimistischer, der Medianwert liegt bei „trifft eher zu“, bei Personen ohne offizielle Position innerhalb der Genossenschaft ist der Wert etwas niedriger, er liegt zwischen „trifft eher zu“ und „teils-teils“.

f. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

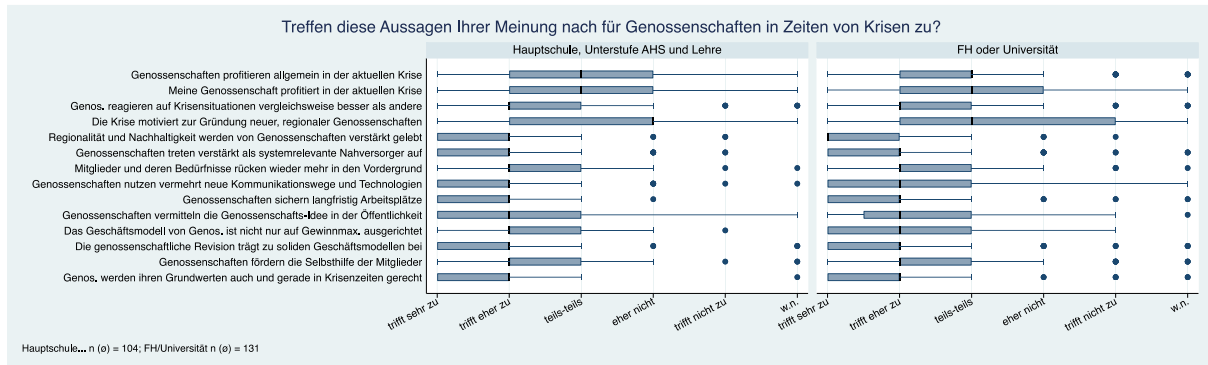


Abbildung 4.2 – 64: Bildung I – Aussagen bzgl. Genossenschaften in Zeiten von Krisen

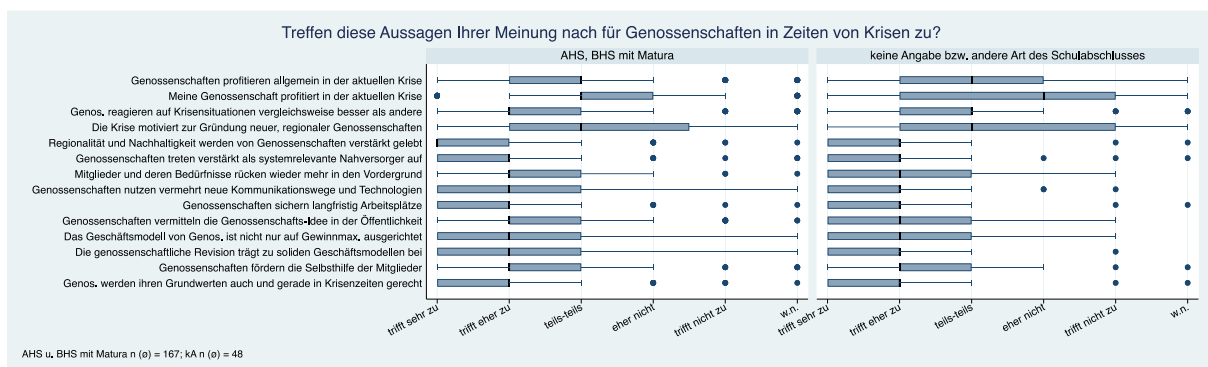


Abbildung 4.2 – 65: Bildung II – Aussagen bzgl. Genossenschaften in Zeiten von Krisen

So unterschiedlich die höchsten Schulabschlüsse der an der Befragung teilnehmenden Mitglieder sind, so sind die Ergebnisse relativ homogen. Es gibt zwar Unterschiede in der Varianz der Antworten, doch unterscheiden sich die Medianwerte nur bei einigen wenigen Punkten. So bewerten etwa Personen, die keine Angaben zu ihrem Bildungsabschluss machten bzw. eine andere Art des Schulabschlusses haben, die Aussagen: Meine Genossenschaft profitiert in der aktuellen Krise und Genossenschaften reagieren auf Krisensituationen vergleichsweise besser als andere, jeweils um einen Rang niedriger als die anderen drei Gruppen. So liegt der Medianwert in Bezug auf die erste Aussage bei „eher nicht“. Betreffend die zweite Aussage liegt er bei „teils-teils“, wobei auch hier, verglichen mit den drei anderen Gruppen, die Stichprobenanzahl kleiner ist. Zu unterschiedlichen Median-Bewertungen kommt es bei der Aussage: Regionalität und Nachhaltigkeit werden von Genossenschaften verstärkt gelebt. Hier weichen sowohl die Aussagen von Personen mit Fach- bzw. Hochschulabschluss und jener mit Matura von den zwei übrigen Gruppen ab. Sie bewerten diese Aussage jeweils mit einem Medianwert von „trifft sehr zu“, während die zwei anderen Gruppen hier auf einen Median von „trifft eher zu“ kommen.

Eine weitere Unterscheidung des Medianwertes gibt es zur Aussage: Die Krise motiviert zu Gründung neuer, regionaler Genossenschaften. Hier liegt der Median bei Personen mit Hauptschulabschluss, Unterstufe AHS und Lehre bei „eher nicht“, wohingegen der Wert bei den anderen drei Gruppen bei „teils-teils“ liegt.

g. Größe der Genossenschaft

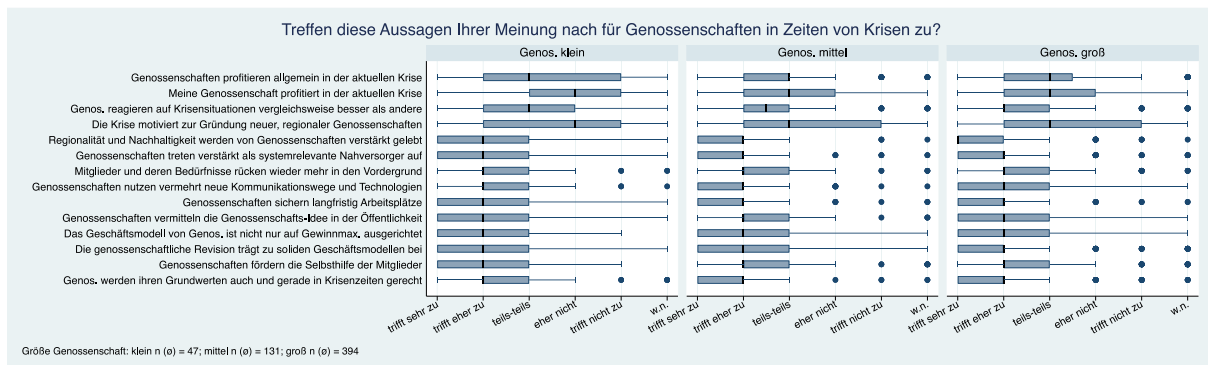


Abbildung 4.2 – 66: Größe Genossenschaft – Aussagen bzgl. Genossenschaften in Zeiten von Krisen

Unterscheidet man nach der Größe der Genossenschaften, so sind auch hier die Meinungen zu den einzelnen Aussagen relativ homogen. In Bezug zu vier Aussagen gibt es Unterschiede in der Verteilung des Medians, etwa bei kleinen Genossenschaften in Hinblick auf die Aussage: „meine Genossenschaft profitiert in der aktuellen Krise“. Hier liegt der Medianwert bei „eher nicht“, das Intervall zwischen 25tem und 75tem Perzentil bei „teils-teils“ bis „trifft nicht zu“, wohingegen es bei mittleren und großen Genossenschaften zwischen „trifft eher zu“ und „eher nicht“ liegt, der Medianwert liegt hier bei „teils-teils“. In Bezug auf diesen Unterschied kann festgestellt werden, dass kleine Genossenschaften tendenziell stärker die Auswirkungen der Krise spüren und davon eher nicht profitieren können.

Eine leichte Abweichung im Vergleich zu kleinen und großen Genossenschaften gibt es bei mittleren Genossenschaften bei der Aussage: „Genossenschaften reagieren auf Krisensituationen vergleichsweise besser als andere“. Hier liegt der Median bei kleinen und großen Genossenschaften bei „trifft eher zu“, bei mittleren hingegen zwischen „trifft eher zu“ und „teils-teils“.

Einen größeren Unterschied gibt es bei der Aussage: Die Krise motiviert zur Gründung neuer, regionaler Genossenschaften. Hier liegt der Median bei Personen, die Mitglieder einer kleinen Genossenschaft sind, bei „eher nicht“, wohingegen er bei den anderen Genossenschaftsgrößen bei „teils-teils“ liegt.

Die Aussage „Regionalität und Nachhaltigkeit werden von Genossenschaften verstärkt gelebt“, wird von kleinen Genossenschaften im Vergleich zu den anderen eher kritischer bewertet, der Medianwert liegt zwar bei „trifft eher zu“, doch liegt der Bereich zwischen 25tem und 75tem Perzentil zwischen „trifft sehr zu“ und „teils-teils“, wohingegen er bei mittleren und großen Genossenschaften zwischen „trifft sehr zu“ und „trifft eher zu“ liegt. Der Medianwert ist bei kleinen und mittleren Genossenschaften gleich („trifft eher zu“). Die Mitglieder bei großen Genossenschaften sehen die Aussage mehrheitlich sehr positiv, der Medianwert liegt hier bei „trifft sehr zu“.

Zusammenfassend ist bezüglich der angeführten Aussagen festzuhalten, dass Regionalität und Nachhaltigkeit von den Mitgliedern in der Krise als gut gelebt wahrgenommen werden. Anders als erwartet wird die Aussage: „Genossenschaften fördern die Selbsthilfe der Mitglieder“ nicht mit Mehrheitlich mit „trifft sehr zu“ beantwortet. Eine Profilierung von Genossenschaften in der Krise sowie eine erhöhte Gründungstätigkeit wird nicht unbestritten konzidiert, wobei Genossenschaften krisenfester gesehen werden als andere Rechtsformen. Tendenziell zuversichtlicher hinsichtlich der Aussagen sind große Genossenschaften und ältere Mitglieder. Interessanterweise unterscheiden sich die Bewertungen der Personen mit offizieller Funktion und reinen Mitgliedern kaum.

Frage M.6 – Vorteile von Genossenschaften während der Krise

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters



Abbildung 4.2 – 67: Gesamtansicht – Vorteile von Genossenschaften während der Krise¹³⁷

In Hinblick auf die Frage, „Worin sehen Sie Vorteile von Genossenschaften während einer Krise?“ fällt die Varianz der Antworten relativ gering aus. Daraus ist zu schließen, dass sich die einzelnen Genossenschaftsmitglieder hinsichtlich der Bewertung der angeführten Vorteile relativ einig sind.

Der genannte Vorteil, der auf die höchste Zustimmungsrates kommt, ist die Genossenschaftsform an sich, die mit „ihrem soliden Geschäftsmodell und der Rechtsform, die Stabilität, Tradition, Solidarität, Vertrauen und Flexibilität vermittelt“. Hier liegt der Medianwert bei „sehr vorteilhaft“. Alle weiteren genannten Vorteile kommen auf einen Medianwert von „vorteilhaft“. Etwas umstrittener werden die zwei letztgenannten Vorteile bewertet. Der Medianwert liegt zwar, wie bereits geschrieben, nach wie vor bei „vorteilhaft“, doch ist die Antwortvarianz im Vergleich zu den weiter oben genannten Vorteilen abweichend. So liegen in der Perzentilverteilung die Antworten zwischen dem 25tem und 75tem Perzentil in Bezug auf die Aussage: „Da sie als Selbsthilfevereine überlebensnotwendige Kooperation leben“ zwischen „vorteilhaft“ und „teils-teils“. Beim letztgenannten Vorteil: „In ihrem dezentralen und weitestgehend unabhängigen Wirtschaften“ ist die Varianz der gegebenen Antworten deutlich höher, der Bereich zwischen 25tem und 75 Perzentil liegt zwischen „sehr vorteilhaft“ und „teils-teils“. Auch die weiteren Antwortoptionen werden häufiger gewählt.

¹³⁷ **Legende:** schwarzer vertikaler Strich = Median; Balken = Bereich zwischen 25tem und 75tem Perzentil; horizontaler Strich = Bandbreite der gegebenen Antworten; \bar{x} = Mittelwert; „sehr vorteilhaft“ wird dabei der Wert 5 zugewiesen, „nicht vorteilhaft“ = 1. „w.n.“ (weiß nicht) hat den Wert 0.

B) Detailauswertung nach Branchen

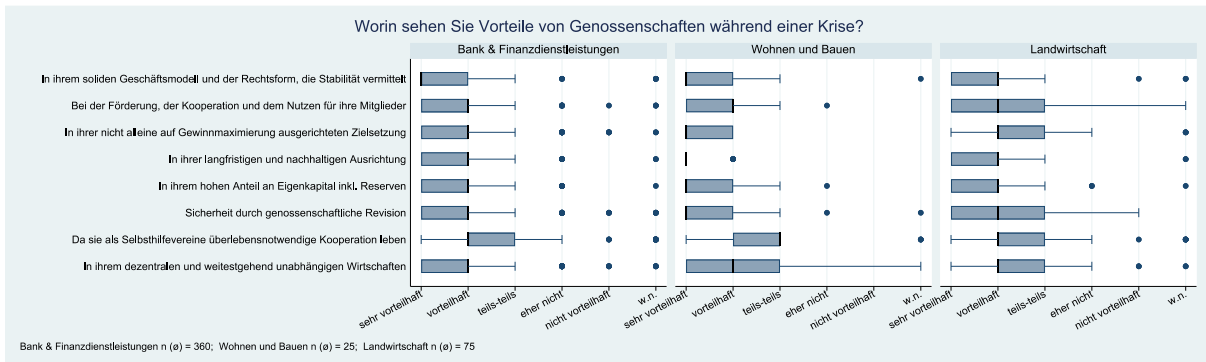


Abbildung 4.2 – 68: Branche – Vorteile von Genossenschaften während der Krise

In einer Branchenunterscheidung nach Bank & Finanzdienstleistungen, Wohnen und Bauen sowie Landwirtschaft kommt es in Bezug auf die Bewertung der angeführten Aussagen teilweise zu unterschiedlichen Ergebnissen, wobei der Bereich Bank & Finanzdienstleistungen nahezu identisch mit den Ergebnissen aus der Gesamtschau ist. Lediglich die Perzentilverteilung in Bezug auf die Aussage „in ihrem dezentralen und weitestgehend unabhängigen Wirtschaften“ ist hier geringer, sprich positiver. Der Bereich zwischen 25tem und 75 Perzentil liegt zwischen „sehr vorteilhaft“ und „vorteilhaft“.

Abweichungen gibt es dagegen im Bereich Wohnen und Bauen. So liegt bei Genossenschaftsmitgliedern aus diesem Sektor der Medianwert bei fünf angeführten Vorteilen bei „sehr vorteilhaft“, wobei die Aussage „in ihrer langfristigen und nachhaltigen Ausrichtung“ von beinahe allen Mitgliedern als „sehr vorteilhaft“ bewertet wird. Allerdings muss an dieser Stelle auf die geringe Stichprobenanzahl im Bereich Wohnen und Bauen verwiesen werden.

Genossenschaftsmitglieder aus dem Bereich Landwirtschaft bewerten die angeführten Vorteile insgesamt etwas negativer als die anderen zwei Genossenschaftssektoren, aber auch im Vergleich zur Gesamtansicht. Hier liegt die Zustimmungsrate zu jeder Aussage bei „vorteilhaft“, allerdings kommt es in der Perzentilverteilung zu Unterschieden, so etwa in Bezug auf den Punkt: Bei der Förderung, der Kooperation und dem Nutzen für Ihre Mitglieder. Hier liegt der Bereich zwischen 25tem und 75tem Perzentil im Bereich „sehr vorteilhaft“ und „teils-teils“. Auch der Punkt: „In ihrer nicht allein auf Gewinnmaximierung ausgerichteten Zielsetzung“ kommt es zu einem Unterschied in der Perzentilverteilung. Der Bereich zwischen 25tem und 75tem Perzentil liegt zwischen „vorteilhaft“ und „teils-teils“. Die genossenschaftliche Revision wird hier etwas kritischer gesehen. So reichen die Antworthäufigkeit bzw. der Bereich zwischen 25tem und 75tem Perzentil von „sehr vorteilhaft“ bis „teils-teils“. Ein weiterer Bereich mit anderer Perzentilverteilung ist der Punkt „In ihrem dezentralen und weitestgehend unabhängigen Wirtschaften“. Hier ist der Unterschied zum Bereich Banken & Finanzdienstleistungen besonders stark, dort reicht der Bereich zwischen 25tem und 75tem Perzentil von „sehr vorteilhaft“ bis „vorteilhaft“, im Bereich Landwirtschaft von „vorteilhaft“ bis „teils-teils“.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

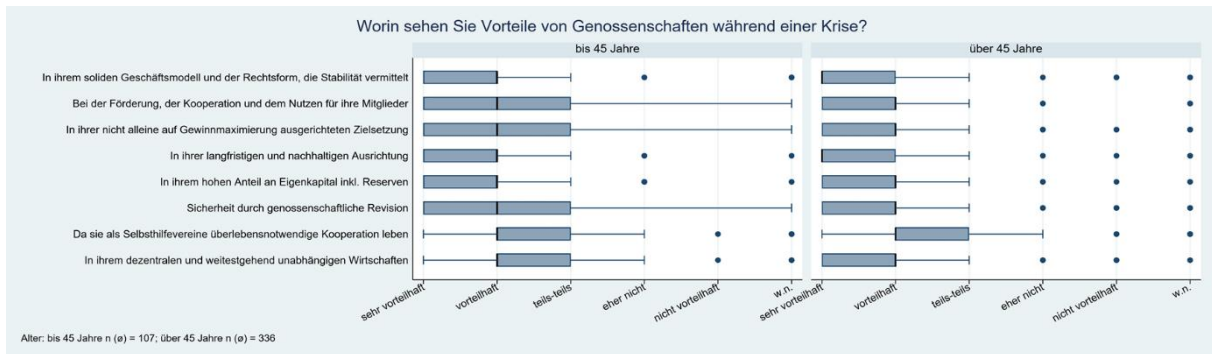


Abbildung 4.2 – 69: Alter – Vorteile von Genossenschaften während der Krise

Unterscheidet man die angeführten Vorteile von Genossenschaften während einer Krise, so fällt auf, dass jüngere Genossenschaftsmitglieder die Aussagen insgesamt negativer bewerten. Die Medianwerte sind zwar weitestgehend mit denen der älteren Genossenschaftsmitglieder gleich, doch ist die Varianz der Antworten höher. Abweichungen vom Medianwert gibt es zu zwei Aussagen. Die erste Aussage, der Vorteil liege „in ihrem soliden Geschäftsmodell und der Rechtsform, die Stabilität vermittelt“ wird von den jüngeren Genossenschaftsmitgliedern als „vorteilhaft“ bewertet, wohingegen die älteren Genossenschaftsmitglieder den Punkt als mehrheitlich „sehr vorteilhaft“ ansehen. Ein ähnliches Bild ergibt sich in Bezug auf die Aussage, der Vorteil liege in „ihrer langfristigen und nachhaltigen Ausrichtung“. Hier liegt der Medianwert bei den Jüngern ebenfalls bei „vorteilhaft“, während er bei den Älteren bei „sehr vorteilhaft“ liegt.

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

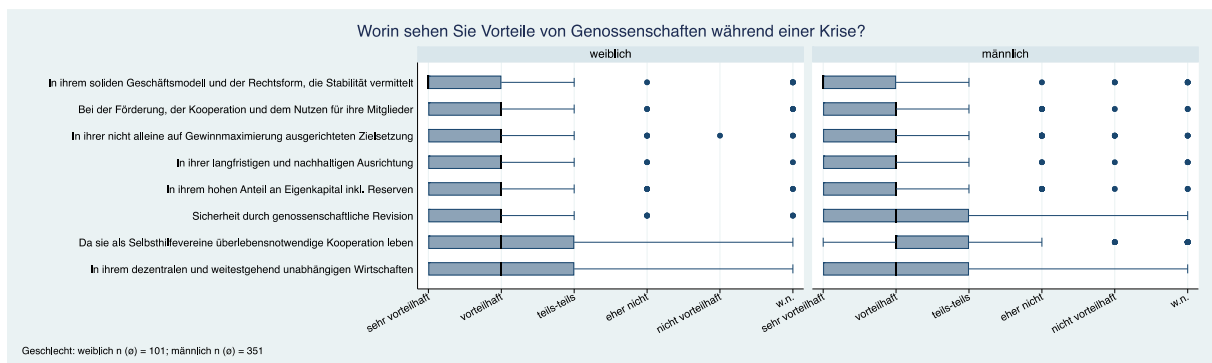


Abbildung 4.2 – 70: Geschlecht – Vorteile von Genossenschaften während der Krise

Hinsichtlich einer Unterscheidung nach Geschlecht kommt es zu keinen Veränderungen des Medianwertes, lediglich die Varianz der Bewertung ist teilweise unterschiedlich.

c. Region der Genossenschaft

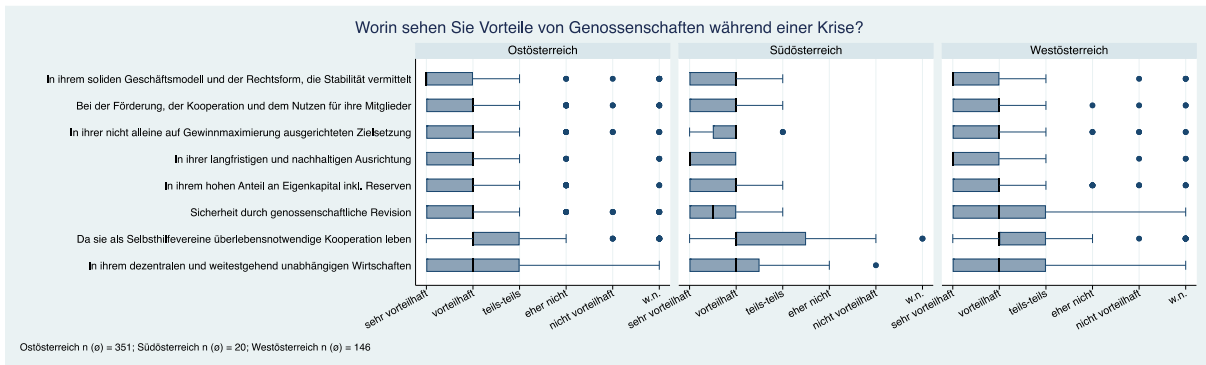


Abbildung 4.2 – 71: Region – Vorteile von Genossenschaften während der Krise

Betrachtet man die Aussagen der einzelnen Genossenschaftsmitglieder nach Regionen, in der sich ihre Genossenschaft befindet, so gibt es erwartungsgemäß keine starken Abweichungen. Die Zustimmungswerte in Südösterreich divergieren etwas von der in Ost- und Westösterreich, allerdings kann hier keine abschließende Beurteilung durchgeführt werden, da die Stichprobenanzahl hier relativ gering ist. Vergleicht man Ost- mit Westösterreich, so sind die Werte annähernd gleich. Lediglich in Bezug zur Aussage: der Vorteil von Genossenschaften während einer Krise liege „in ihrer langfristigen und nachhaltigen Ausrichtung“ kommt es zu einem abweichenden Medianwert. In Ostösterreich liegt dieser bei „vorteilhaft“, in Westösterreich bei „sehr vorteilhaft“. Betrachtet man die Unterschiede dieser zwei Regionen weiter, so fällt auf, dass die Varianz der Antworten in Bezug zur Aussage: „Sicherheit durch genossenschaftliche Revision“ abweicht. In Ostösterreich sind die Zustimmungswerte zu dieser Aussage sehr viel konzentrierter und leicht positiver, wohingegen in Westösterreich der Bereich zwischen 25tem und 75 Perzentil breiter ist, er reicht von „sehr vorteilhaft“ bis „teils-teils“, zudem wurden auch eher ablehnende Meinungen häufiger geäußert.

d. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

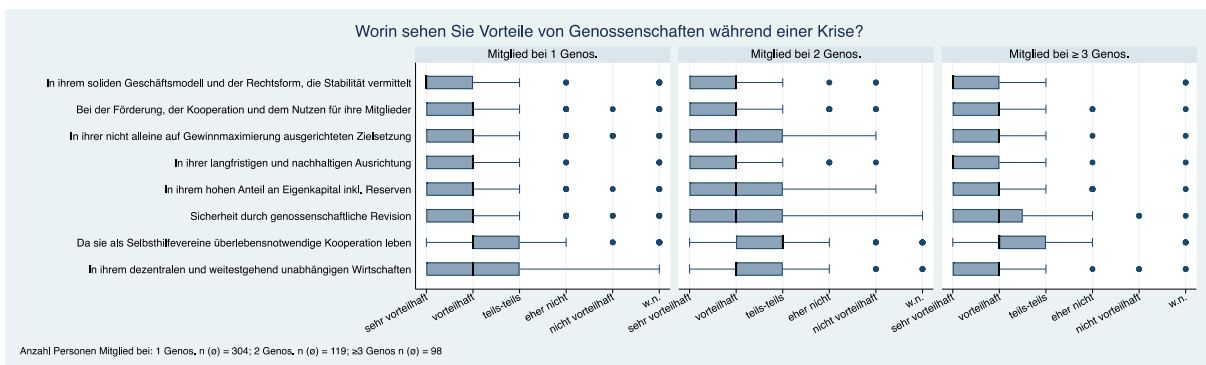


Abbildung 4.2 – 72: Anzahl Mitgliedschaften – Vorteile von Genossenschaften während der Krise

Die Aussagen der Personen, die bei einer, zwei, oder größer gleich drei Genossenschaften Mitglied sind, sind ebenfalls relativ einheitlich. Jedoch kommt es zu Abweichungen des Medians in Bezug zu folgenden Aussagen: der Vorteil von Genossenschaften während einer Krise liegt in ihrem soliden Geschäftsmodell und der Rechtsform, die Stabilität, Tradition, Solidarität, Vertrauen und Flexibilität vermittelt.

Hier stimmen sowohl Mitglieder bei einer Genossenschaft als auch Mitglieder bei drei und mehr Genossenschaften mehrheitlich mit „sehr vorteilhaft“ ab, wohingegen bei Personen, die Mitglied bei zwei Genossenschaften sind, der Median bei „vorteilhaft“ liegt. Ebenfalls etwa negativer bewerten Mitglieder bei zwei Genossenschaften die Aussage: „da sie als Selbsthilfevereine überlebensnotwendige Kooperation leben“. Hier stimmten Mitglieder bei einer Genossenschaft als auch Mitglieder bei drei und mehr Genossenschaften mehrheitlich mit „vorteilhaft“, während bei Personen, die Mitglied bei zwei Genossenschaften sind, der Median bei „teils-teils“ liegt.

Optimistischer als Personen mit Mitgliedschaft bei einer oder zwei Genossenschaften sind Personen bei drei und mehr Genossenschaften bezüglich der Aussage: ein Vorteil von Genossenschaften während einer Krise liege in ihrer langfristigen und nachhaltigen Zielsetzung. Der Median liegt hier bei „sehr vorteilhaft“, während er bei Personen mit Mitgliedschaft bei zwei bzw. einer Genossenschaft bei „vorteilhaft“ liegt.

e. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

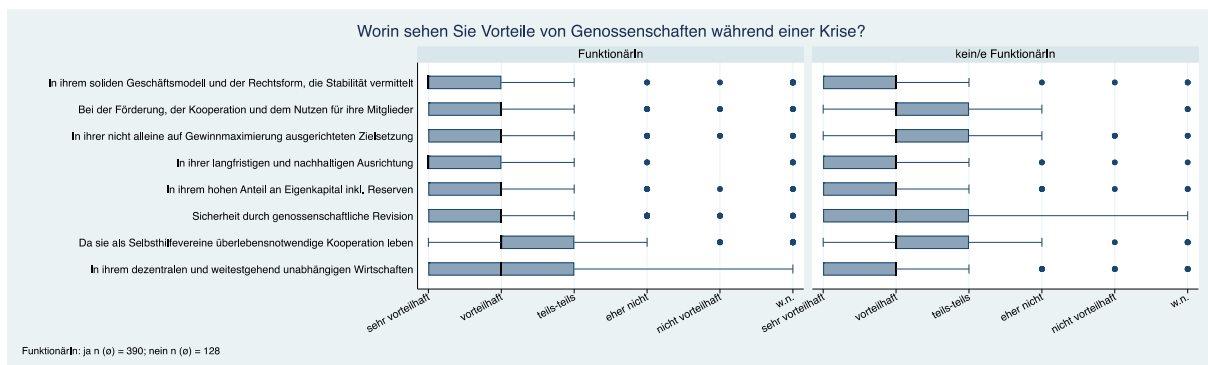


Abbildung 4.2 – 73: FunktionärIn – Vorteile von Genossenschaften während der Krise

Betrachtet man die Aussagen und teilt zwischen Personen, die einen Funktionärsposten innerhalb der Genossenschaft bekleiden, und jenen, die einfaches Mitglied sind, so fällt bei einem Gesamtüberblick auf, dass Funktionärinnen und Funktionäre insgesamt etwas positiver antworten als jene Mitglieder, die keine offizielle Position einnehmen. Jedoch sind die Ausprägungen, wenn man den Medianwert betrachtet, nicht mehr ganz so stark. So gibt es hier lediglich Abweichungen in Bezug auf die Aussage, dass „Vorteile von Genossenschaften während einer Krise in ihrem soliden Geschäftsmodell und der Rechtsform liegen“. Hier stimmen Personen mit offizieller Person mehrheitlich mit „sehr vorteilhaft“, jene ohne offizielle Position mit „vorteilhaft“. Ähnlich sieht es in Bezug auf die Aussage: „der Vorteil von Genossenschaften während Krisen liege in ihrer langfristigen und nachhaltigen Ausrichtung“ aus, hier stimmen die Funktionärinnen und Funktionäre ebenfalls mehrheitlich mit „sehr vorteilhaft“, während der Wert bei einfachen Mitgliedern bei „vorteilhaft“ liegt.

f. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

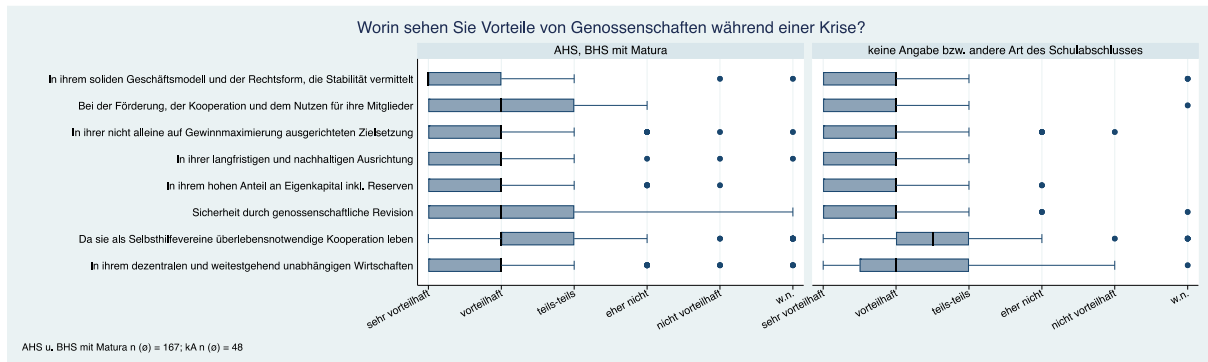


Abbildung 4.2 – 74: Bildung I – Vorteile von Genossenschaften während der Krise

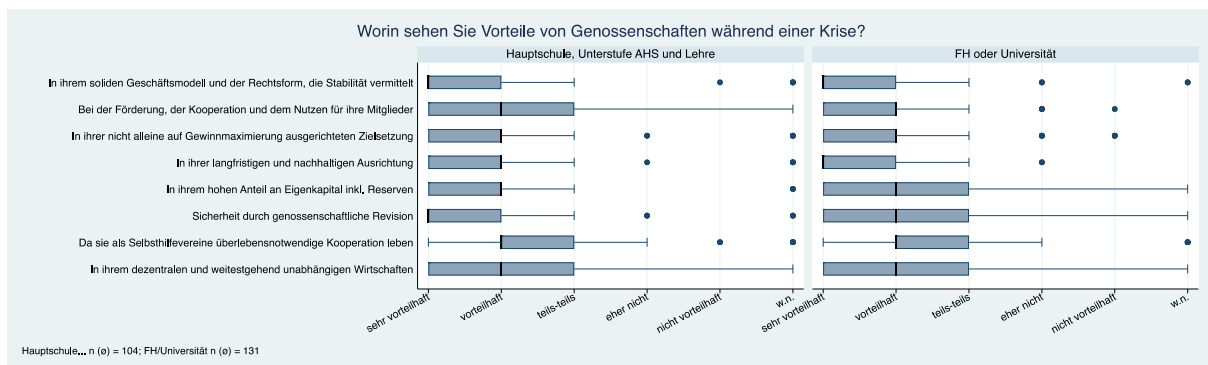


Abbildung 4.2 – 75: Bildung II – Vorteile von Genossenschaften während der Krise

Unterscheidet man die Aussagen der einzelnen Genossenschaftsmitglieder nach ihrem Bildungshintergrund, so ist zunächst festzustellen, dass die Medianwerte insgesamt relativ gleich sind, es also keine großen Unterschiede der Bewertung der angeführten Aussagen hinsichtlich des höchsten Bildungsabschlusses gibt. Geringe Abweichungen sind jedoch auszumachen. So bewerteten etwa Genossenschaftsmitglieder ohne Angabe bzw. einer anderen Art des Schulabschlusses die erste Aussage: der Vorteil liegt in ihrem soliden Geschäftsmodell und der Rechtsform im Vergleich zu den anderen negativer. Der Medianwert liegt hier bei „vorteilhaft“. Dass die nachhaltige und langfristige Ausrichtung von Genossenschaften während einer Krise als Vorteil gereicht, wird von Mitgliedern mit Hochschulabschluss als „sehr vorteilhaft“ bewertet, während die anderen Gruppen hier mehrheitlich mit „vorteilhaft“ antworten. Personen mit Hauptschulabschluss, Unterstufe AHS oder Lehre sehen dagegen die Sicherheit durch die genossenschaftliche Revision als mehrheitlich „sehr vorteilhaft“, während die anderen Gruppen hier mit „vorteilhaft“ votieren. Als etwas negativer wird von den Genossenschaftsmitgliedern ohne Angabe bzw. einer anderen Art des Schulabschlusses die Aussage: da sie als Selbsthilfverein überlebensnotwendige Kooperation leben, bewertet. Der Medianwert liegt hier zwischen „vorteilhaft“ und „teils-teils“, während er bei den anderen Gruppen bei „vorteilhaft“ liegt.

g. Größe der Genossenschaft

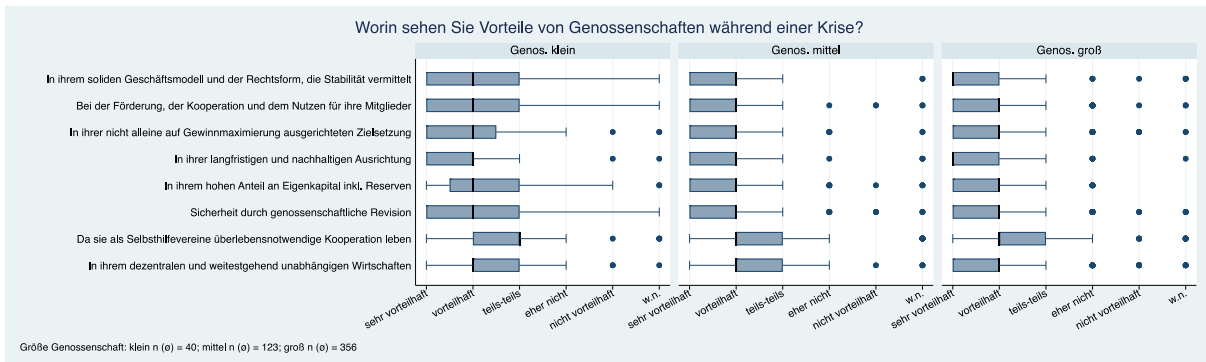


Abbildung 4.2 – 76: Größe Genossenschaft – Vorteile von Genossenschaften während der Krise

Interessanterweise bewerten Personen, die Mitglied in einer kleinen Genossenschaft sind, die angegebenen Vorteile von Genossenschaften während einer Krise auch bei dieser Betrachtung insgesamt negativer bzw. mit einer höheren Varianz der Antworten, als Mitglieder in mittleren und großen Genossenschaften. In Bezug auf den Median sind die Aussagen relativ einheitlich, jedoch gibt es Abweichungen. So liegt er bei großen Genossenschaften bei den Aussagen: Vorteile liegen „in ihrem soliden Geschäftsmodell und der Rechtsform“ und „in ihrer langfristigen und nachhaltigen Ausrichtung“ bei „sehr vorteilhaft“, während kleine und mittlere Genossenschaften hier mehrheitlich mit „vorteilhaft“ stimmen. Negativer als mittlere und große Genossenschaften bewerten kleine Genossenschaften die Aussage, dass Genossenschaften als Selbsthilfevereine überlebensnotwendige Kooperation leben. Hier liegt der Median bei „teils-teils“, während die Aussage von den zwei größeren Genossenschaftsclustern als mehrheitlich „vorteilhaft“ bewertet wird.

Zusammenfassend ist bezüglich der Frage, worin die Genossenschaftsmitglieder Vorteile der Genossenschaften während einer Krise sehen, festzuhalten, dass alle vorgegebenen Aussagen auch über die Detailauswertung hinweg sehr einheitlich als vorteilhaft gesehen werden. Banken, Funktionärinnen und Funktionäre sowie große Genossenschaften bewerten die Aussagen im Vergleich noch positiver.

Frage M.7 – Sorge um Weiterbestehen

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

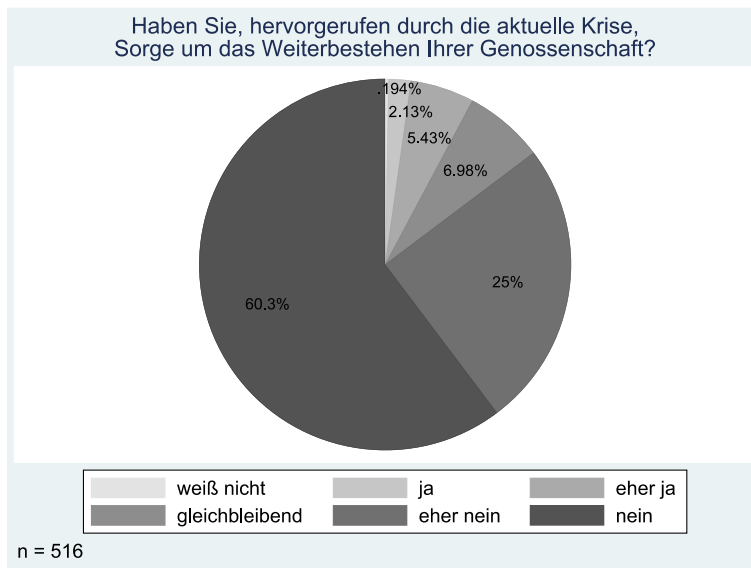


Abbildung 4.2 – 77: Gesamtansicht – Sorge um Weiterbestehen

Hinsichtlich der Sorge um das Fortbestehen der eigenen Genossenschaft antworten über 85% mit „nein“ bzw. „eher nicht“. Sprich, sie haben keine Sorge, dass das Weiterbestehen ihrer Genossenschaft durch die aktuelle Krise in Gefahr geraten ist. Ca. 7% antworten mit „gleichbleibend“. Ca. 7,5% oder 39 Personen haben Sorge, dass ihre Genossenschaft aufgrund der aktuellen Krise nicht weiterbestehen wird. Vergleicht man diese Werte mit dem vom ifo-Institut im Juni 2020 erhobenen Zahlen, in denen für Deutschland 21% der befragten Unternehmen angeben, dass sie ihren Weiterbestand als gefährdet ansehen¹³⁸, so ist der prozentuelle Anteil von 7,5% der Genossenschaftsmitglieder, die sich Sorge um das Weiterbestehen ihrer Genossenschaft machen, vergleichsweise gering.

B) Detailauswertung nach Branchen

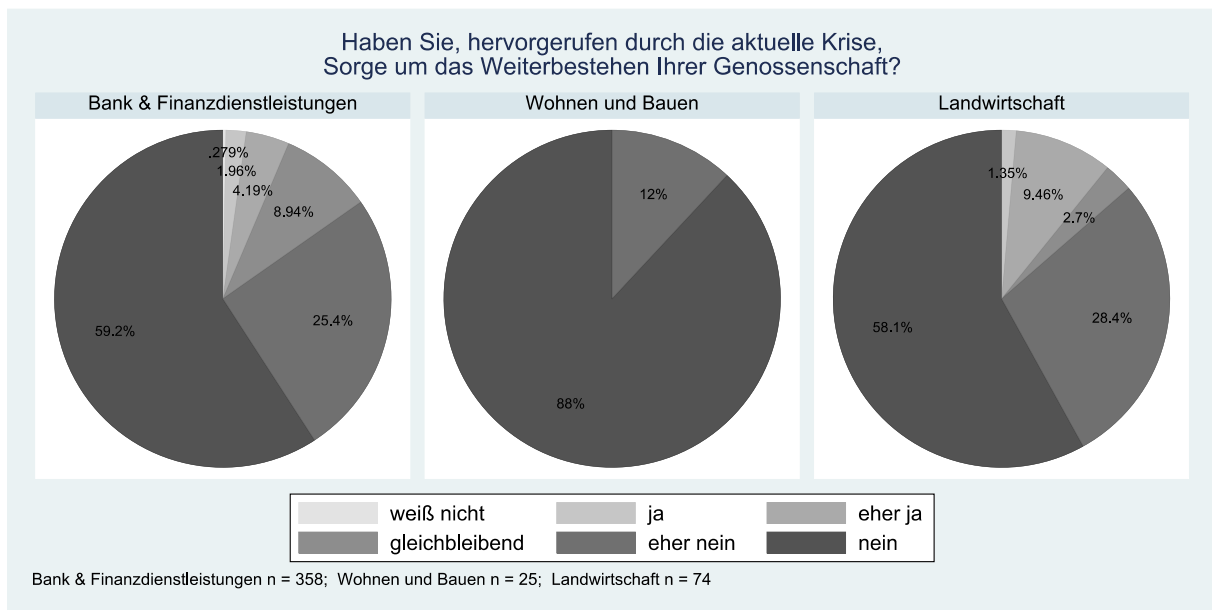


Abbildung 4.2 – 78: Branche – Sorge um Weiterbestehen

Betrachtet man die Aussagen der einzelnen Mitglieder getrennt nach Branche in der sich die Genossenschaft befindet, in der sie hauptsächlich aktiv sind, so bleibt die grundsätzliche Aussage, dass die Mitglieder mehrheitlich das Weiterbestehen ihrer Genossenschaft als nicht oder eher nicht gefährdet sehen. Im Bankenbereich sind es knapp 85%, unter den Mitgliedern aus dem landwirtschaftlichen Bereich 86,5%. Noch höher ist der Wert im Sektor Wohnen und Bauen. Hier hat kein Mitglied Angst, dass hervorgerufen durch die aktuelle Krise, das Weiterbestehen der Genossenschaft in Gefahr gerät, wobei auch hier wiederum auf die geringe Stichprobengröße zu verweisen ist.

Mit „gleichbleibend“ antworten im Bereich Bank & Finanzdienstleistungen knapp 9% aller teilnehmenden Mitglieder, im landwirtschaftlichen Bereich sind es 2,7%, wobei hier die prozentuelle Anzahl an Personen die sich um den Weiterbestand ihrer Genossenschaften sorgen bzw. mit „eher ja“ und „ja“ antworten, mit ca. 9,5% höher ist als im Bankenbereich mit 6,2%.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

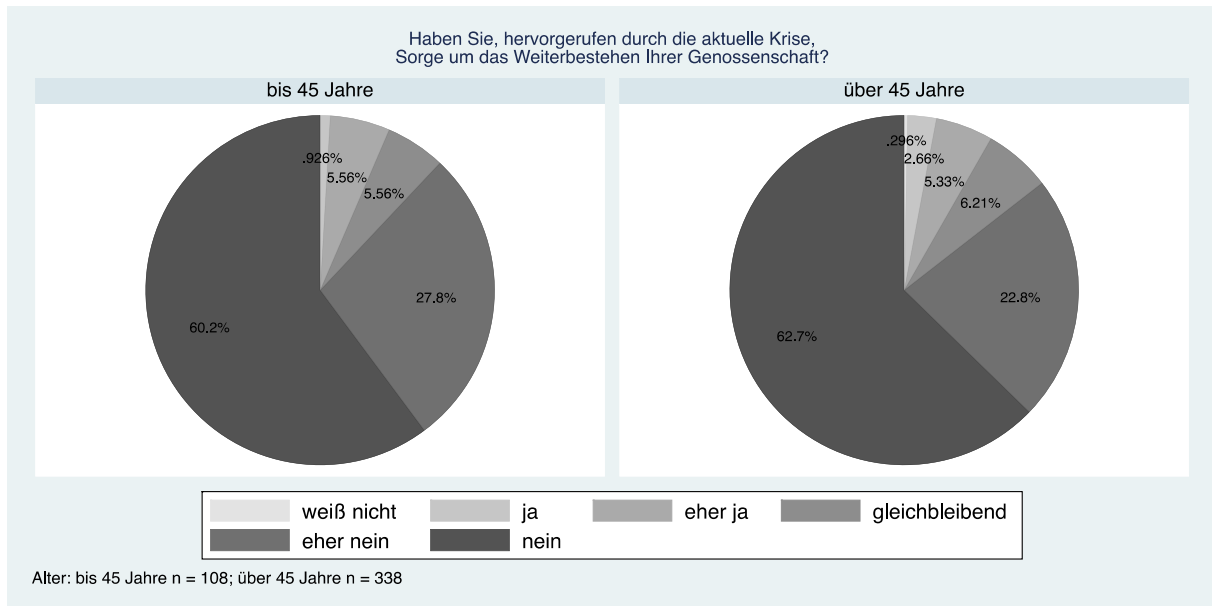


Abbildung 4.2 – 79: Alter – Sorge um Weiterbestehen

In Bezug auf das Alter gibt es zwar gewisse Unterschiede, doch sind die Gesamtaussagen relativ gleich, evtl. kann festgestellt werden, dass ältere Genossenschaftsmitglieder etwas skeptischer sind, was das Weiterbestehen anbelangt, (5,6% Jünger vs. 8% Älter) doch insgesamt lässt sich das Bild der allgemeinen Betrachtung nachzeichnen.

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

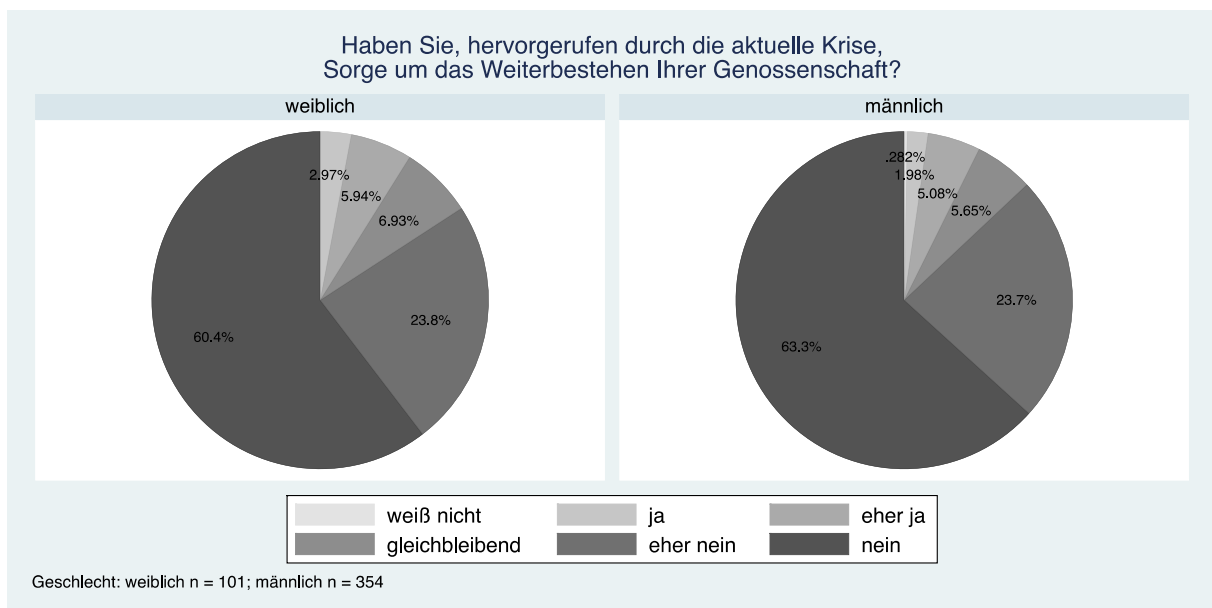


Abbildung 4.2 – 80: Geschlecht – Sorge um Weiterbestehen

Unterscheidet man die Antworten nach Geschlecht, so sind die prozentuellen Aussagen bezüglich der Sorge um das Weiterbestehen der jeweiligen Genossenschaft nahezu

identisch, es kommt zu keinen großen Abweichungen untereinander, aber auch nicht im Vergleich zur Gesamtbetrachtung.

c. Region der Genossenschaft

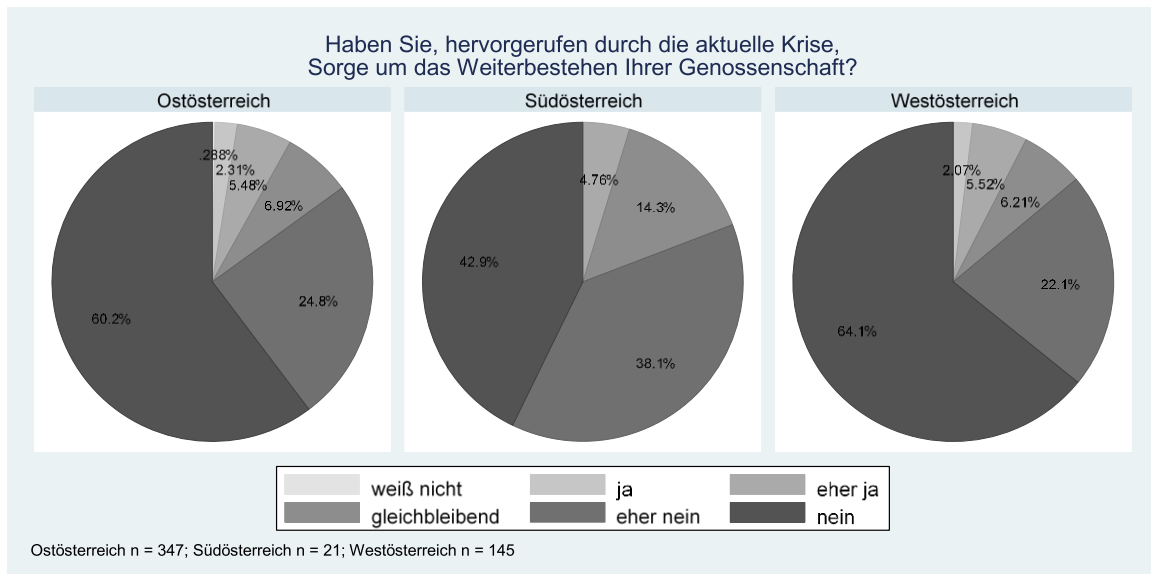


Abbildung 4.2 – 81: Region – Sorge um Weiterbestehen

Hinsichtlich einer Einteilung nach Regionen fällt auf, dass sich der Süden Österreichs in Bezug auf die hier gegebenen Antworten deutlich von West- und Ostösterreich unterscheidet. So geben lediglich 43% aller teilnehmenden Genossenschaftsmitglieder an, keine Sorge um das Weiterbestehen zu haben, 28% beantworten die Frage mit „eher nein“. Mit „gleichbleibend“ Antworten hier 14,3%, mit eher ja, 4,8%. Hinsichtlich der anderen Regionen unterscheiden sich diese Werte deutlich, doch ist an dieser Stelle erneut darauf hinzuweisen, dass die Stichprobengröße in Südösterreich sehr gering ist. Betrachtet man Ost- und Westösterreich, so fällt auf, dass der Westen die Frage leicht optimistischer beantwortet. Hier antworten 64,1% mit „nein“, (Osten: 60,2%). Mit „eher nein“ antworten 22,1% (Osten: 24,8%). Fasst man diese zwei Aussagen zusammen, so ergibt sich jedoch nur mehr ein kleiner Unterschied von 1,2 Prozentpunkten. Was die Anteile an Personen, die mit „ja“, „eher ja“ bzw. „gleichbleibend“ betrifft, ist die Verteilung zwischen Ost- und Westösterreich relativ gleich.

d. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

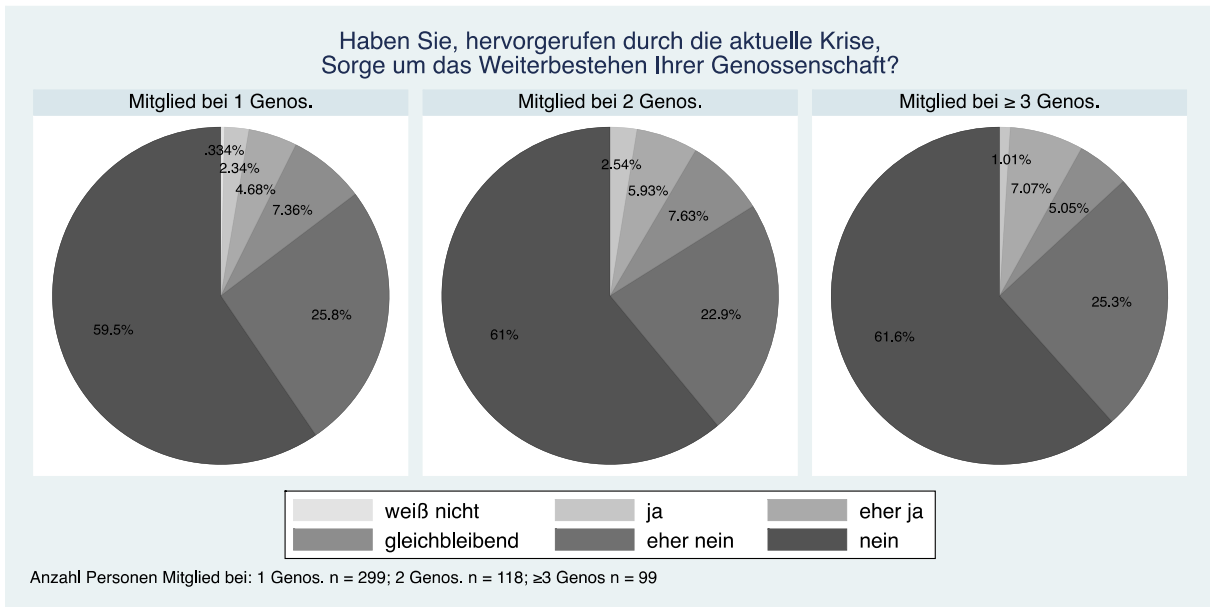


Abbildung 4.2 – 82: Anzahl Mitgliedschaften – Sorge um Weiterbestehen

Hinsichtlich der Anzahl der Mitglieder bei einer, zwei oder drei und mehr Genossenschaften gibt es keine großen Unterschiede. Sie spiegeln im wesentlichen die Gesamtansicht wider.

e. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

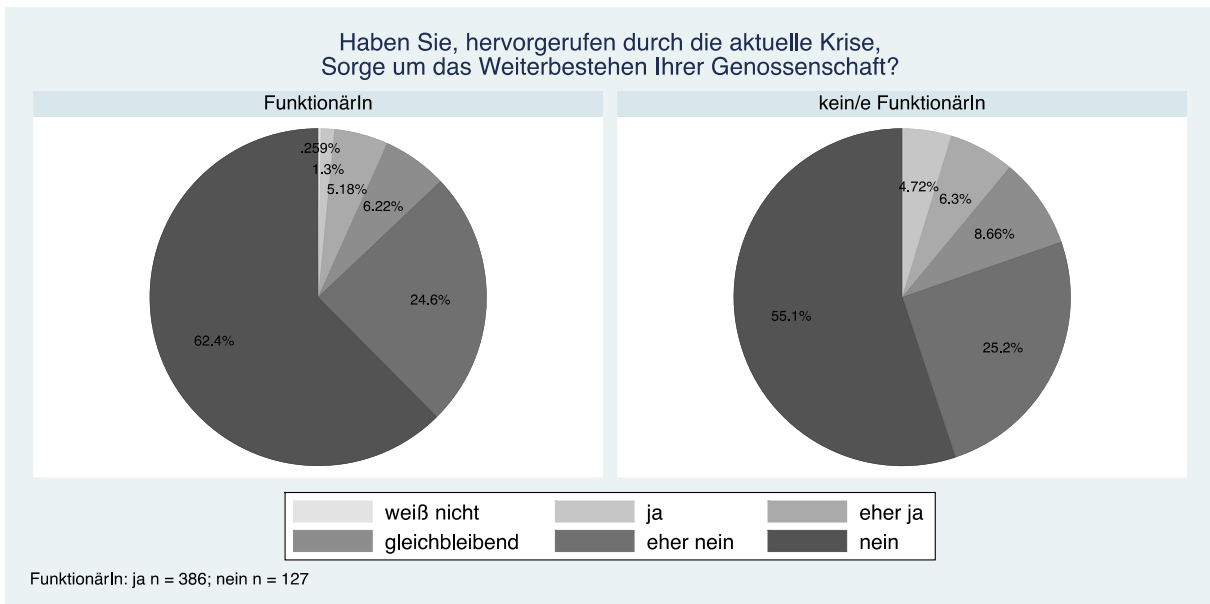


Abbildung 4.2 – 83: FunktionärIn – Sorge um Weiterbestehen

Fasst man die Aussagen, „nein“ und „eher nein“ bezüglich der Frage, ob das Genossenschaftsmitglied aufgrund der aktuellen Krise Sorge um das Weiterbestehen ihrer jeweiligen Genossenschaft hat, zusammen, so antworten bei einer Unterscheidung nach Personen mit offizieller Funktion innerhalb der Genossenschaft und jenen, die reine Mitglieder sind, 87% aller Funktionärinnen und Funktionäre mit „nein“, sie machen sich keine großen Sorgen. Auf der Seite der Personen ohne offizielle Funktion

innerhalb ihrer Genossenschaft sind es 80,3%. Daraus kann geschlossen werden, dass sich Personen, die kein offizielles Amt innerhalb der Genossenschaften bekleiden, etwas größere Sorgen um das Weiterbestehen ihrer Genossenschaft machen. Fasst man die Aussagen „ja“ und „eher ja“ zusammen, so antworten hier Funktionärinnen und Funktionäre zu 6,5%, Nicht-Funktionärinnen und -Funktionären mit 11%. Mit „gleichbleibend“ antworten bei den Personen mit offizieller Position 6,2%, bei den Personen ohne offizielle Position sind es 8,7%.

f. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

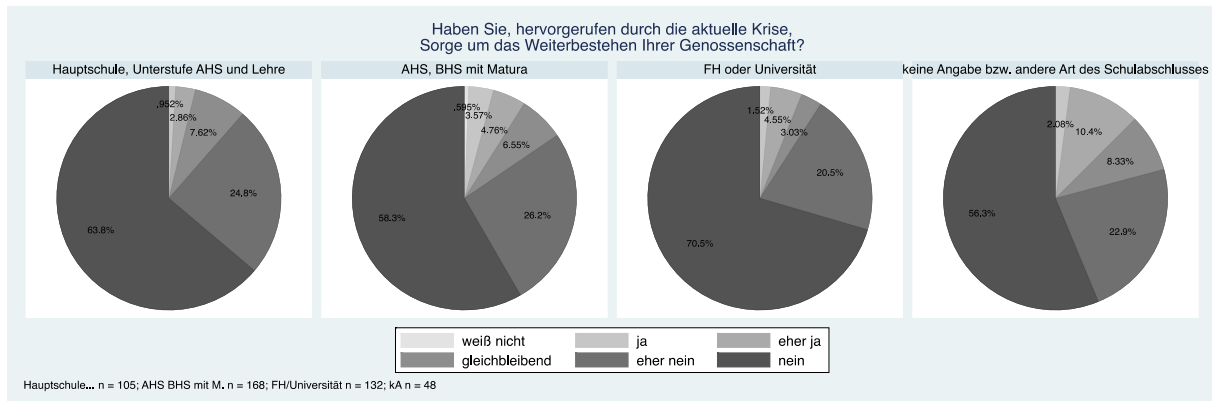


Abbildung 4.2 – 84: Bildung – Sorge um Weiterbestehen

Hinsichtlich des Bildungshintergrunds der teilnehmenden Genossenschaftsmitglieder fällt auf, dass Personen mit Hochschulabschluss zu 70,5% die Frage, ob sie in Folge der aktuellen Krise Sorge um das Weiterbestehen ihrer Genossenschaft haben, mit „nein“ beantworten, 20,5% mit „eher nein“. Sprich, in Summe machen sich 91% der Personen mit Hochschulabschluss keine oder eher keine Sorgen. Ein ähnlich hoher Wert ist bei den Personen mit Hauptschulabschluss bzw. Unterstufe AHS und Lehre zu verbuchen, wobei hier der prozentuelle Wert an Personen, die mit „nein“ antworten, bei 63,8% liegt und damit deutlich unter dem Wert der Fach- und Hochschulabsolventinnen und -absolventen. 24,8% antworten mit „eher nein“. In Summe machen sich 88,6% keine bzw. nur geringe Sorge um den Weiterbestand ihrer Genossenschaft. Unter den Personen mit abgeschlossener AHS oder BHS mit Matura sind es insgesamt 84,5%, die sich keine oder nur geringe Sorgen machen, bei den Personen, die keine Angabe machen oder eine andere Art des Schulabschlusses angeben, sind es in Summe 79,2%, die sich keine oder nur geringe Sorgen machen. Hier ist der Wert derer, die mit „ja“ bzw. „eher ja“ antworten, mit 12,5% am höchsten.

g. Größe der Genossenschaft

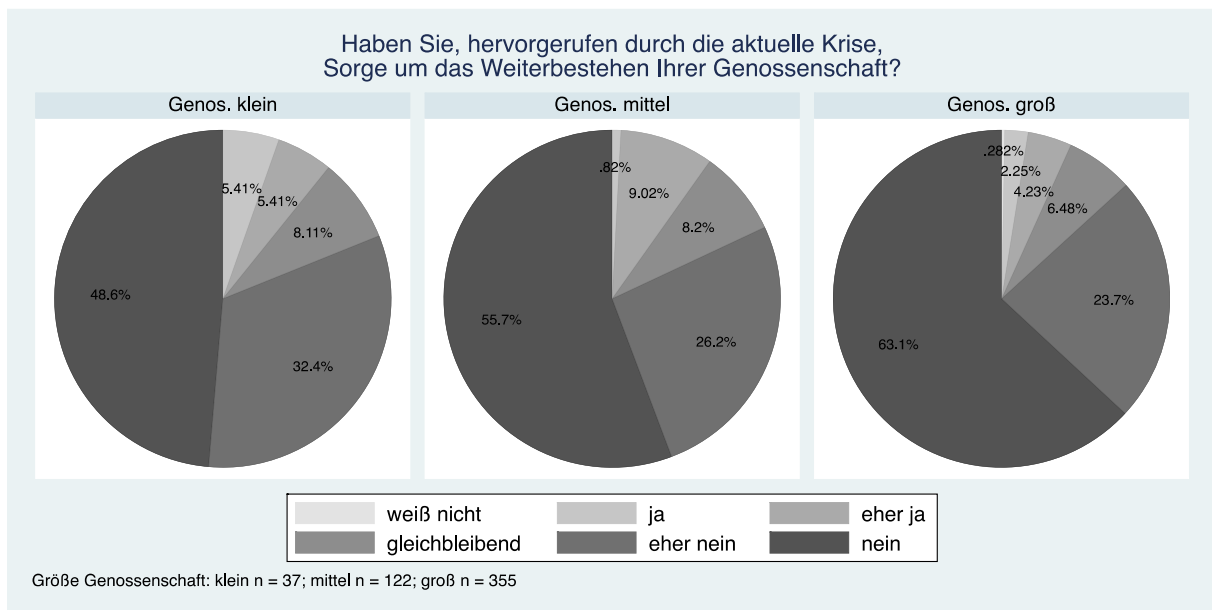


Abbildung 4.2 – 85: Größe Genossenschaft – Sorge um Weiterbestehen

Unterscheidet man nach Genossenschaftsgröße, aus deren Perspektive die teilnehmenden Mitglieder die jeweiligen Fragen beantworten, so fallen teils deutliche Unterschiede zwischen kleinen, mittleren und großen Genossenschaften auf. Mit „nein“, sie machen sich keine Sorgen, antworten bei den kleinen Genossenschaften 48,6%, bei den mittleren 55,7% und bei den großen 63,1%, womit geschlossen werden kann, dass sich kleine Genossenschaften eher Sorge um das Weiterbestehen machen. Mit „eher nein“ antworten bei den kleinen Genossenschaften 32,4%, bei den mittleren 26,2% und bei den großen 23,7%, weshalb in Summe die prozentuelle Anzahl an Personen, die sich keine bzw. eher keine Sorgen machen, mit 81% (Kleine), 81,0% (Mittlere) und 86,8% (Große) relativ gleich sind, wobei auch hier große Genossenschaften die geringsten Sorgen haben. Ähnlich sieht es bei den Personen aus, die mit „ja“ und „eher ja“ stimmen. Bei kleinen Genossenschaften sind es hier in Summe 10,8%, bei den mittleren 9,8% und bei den großen Genossenschaften 6,5%.

Zusammenfassend ist bezüglich der Frage, ob das Genossenschaftsmitglied hervorgerufen durch die aktuelle Krise Sorge um das Weiterbestehen der eigenen Genossenschaft hat, festzustellen, dass eine große Mehrheit die eigene Genossenschaft nicht in Gefahr sieht. Die geringste Sorge machen sich die Branche Bauen und Wohnen, große Genossenschaften und Funktionärinnen und Funktionäre.

Frage M.8 – Krise als Anlass für verstärktes Engagement?

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

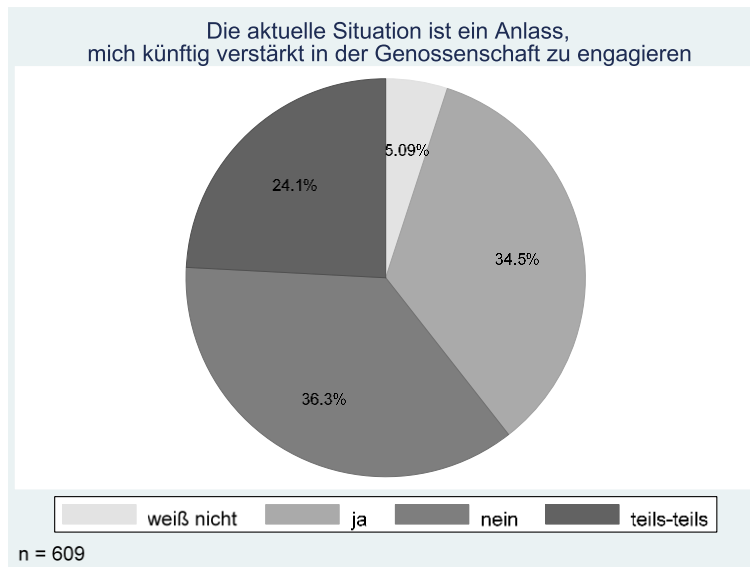


Abbildung 4.2 – 86: Gesamtansicht – Krise als Anlass für verstärktes Engagement?

Auf die Frage hin, ob die aktuelle Situation ein Anlass für die befragte Person ist, sich künftig verstärkt in der eigenen Genossenschaft zu engagieren, antwortet ca. jeweils ein Drittel mit „ja“ (34,5%) und ein Drittel (36,3%) mit „nein“. 24,1% wählen die Antwortoption „teils-teils“. Damit sagen 58,6%, dass sie sich verstärkt oder teilweise stärker in ihrer Genossenschaft engagieren möchten, 36,3% werden ihr Engagement nicht weiter erhöhen. Dies ist insgesamt ein sehr hoher Wert, der darauf hoffen lässt, dass in den Genossenschaftssektor eine stärkere Dynamik einzieht.

B) Detailauswertung nach Branchen

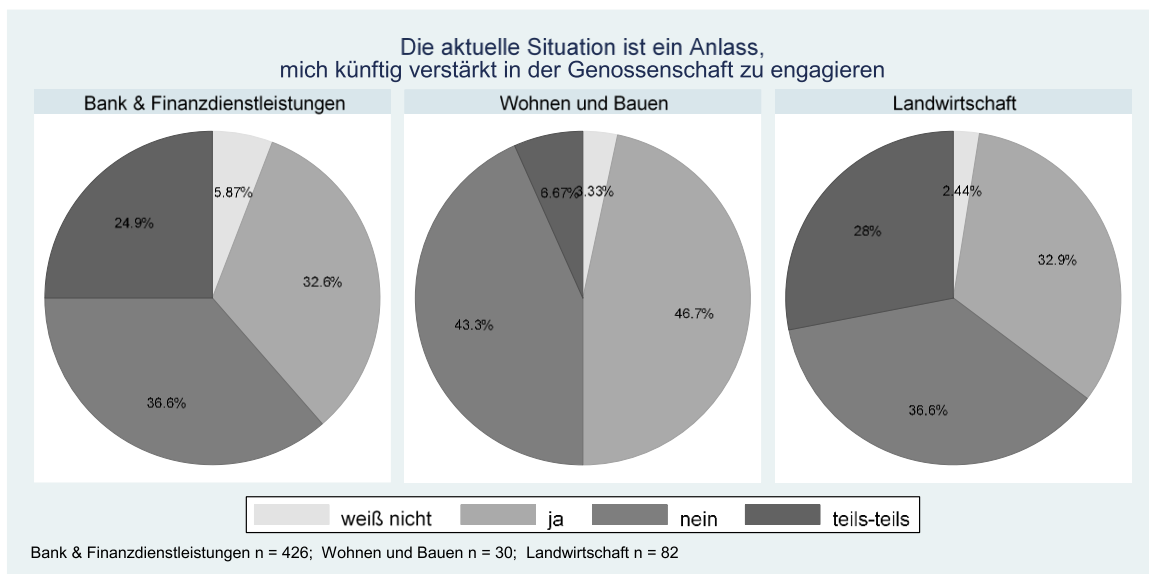


Abbildung 4.2 – 87: Branche – Krise als Anlass für verstärktes Engagement?

Bei einer Betrachtung nach Branche zeigt sich, dass die Antworten der Personen, deren Genossenschaft sich in den Sektoren Bank & Finanzdienstleistungen oder

Landwirtschaft befindet, nicht stark voneinander abweichen und im Wesentlichen der Gesamtansicht entsprechen. Bei den Personen aus dem Genossenschaftssektor Wohnen und Bauen kommt es dagegen zu Unterschieden. So sagen hier 46,7%, dass die aktuelle Situation für sie ein Anlass ist, sich künftig verstärkt in der Genossenschaft zu engagieren, 43,3% verneinen dies. Lediglich 6,7% antworten mit „teils-teils“. Ob dieses abweichende Antwortverhalten genereller Natur ist, lässt sich aufgrund der geringen Stichprobenanzahl nicht genauer eruieren. Auch stellt sich die Frage, ob das Antwortverhalten lediglich einer Momentaufnahme aufgrund des Lockdowns entspricht oder tatsächlich ein verstärktes Engagement zu spüren ist. Eine erneute Befragung könnte hier zu genaueren Ergebnissen führen.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

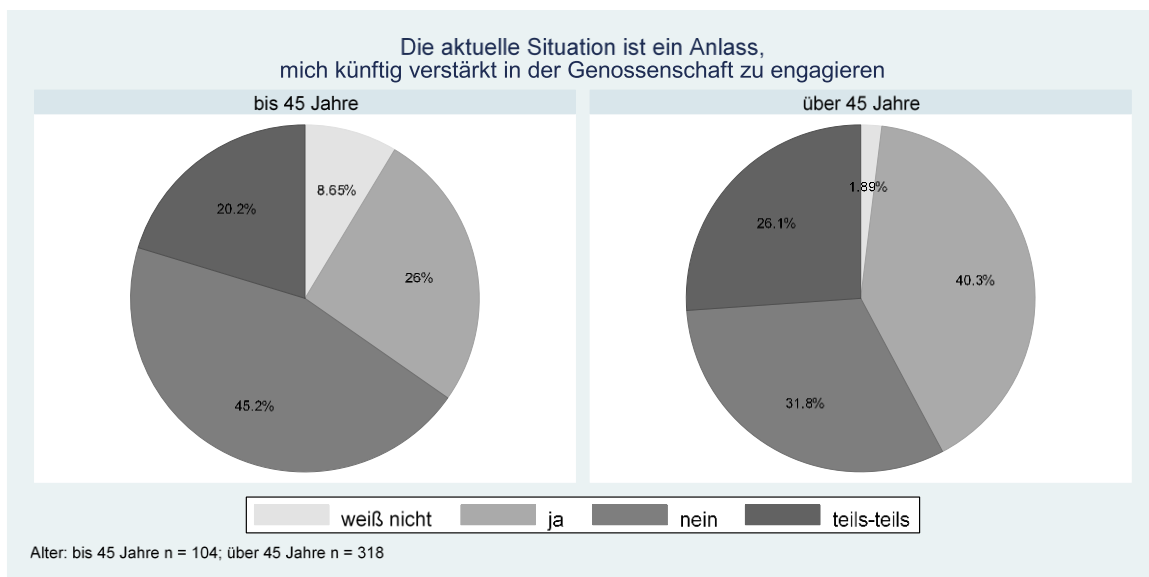


Abbildung 4.2 – 88: Alter – Krise als Anlass für verstärktes Engagement?

Interessanterweise ist die aktuelle Situation für ältere GenossenschaftlerInnen eher ein Grund, sich stärker in der Genossenschaft zu engagieren, als für Jüngere. So bejahen 40,3% der Genossenschaftsmitglieder über 45 Jahre die Aussage, bei den Personen bis 45 Jahren lediglich 26%. Hier antworten zudem 45,2%, dass die aktuelle Situation für sie kein Anlass ist, sich stärker zu engagieren. Bei den älteren Genossenschaftsmitgliedern sind es lediglich 31,8%, die mit „nein“ antworten. 26,1% wählen zudem die Antwortoption „teils-teils“, unter den jüngeren Genossenschaftsmitgliedern sind es 20,2%.

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

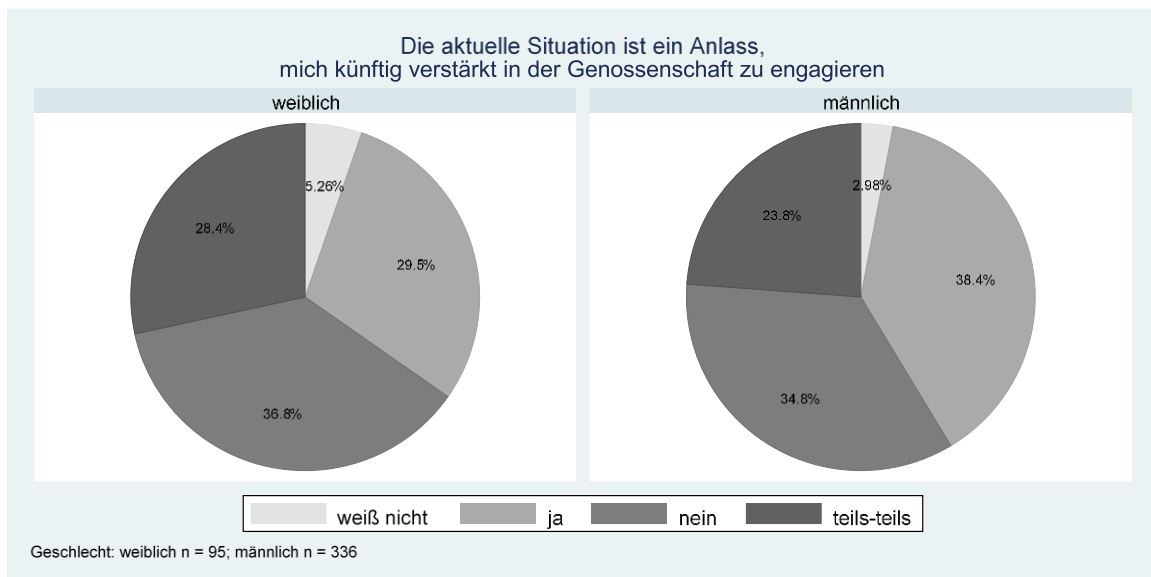


Abbildung 4.2 – 89: Geschlecht – Krise als Anlass für verstärktes Engagement?

Das Geschlecht hat ebenfalls einen gewissen Einfluss auf das Antwortverhalten. So sagen 38,4% der Männer, dass die aktuelle Situation für sie ein Anlass ist, sich künftig verstärkt in der Genossenschaft zu engagieren, unter den Frauen sind es 29,5%. Der Anteil an „nein“ Stimmen ist mit 36,8% (Frauen) und 34,8% (Männer) sehr ähnlich. 28,4% der Frauen antworten zudem mit „teils-teils“, bei den Männern sind es 23,8%.

c. Region der Genossenschaft

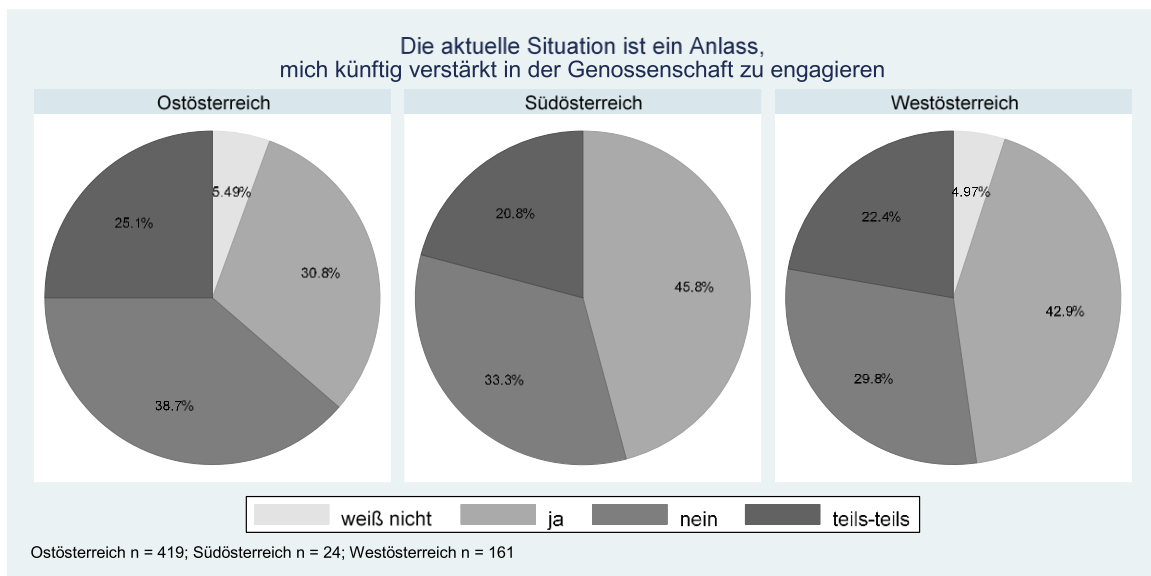


Abbildung 4.2 – 90: Region – Krise als Anlass für verstärktes Engagement?

Bei einer Unterscheidung nach Region sind ebenfalls gewisse Unterschiede zu sehen. So ist für Personen, deren Genossenschaft sich in Westösterreich befindet, die aktuelle Situation ein sehr viel stärkerer Anlass, sich künftig verstärkt in der Genossenschaft zu engagieren, als für Personen, deren Genossenschaft in Ostösterreich liegt. In Westösterreich liegt der prozentuelle Anteil an „ja“-Antworten bei 42,9%, in

Ostösterreich bei 30,8%. Hier ist zudem der Anteil an „nein“-Stimmen mit 38,7% im Vergleich zu Westösterreich (29,8%) höher. Der prozentuelle Anteil an „teils-teils“-Antworten ist mit 25,1% (Ostösterreich) und 22,4% (Westösterreich) sehr ähnlich. In Südosterreich ist der Anteil an „ja“-Antworten mit 45,8% noch einmal höher, doch ist dort die Stichprobenanzahl zu gering, um eine generelle Aussage treffen zu können.

d. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

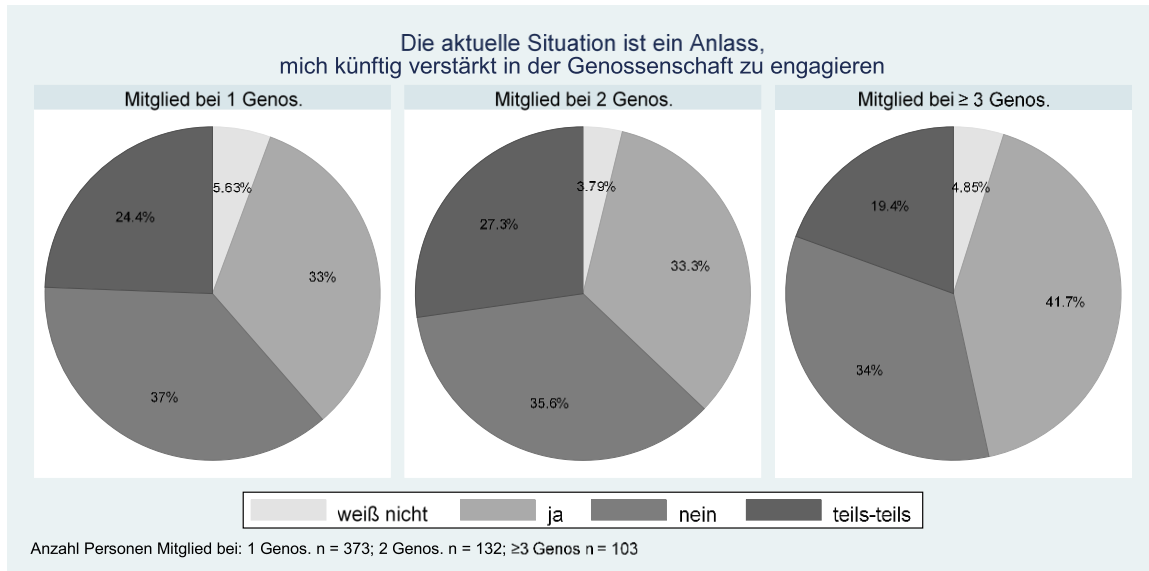


Abbildung 4.2 – 91: Anzahl Mitgliedschaften – Krise als Anlass für verstärktes Engagement?

Die Anzahl an genossenschaftlichen Mitgliedschaften hat ebenfalls einen gewissen Einfluss auf das Antwortverhalten. Personen, die bei einer Genossenschaft Mitglied sind, und jene, die zwei Mitgliedschaften besitzen, antworten ähnlich. Personen mit drei oder mehr Mitgliedschaften weichen teilweise ab und antworten zu 41,7%, dass für sie die aktuelle Situation ein Anlass ist, sich stärker in ihren Genossenschaften zu engagieren, während es bei den anderen zwei Unterscheidungskriterien jeweils ca. 33% sind. Der Anteil an „nein“-Antworten ist mit 34% mit den anderen zwei Unterscheidungskriterien vergleichbar. Der Anteil an „teils-teils“-Antworten ist mit 19,4% geringer als bei Personen mit einer Genossenschaftsmitgliedschaft (24,4%) und mit zwei (27,3%).

e. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

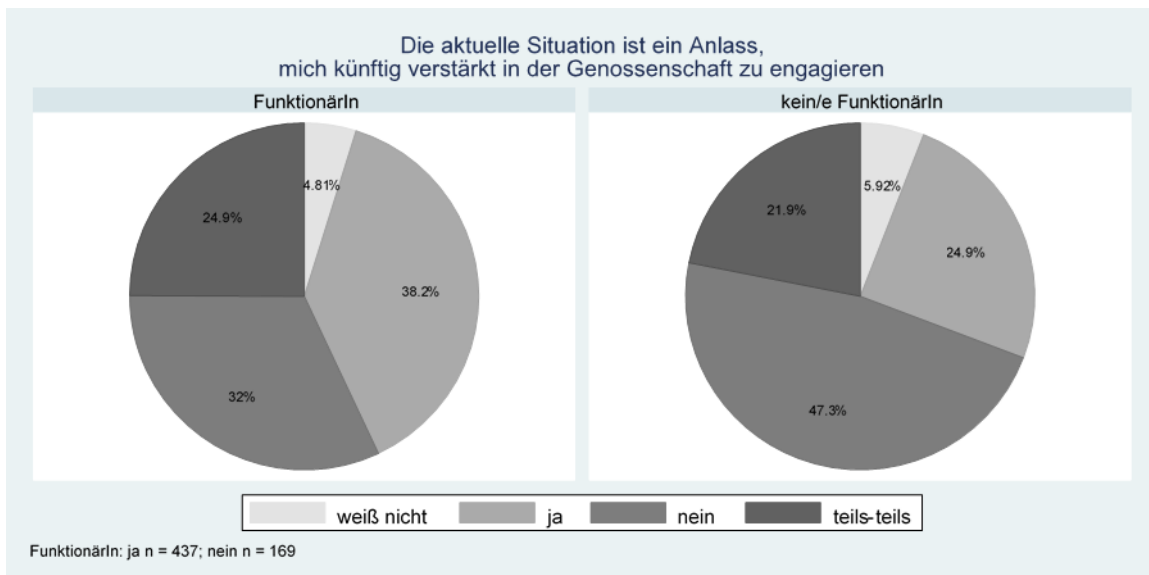


Abbildung 4.2 – 92: FunktionärIn – Krise als Anlass für verstärktes Engagement?

Eine Unterscheidung nach Funktion in der Genossenschaft zeigt ebenfalls Unterschiede. So sagen 38,2% der Personen mit offizieller Funktion, dass sie sich aufgrund der aktuellen Situation zukünftig stärker engagieren möchten. Bei den reinen Mitgliedern sind es 24,9%. Hier ist zudem der Anteil an „nein“-Stimmen mit 47,3% im Vergleich zu Funktionärinnen und Funktionären (32%) sehr viel höher. So ist die aktuelle Situation für Funktionärinnen und Funktionären eher ein Anlass sich stärker zu engagieren als für reine Mitglieder.

f. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

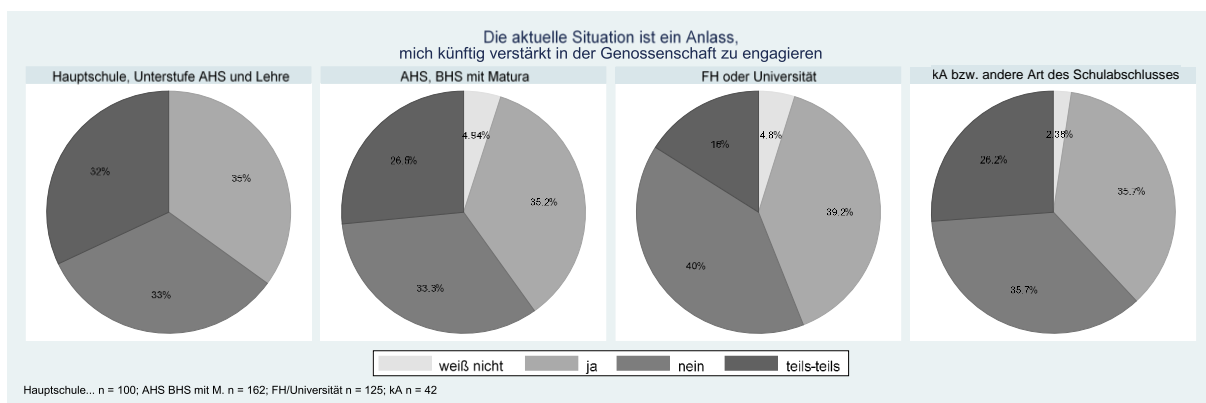


Abbildung 4.2 – 93: Bildung – Krise als Anlass für verstärktes Engagement?

Die Höhe des Bildungsabschlusses hat ebenfalls eine gewisse Auswirkung auf das Frageverhalten, wobei die Unterschiede nicht so stark ausfallen wie bei anderen Unterscheidungskategorien. So ist die aktuelle Situation für Personen mit Hochschulabschluss eher ein Anlass, sich stärker zu engagieren (39,2%) als für die anderen Personen. Hier liegt der Wert bei jeweils ca. 35%. Der Anteil an „nein“-Antworten ist bei Personen mit Hochschulabschluss ebenfalls etwas höher als bei den Personen mit anderen Schulabschlüssen. Er liegt hier bei 40%, bei den anderen Personen bei Werten zwischen 33% und 35,7%.

g. Größe der Genossenschaft

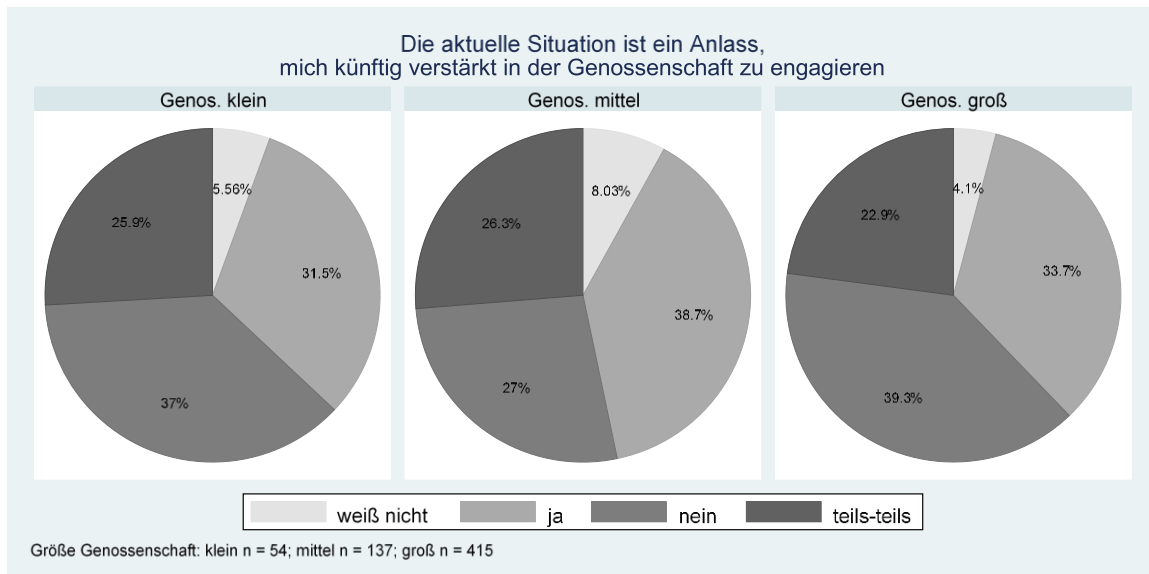


Abbildung 4.2 – 94: Größe Genossenschaft – Krise als Anlass für verstärktes Engagement?

Die Größe der Genossenschaft, in der die befragte Person aktiv ist, hat ebenfalls eine Auswirkung auf das Frageverhalten. Interessanterweise sind die Antworten der Mitglieder von kleinen und jener von großen Genossenschaften ähnlich. Die Antworten der Personen, die Mitglied bei Genossenschaften mittlerer Größe sind, weichen etwas ab. So sagen 38,7% von ihnen, dass die aktuelle Situation Anlass für sie ist, sich stärker zu engagieren, während es bei kleinen und großen Genossenschaften 31,5% bzw. 33,7% sind. Der Anteil an Personen, die mit „nein“ antworten, ist mit 27% bei Genossenschaften mittlerer Größe geringer als bei Personen aus kleinen (37%) und großen (39,3%) Genossenschaften.

Zusammenfassend ist bezüglich der Frage, ob die aktuelle Situation für die Genossenschaftsmitglieder als Anlass gesehen wird, sich stärker in ihrer Genossenschaft zu engagieren, festzustellen, dass in der Gesamtansicht knapp 60% der Befragten die derzeitige Situation als Anlass (34,5%) bzw. teilweisen (24,1%) Anlass sehen, sich stärker in ihrer Genossenschaft zu engagieren; die Detailauswertung offenbart jedoch Unterschiede in der Bewertung. So ist bei Personen aus dem Sektor Wohnen und Bauen die Bereitschaft, sich mehr zu engagieren, deutlich ausgeprägter; ca. 45% antworten jeweils mit „ja“, die Krise ist für sie Anlass sich stärker zu engagieren, bzw. mit „nein“, sie ist es nicht. Weiters antworten ältere Mitglieder, Mitglieder aus Westösterreich, Personen mit \geq drei Mitgliedschaften, Mitglieder von Genossenschaften mittlerer Größe und Funktionärinnen und Funktionäre deutlich häufiger, dass die Krise Anlass ist sich stärker zu engagieren. Bei reinen Mitgliedern sagen knapp 50%, dass die derzeitige Situation für sie kein Anlass ist, sich stärker zu engagieren. In Bezug auf die formale Bildung gilt, je höhere, umso eher wird die Krise als Anlass gesehen, sich stärker zu engagieren.

Frage M.9 – Gelegenheit sich zu engagieren

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

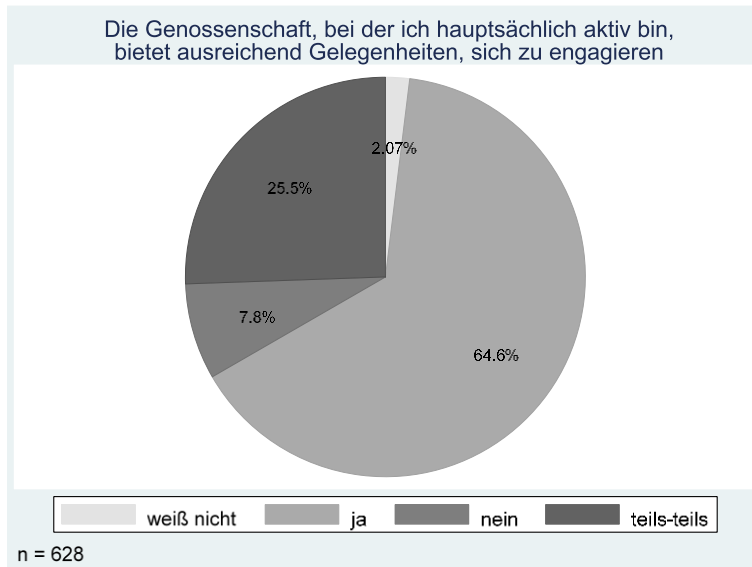


Abbildung 4.2 – 95: Gesamtansicht – Gelegenheit sich zu engagieren

Auf die Frage, ob die Genossenschaft, in der das einzelne Genossenschaftsmitglied hauptsächlich aktiv ist, ausreichend Gelegenheit bietet, sich zu engagieren, antwortet in der Gesamtansicht eine große Mehrheit von knapp 65% mit „ja“. 7,8% antworten mit nein. Etwas über ein Viertel (25,4%) sehen dies nur „teils-teils“ gegeben.

B) Detailauswertung nach Branchen

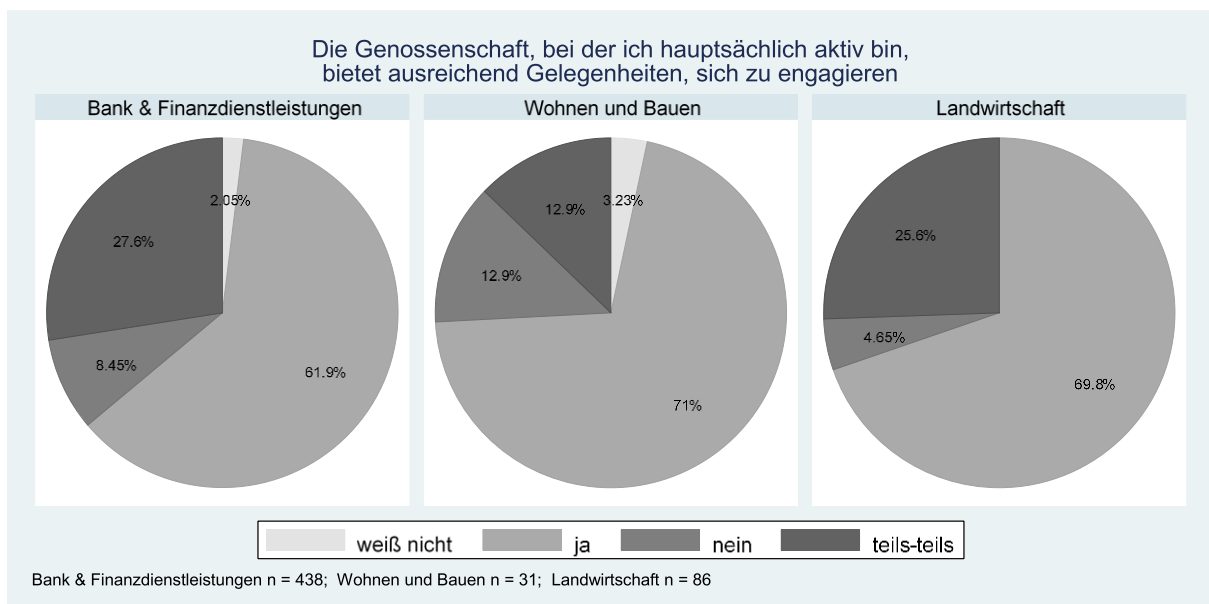


Abbildung 4.2 – 96: Branche – Gelegenheit sich zu engagieren

Bei einer Unterscheidung nach Branche antwortet jeweils eine Mehrheit mit „ja“, meine Genossenschaft bietet ausreichend Gelegenheit sich zu engagieren, doch weichen die

Werte teilweise voneinander ab. So sagen Personen, deren Genossenschaft sich im Sektor Bank & Finanzdienstleistungen befindet, zu ca. 62%, dass ihre Genossenschaft genügend Möglichkeiten dazu bietet. 27,6% antworten mit „teils-teils“, 8,5% mit „nein“. Damit spiegeln diese Werte, auch aufgrund der hohen Stichprobenanzahl, weitestgehend die Antworten der Gesamtansicht wieder. Bei Personen, deren Genossenschaft sich im Sektor Landwirtschaft befindet, sehen ca. 70%, dass ihre Genossenschaft ausreichend Gelegenheiten bietet, sich zu engagieren. 25,6% stimmen mit „teils-teils“, 4,7% mit „nein“ und damit etwas weniger als in der Gesamtansicht. Beim Sektor Wohnen und Bauen antworten 71% der befragten Personen aus diesem Bereich, dass ihre Genossenschaft ausreichend Gelegenheit bietet, sich zu engagieren, ca. 13% antworten mit „teils-teils“. Ebenfalls ca. 13% antworten mit „nein“, ein Wert, der deutlich höher ist als in der Gesamtansicht mit 7,8%. Ob diese Abweichungen genereller Natur sind oder nicht, lässt sich aufgrund der geringen Stichprobenanzahl in diesem Bereich nicht abschließend klären.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

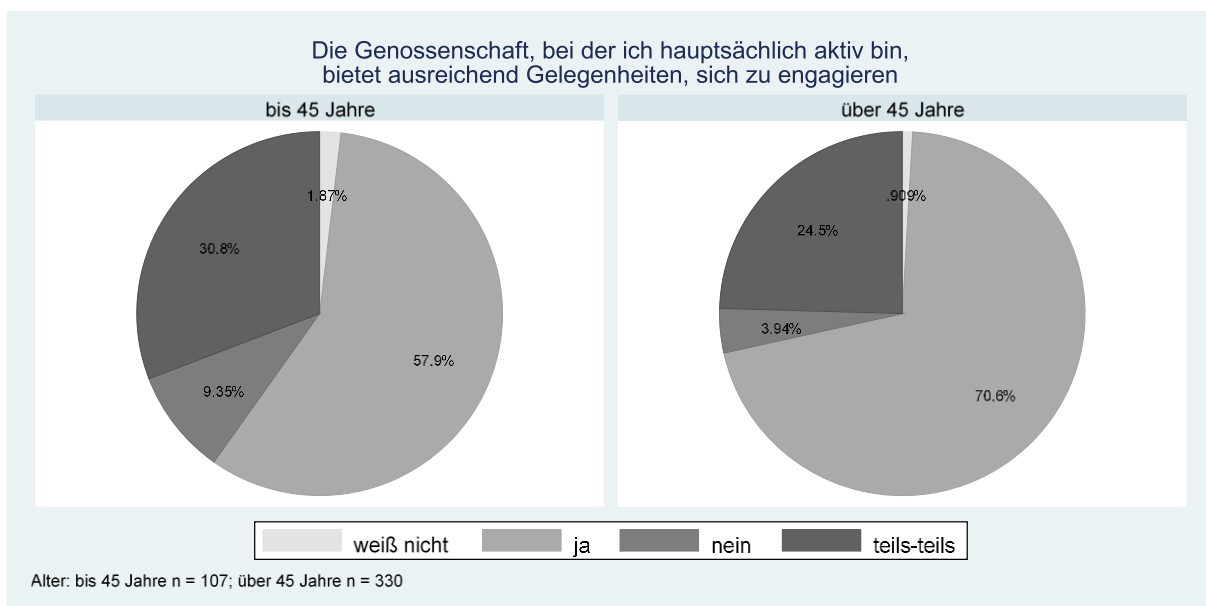


Abbildung 4.2 – 97: Alter – Gelegenheit sich zu engagieren

Das Alter hat ebenfalls eine Auswirkung auf das Antwortverhalten in Bezug auf die Frage, ob die Genossenschaft ausreichend Gelegenheit bietet, sich zu engagieren. So antworten 70,6% der Genossenschaftsmitglieder über 45 Jahre, dass dies der Fall ist. Genossenschaftsmitglieder unter 45 Jahren stimmen zwar mehrheitlich ebenfalls zu, doch liegt der prozentuelle Anteil hier bei lediglich 57,9%. Der Anteil an Personen, die mit „teils-teils“ geantwortet haben, liegt bei 30,8% und ist damit ebenfalls höher als bei den Personen über 45 Jahren (24,5%). Genauso verhält es sich mit den „nein“-Antworten. Der prozentuelle Wert liegt hier bei den jüngeren Genossenschaftsmitgliedern bei 9,4%, bei den älteren sind es lediglich 3,9%.

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

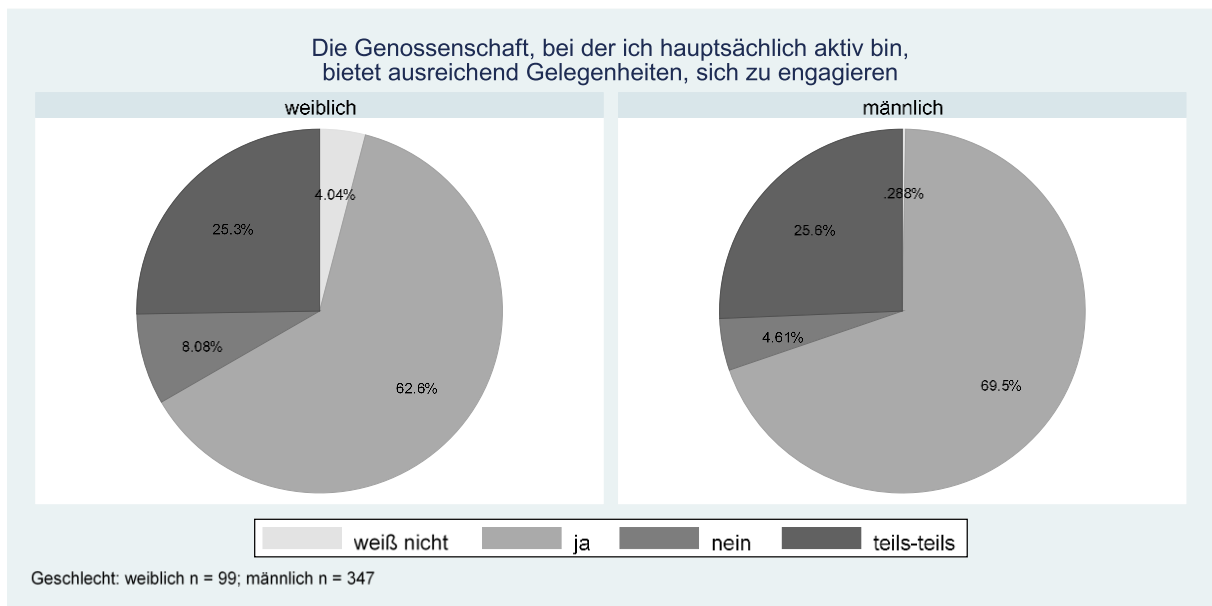


Abbildung 4.2 – 98: Geschlecht – Gelegenheit sich zu engagieren

Das Geschlecht hat nur eine unwesentliche Auswirkung auf das Frageverhalten, die prozentuellen Verhältnisse sind weitestgehend gleich.

c. Region der Genossenschaft

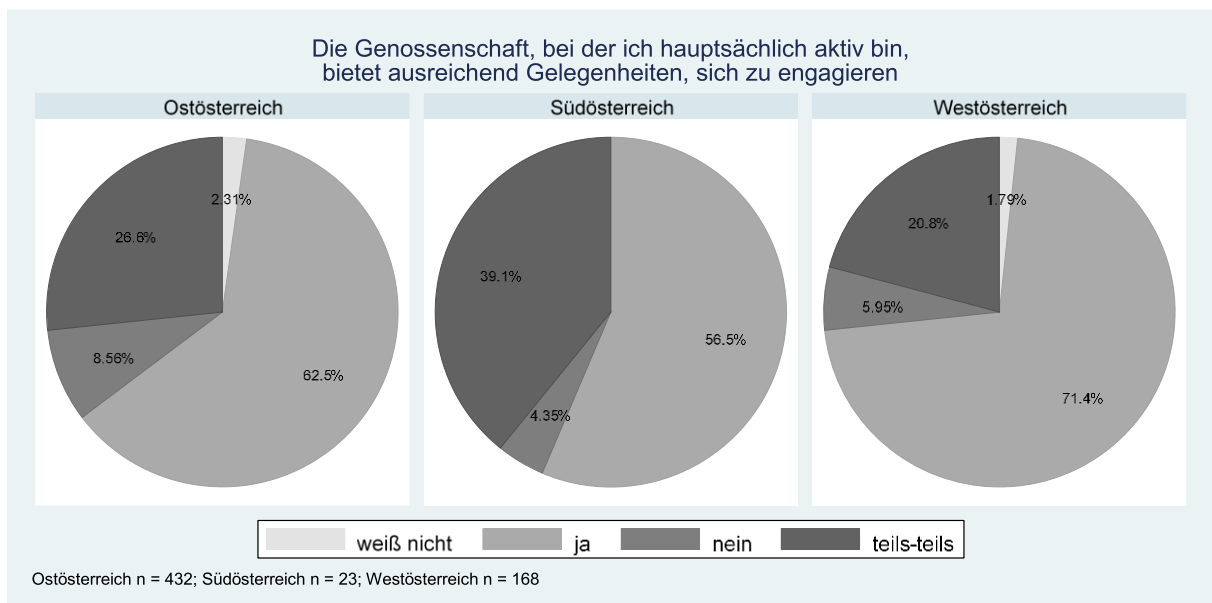


Abbildung 4.2 – 99: Region – Gelegenheit sich zu engagieren

Die Region der Genossenschaft hat ebenfalls eine Auswirkung auf das Antwortverhalten. So antworten 71,4% der Personen aus Westösterreich, dass ihre Genossenschaft ausreichend Gelegenheit bietet, sich zu engagieren. Bei Personen aus Ostösterreich sind es lediglich 62,5%. Auch der Anteil an Personen, die mit „teils-teils“ antworten, ist hier mit 25,5% höher als in Westösterreich (20,8%), genauso wie der Anteil an „nein“-Antworten. In Ostösterreich antworten 8,6% mit „nein“, in Westösterreich sind es 6%. In Südösterreich kommt es zu einem teils stärker

abweichenden Antwortverhalten, 56,5% antworten mit ja, 39,1% mit „teils-teils“ und 4,4% mit „nein“, jedoch ist die Stichprobengröße hier zu klein, um die Aussage zu generalisieren.

d. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

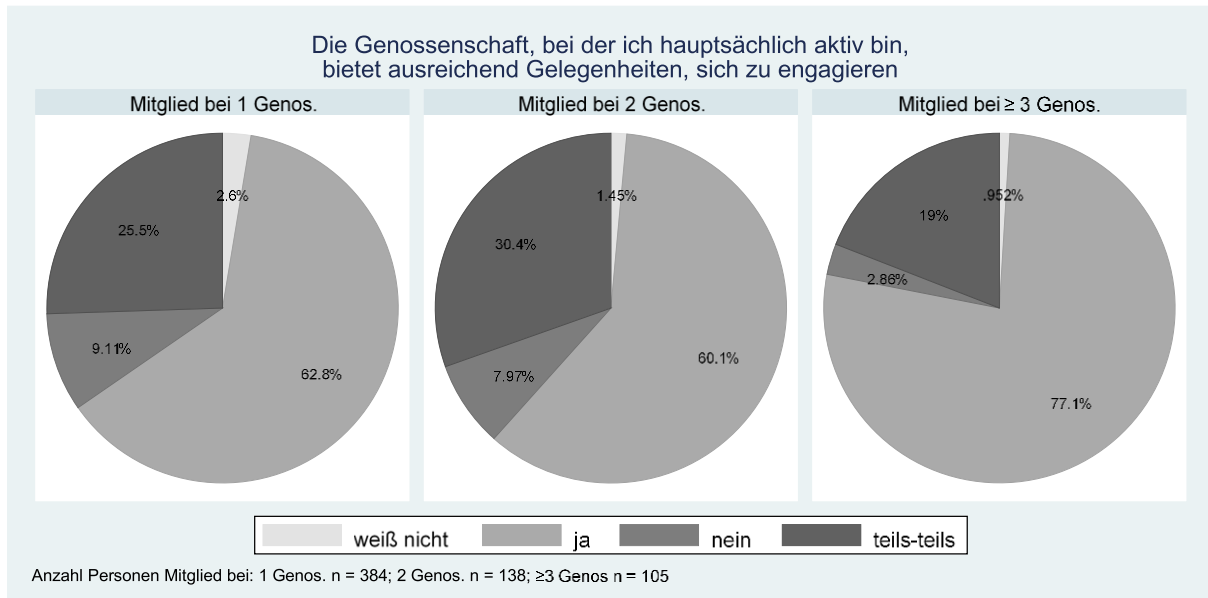


Abbildung 4.2 – 100: Anzahl Mitgliedschaften – Gelegenheit sich zu engagieren

Die Anzahl an genossenschaftlichen Mitgliedschaften wirkt sich ebenfalls auf das Antwortverhalten aus. Personen, die bei einer Genossenschaft Mitglied sind, beantworten die Frage in Bezug auf ausreichende Gelegenheiten, sich zu engagieren zu 62,8% mit „ja“, 25,1% antworten mit „teils-teils“, 9,1% mit „nein“, der höchste negative Wert in der hier angestellten Unterscheidung. Personen mit zwei Mitgliedschaften sehen zu 60,1% genügend Möglichkeiten, 30,4% antworten mit „teils-teils“. Ca. 8% sehen keine ausreichende Möglichkeit sich zu Engagieren. Am zufriedensten sind Personen, die bei drei und mehr Genossenschaften Mitglied sind. Hier sagen 77,1%, dass die Genossenschaft genügend Möglichkeiten bietet, sich zu engagieren. 19% antworten mit „teils-teils“, lediglich 2,9% mit „nein“.

e. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

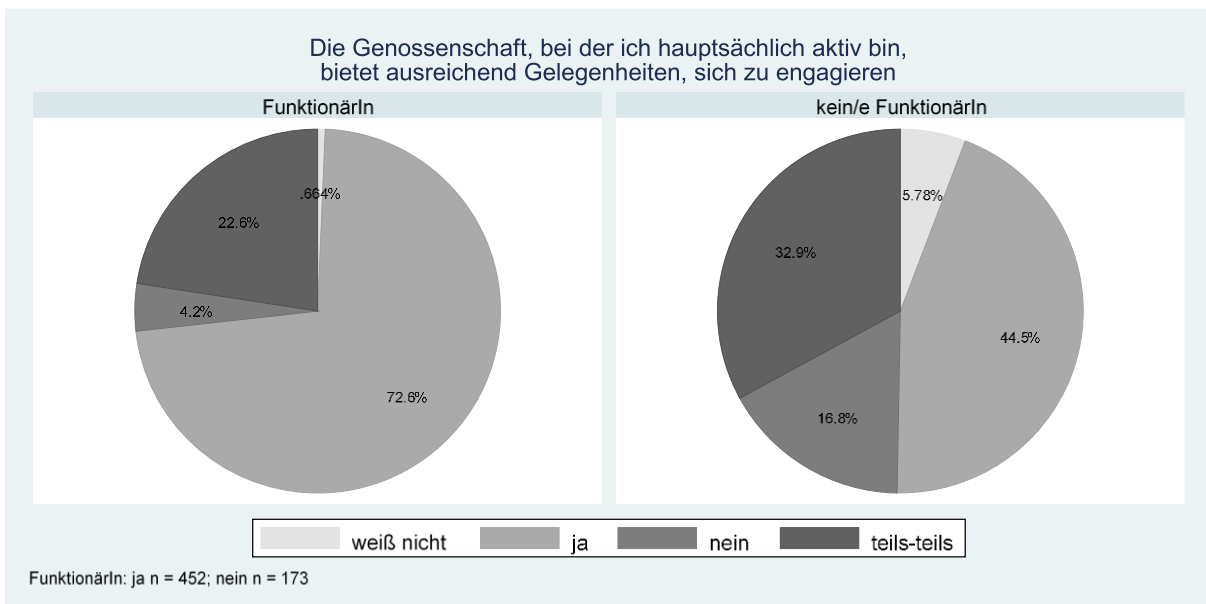


Abbildung 4.2 – 101: FunktionärIn – Gelegenheit sich zu engagieren

Das Antwortverhalten der Personen, die eine offizieller Funktion innerhalb der Genossenschaft ausüben, und jenes von reinen Mitgliedern weicht deutlich voneinander ab. So sehen 72,6% der Funktionärinnen und Funktionäre, dass ihre Genossenschaft ausreichend Gelegenheit bietet sich zu engagieren, bei den reinen Mitgliedern sind es lediglich 44,5%. Dafür ist dort der Anteil an Personen, die mit „teils-teils“ antworten mit 32,9% deutlich höher als bei Funktionärinnen und Funktionären mit 22,6%, genauso wie der prozentuelle Anteil an Personen, die keine ausreichende Gelegenheit sehen, sich zu engagieren. Funktionärinnen und Funktionäre antworten zu 4,2% mit „nein“, bei den reinen Mitgliedern sind es 16,8%.

f. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

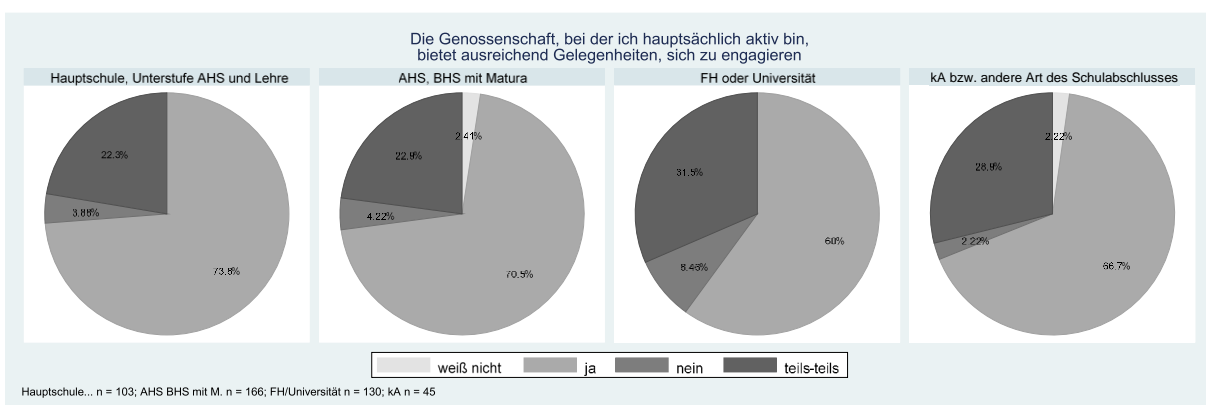


Abbildung 4.2 – 102: Bildung – Gelegenheit sich zu engagieren

Die Höhe des Bildungsabschlusses hat ebenfalls eine Auswirkung auf das Antwortverhalten. So sehen Personen mit Hauptschulabschluss, Unterstufe AHS und Lehre und jene mit AHS und BHS mit Matura zu über 70%, dass ihre Genossenschaft ausreichend Gelegenheit bietet, sich zu engagieren, ca. 22-23% antworten mit „teils-teils“, 3,9-4,2% mit „nein“. Personen mit Hochschulabschluss weichen in der

Bewertung ab. So sehen hier 60% ausreichende Gelegenheiten, sich zu engagieren, 31,5% antworten mit „teils-teils“, 8,5% antworten mit „nein“. Personen, die keine Angabe über ihren Schulabschluss geben oder über eine andere Art verfügen, sehen zu 66,7% ausreichende Möglichkeiten, sich zu engagieren. 28,9% antworten mit „teils-teils“, lediglich 2,2% antworten mit „nein“.

g. Größe der Genossenschaft

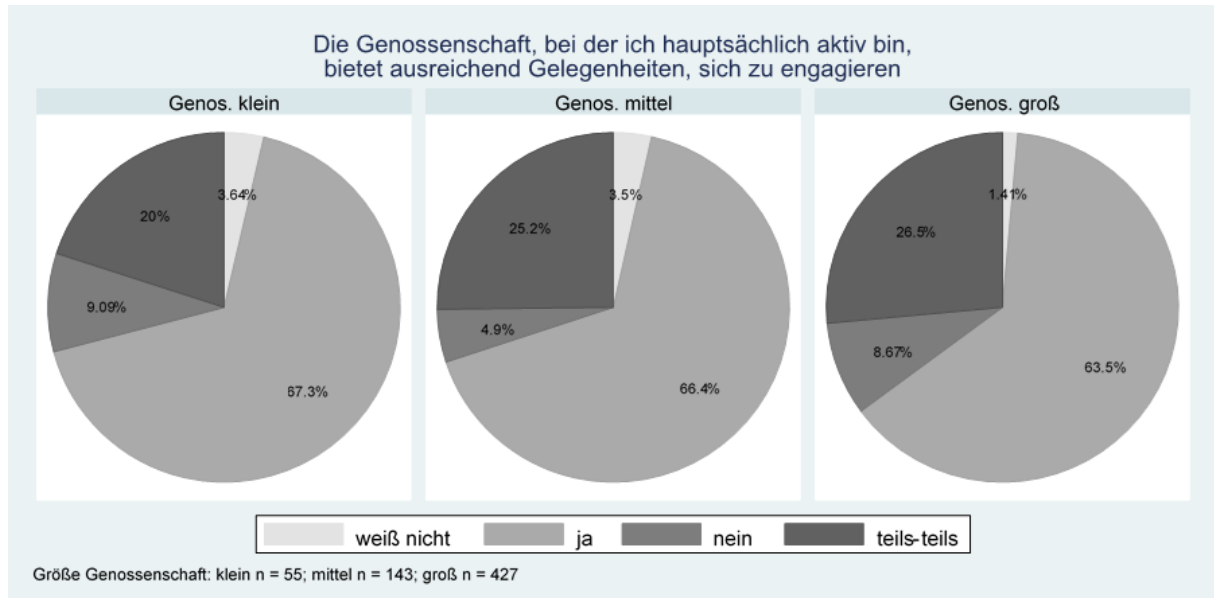


Abbildung 4.2 – 103: Größe Genossenschaft – Gelegenheit sich zu engagieren

Die Größe der Genossenschaft hat im Vergleich keine starke Auswirkung auf das Antwortverhalten der einzelnen Mitglieder. Der Prozentsatz an „ja“-Antworten liegt zwischen 63,5-67,3%, der der „teils-teils“-Antworten zwischen 20% und 25,5%. Lediglich bei den „nein“-Antworten ist ein gewisser Unterschied festzustellen. Bei kleinen Genossenschaften liegt der Anteil bei 9,1%, bei Genossenschaften mittlerer Größe bei 4,9%, bei großen Genossenschaften sind es 8,7% die mit „nein“ antworten.

Zusammenfassend ist bezüglich der Aussage, dass die Genossenschaft, bei der das Mitglied aktiv ist, ausreichend Gelegenheiten bietet, sich zu engagieren, festzuhalten, dass in der Gesamtansicht knapp 65% sagen, ihre Genossenschaft biete ausreichend Gelegenheit sich zu engagieren, ¼ antwortet mit teilweise, lediglich knapp 8% antworten mit „nein“. Somit kann festgehalten werden, dass die Mitglieder insgesamt zufrieden mit den Möglichkeiten sind, sich zu engagieren. Die Detailauswertung offenbart jedoch ein heterogeneres Meinungsbild. So sehen vor allem jüngere Mitglieder, Frauen, Ostösterreicher, Personen mit Mitgliedschaft in einer Genossenschaft und reine Mitglieder weniger Möglichkeiten, sich in ihrer Genossenschaft zu engagieren. Der Vergleich zwischen reinen Mitgliedern und Funktionärinnen und Funktionären ist besonders ausgeprägt. So sehen hier lediglich knapp 45% ausreichende Gelegenheiten sich zu engagieren, 33% antworten mit „teils-teils“. 17% und damit deutlich mehr als in der Gesamtansicht antworten mit „nein“. Bei den Funktionärinnen und Funktionären ist das Bild anders. 73% sehen genügend Möglichkeiten sich zu engagieren, nur 4% antworten mit „nein“. Aus dieser Detailanalyse ist abzuleiten, dass besonders jüngeren Mitgliedern, Frauen und vor allem reinen Mitgliedern mehr Gelegenheiten geboten werden sollten, sich zu engagieren.

Frage M.10 – Attraktivität von Genossenschaften

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

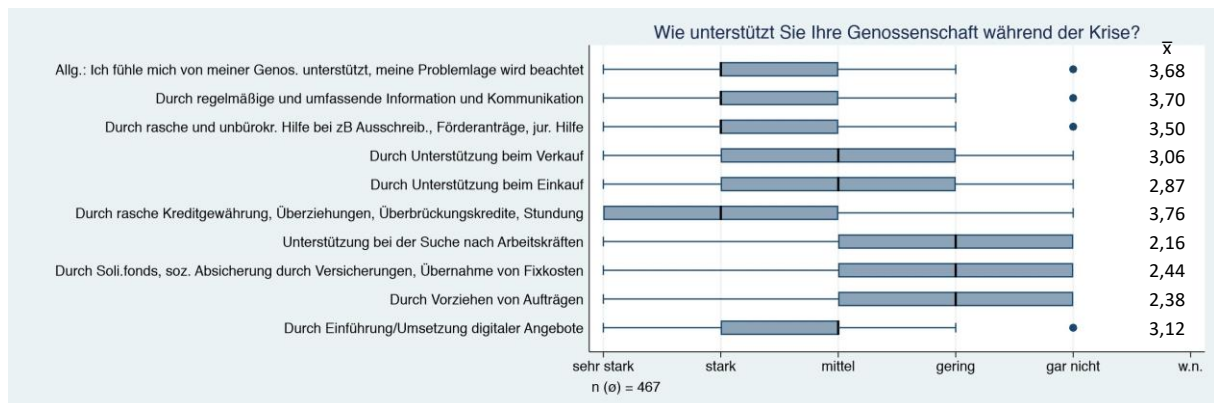


Abbildung 4.2 – 104: Gesamtansicht – Attraktivität von Genossenschaften¹³⁹

Die Antworten hinsichtlich der Attraktivität von Genossenschaften in bzw. nach der Krise bzw. ob staatlichen Beihilfen dem genossenschaftlichen Grundprinzip widersprechen, fallen teils divers aus. So sieht die Mehrheit der an der Umfrage teilnehmenden Genossenschaftsmitglieder, dass die Attraktivität nur teilweise nach der Krise steigt, wobei der Großteil der Antworten zwischen „trifft eher zu“ und „teils-teils“ liegt.

Ein leicht abweichendes Bild ergibt sich in Hinblick auf staatliche Unterstützungsleistungen. So stimmen etwa genauso viele Personen der Aussage: „Die Attraktivität der Genossenschaften steigt, wenn sie der Staat in der Krise unterstützt“ mit „trifft eher zu“ wie mit „eher nicht“. Der Medianwert liegt bei „teils-teils“. Der Mittelwert liegt mit einem Wert von 2,75 ebenfalls nah bei „teils-teils“, jedoch etwas rechts, im Intervall zwischen „teils-teils“ und „eher nicht“. So kann hier eine leichte Abneigung gegenüber einer Attraktivitätssteigerung von Genossenschaften bei staatlichen Unterstützungsleistungen konstatiert werden.

Ein klareres Bild ergibt sich hinsichtlich der Zustimmung zur Aussage: „Staatliche Eingriffe widersprechen dem genossenschaftlichen Grundprinzip“. Diese Aussage wird eher bejaht. Der Median liegt bei „trifft eher zu“, wobei der Bereich zwischen dem 25tem und 75tem Perzentil zwischen „trifft sehr zu“ und „teils-teils“ liegt. Insgesamt wurden alle Antwortoptionen gewählt. So kann zusammengefasst werden, dass staatliche Eingriffe eher dem genossenschaftlichen Grundprinzip widersprechen. Folgerichtig wird eine Attraktivitätssteigerung von Genossenschaften bei staatlichen Unterstützungen nicht eindeutig beantwortet.

¹³⁹ **Legende:** schwarzer vertikaler Strich = Median; Balken = Bereich zwischen 25tem und 75tem Perzentil; horizontaler Strich = Bandbreite der gegebenen Antworten; „sehr stark“ wird dabei der Wert 5 zugewiesen, „gar nicht“ = 1.

B) Detailauswertung nach Branchen

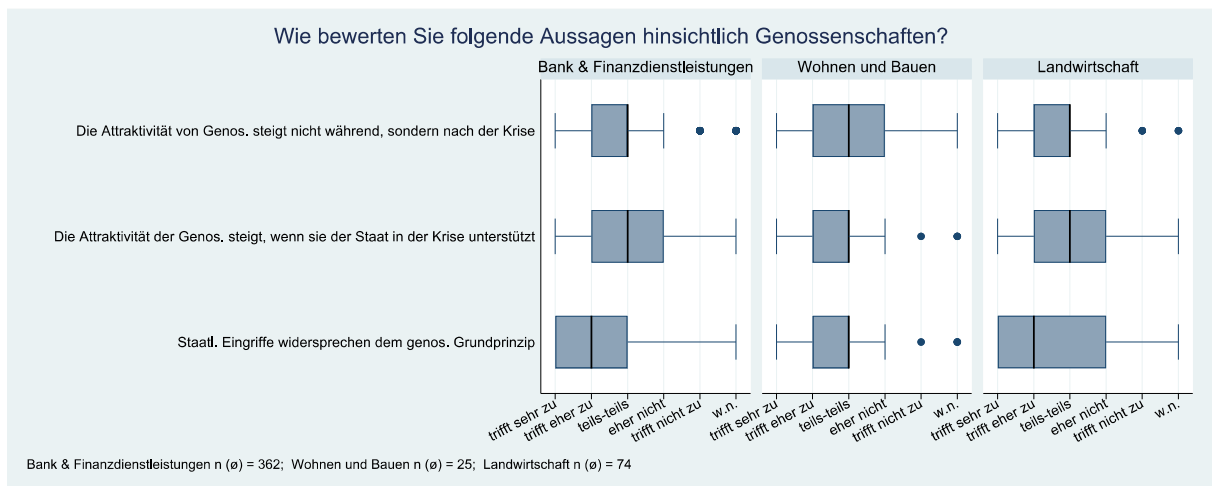


Abbildung 4.2 – 105: Branche – Attraktivität von Genossenschaften

Unterscheidet man die gegebenen Antworten nach Branche, so fällt auf, dass die Aussagen der Genossenschaftsmitglieder des Bank- & Finanzdienstleistungs-sektors im Wesentlichen den allgemeinen Aussagen entsprechen. In Bezug auf den Medianwert gibt es auch bei den weiteren Sektoren Wohnen und Bauen sowie Landwirtschaft nur eine Abweichung, die Varianz der Antworten unterscheidet sich teils.

So ist die Varianz im Bereich Wohnen und Bauen in Bezug auf die Aussage: „Die Attraktivität von Genossenschaften steigt nicht während, sondern nach der Krise“ deutlich größer. Die Verteilung des 25tem bis 75tem Perzentils erstreckt sich von „trifft eher zu“ bis „eher nicht“. Auch die Antwortoptionen „trifft nicht zu“ und „w.n.“ (weiß nicht) wird häufiger gewählt. In Bezug auf die zweite Aussage: „Die Attraktivität der Genossenschaft steigt, wenn sie der Staat in der Krise unterstützt“ ist etwas positiver. So liegt hier der Bereich zwischen 25tem und 75tem Perzentil zwischen „trifft eher zu“ und „teils-teils“, wobei der Median bei „teils-teils“ liegt. Etwas positiver beantworten die Mitglieder aus dem Sektor Wohnen und Bauen die dritte Aussage: „Staatliche Eingriffe widersprechen den genossenschaftlichen Prinzipien“. Hier liegt der Median bei „teils-teils“ und weicht von der allgemeinen Betrachtung, aber auch der der anderen Sektoren ab. Der Sektor Wohnen und Bauen sieht staatliche Eingriffe damit konstruktiver, wobei an dieser Stelle wiederum auf die geringe Stichprobengröße verwiesen werden muss, weshalb sich die hier gemachten Aussagen nicht generalisieren lassen.

Eine deutlich größere Varianz der Antworten ist in Bezug zur letzten Aussage im landwirtschaftlichen Bereich zu finden. Hier liegt der Bereich zwischen 25tem und 75tem Perzentil zwischen „trifft eher zu“ und „eher nicht“. Sprich, der landwirtschaftliche Genossenschaftssector bewertet staatliche Eingriffe insgesamt heterogener, wobei der Median bei „trifft eher zu“ liegt.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

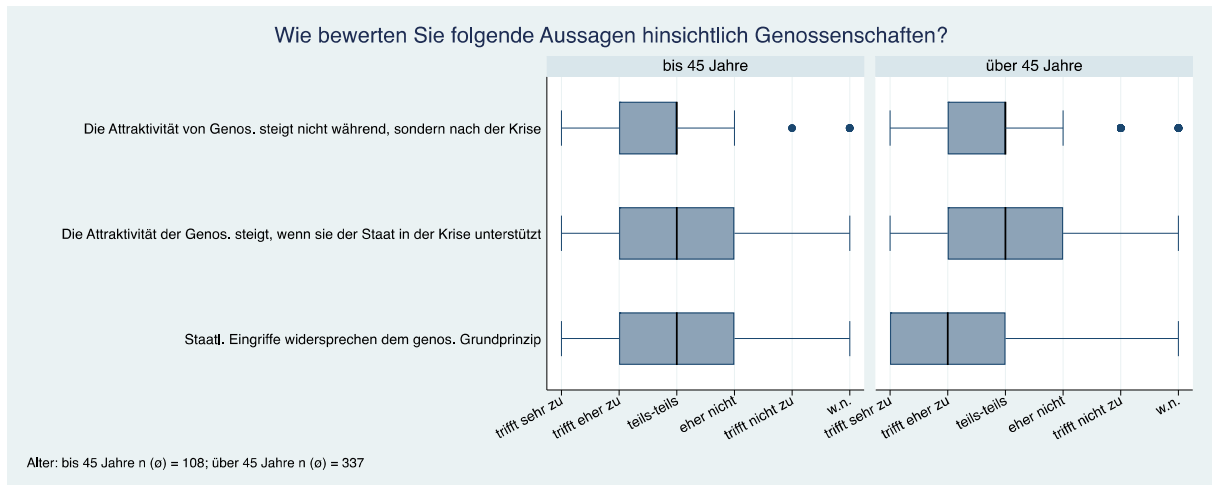


Abbildung 4.2 – 106: Alter – Attraktivität von Genossenschaften

In Bezug zum Alter sind die Meinungen hinsichtlich der ersten zwei Aussagen relativ gleich, lediglich die dritte Aussage: „Staatliche Eingriffe widersprechen dem genossenschaftlichen Grundprinzip“ wird von älteren Genossenschaftsmitgliedern insgesamt eher zugestimmt, der Median liegt bei „trifft eher zu“, wohingegen der Wert bei jüngeren Genossenschaftsmitgliedern bei „teils-teils“ liegt. Das heißt, Jüngere bewerten staatliche Eingriffe etwas positiver.

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

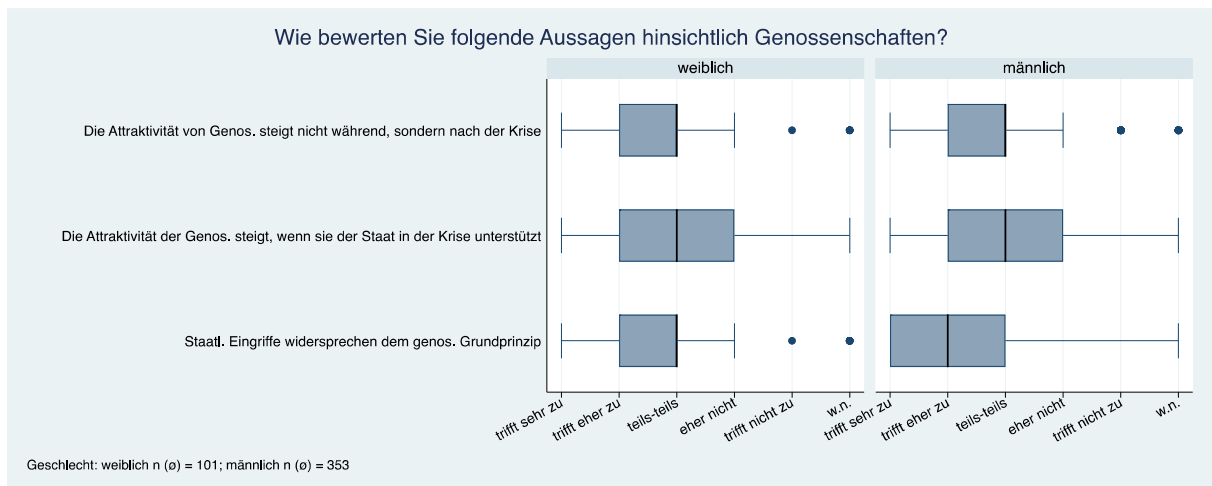


Abbildung 4.2 – 107: Geschlecht – Attraktivität von Genossenschaften

Während sich die ersten zwei Aussagen nicht voneinander unterscheiden, kommt es auch bei der Unterscheidung nach Geschlecht zu einer Medianverschiebung bei der dritten Aussage Frauen sehen staatliche Eingriffe etwas positiver, der Median liegt bei „teils-teils“, während die Bewertung der Aussage, dass staatliche Eingriffe dem genossenschaftlichen Grundprinzip widersprechen, von Männern eher zugestimmt wird, der Median liegt bei „trifft eher zu“.

c. Region der Genossenschaft

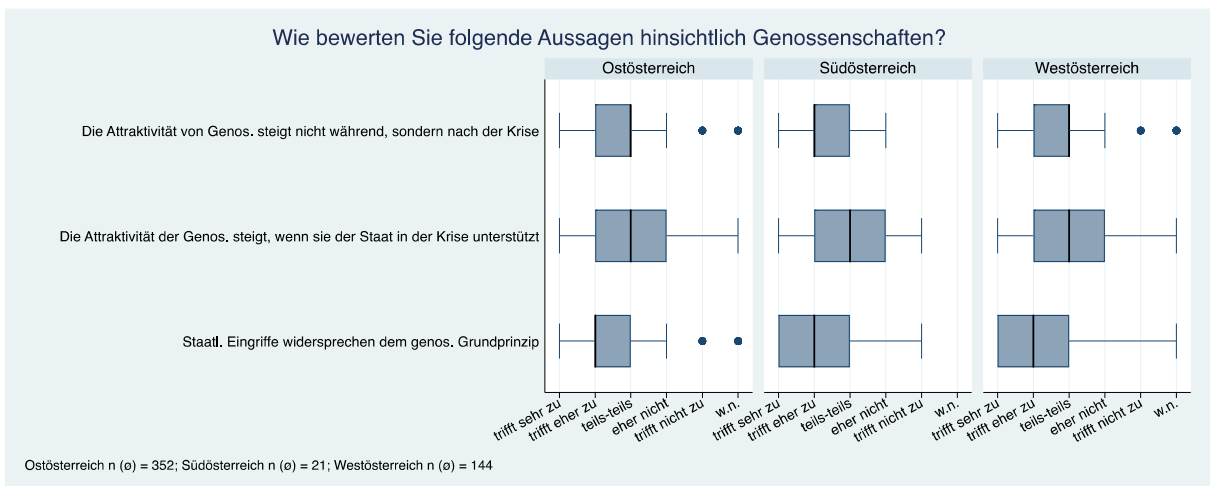


Abbildung 4.2 – 108: Region – Attraktivität von Genossenschaften

Hinsichtlich einer Unterscheidung nach Region kommt es im Vergleich zwischen Ost- und Westösterreich ebenfalls beim dritten Punkt in Bezug auf die staatlichen Eingriffe zu einer veränderten Varianz, hier liegt der Bereich zwischen 25tem und 75tem Perzentil in Westösterreich zwischen „trifft sehr zu“ und „teils-teils“. Sprich, staatliche Eingriffe werden von den Genossenschaftsmitgliedern dort eher ablehnend gesehen. Eine weitere Medianverschiebung gibt es in Bezug auf Südösterreich bei der ersten Aussage: „Die Attraktivität von Genossenschaften steigt nicht während, sondern nach der Krise“. Hier liegt der Median bei „trifft eher zu“, wobei auf die insgesamt geringe Stichprobengröße verwiesen werden muss.

d. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

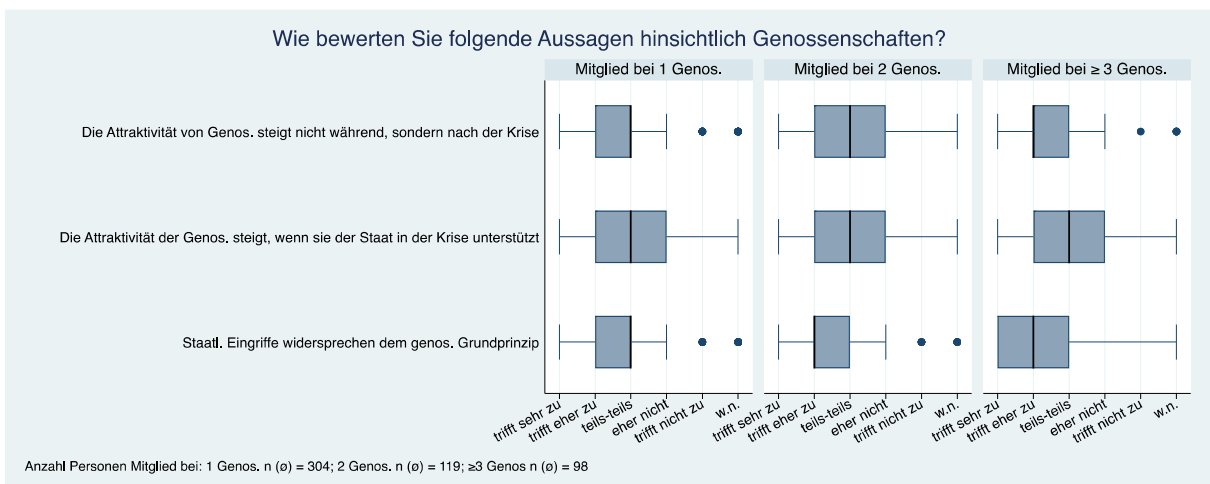


Abbildung 4.2 – 109: Anzahl Mitgliedschaften – Attraktivität von Genossenschaften

Betrachtet man die Zustimmungswerte der drei angeführten Aussagen nach der Anzahl der genossenschaftlichen Mitgliedschaften, so fällt auf, dass Personen, die bei einer Genossenschaft Mitglied sind, staatlichen Eingriffen gegenüber leicht positiver eingestellt sind als Personen mit zwei oder mehr Mitgliedschaften. Der Medianwert liegt hier bei „teils-teils“. Vergleichsweise negativer bewerteten Personen mit Mitgliedschaft bei drei oder mehr Genossenschaften die Aussage. Die Varianz reicht hier von „trifft

sehr zu“ bis „teils-teils“. Die Aussage: „Die Attraktivität von Genossenschaften steigt nicht während, sondern nach der Krise“, wird von ihnen insgesamt positiver gesehen. Der Medianwert weicht hier von den anderen zwei Feldern ab und liegt bei „trifft eher zu“.

e. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

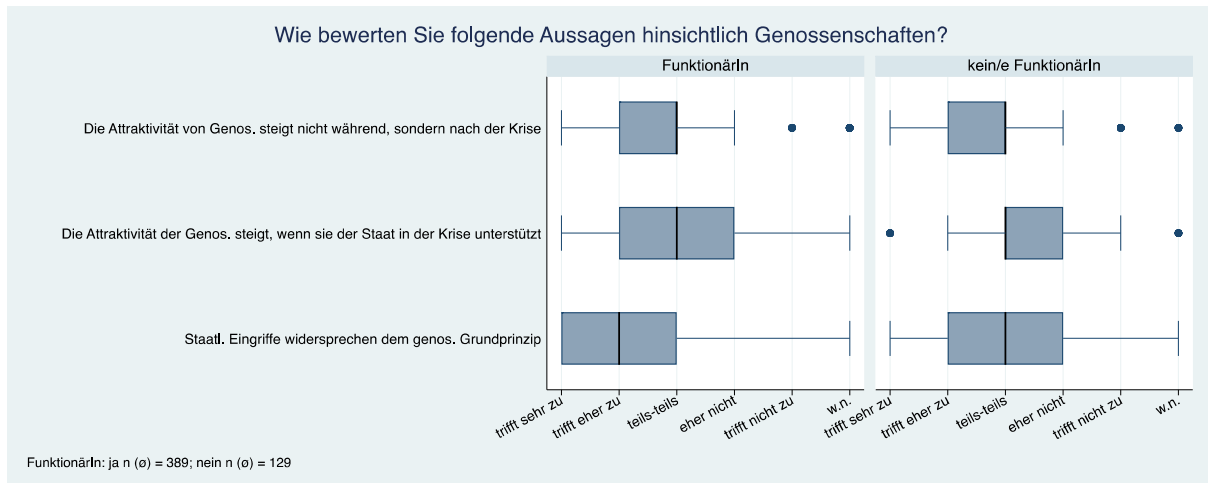


Abbildung 4.2 – 110: FunktionärIn – Attraktivität von Genossenschaften

In Bezug auf eine Unterscheidung nach Funktionärinnen und Funktionären und Personen ohne offizielle Funktion in der Genossenschaft kommt es ebenfalls bei der dritten Aussage bezüglich staatlicher Eingriffe zu seiner Veränderung des Medians. Funktionärinnen und Funktionäre stehen staatlichen Eingriffen negativer gegenüber als Nicht-Funktionärinnen und -Funktionäre. Die Varianz der Antworten zwischen dem 25tem und 75tem Perzentil liegt zwischen „trifft sehr zu“ und „teils-teils“, wobei der Median bei „trifft eher zu“ liegt. Anders sieht es bei den Personen ohne offizielle Funktion aus. Hier liegt die Varianz der Antworten zwischen dem 25tem und 75tem Perzentil zwischen „trifft eher zu“ und „eher nicht“, der Medianwert liegt bei „teils-teils“.

f. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

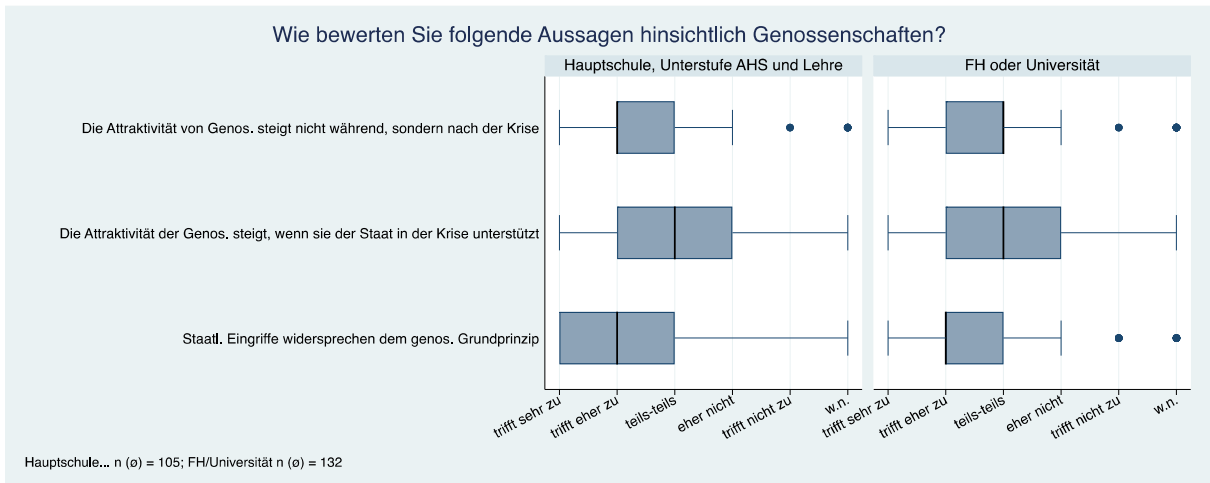


Abbildung 4.2 – 111: Bildung I – Attraktivität von Genossenschaften

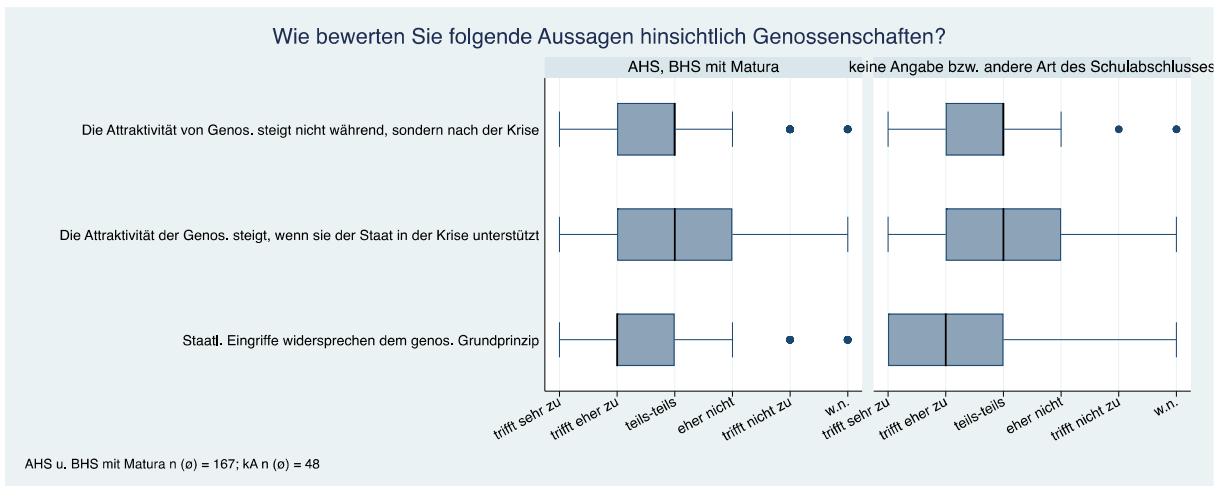


Abbildung 4.2 – 112: Bildung II – Attraktivität von Genossenschaften

Hinsichtlich einer Unterscheidung nach Art des höchsten Schulabschlusses ergibt sich bei Betrachtung der Medianwerte ein relativ einheitliches Bild. Bis auf die Personen mit Hauptschulabschluss, Unterstufe AHS und Lehre, die eher der Meinung sind, dass die Attraktivität von Genossenschaften nach der Krise steigt (Median bei „trifft eher zu“), sind die Mediane der Cluster gleichverteilt. Lediglich die Varianz der Antworten unterscheidet sich etwas. So liegt der Bereich zwischen 25tem und 75tem Perzentil in Bezug auf staatliche Eingriffe bei Personen mit Hauptschulabschluss, Unterstufe AHS und jenen ohne Angabe bzw. einer anderen Art des Schulabschlusses zwischen „trifft sehr zu“ und „teils-teils“, während sie bei den anderen Schulabschlüssen zwischen „trifft eher zu“ und „teils-teils“ liegt.

g. Größe der Genossenschaft

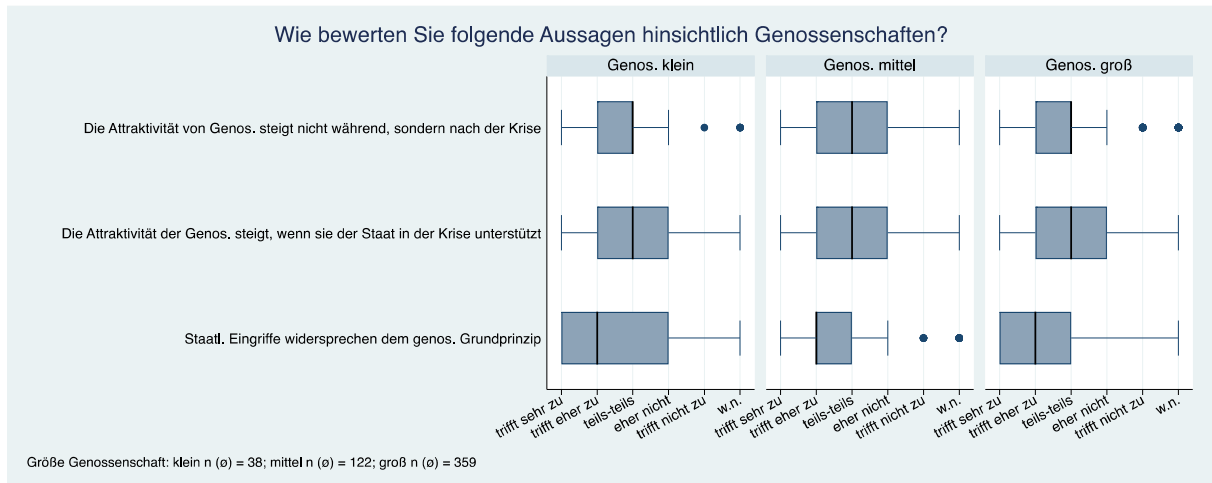


Abbildung 4.2 – 113: Größe Genossenschaft – Attraktivität von Genossenschaften

Interessanterweise sind die Mediane bei einer Differenzierung nach Genossenschaftsgröße bis auf eine Abweichung beim dritten Argument bei den kleinen Genossenschaften gleich. Hier unterscheidet sich auch die Varianz, ausgedrückt im Bereich zwischen 25tem und 75tem Perzentil merklich und reicht von „trifft sehr zu“ bis „eher nicht“, wobei der Medianwert bei „trifft eher zu“ liegt. So wird die Frage, ob staatliche Eingriffe dem genossenschaftlichen Grundprinzip widersprechen, innerhalb der Mitglieder kleiner Genossenschaften stark heterogen gesehen.

Zusammenfassend ist bezüglich der Attraktivität von Genossenschaften und staatlicher Unterstützung festzuhalten, dass eine Attraktivitätssteigerung eher nach einer Krise und nicht währenddessen gesehen wird. Staatliche Eingriffe werden tendenziell ablehnend rezipiert. Eher stehen Frauen, jüngere Genossenschaftsmitglieder und Mitglieder, die nur in einer Genossenschaft aktiv sind, einer diesbezüglichen Unterstützung positiver gegenüber, Funktionärinnen und Funktionäre sprechen sich eher dagegen aus, Mitglieder kleiner Genossenschaften sind in ihrer Bewertung eher heterogen. Brancheunterschiede sind keine erkennbar.

Frage M.11 – Bezug öffentlicher Unterstützung

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

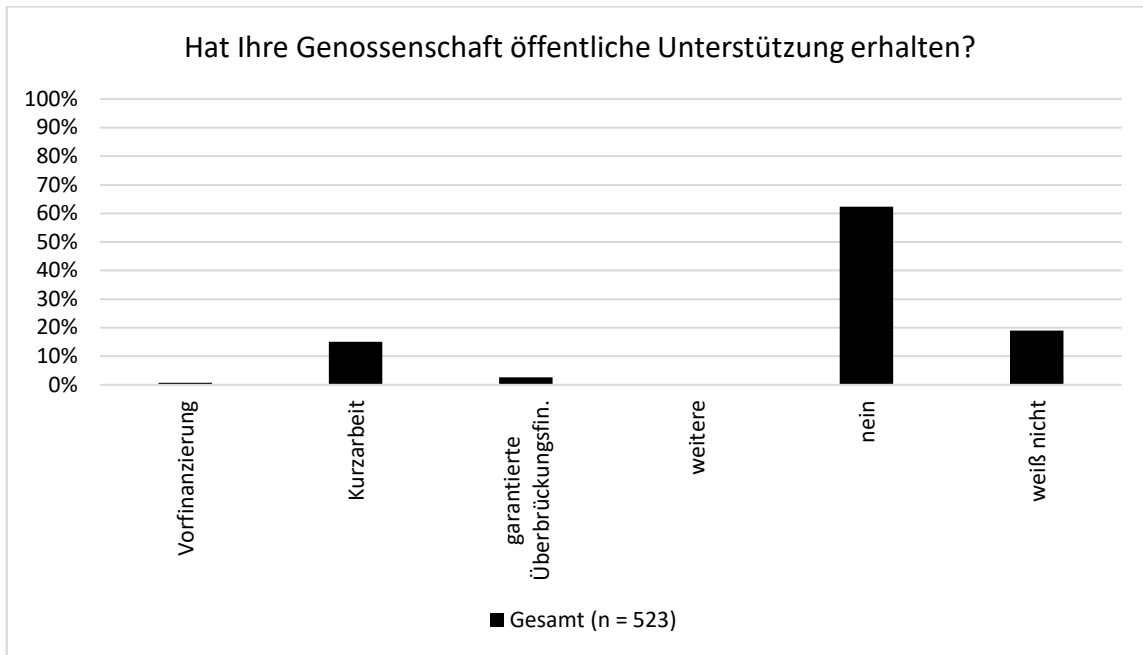


Abbildung 4.2 – 114: Gesamtansicht – Bezug öffentlicher Unterstützung

Befragt man die Genossenschaftsmitglieder, ob ihre jeweilige Genossenschaft öffentliche Unterstützungsleistungen in Folge der COVID-19-Krise in Anspruch genommen hat, so antworten 62,3% mit „nein“, weitere knapp 19% mit „weiß nicht“. 15,1% sagen, ihre Genossenschaft habe Kurzarbeit in Anspruch genommen, 2,7% nennen garantierte Überbrückungsfinanzierungen, 0,7% Vorfinanzierungen. Mit „weitere“ antworten 0,2%.

B) Detailauswertung nach Branchen

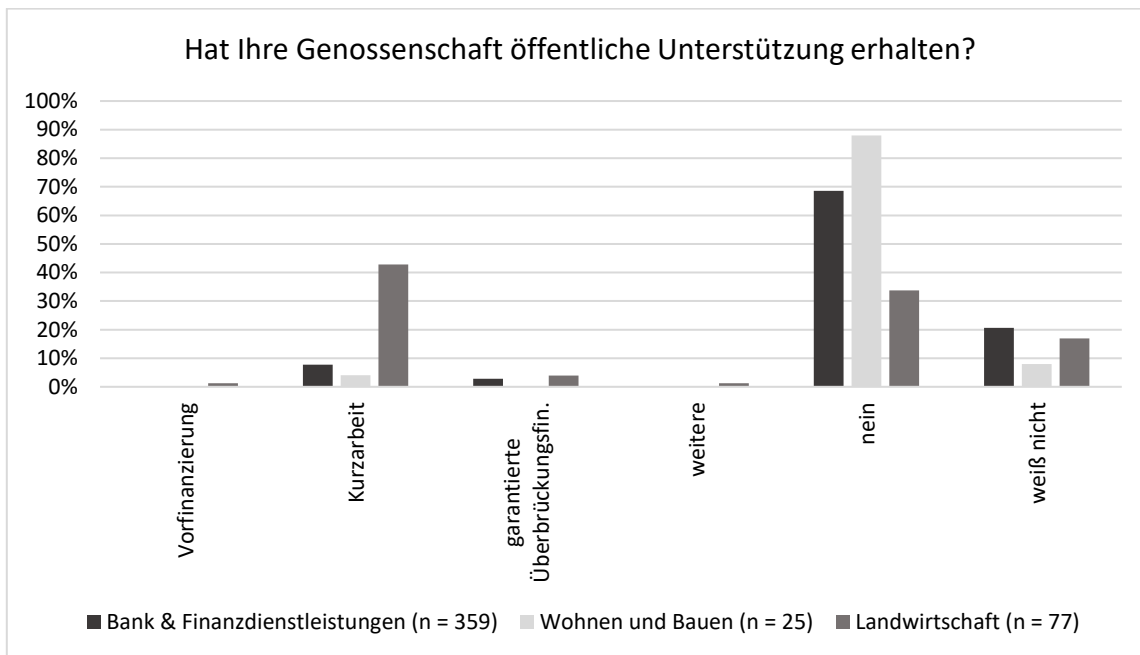


Abbildung 4.2 – 115: Branche – Bezug öffentlicher Unterstützung

Betrachtet man die einzelnen Branchen getrennt, liegt der Anteil an Mitgliedern, die angeben, dass ihre Genossenschaft keine öffentliche Unterstützung erhalten hat, im Bereich Bank & Finanzdienstleistungen bei 68,5%, mit „weiß nicht“ antworten 20,6%. Lediglich 7,8% geben an, dass ihre Genossenschaft Kurzarbeitsmodelle nutzte, garantierte Überbrückungsfinanzierungen werden von 2,8% genannt, Vorfinanzierung von 0,3%.

Ein noch deutlicheres Bild ergibt sich im genossenschaftlichen Sektor Wohnen und Bauen. Hier geben 88% aller Mitglieder an, dass sie keine öffentliche Unterstützung erhielten, 8% antworten mit „weiß nicht“, 4% nennen Kurzarbeit.

Ein etwas anderes Bild zeigt sich in Hinblick auf landwirtschaftliche Genossenschaften, hier fällt die Antwortrate an „nein“-Antworten mit 33,8% deutlich niedriger aus, mit „weiß nicht“ antworten 16,9%. Mit 42,9% ist der Bereich Kurzarbeit am stärksten. Vorfinanzierungen kommen auf 1,3%, garantierte Überbrückungsfinanzierungen auf 3,9%. Mit „weitere“ antworten 1,3%.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

c. Region der Genossenschaft

Die Antworten innerhalb der drei betrachteten Regionen variieren nicht signifikant. Eine Ausnahme bildet Südösterreich, doch ist dort die Stichprobenanzahl zu gering, um eine generelle Aussage zu treffen.

g. Größe der Genossenschaft

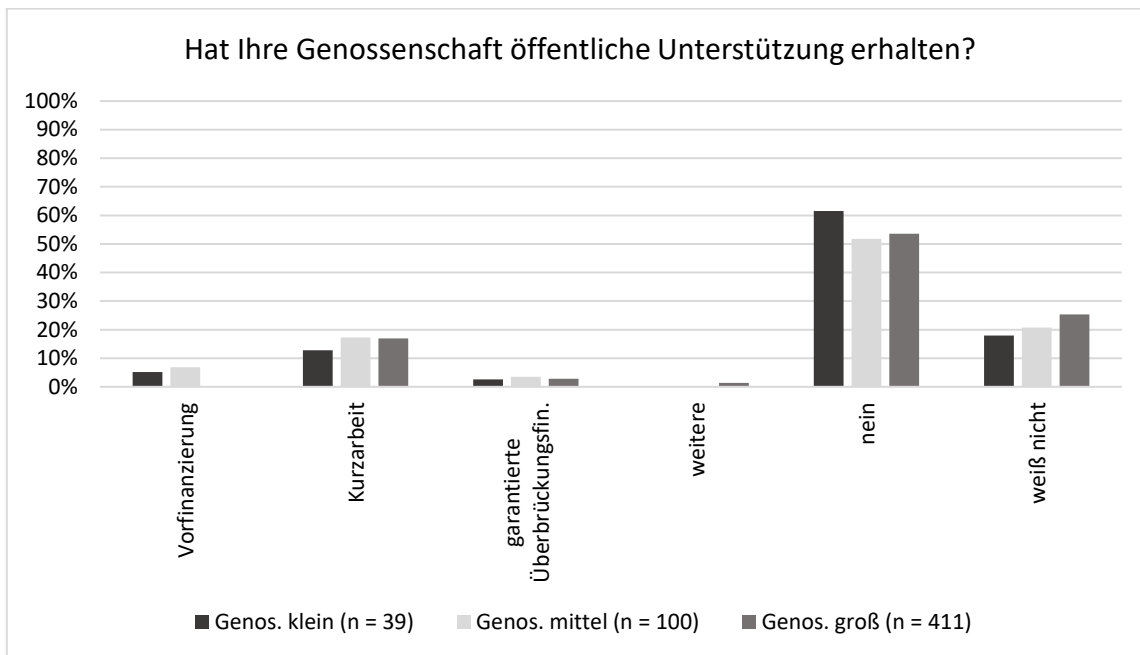


Abbildung 4.2 – 116: Region – Bezug öffentlicher Unterstützung

Eine Unterscheidung nach Größe der Genossenschaft zeigt, dass vor allem kleine Genossenschaften angeben, keine öffentliche Unterstützung erhalten zu haben. Hier liegt der Wert bei 61,5%, bei mittleren und großen

Untergliederung nach a) Alter, b) Geschlecht, d) Anzahl an Mitgliedschaften e) Funktion, f) Bildung erscheint in Bezug auf diese Frage als weniger zielführend und wurde deshalb nicht durchgeführt. Weitere Detailauswertungen werden gerne auf Anfrage erstellt.

Zusammenfassend ist bezüglich der in Anspruch genommenen öffentlichen Unterstützungsleistungen festzustellen, dass fast 2/3 aller Genossenschaftsmitglieder angeben, dass ihre Genossenschaft die Krise aus eigener Kraft bewältigt und keine staatlichen Unterstützungsleistungen in Anspruch nimmt. Somit agieren sie konsistent mit den in Frage M.10 geäußerten Einstellungen. Signifikante Unterschiede sind zwischen den Branchen zu erkennen, in den Branchen Bank & Finanzdienstleistungen sowie Wohnen und Bauen werden öffentliche Unterstützungsmaßnahmen kaum beantragt, allerdings stellt eine wesentliche Ausnahme die Kurzarbeit dar, wenn auch auf niedrigem Niveau. Im landwirtschaftlichen Bereich gibt fast die Hälfte der antwortenden Personen an, dass ihre Genossenschaft staatliche Hilfe in Anspruch genommen hat, als wesentliche Maßnahme wird hier die Kurzarbeit genannt.

Frage M.12 – Ansuchen um öffentliche Unterstützung

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

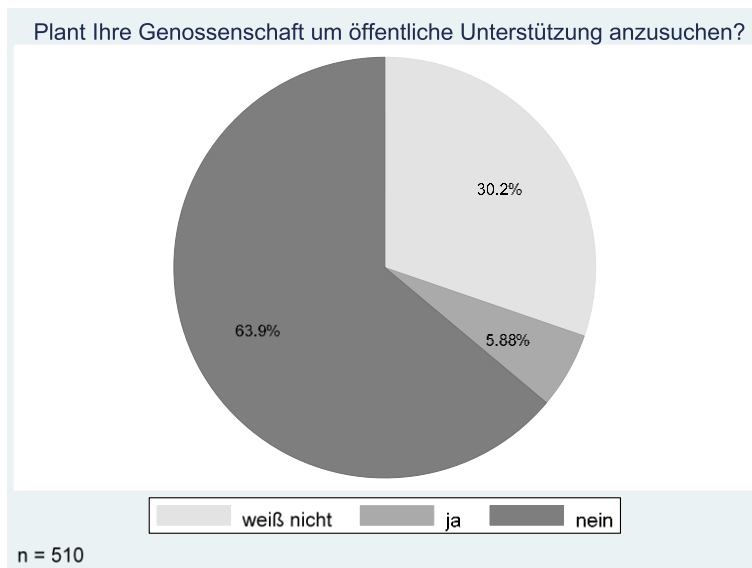


Abbildung 4.2 – 117: Gesamtansicht – Ansuchen um öffentliche Unterstützung

Auf die Frage, ob die Genossenschaft, in der die befragte Person hauptsächlich aktiv ist, zukünftig auf staatliche Unterstützungsmaßnahmen zurückgreifen wird, ist der Anteil an „nein“-Stimmen mit 63,9% wie auch in der vorherigen Frage dominierend. 5,9% antworten mit „ja“, 30,2% der Befragten sagen, sie wissen nicht, ob ihre Genossenschaft zukünftig um öffentliche Unterstützung ansuchen wird.

B) Detailauswertung nach Branchen

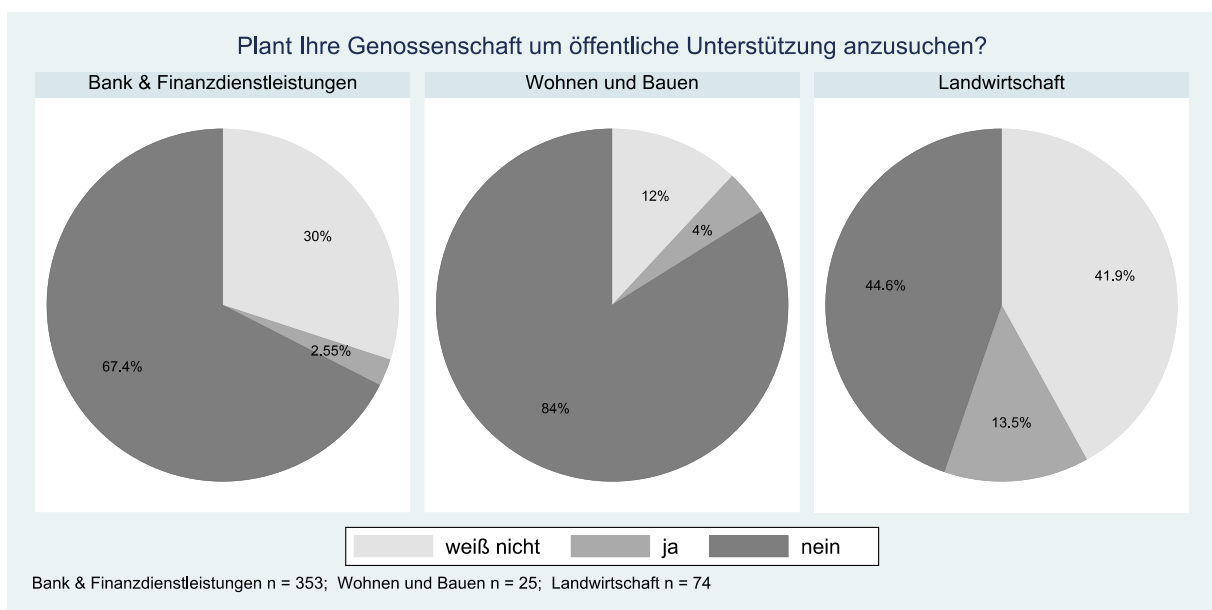


Abbildung 4.2 – 118: Branche – Ansuchen um öffentliche Unterstützung

Das in der Gesamtschau enthaltene Bild ist mit den Ergebnissen der Branchenbetrachtung im Bereich Bank & Finanzdienstleistungen vergleichbar. 67,4%

der Befragten, deren Genossenschaft sich in diesem Bereich befindet, sagen, ihre Genossenschaft plane auch zukünftig nicht, um öffentliche Unterstützung anzusuchen. 2,6% antworten mit „ja“, 30% mit „weiß nicht“.

Ein noch deutlicheres Bild zeigt sich in Bezug auf den Sektor Wohnen und Bauen. Hier antworten 84% aller teilnehmenden Personen mit „nein“, ihre Genossenschaft plane nicht, um öffentliche Unterstützung anzusuchen. 4% antworten mit „ja“, 12% mit „weiß nicht“.

Wiederum anders antworten die Personen aus landwirtschaftlichen Genossenschaften. Hier antworten lediglich 44,6% mit „nein“, ihre Genossenschaft plane nicht, um öffentliche Unterstützung anzusuchen, während 13,5% mit „ja“ antworten. Ein ebenfalls großer Teil der Befragten (ca. 42%) antwortet mit „weiß nicht“.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen
c. Region der Genossenschaft

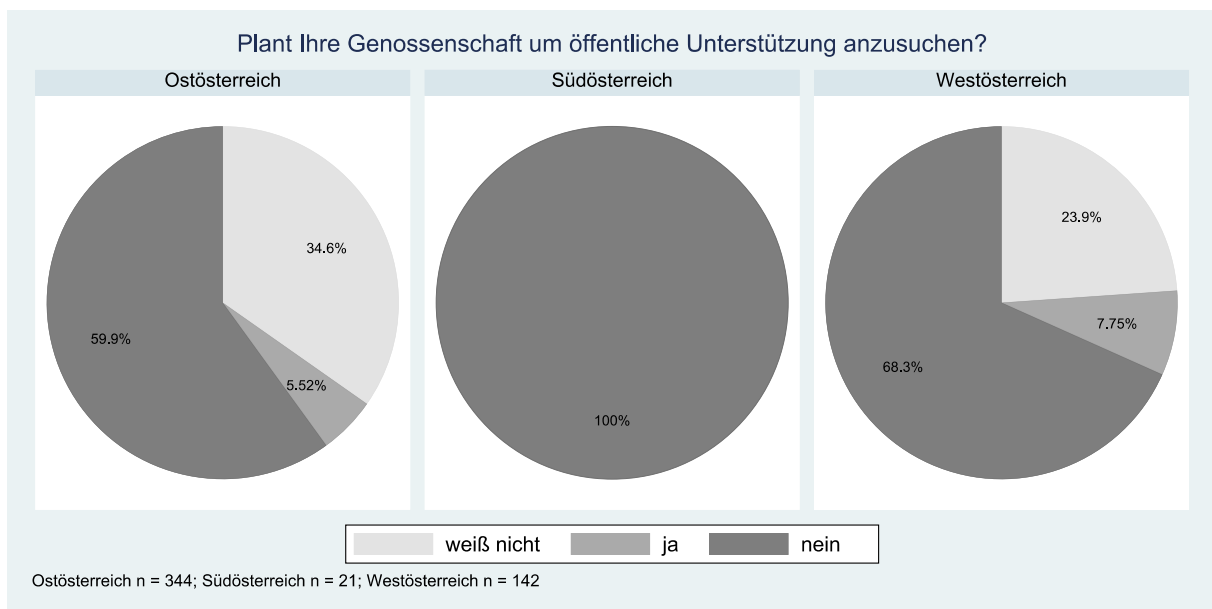


Abbildung 4.2 – 119: Region – Ansuchen um öffentliche Unterstützung

Geografisch gesehen zeigt sich, dass vor allem Genossenschaften in Westösterreich nicht planen, um öffentliche Unterstützung anzusuchen, der prozentuelle Wert an „nein“-Stimmen liegt hier bei 68,3%, wohingegen er in Ostösterreich bei ca. 60% liegt. Größer ist folglich in Westösterreich der prozentuelle Anteil an „ja“-Stimmen. So sagen 7,75%, dass ihre Genossenschaft einen Antrag plane, in Ostösterreich sind es 5,5%. Der prozentuelle Anteil an „weiß nicht“-Stimmen ist in Ostösterreich höher, er liegt bei 34,6%, wohingegen er in Westösterreich bei c. 24% liegt. Ein gänzlich anderes Bild findet sich in Südösterreich, hier geben 100% aller teilnehmenden Genossenschaftsmitglieder an, dass sie nicht planen, um öffentliche Unterstützung anzusuchen. Allerdings ist der Stichprobenanteil hier zu gering, um eine allgemeine Aussage treffen zu können.

g. Größe der Genossenschaft

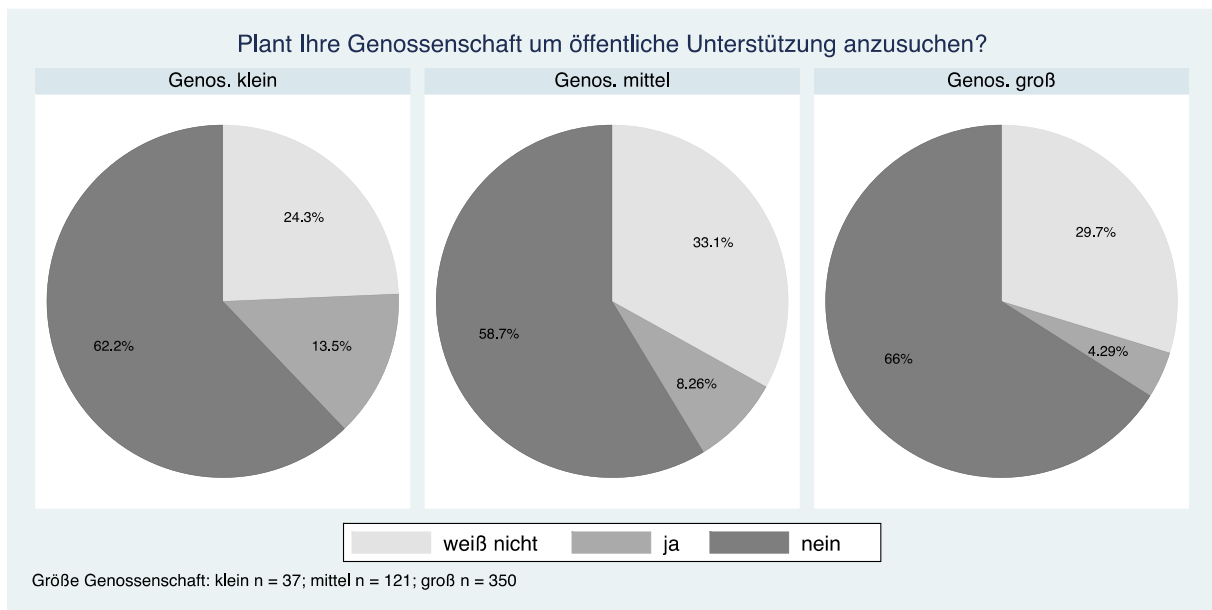


Abbildung 4.2 – 120: Größe Genossenschaft – Ansuchen um öffentliche Unterstützung

In Bezug auf die Größe der Genossenschaft ist festzustellen: je kleiner die Genossenschaft, desto eher plant sie, um öffentliche Unterstützung anzusuchen. Liegt der Wert bei kleinen Genossenschaften noch bei 13,5%, so fällt er bei mittleren Genossenschaften auf 8,3%. Bei großen Genossenschaften liegt er nur mehr bei 4,3%. Der prozentuelle Anteil an „nein“-Stimmen ist ebenfalls leicht unterschiedlich. Kleine Genossenschaften sagen zu 62,2%, dass sie nicht planen, um öffentliche Unterstützung anzusuchen, bei mittleren sind es 58,7%, bei großen 66%. Der Anteil an „weiß nicht“-Stimmen ist bei mittleren Genossenschaften am größten (33,1%), gefolgt von großen (29,7% und kleinen (24,3%) Genossenschaften.

Eine weitere Untergliederung nach a) Alter, b) Geschlecht, d) Anzahl an Mitgliedschaften e) Funktion, f) Bildung, g) Größe der Genossenschaft erscheint in Bezug auf diese Frage als weniger zielführend und wurde deshalb nicht durchgeführt. Weitere Detailauswertungen werden gerne auf Anfrage erstellt.

Zusammenfassend ist bezüglich der Frage, ob die Mitglieder der Genossenschaft in der Zukunft planen, um öffentlich Unterstützung anzusuchen, festzuhalten, dass konsistent mit den vorherigen Aussagen überwiegend keine Anträge geplant sind. Allerdings nimmt die generell ablehnende Haltung ab. Wie in Frage M.11 gesehen, plant vor allem der landwirtschaftliche Bereich, auch in Zukunft um öffentliche Unterstützung aufgrund der Krise anzusuchen. Je kleiner die Genossenschaft ist, desto größer wird der zukünftige Bedarf an staatlichen Zuschüssen gesehen.

Die Gesamtschau des Clusters über Profilierung und Attraktivität von Genossenschaften in der Krise zeigt, dass die Mitglieder konzidieren, auch in der Krise Regionalität und Nachhaltigkeit zu leben, dass die Mitgliederorientierung allerdings entgegen den Erwartungen nicht an erster Stelle steht und ein Auseinanderklaffen von sozialer und gewinnmaximierender Orientierung

zu bemerken ist. Sie glauben auch in der Krise an ihre Genossenschaft und deren Weiterbestand, schätzen die Rechtsform als krisenfester gegenüber anderen Unternehmen ein und sehen den Grund darin in den genossenschaftlichen Werten. Staatliche Unterstützung wird tendenziell abgelehnt, aber für die Zukunft nicht ausgeschlossen. Weitestgehend sind die Mitglieder von der Überwindung der Krise aus eigener Kraft überzeugt, wobei es je nach Branche und Größe der Genossenschaft zu signifikant unterschiedlichen Aussagen hinsichtlich der Inanspruchnahme öffentlicher Hilfsmittel kommt. Trotz der der Mitgliedermeinung nach offensichtlichen Vorteilen von Genossenschaften beobachten die Mitglieder keine erhöhte Anzahl an Neugründungen.

4.2.4. Unterschiede zu anderen Rechtsformen

Kapitel 4.2.4. fasst folgende Fragen der Mitgliederbefragung zusammen:

- Frage M.13: „Empfinden Sie die Rechtsform der Genossenschaft adäquat, um eine Krise zu meistern?“
- Frage M.14: „Agieren Genossenschaften, Ihrer Meinung nach, in der aktuellen Krise anders als andere wirtschaftlich tätige Unternehmen?“
- Frage M.15: „Welche Unterschiede sehen Sie? Welche der folgenden Merkmale treffen zu?“
- Frage M.16: „Weshalb nicht? Welche der folgenden Merkmale treffen zu?“

Das Ziel des Clusters ist zunächst eine Erhebung, wie adäquat Genossenschaftsmitglieder die Rechtsform der Genossenschaft grundsätzlich in einer Krise empfinden und wie sie deren wirtschaftliches Handeln gegenüber anderen Rechtsformen einschätzen. Die entsprechenden Fragen M.13 und M.14 korrespondieren dabei mit Frage D.9 der Delphi-Studie in Kapitel 4.1.4. Die entsprechenden Unterfragen M.15 und M.16 erheben, welche Unterschiede die Genossenschaftsmitglieder im Detail identifizieren.

Frage M.13 – Ist die genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um die Krise zu meistern?

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

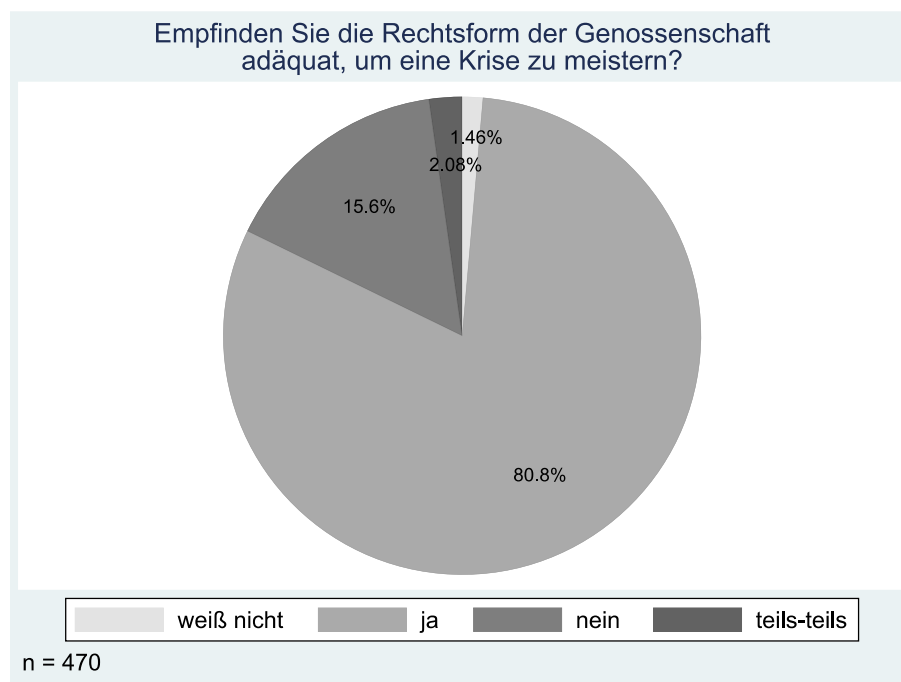


Abbildung 4.2 – 121: Gesamtansicht – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?

Befragt man die Genossenschaftsmitglieder insgesamt, ob sie die Rechtsform der Genossenschaft als adäquat empfinden, um eine Krise zu meistern, so antworten etwas

über 4/5 aller befragten Personen mit „ja“, 15,6% mit „nein“, 2% mit „teils-teils“, ca. 1,5% mit „weiß nicht“.

B) Detailauswertung nach Branchen

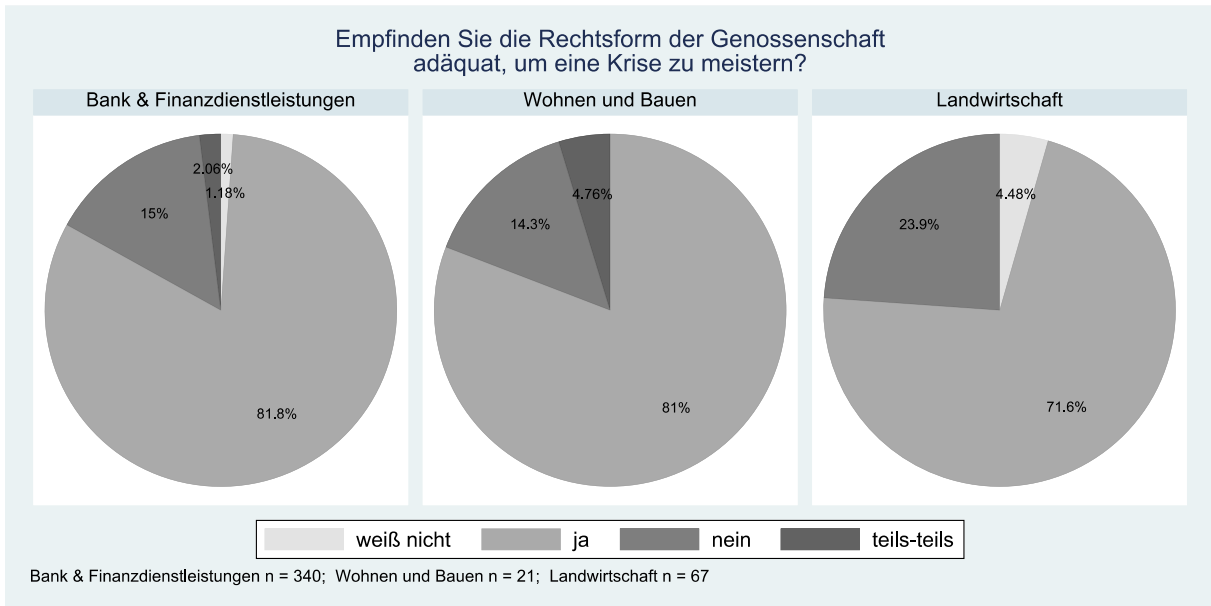


Abbildung 4.2 – 122: Branche – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?

In der Detailansicht nach Branchen sind die Werte der Sektoren Bank & Finanzdienstleistungen sowie Wohnen und Bauen vergleichsweise ähnlich zur Gesamtansicht. Ein etwas anderes Bild ergibt sich in Bezug auf die Aussage der Mitglieder in landwirtschaftlichen Genossenschaften. Hier antwortet zwar noch immer eine große Mehrheit (ca. 72%) mit „ja“, der Anteil an „nein“-Stimmen ist jedoch im Vergleich zur Gesamtansicht stark angestiegen und beträgt ca. 24%. Sprich, ca. jedes vierte Mitglied empfindet die Rechtsform der Genossenschaft als nicht adäquat, um eine Krise zu meistern. 4,5% antworten hier mit „weiß nicht“.

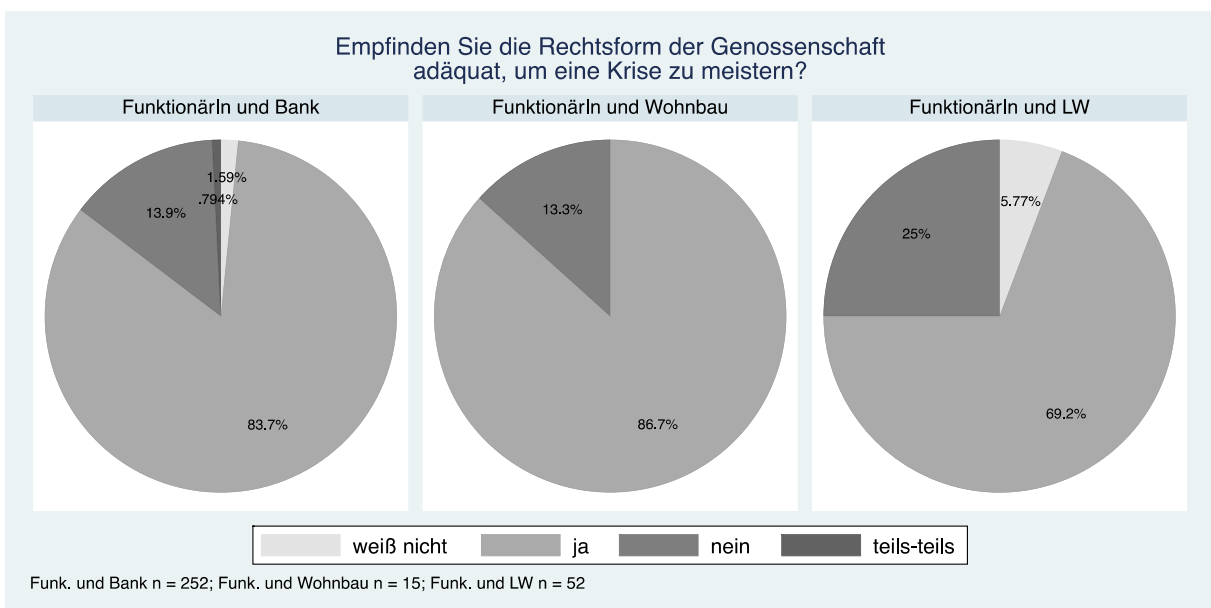


Abbildung 4.2 – 123: FunktionärIn und Branche – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?

Differenziert man die Aussage weiter und betrachtet lediglich die Aussage von Funktionärinnen und Funktionären, die eine Position in einer der hier angeführten Branchen innehaben, so zeigt sich, dass die Aussagen auch über diese Differenzierung hinweg konsistent sind. Im Bereich Landwirtschaft erachten auch unter den Personen mit offizieller Position jede/r Vierte die derzeitige genossenschaftliche Rechtsform als nicht adäquat, um eine Krise zu meistern.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen
a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

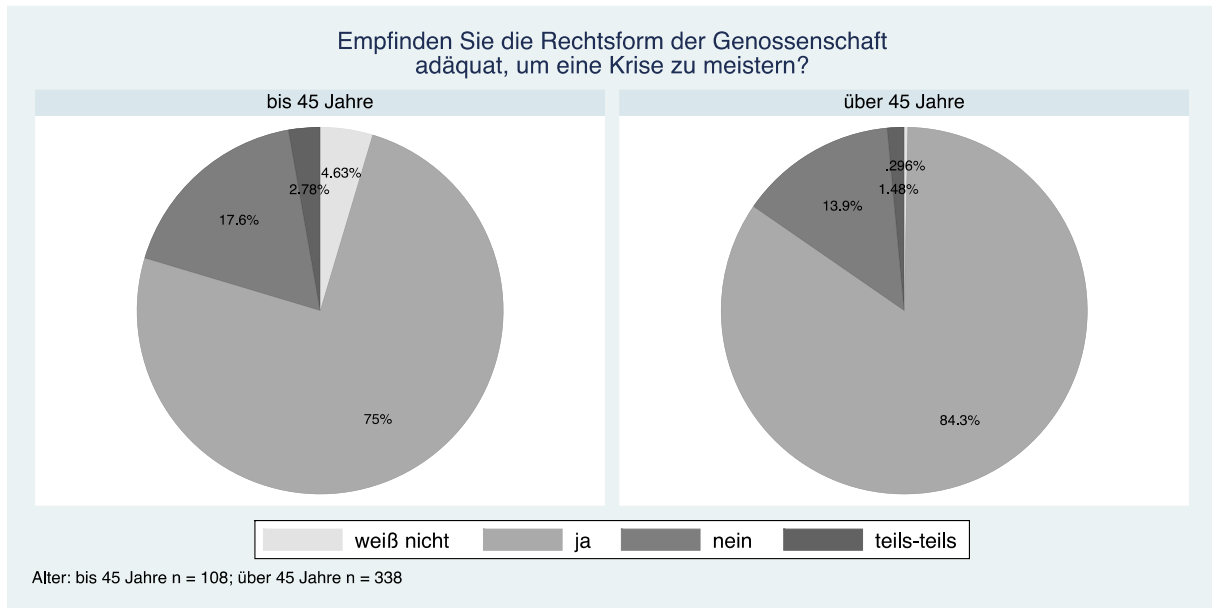


Abbildung 4.2 – 124: Alter – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?

Hinsichtlich des Alters sind Unterschiede auszumachen. So betrachten ältere Genossenschaftsmitglieder insgesamt die Rechtsform der Genossenschaft als geeigneter, um eine Krise zu meistern. 84,3% stimmen hier mit „ja“, während es bei den jüngeren Mitgliedern 75% sind, der Anteil an „nein“-Stimmen ist in Folge dessen bei den Jüngeren etwas größer, hier antworten 17,6% mit „nein“ im Vergleich zu 13,9% bei den Älteren.

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

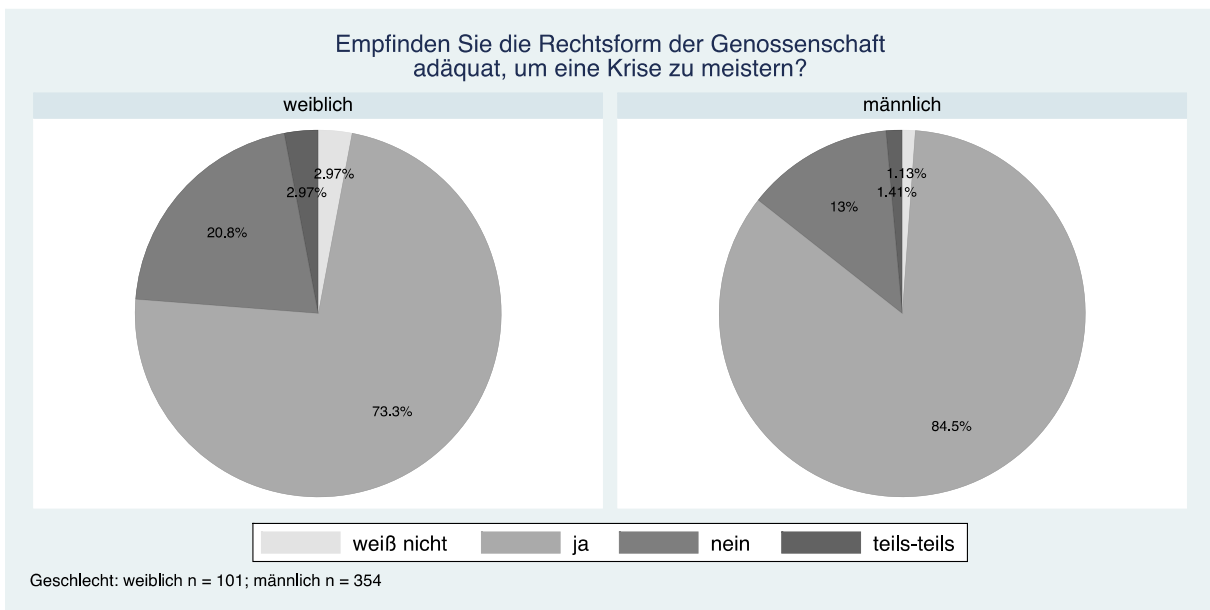


Abbildung 4.2 – 125: Geschlecht – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?

Hinsichtlich des Geschlechts setzt sich die auch schon beim Alter beobachtete Divergenz fort. So betrachten Frauen die genossenschaftliche Rechtsform insgesamt als etwas weniger gut geeignet, um eine Krise zu meistern, als die männlichen Genossenschaftsmitglieder (73,3% vs. 84,5% „ja“-Stimmen). Folgerichtig ist daher auch der Anteil an „nein“-Stimmen bei den Frauen höher. Hier sagt etwa jede fünfte Frau (20,8%), dass die genossenschaftliche Rechtsform nicht adäquat ist, um eine Krise zu meistern, bei den Männern sind es 13%.

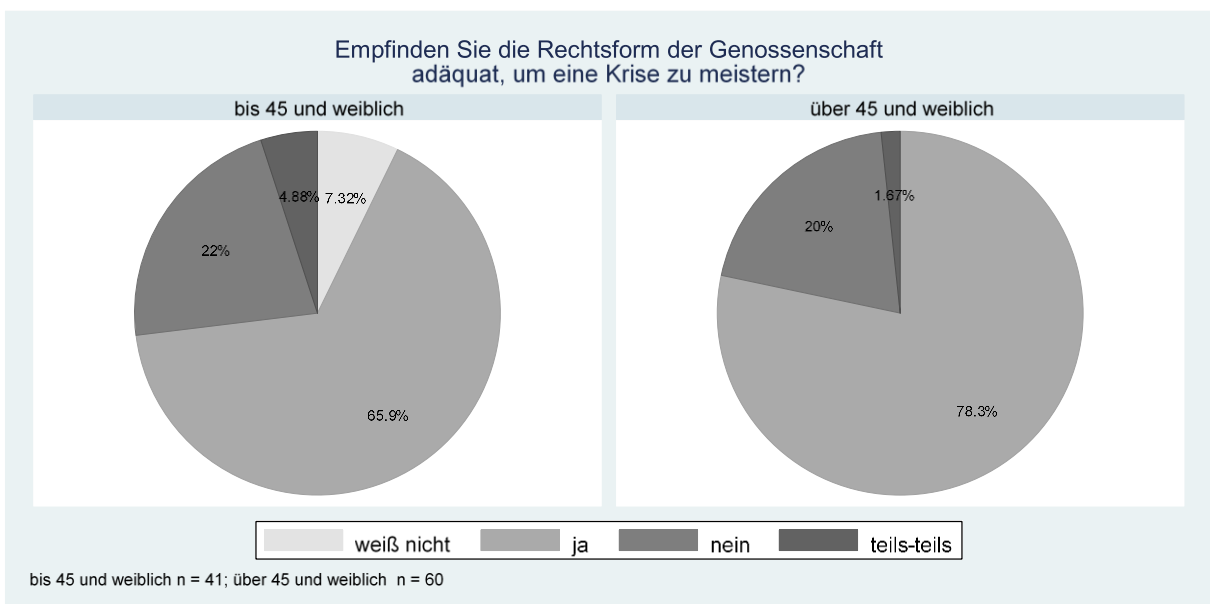


Abbildung 4.2 – 126: Weiblich und Alter – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?

Unterscheidet man die Aussagen weiter nach Geschlecht und Alter, so fällt auf, dass bei den jüngeren weiblichen Genossenschaftsmitgliedern die Zustimmung, dass die

Rechtsform der Genossenschaft adäquat ist, um eine Krise zu meistern prozentuell abgenommen hat. Sie liegt nur mehr bei 65,9%. Bei den älteren weiblichen Genossenschaftsmitgliedern sind es 78,3%. Deutlich angestiegen ist bei den jüngeren Frauen der Anteil an „teils-teils“-Stimmen, von 1,7% auf 4,9%. Personen die mit „weiß nicht“ antworten, sind nur unter den jüngeren weiblichen Mitgliedern zu finden. Hier liegt der Wert bei 7,3%. Bei den älteren weiblichen Mitgliedern wurde diese Antwortoption nicht gewählt.

Bei einer Unterscheidung nach Alter und männlich zeigen sich ebenfalls Unterschiede, doch sind diese im Vergleich zu den Frauen weniger ausgeprägt. So ist der Anteil an „nein“-Stimmen mit 14,9% bei den jüngeren männlichen Mitgliedern im Vergleich leicht höher (vgl. 12,5% ältere männliche Mitglieder). Auch der Anteil an „weiß nicht“-Stimmen ist bei den jüngeren Mitgliedern höher. Der Anteil an „ja“-Stimmen sinkt entsprechend auf 80,6%. Bei den älteren männlichen Genossenschaftsmitgliedern sind es 85,6% die mit „ja“ antworten, und damit um ca. sieben Prozentpunkte höher als bei den älteren weiblichen Genossenschaftsmitgliedern.

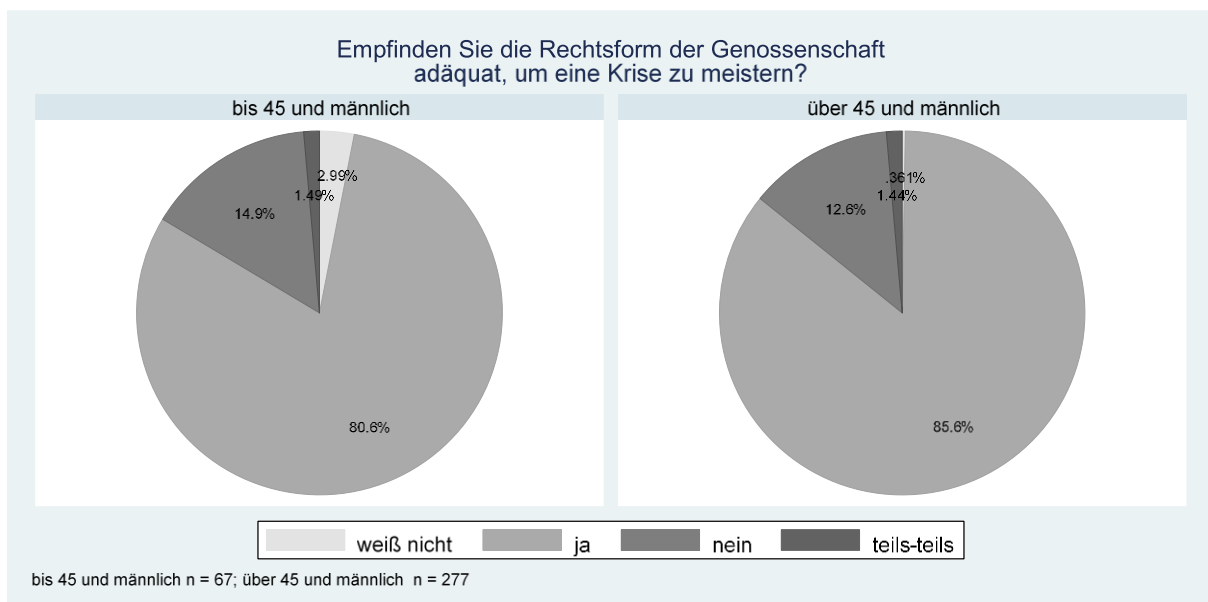


Abbildung 4.2 – 127: Männlich und Alter – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?

c. Region der Genossenschaft

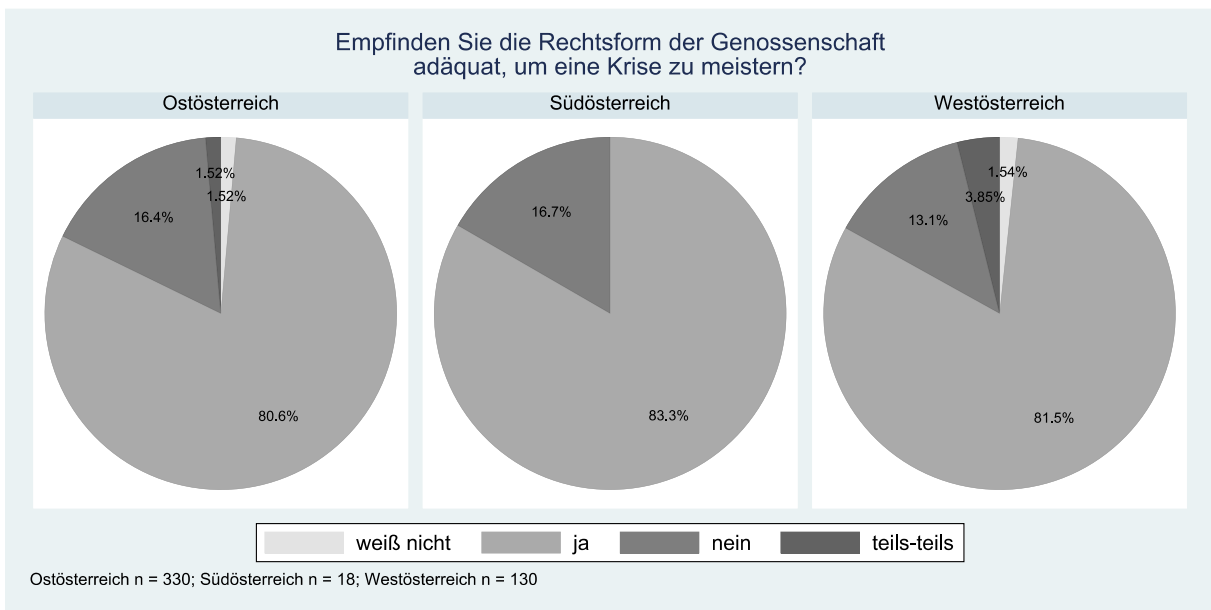


Abbildung 4.2 – 128: Region – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?

Hinsichtlich der geografischen Verteilung gibt es keine großen Unterschiede zwischen den einzelnen NUTS-1 Regionen.

d. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

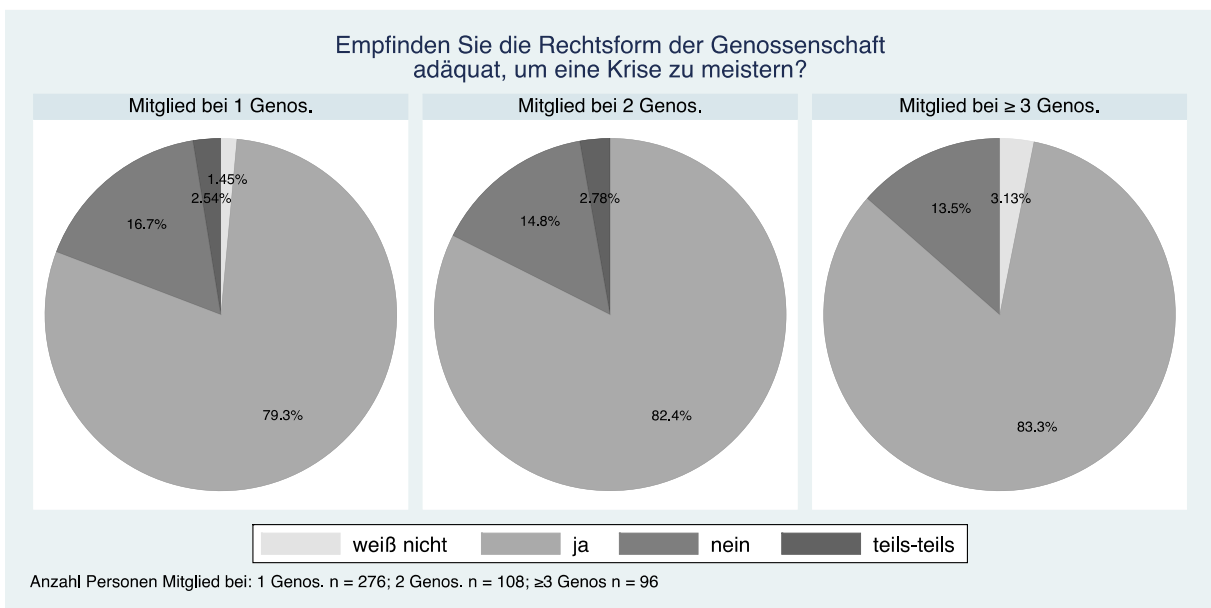


Abbildung 4.2 – 129: Anzahl Mitgliedschaften – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?

Hinsichtlich einer Unterscheidung nach Anzahl von Mitgliedschaften bei Genossenschaften fällt auf, dass der Anteil an „nein“-Stimmen sinkt, je mehr Mitgliedschaften die befragten Personen inne haben. Liegt der Wert an „nein“-Stimmen bei einer Genossenschaftsmitgliedschaft noch bei 16,7%, so fällt er bei zwei Genossenschaftsmitgliedschaften auf 14,8% und liegt bei \geq drei Mitgliedschaften bei 13,5%.

e. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

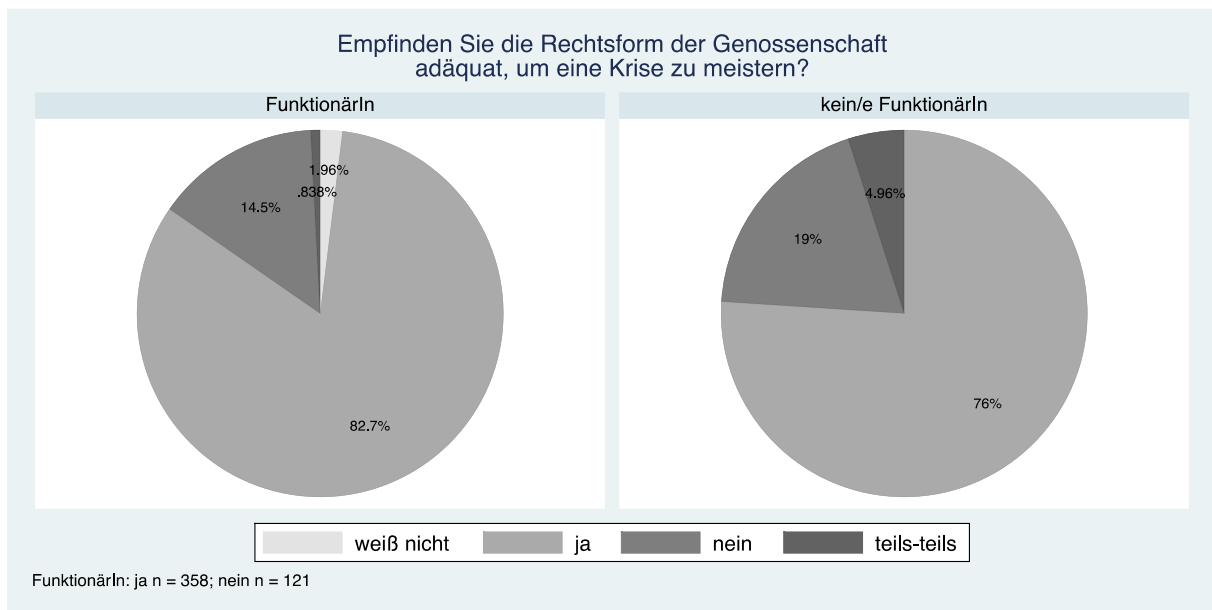


Abbildung 4.2 – 130: FunktionärIn – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?

Betrachtet man die Aussagen nach Funktionärinnen und Funktionären der Genossenschaft und jenen, die keine offizielle Position innerhalb der Genossenschaft innehaben, so fällt auf, dass Personen mit offizieller Position die Frage insgesamt positiver beantworten; so stimmen 82,7% auf die Frage, ob die genossenschaftliche Rechtsform adäquat ist, um eine Krise zu meistern, mit „ja“, bei den Personen ohne offizielle Funktion sind es 76%. Der Anteil an „nein“-Stimmen ist dort ebenfalls höher (19%) als der der Funktionärinnen und Funktionäre (14,5%). So kann geschlossen werden, dass Personen ohne offizielle Position die Genossenschaft kritischer betrachten und die Rechtsform als weniger adäquat erachten, um eine Krise zu meistern.

f. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

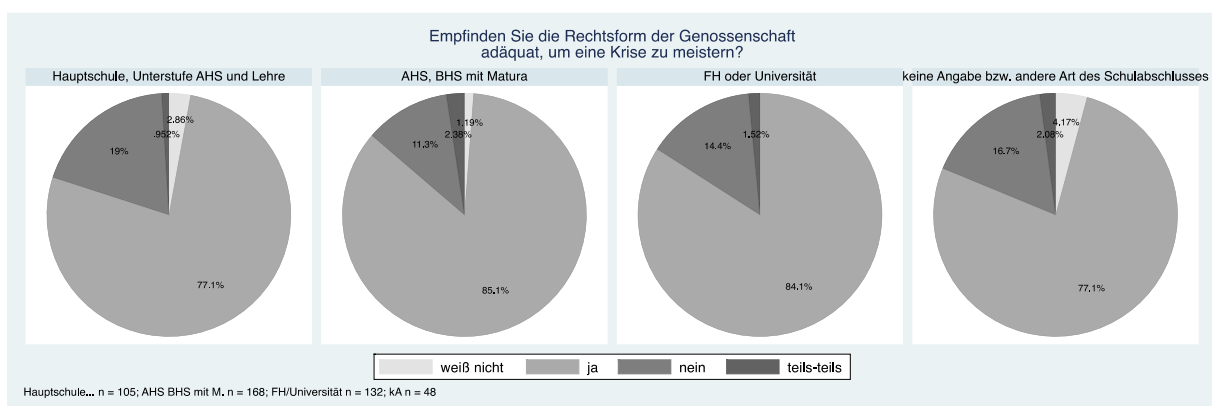


Abbildung 4.2 – 131: Bildung – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?

Teilt man die Aussagen der einzelnen Mitglieder nach ihrem jeweiligen höchsten Schulabschluss, so ist festzustellen, dass Personen mit höherem Schulabschluss (Matura und Hochschulabschluss) die Rechtsform der Genossenschaft insgesamt als etwas adäquater erachten, um eine Krise zu meistern (vgl. 85,1% Matura, 84,1% FH/Uni), als Personen mit formal niedrigerem Schulabschluss (vgl. 77,1% HS, Unterstufe AHS und

Lehre und ebenfalls 77,1% kA/andere Art des Schulabschlusses). Auch die „nein“-Stimmen folgen diesem Bild, wobei bei Personen mit AHS, BHS mit Matura der Anteil an „nein“-Stimmen am niedrigsten sind.

g. Größe der Genossenschaft

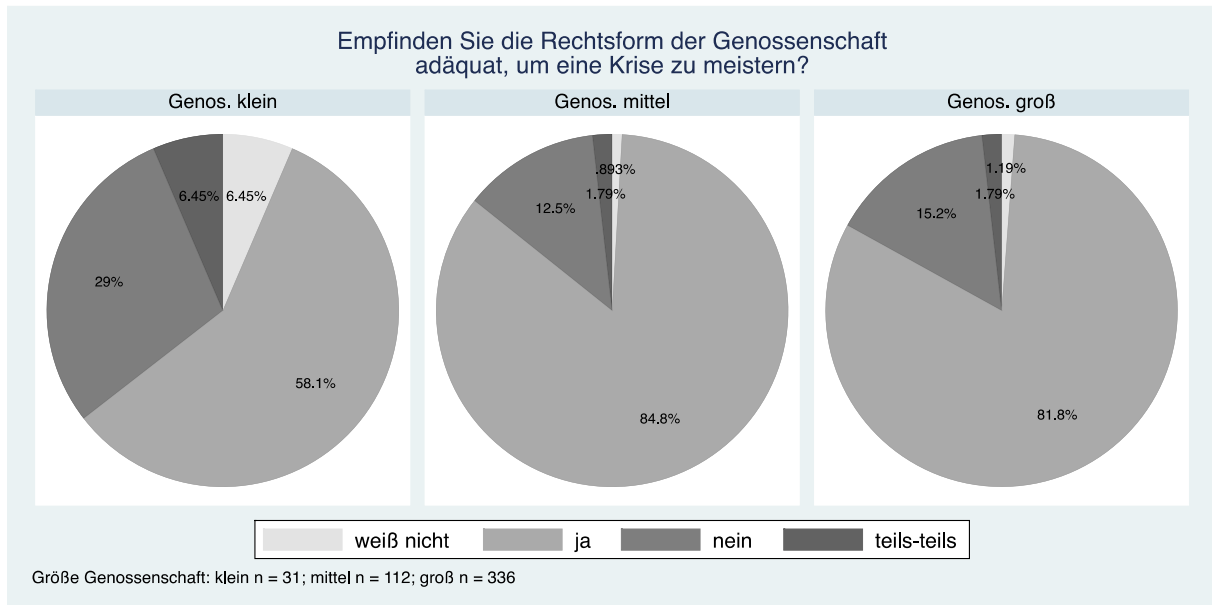


Abbildung 4.2 – 132: Größe Genossenschaft – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?

Ein sehr unterschiedliches Bild ergibt sich bei einer Unterscheidung nach der Größe der Genossenschaft. So betrachten die Mitglieder kleiner Genossenschaften die Rechtsform der Genossenschaft mit großem Abstand als am unangemessensten, um eine Krise zu meistern. Die „ja“-Stimmen betragen zwar nach wie vor über die Hälfte der abgegebenen Stimmen (58,1%), doch sind die „nein“-Stimmen mit 29% sehr hoch, wobei an dieser Stelle auf die geringe Anzahl an Personen verwiesen werden muss. Deutlich zufriedener sind Mitglieder in mittleren oder großen Genossenschaften. Hier antworten ca. 85% (mittlere) und ca. 82% (große Genossenschaften) mit „ja“, die genossenschaftliche Rechtsform ist adäquat um eine Krise zu meistern.

Zusammenfassend ist bezüglich der Frage, ob die Rechtsform der Genossenschaft als adäquat empfunden wird, um eine Krise zu meistern, festzustellen, dass der überwiegende Anteil der Mitglieder die genossenschaftliche Rechtsform als geeignet empfinden. Deutlich skeptischer sind jedoch landwirtschaftliche Genossenschaftsmitglieder, jüngere Personen, Frauen, Personen ohne offizielle Funktion, mit niedrigerer formaler Bildung und Personen kleiner Genossenschaften. Hierbei ist besonders die größere Skepsis von Mitgliedern landwirtschaftlicher Genossenschaften bemerkenswert. Der teils hohe Anteil an „nein“-Stimmen kann als ein Indiz gesehen werden, dass seitens der Mitglieder eine Revision der rechtlichen und organisatorischen Rahmenbedingungen als notwendig erscheint, wie auch Frage M.29 bestätigt.

Frage M.14 – Agieren Genossenschaften in Krisen anders?

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

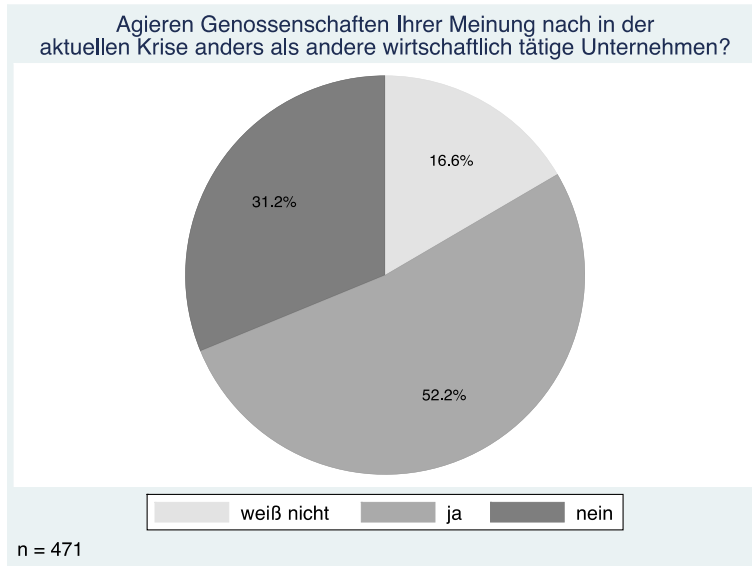


Abbildung 4.2 – 133: Gesamtansicht – Agieren Genossenschaften in Krise anders?

Betrachtet man die Aussage hinsichtlich der Frage: „Agieren Genossenschaften Ihrer Meinung nach in der aktuellen Krise anders als andere wirtschaftlich tätige Unternehmen?“, so ist festzustellen, dass eine Mehrheit von 52,2% aller teilnehmenden Genossenschaftsmitgliedern mit „ja“ antwortet. 31,2% antworten mit „nein“. Der Anteil an Personen, die keine klare Meinung zu dieser Frage haben und die Option „weiß nicht“ wählen, liegt bei knapp 17%.

B) Detailauswertung nach Branchen B

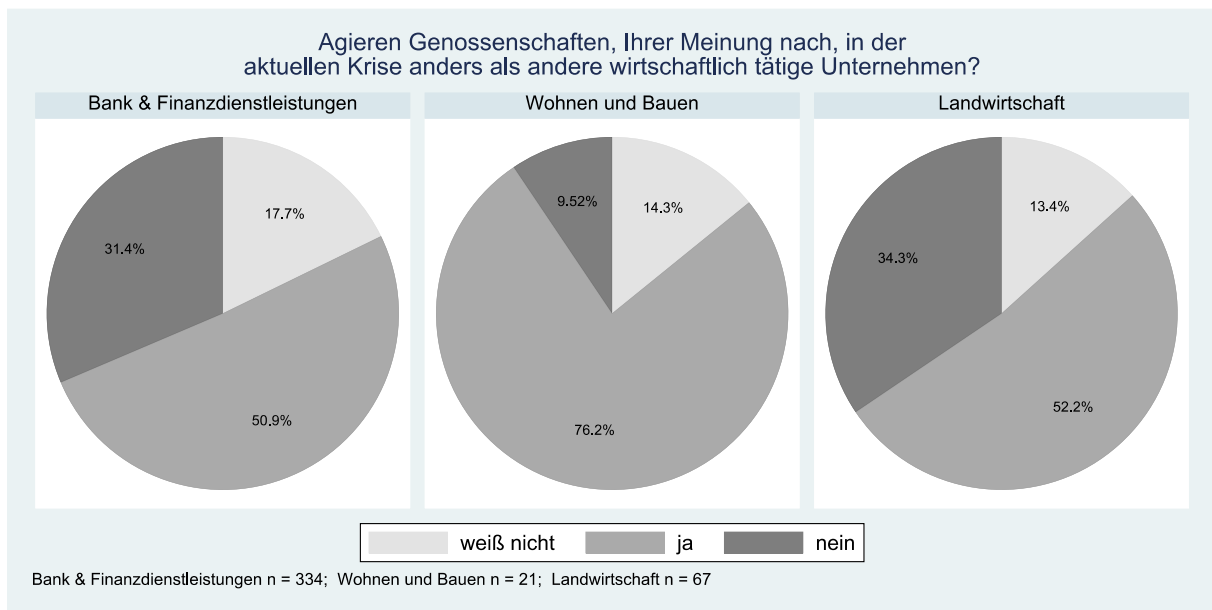


Abbildung 4.2 – 134: Branche – Agieren Genossenschaften in Krise anders?

Unterscheidet man die Aussagen der Genossenschaftsmitglieder nach der jeweiligen Branche, in der sich die Genossenschaft befindet, die als Hauptgenossenschaft wahrgenommen wird, so ist festzustellen, dass die Aussagen der Mitglieder mit einem Hintergrund aus dem Finanzbereich sehr ähnlich mit dem aus dem landwirtschaftlichen Sektor sind. Jeweils etwas über 50% antworten auf die Frage mit „ja“, ca. ein Drittel antwortet mit „nein“, während ca. 18% (Bank & Finanzdienstleistungen) und ca. 13% (Landwirtschaft) mit „weiß nicht“ antworten.

Ein von diesen zwei Sektoren gänzlich anderes Bild ergibt sich bei der Betrachtung des Sektors Wohnen und Bauen. Hier sehen über 75% ein abweichendes Agieren von Genossenschaften im Vergleich zu anderen wirtschaftlich tätigen Unternehmen. 9,5% antworten mit „nein“ und 14,3% mit „weiß nicht“, wobei an dieser Stelle wiederum auf die insgesamt geringe Stichprobenanzahl des Bereichs Wohnen und Bauen hingewiesen werden muss.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Bei einer Differenzierung nach Alter, unterscheiden sich die Aussagen nur minimal.

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

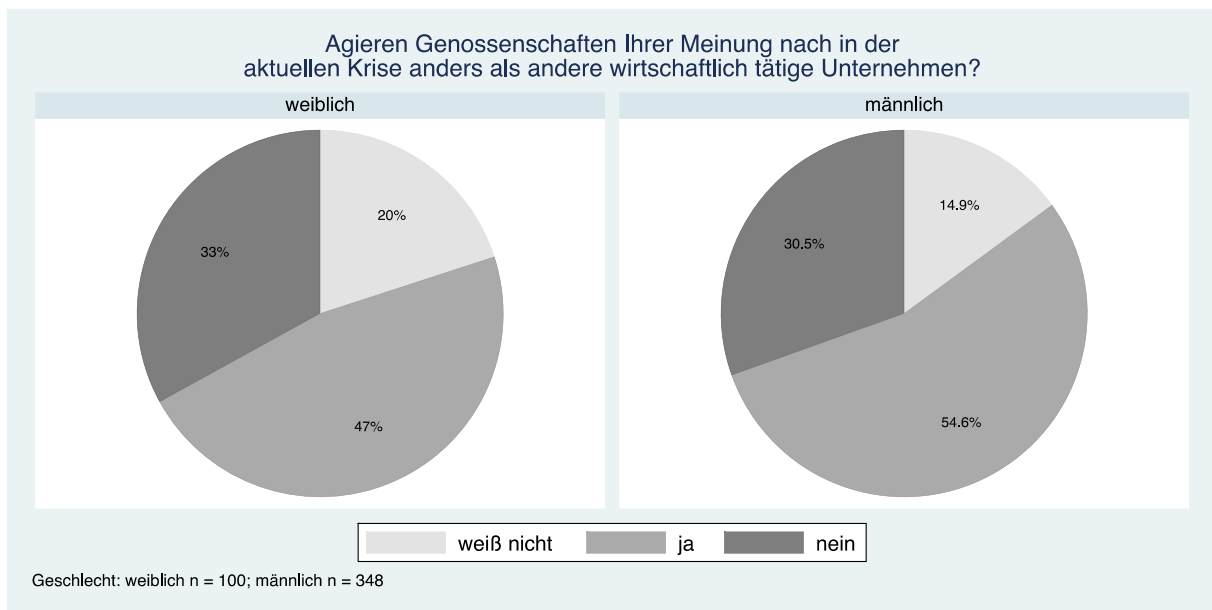


Abbildung 4.2 – 135: Geschlecht – Agieren Genossenschaften in Krise anders?

Gegenüber der Frage, ob Genossenschaften in der aktuellen Krise anders als andere wirtschaftlich tätige Unternehmen agieren, sehen weibliche Genossenschaftsmitglieder insgesamt weniger Unterschiede als Männer. So antworten nur 47% mit „ja“ (Männer: 54,6%). Auch der Anteil an „nein“-Stimmen ist insgesamt etwas höher (33% vs. 30,5%), genauso wie der Anteil an Personen, die keine eindeutige Meinung in Bezug auf die angeführte Frage haben (20% vs. 14,9%).

c. Region der Genossenschaft

Unterscheidet man die Aussage der Mitglieder in Bezug auf die Region, in der sich die Genossenschaft befindet, in der sie hauptsächlich aktiv sind, so gibt es innerhalb der einzelnen Regionen keine wesentlichen Unterschiede.

e. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

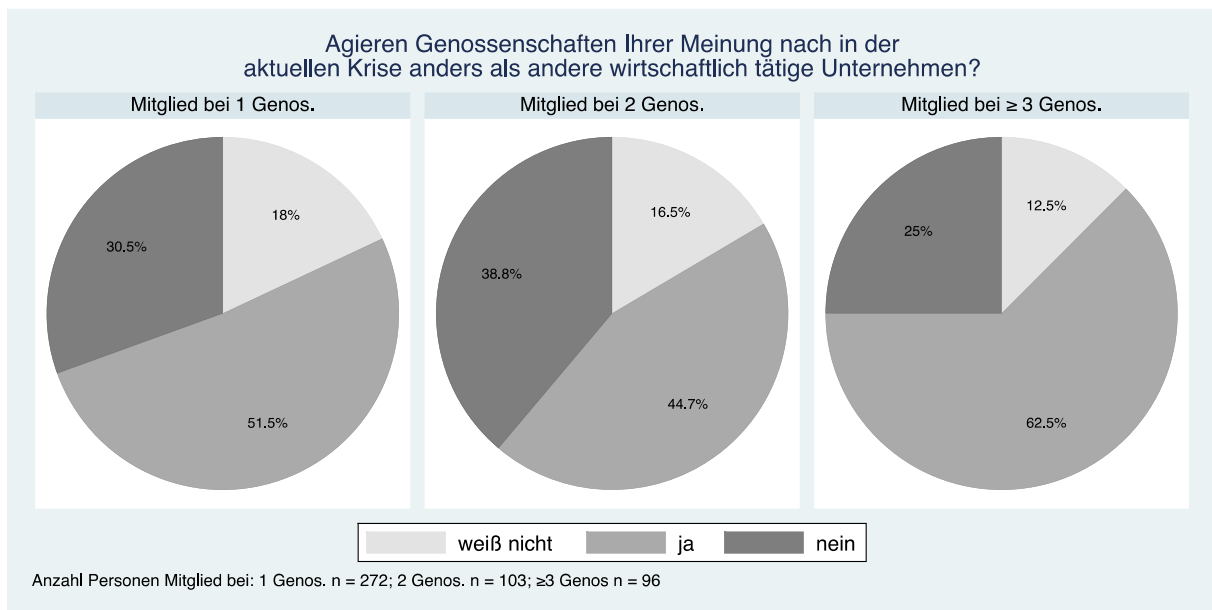


Abbildung 4.2 – 136: Anzahl Mitgliedschaften – Agieren Genossenschaften in Krise anders?

Bei der Unterscheidung nach Anzahl an Mitgliedschaften variieren die Antworten der drei Cluster deutlich voneinander: So sehen 62,5% der Personen mit drei und mehr Mitgliedschaften ein anderes Agieren von Genossenschaften im Vergleich zu anderen wirtschaftlich tätigen Unternehmen. 25% beantworten die Frage mit „nein“. Personen, die bei zwei Genossenschaften Mitglied sind, beantworten die Frage deutlich negativer. Lediglich ca. 45% sehen ein unterschiedliches Agieren von Genossenschaften, während fast 39% kein abweichendes Agieren von Genossenschaften in der aktuellen Krise im Vergleich zu anderen wirtschaftlich tätigen Unternehmen wahrnehmen. Personen, die bei einer Genossenschaft aktiv sind, antworten im Wesentlichen in Übereinstimmung mit der Gesamtansicht.

f. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

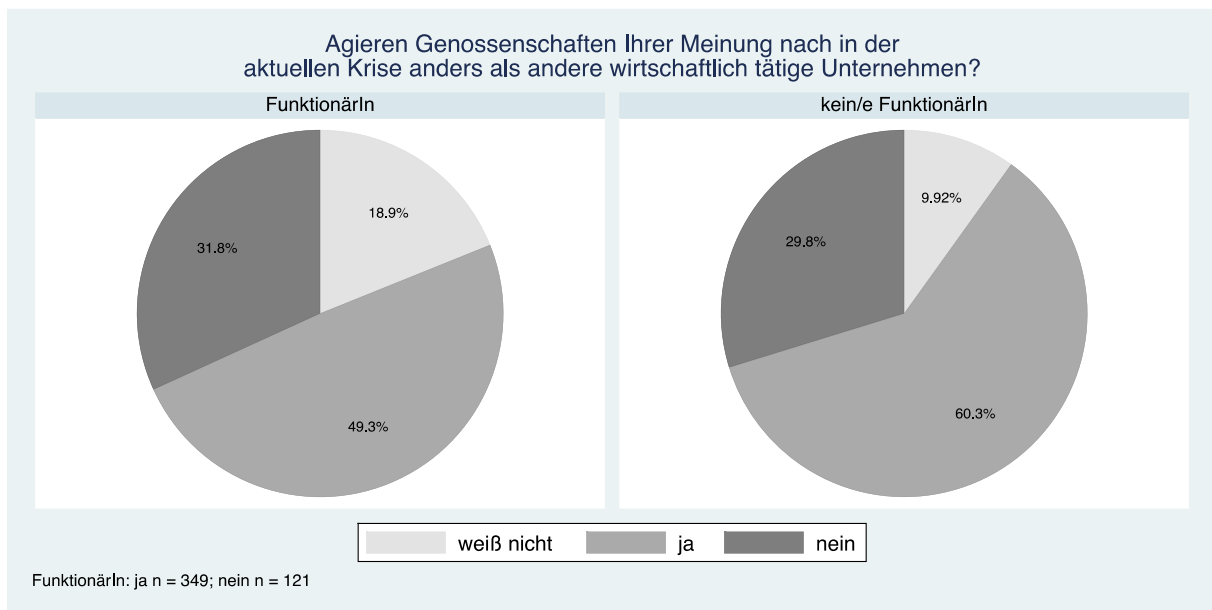


Abbildung 4.2 – 137: FunktionärIn – Agieren Genossenschaften in Krise anders?

Interessanterweise unterscheiden sich die Aussagen hinsichtlich der Frage, ob sich das Agieren von Genossenschaften in der aktuellen Krise von anderen wirtschaftlichen Unternehmen unterscheidet, anders als erwartet. So beantworten Personen mit offizieller Position in einer Genossenschaft die Frage insgesamt kritischer als reine Genossenschaftsmitglieder. Mit „ja“ antworten 49,3% aller Funktionärinnen und Funktionäre, bei Personen ohne offizielle Position sind es 60,3%. Die „nein“-Stimmen unterscheiden sich leicht (31,8% vs. 29,8%). Interessant ist auch der vergleichsweise hohe prozentuelle Anteil unter den Funktionärinnen und Funktionären, die mit „weiß nicht“ antworten (18,9%), bei den reinen Mitgliedern sind ca. 10%.

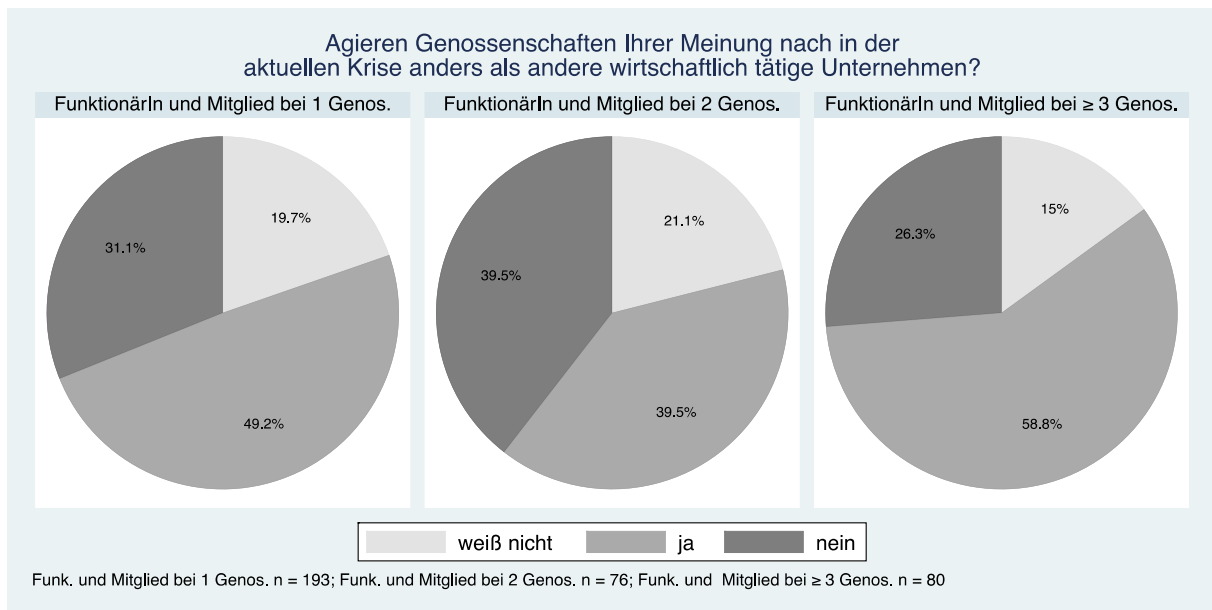


Abbildung 4.2 – 138: FunktionärIn und Anzahl Mitgliedschaften – Agieren Genossenschaften in Krise anders?

Differenziert man die Aussage der Funktionärinnen und Funktionäre weiter und betrachtet ihre Aussagen nach Anzahl an Mitgliedschaften, so fällt auf, dass Funktionärinnen und Funktionäre, die bei drei und mehr Genossenschaften aktiv sind, insgesamt ein deutlich anderes Agieren von Genossenschaften wahrnehmen als Personen, die bei zwei Genossenschaften aktiv sind. Hier ist der Anteil an „ja“- und „nein“-Stimmen mit jeweils 39,5% gleich. Funktionärinnen und Funktionäre, die bei lediglich einer Genossenschaft Mitglied sind, antworten zu 49,2% mit „ja“, während 31,1% mit „nein“ stimmen.

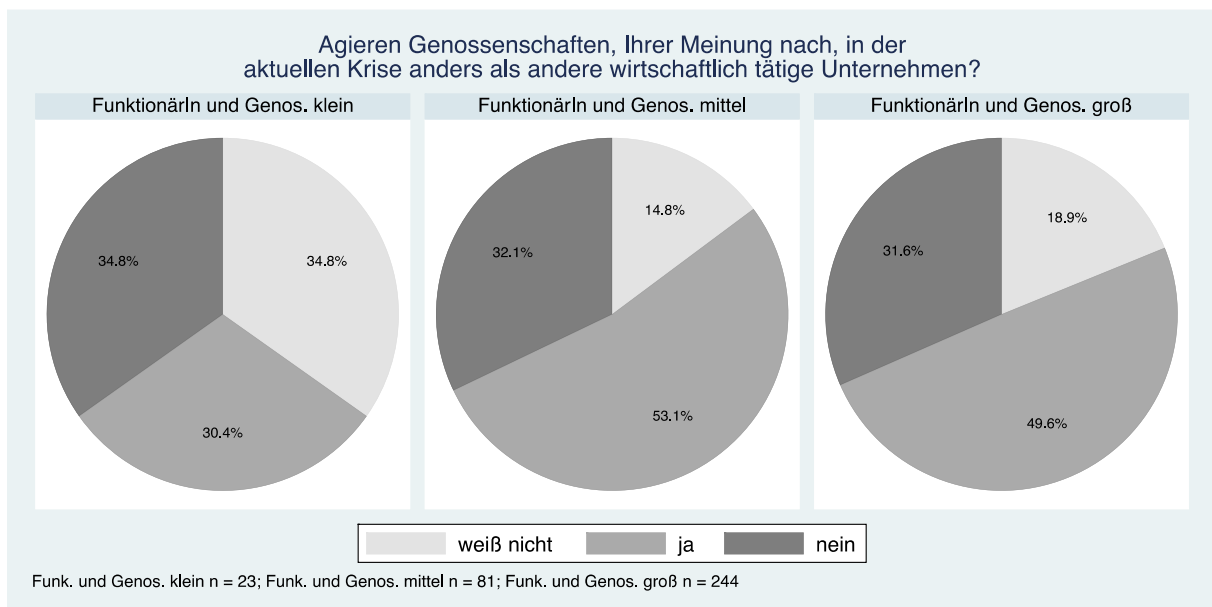


Abbildung 4.2 – 139: FunktionärIn und Größe Genossenschaft – Agieren Genossenschaften in Krise anders?

Um die Aussage der Funktionärinnen und Funktionäre weiter zu differenzieren, wurde zudem eine zusätzliche Unterscheidung nach Größe der Genossenschaft durchgeführt.

Hier ist zu sehen, dass Personen mit offizieller Position, die in mittleren und großen Genossenschaften aktiv sind, insgesamt ein anderes Agieren von Genossenschaften in der aktuellen Krise wahrnehmen als es Funktionärinnen und Funktionäre bei kleinen Genossenschaften tun. Hier ist der prozentuelle Anteil an „ja“-Stimmen sogar kleiner als der der „nein“-Stimmen (vgl. 30,4 „ja“ vs. 34,8% „nein“). Auch der Anteil an Funktionärinnen und Funktionären ohne klare Meinung ist hier am größten (34,85%). Insgesamt ist dort auf die geringe Stichprobenanzahl zu verweisen, weshalb die Aussage nicht gänzlich verallgemeinert werden kann.

g. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

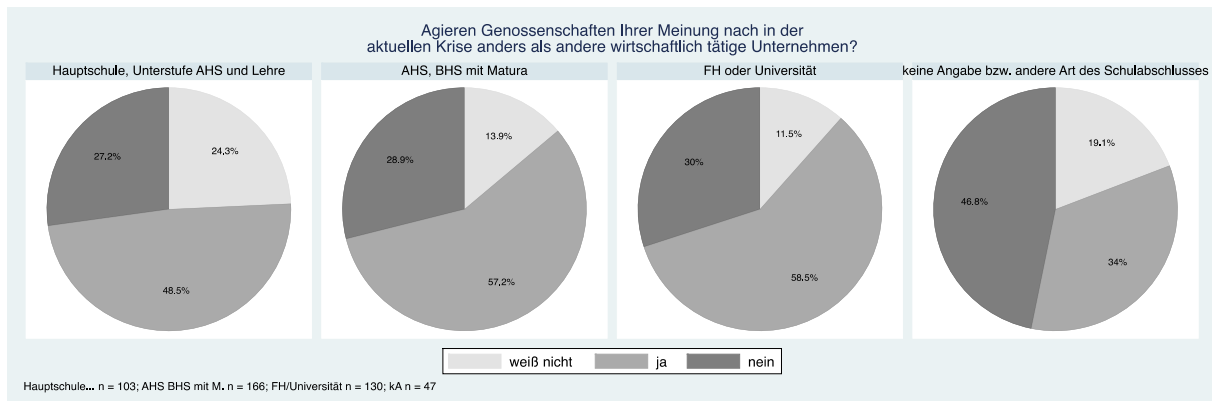


Abbildung 4.2 – 140: Bildung – Agieren Genossenschaften in Krise anders?

Betrachtet man die Aussage hinsichtlich des formal höchsten Bildungsabschlusses der teilnehmenden Genossenschaftsmitglieder, so ist wiederum darauf zu verweisen, dass die Antworten der Personen mit höherem Bildungsabschluss insgesamt positiver sind, als die der Mitglieder mit formal niedrigerem Schulabschluss. So stimmen Personen mit Matura und Fach- bzw. Hochschulabschluss zu über 57% mit „ja“, wenn es um die Frage geht, ob Genossenschaften in der aktuellen Krise anders agieren als andere wirtschaftlich tätige Unternehmen. Bei den Personen mit geringerem Schulabschluss bzw. keinen Angaben oder einer anderen Art des Schulabschlusses sind es unter 50%, wobei bei den Personen, die keine Angaben zu ihrem Schulabschluss machen, die Bewertung noch einmal negativer ausfällt.

h. Größe der Genossenschaft

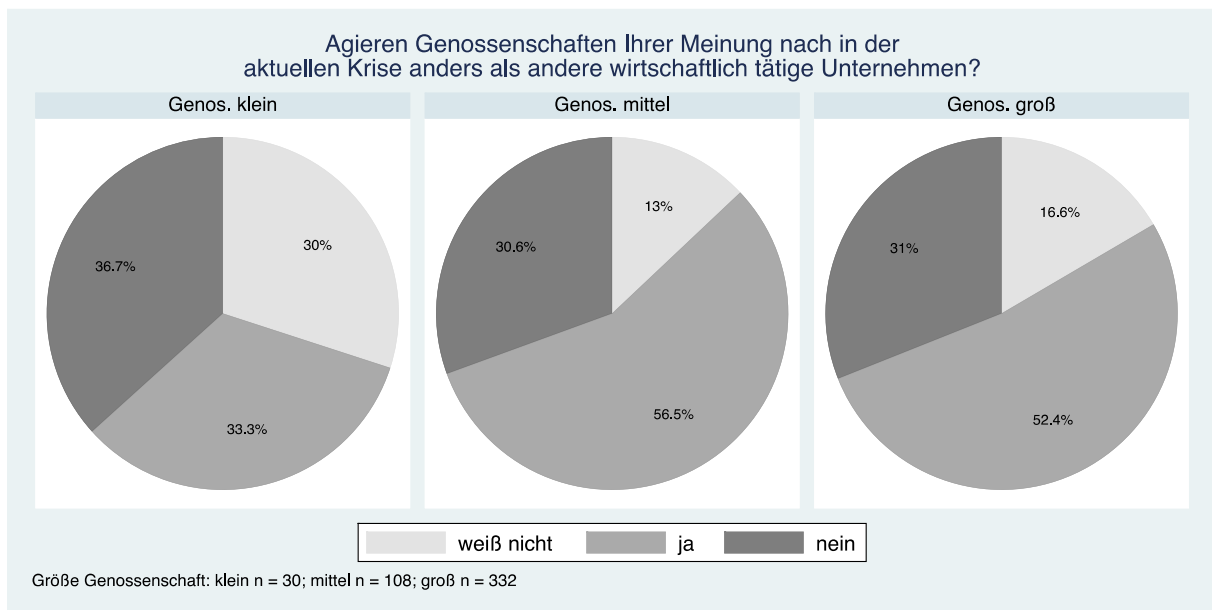


Abbildung 4.2 – 141: Größe Genossenschaft – Agieren Genossenschaften in Krise anders?

Die Aussagen hinsichtlich der Größe der Genossenschaft und der kombinierten Betrachtung: Funktionärinnen und Funktionäre und Größe der Genossenschaft in Abbildung 4.2 – 115 stimmen weitestgehend überein. Kleine Genossenschaften beantworten die Frage eher kritisch, die „nein“-Stimmen überwiegen die „ja“-Stimmen. Bei mittleren und größeren Genossenschaften wird durchaus ein Unterschied von Genossenschaften im Vergleich zu anderen wirtschaftlich tätigen Unternehmen wahrgenommen. Der Anteil der „ja“-Stimmen liegt hier bei jeweils über 50%. Vergleichsweise prozentuell hoch ist bei kleinen Genossenschaften zudem der Anteil an Personen, die mit „weiß nicht“ geantwortet haben, wobei die Stichprobe in diesem Bereich insgesamt relativ gering ist.

Zusammenfassend ist bezüglich der Frage, ob ein anderes Agieren von Genossenschaften in der aktuellen Krise im Vergleich zu anderen Rechtsformen wahrgenommen wird, festzustellen, dass die Hälfte der Genossenschaftsmitglieder eine Unterscheidung wahrnimmt, ca. ein Drittel allerdings keine Abweichungen im Handeln erkennt. Wenig überraschend tritt im Bereich Bauen und Wohnen der Unterschied am größten zutage. Als wesentlich ergeben sich dabei die unterschiedlichen Aussagen von Funktionärinnen und Funktionären und den reinen Mitgliedern. Bei Personen mit offizieller Funktion sieht lediglich knapp die Hälfte ein unterschiedliches Agieren, während es bei den reinen Mitgliedern deutlich mehr sind. Diese Divergenz wird als wesentlich gesehen und sollte weitergehend untersucht werden. Besonders genossenschaftliche Entscheidungsträgerinnen und -träger sollten auf diesen Aspekt besonderes Augenmerk legen.

Frage M.15 – Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

Diese Frage wurde ausschließlich den Personen gestellt, die in der obigen Frage, ob sie ein unterschiedliches Agieren von Genossenschaften im Vergleich zu anderen Rechtsformen in der aktuellen Krise sehen, mit „ja“ geantwortet haben. Ziel dieser Zusatzfrage ist es, das spezifische Agieren der Genossenschaft im Vergleich zu anderen wirtschaftlich tätigen Unternehmen aus Sicht der Mitglieder genauer zu eruieren. Dabei wurden sieben Antwortoptionen gegeben, die sich aus der dem Mitgliederfragebogen vorausgegangenen Delphi-Befragung von Genossenschaftsexpertinnen und -experten ergeben haben. Die Mitglieder waren in dieser Teilfrage dazu aufgerufen, die Aussagen zu kennzeichnen, die ihrer Meinung nach zutreffen, Mehrfachnennungen waren dabei möglich.

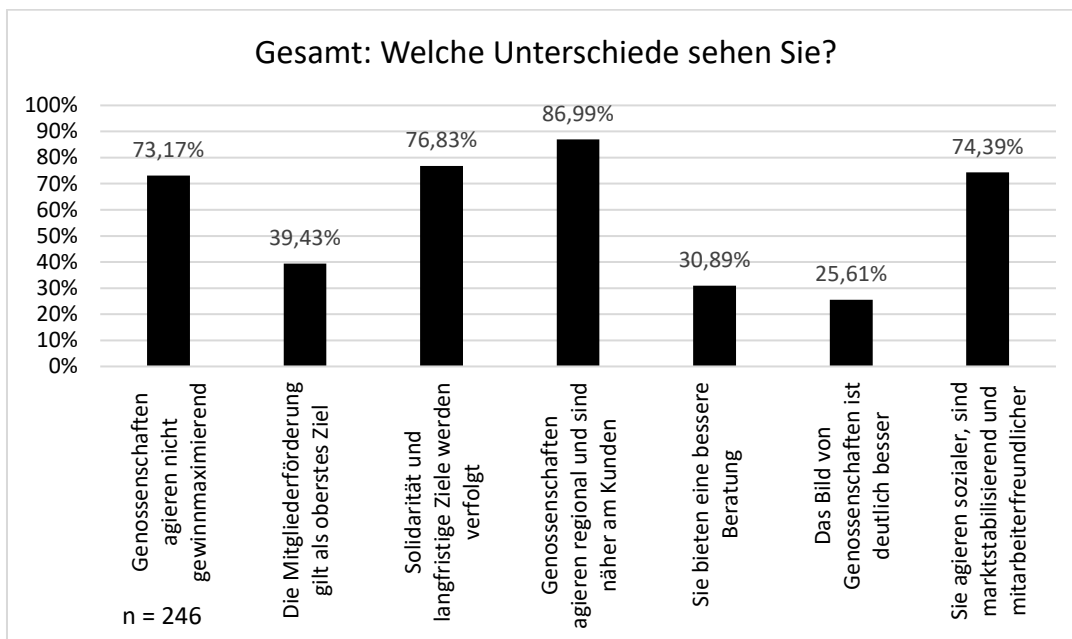


Abbildung 4.2 – 142: Gesamtansicht – Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren

Einen der wesentlichsten Unterschiede bzw. ein wesentliches Merkmal, durch das sich Genossenschaften unterscheiden, wird dabei von 87% im regionalen Agieren von Genossenschaften und ihrer Nähe zum Kunden gesehen. Als weiteres Merkmal werden von 76% die Solidarität und die Verfolgung langfristiger Ziele genannt, gefolgt von der Aussage, dass Genossenschaften sozialer agieren, marktstabilisierend und insgesamt mitarbeiterInnenfreundlicher sind (74,4%). Als viertes bedeutendes Merkmal wurde mit 73,2% die Aussage: „Genossenschaften agieren nicht gewinnmaximierend“ gewählt.

Überraschenderweise werden eher keine Unterscheidungsmerkmale bezüglich Mitgliederförderung, besserer Beratung und besserem Bild nach außen gesehen.

B) Detailauswertung nach Branchen

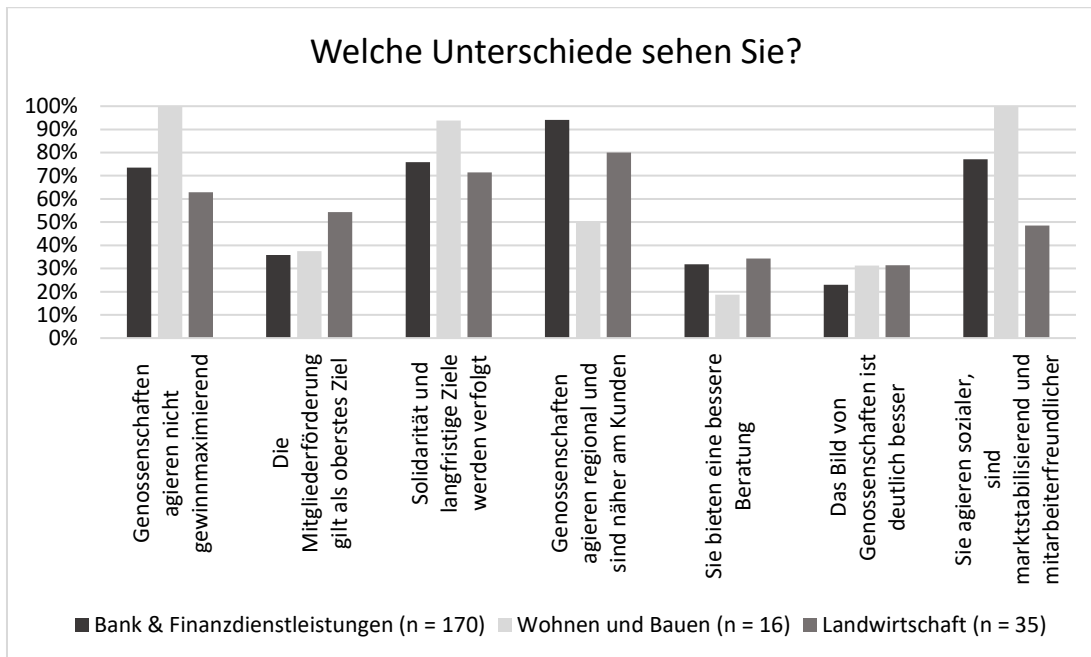


Abbildung 4.2 – 143: Branche – Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren

Bei einer weiteren Aufteilung der gegebenen Antworten nach Branchen bestätigen sich die vier in der Gesamtansicht gegebenen Antworten.

Die höchste Bewertung der Personen aus dem Sektor Bank & Finanzdienstleistungen erreicht die Aussage: „Genossenschaften agieren regional und sind näher am Kunden“ (94,1%). An zweiter Stelle folgt: „Sie agieren sozialer, sind marktstabilisierend und mitarbeiterInnenfreundlicher“ (77,1%). Den dritten Platz nimmt der Punkt „Solidarität und die Verfolgung langfristiger Ziele“ ein (75,9%), während der Punkt: „Genossenschaften agieren nicht gewinnmaximierend“ mit 73,5% auf Platz vier kommt.

Bei der Platzierung im Bereich der landwirtschaftlichen Genossenschaften verändert sich die Reihenfolge. Hier liegt der erste Platz mit 80% ebenfalls bei der Aussage: „Genossenschaften agieren regional und sind näher am Kunden“, doch wird an zweiter Stelle der Punkt: „Solidarität und die Verfolgung langfristiger Ziele“ mit 71,4% Zustimmungsrate genannt. Auf Rang drei folgt mit 62,9% die nicht gewinnmaximierende Ausrichtung der Genossenschaft.

Von jeweils allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern aus dem Sektor Wohnen und Bauen werden die Punkte: „Genossenschaften agieren nicht gewinnmaximierend“ und „Sie agieren sozialer, sind marktstabilisierend und mitarbeiterfreundlicher“ als wesentliche Unterschiede bezeichnet. An zweiter Stelle folgt der Punkt „Solidarität und die Verfolgung langfristiger Ziele“ (93,75%), wobei wiederum auf die geringe Teilnehmendenanzahl verwiesen werden muss.

Somit lässt sich festhalten, dass bei allen drei hier präsentierten Genossenschaftssparten zwar ähnliche Aussagen als wichtig bzw. als bezeichnende Unterschiede wahrgenommen werden, allerdings unterscheiden sich die Aussagen der einzelnen

Mitglieder hinsichtlich der absoluten Bewertung, wobei insgesamt auf die teils geringe Anzahl an antwortenden Personen verwiesen werden muss.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Hinsichtlich einer Unterscheidung nach Alter kommt es zu keinen wesentlichen Veränderungen.

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

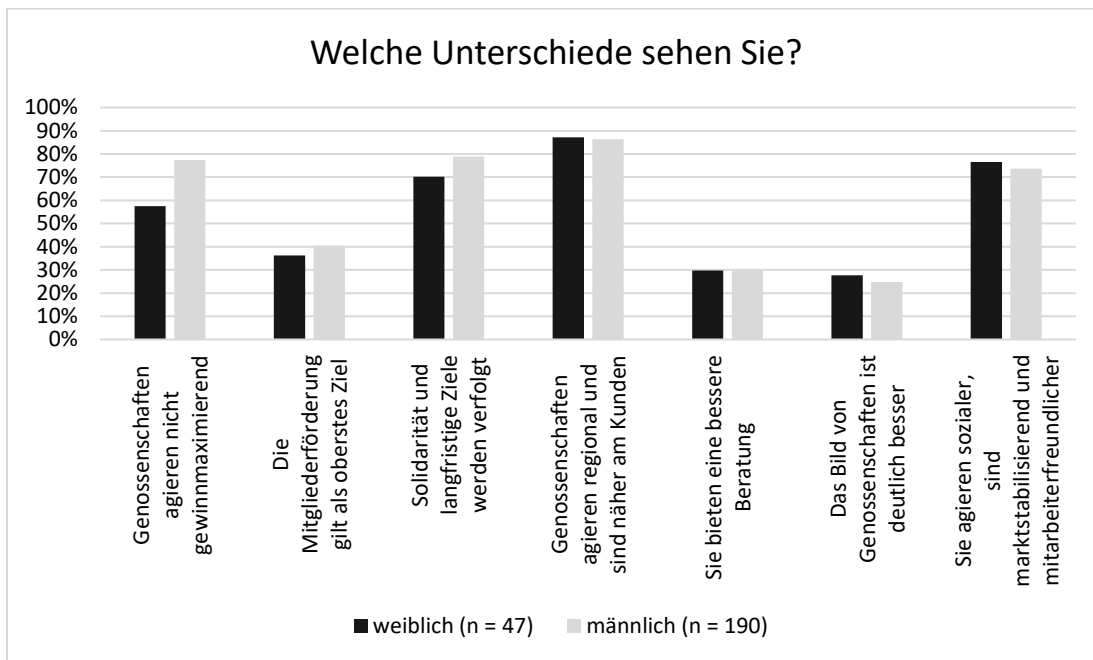


Abbildung 4.2 – 144: Geschlecht – Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren

Unterscheidet man die Aussagen nach Geschlecht, so kommt es zu teils heterogenen Bewertungen der Unterschiede von Genossenschaften und anderen wirtschaftlich tätigen Unternehmen. Der erste Platz wird wie auch in den vorherigen Bewertungen der Aussage: „Genossenschaften agieren regional und sind näher am Kunden“ (87,2% weiblich, 86,3% männlich) zugesprochen. Frauen wählen mit 76,6% die Aussage: „Sie agieren sozialer, sind marktstabilisierend und mitarbeiterfreundlicher“ auf Platz zwei, wohingegen es bei den Männern mit 79% der Kommentar: „Solidarität und die Verfolgung langfristiger Ziele“ ist. Dieser Punkt wird von den weiblichen Genossenschaftsmitgliedern mit 70,2% auf Platz drei gewählt, während bei den männlichen Mitgliedern mit 77,4% die Aussage „Genossenschaften agieren nicht gewinnmaximierend“ als deutliches Unterscheidungsmerkmal auf Platz 3 gewählt wird. Lediglich 57,5% der Frauen sehen diesen Punkt als wesentliches Unterscheidungsmerkmal.

c. Region der Genossenschaft

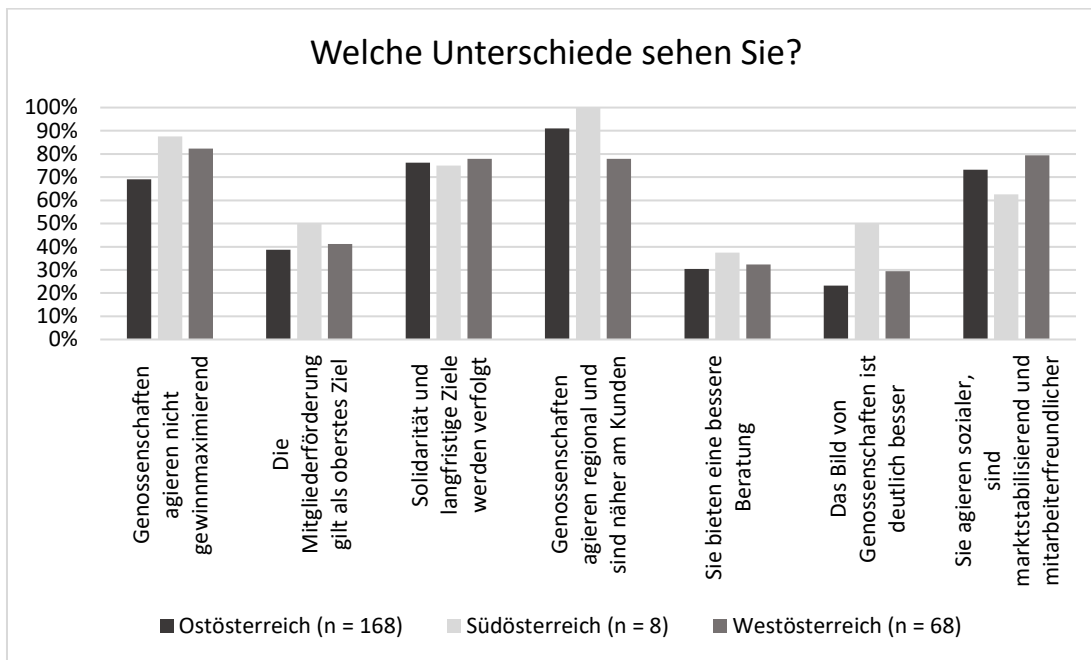


Abbildung 4.2 – 145: Region – Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren

In Bezug auf eine regionale Differenzierung kann Südösterreich aufgrund der geringen Personenanzahl nicht abschließend gewertet werden, doch kommt es in der regionalen Bewertung der einzelnen Aussagen zu geringen Unterschieden zwischen Ost- und Westösterreich. So folgt Ostösterreich im Wesentlichen der Gesamtverteilung, während in Westösterreich mit 82,4% die Aussage: „Genossenschaften agieren nicht gewinnmaximierend“ auf Platz 1 landet. In Westösterreich wird diese Aussage lediglich von 69% als wesentlicher Unterschied genannt und kommt auf Platz vier. An zweiter Stelle folgt für die Genossenschaftsmitglieder in Westösterreich die Aussage: „Sie agieren sozialer, sind marktstabilisierend und mitarbeiterInnenfreundlicher (79,4%)“. In Ostösterreich befindet sich dieser Punkt auf Platz 3 (73,2%). Auf den dritten Platz in der Nennung der wesentlichen Unterschiede von Genossenschaften im Vergleich zu anderen wirtschaftlich tätigen Unternehmensformen landet für Genossenschaftsmitglieder aus Westösterreich mit 77,9% die Aussage: „Solidarität und die Verfolgung langfristiger Ziele“. Die Regionalität der Genossenschaft wird ebenfalls von 77,9% als wesentliches Unterscheidungsmerkmal genannt.

d. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

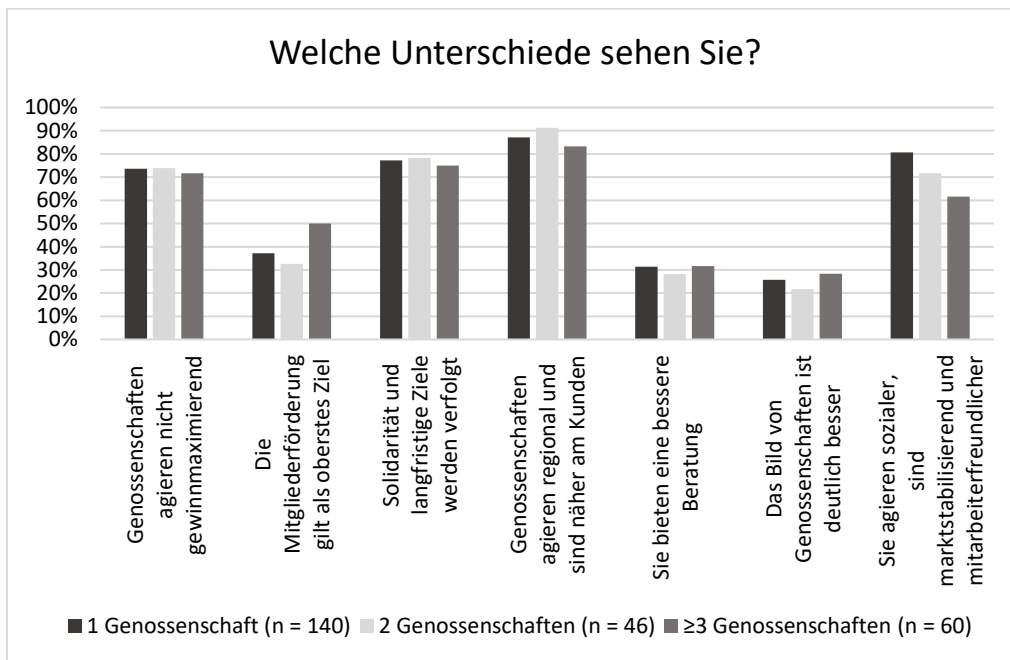


Abbildung 4.2 – 146: Anzahl Mitgliedschaften – Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren

Unterscheidet man nach der Anzahl der Mitgliedschaften, so fällt auf, dass bis auf die Aussage: „Sie agieren sozialer, sind marktstabilisierend und mitarbeiterfreundlicher“ die einzelnen Punkte relativ gleich bewertet werden. Wobei diese letzte Aussage bei den Personen, die Mitglied bei lediglich einer Genossenschaft sind, mit 80,7% diesen Aspekt als wesentlichen Unterschied anführen, womit sie den zweiten Platz besetzt. Anschließend folgt die Aussage: „Solidarität und langfristige Ziele“ mit 77,1%; sie ist bei Personen die in zwei oder mehr Genossenschaften aktiv sind, zweitgereiht (78,3% bzw. 75%). An dritter Stelle kommt hier die Aussage: „Genossenschaften agieren nicht gewinnmaximierend“ mit jeweils 73,9% (Mitgliedschaft bei 2 Genossenschaften) und 71,7% bei drei und mehr Genossenschaftsmitgliedschaften.

e. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

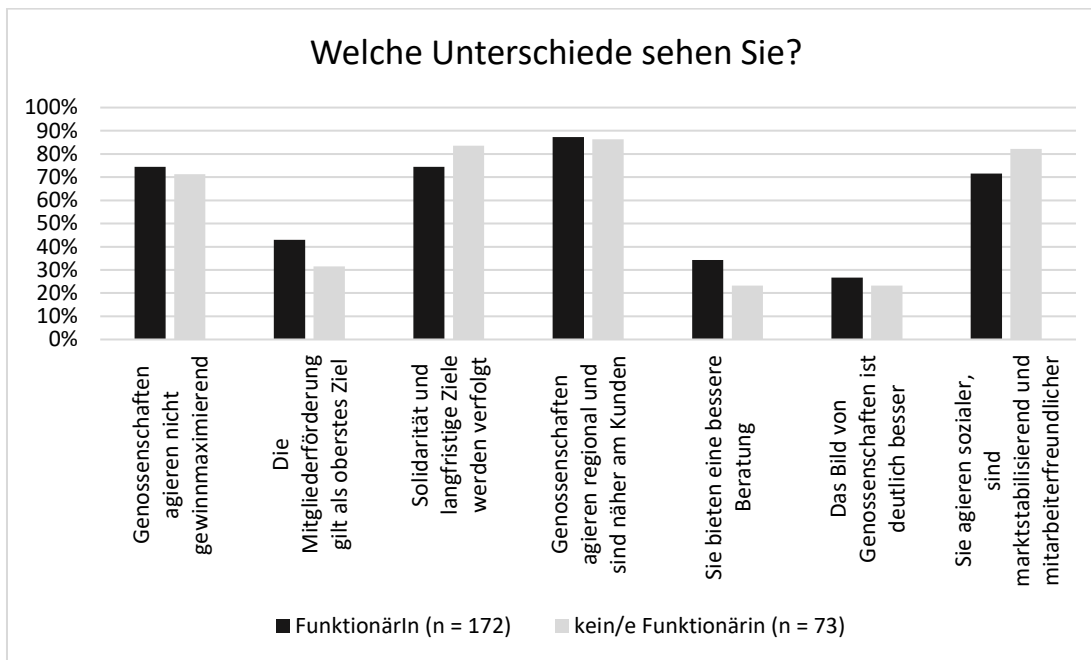


Abbildung 4.2 – 147: FunktionärIn – Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren

Hinsichtlich einer Unterscheidung nach Personen in der Genossenschaft mit offizieller Funktion und den reinen Mitgliedern gibt es ebenfalls leichte Unterschiede. Die große Bedeutung der Regionalität und die Nähe zum Kunden werden von beiden Gruppen an die erste Stelle gewählt. Den zweiten Platz teilen sich bei den Funktionärinnen und Funktionären mit jeweils 74,4% die Aussagen: „Genossenschaften agieren nicht gewinnmaximierend“ und „Solidarität und langfristige Ziele werden verfolgt“. Solidarität und langfristige Zielsetzungen landen auch bei den reinen Mitgliedern auf Platz zwei (83,6%), während den dritten Platz die Aussage: „Sie agieren sozialer, sind marktstabilisierend und mitarbeiterInnenfreundlicher“ mit 82,2% markiert.

f. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

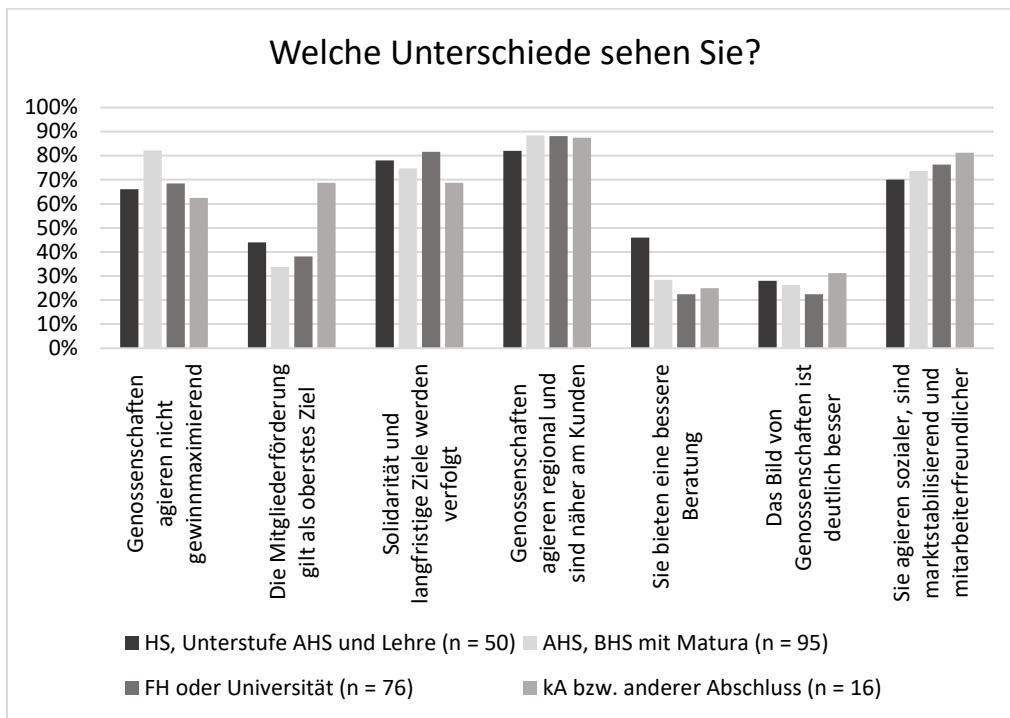


Abbildung 4.2 – 148: Bildung – Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren

Bei einer Unterscheidung nach Art des höchsten Schulabschlusses kommt es zu teils unterschiedlichen Platzierungen. So ist für alle Personen, unabhängig von der Art des Schulabschlusses, die Aussage: „Genossenschaften agieren regional und sind näher am Kunden“ die wichtigste Unterscheidung von anderen wirtschaftlich tätigen Unternehmensformen. Doch ist dies die einzige Gemeinsamkeit zwischen den Platzierungen aller Schulabschlussformen. Für Personen mit Hauptschulabschluss, Unterstufe AHS und Lehre und Personen mit Hochschulabschluss folgt auf Platz zwei mit 78% bzw. 81,6% die Aussage hinsichtlich Solidarität und Verfolgung langfristiger Ziele. Für Personen mit AHS und BHS mit Matura ist die Aussage bezüglich der nicht gewinnmaximierenden Ausrichtung von Genossenschaften mit 82,1% als wesentlicher Unterschied zweitplatziert. Für Personen ohne Schulabschluss bzw. einer anderen Form des Schulabschlusses ist die Aussage: „Sie agieren sozialer, sind marktstabilisierend und mitarbeiterInnenfreundlicher“ an zweiter Stelle. Auch die dritte Platzierung variiert. Für Personen mit Hauptschulabschluss, Unterstufe AHS und Lehre, Matura bzw. einem Hochschulabschluss ist dies die Aussage hinsichtlich eines sozialeren Agierens mit 73,7% bzw. 76,3%. Für Personen ohne Schulabschluss bzw. einer anderen Art des Schulabschlusses sind die zwei Aussagen: „Die Mitgliederförderung gilt als oberstes Ziel“ und „Solidarität und langfristige Ziele werden verfolgt“ mit jeweils 68,8% drittplatziert.

g. Größe der Genossenschaft

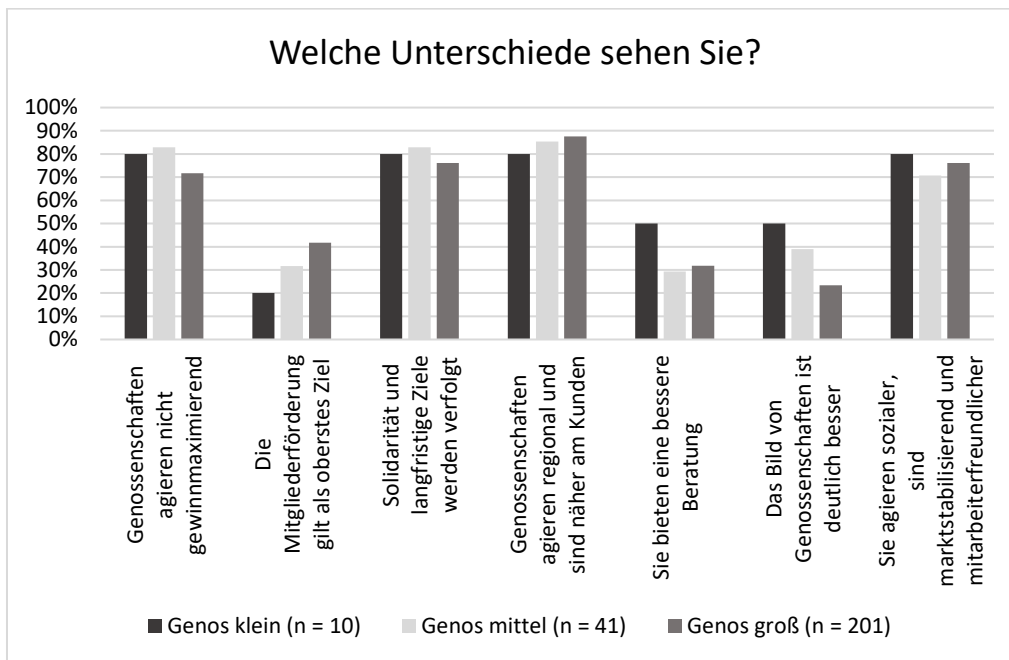


Abbildung 4.2 – 149: Größe Genossenschaft – Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren

Die Größe der Genossenschaft hat ebenfalls eine leichte Auswirkung auf die Nennung von Unterschieden, durch die sich Genossenschaften von anderen wirtschaftlich tätigen Unternehmensformen unterscheiden. Die Angaben kleiner Genossenschaften sind aufgrund der geringen Stichprobengröße (n) nicht für eine weitergehende Erörterung herangezogen worden. Hinsichtlich der Bewertungen der Unterschiede zwischen mittleren und großen Genossenschaften wird der größte Unterschied in ihrem regionalen Aktionsraum und ihrer Nähe zum Kunden gesehen (85,4% und 87,6%). Die zweiten und dritten Plätze unterscheiden sich zwischen mittleren und großen Genossenschaften. Bei ersteren teilen sich die Plätze zwei und drei mit jeweils 76,1% die Aussagen: „Sie agieren sozialer, sind marktstabilisierend und mitarbeiterInnenfreundlicher“ und „Solidarität und langfristige Ziele werden verfolgt“. Bei den großen Genossenschaften teilen sich die Plätze zwei und drei ebenfalls zwei Aussagen: „Solidarität und langfristige Ziele werden verfolgt“ und „Genossenschaften agieren nicht gewinnmaximierend“ mit jeweils 82,9%.

Zusammenfassend ist bezüglich der Unterfrage, welche Unterschiede im Agieren von Genossenschaften im Vergleich zu anderen Rechtsformen gesehen werden, festzuhalten, dass als wichtigstes Unterscheidungsmerkmal die Regionalität, Solidarität und langfristige Ziele, soziale, marktstabilisierende und mitarbeiterInnenfreundliche Haltung sowie eine nicht ausschließliche Gewinnmaximierung genannt werden. Lediglich geringe Unterschiede werden bei Beratung und Bild der Genossenschaften gesehen. Entgegen der Erwartungen wird die Mitgliederorientierung von Genossenschaften ebenfalls nur geringfügig abweichend gesehen, wobei es hier Unterschiede in der Detailauswertung gibt. Eine größere Differenz in der Bewertung des Unterschieds wird von Mitgliedern gesehen, die folgenden Clustern angehören: Landwirtschaft, größere Anzahl der Mitgliedschaften, Funktionärinnen und Funktionäre, geringere formale Bildung und Größe der Genossenschaft. Große Unterschiede hinsichtlich der

Gewinnorientierung werden eher von Männern als von Frauen und von Personen mit AHS oder BHS mit Matura wahrgenommen. Je geringer die Anzahl an Genossenschaftsmitgliedschaften sowie je höher die formale Ausbildung ist, desto größer werden Unterschiede im sozialen, marktstabilisierenden und mitarbeiterInnenfreundlichen Agieren gesehen.

Je geringer die formale Bildung ist, desto höher werden Unterschiede in der Beratung genannt, je kleiner die Genossenschaften sind, umso höher werden Unterschiede im Bild von Genossenschaften attestiert.

Frage M.16 – Keine Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren

Diese Frage wurde ausschließlich den Personen gestellt, die in der obigen Frage M.14, ob sie ein unterschiedliches Agieren von Genossenschaften im Vergleich zu anderen Rechtsformen in der aktuellen Krise sehen, mit „nein“ geantwortet haben. Ziel dieser Zusatzfrage ist es, das spezifische Agieren der Genossenschaft im Vergleich zu anderen wirtschaftlich tätigen Unternehmen aus Sicht der Mitglieder genauer zu eruieren. Dabei wurden sechs Antwortoptionen gegeben, die sich aus der dem Mitgliederfragebogen vorausgegangenen Delphi-Befragung von Genossenschaftsexpertinnen und -experten abgeleitet haben. Die Mitglieder waren in dieser Teilfrage dazu aufgerufen, die Aussagen zu kennzeichnen, die ihrer Meinung nach zutreffen, Mehrfachnennungen waren dabei möglich.

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

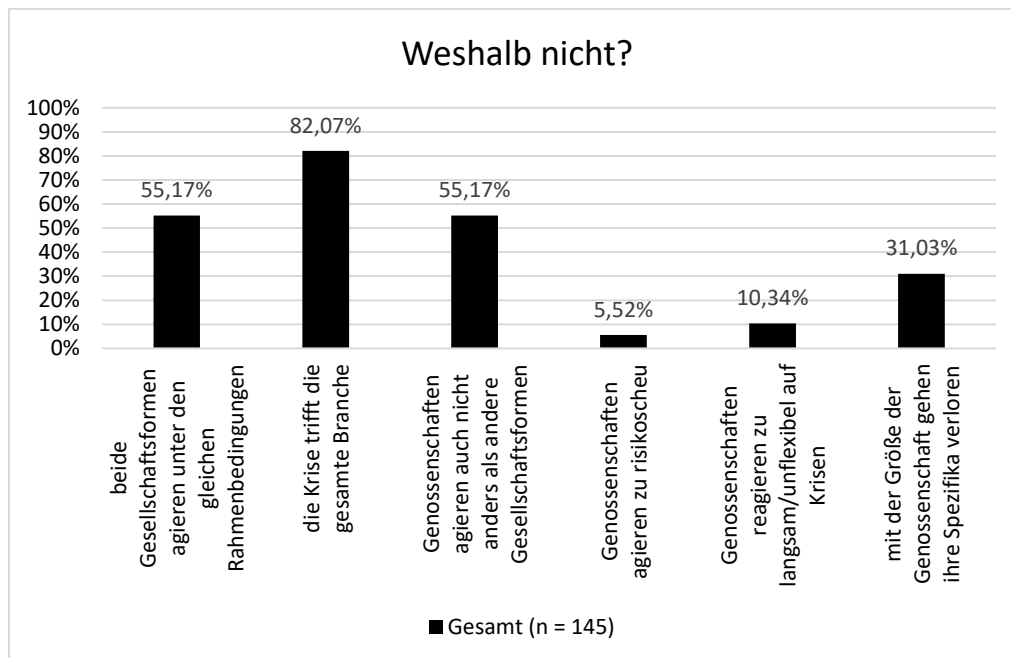


Abbildung 4.2 – 150: Gesamtansicht – Keine Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren

Als Hauptgrund, weshalb sich Genossenschaften in der aktuellen Krise von anderen wirtschaftlich tätigen Unternehmen nicht unterscheiden, wurde der Punkt: „Die Krise trifft die gesamte Branche“ genannt, sprich, dass jedes Unternehmen im gleichen Maß von den Folgen der Krise betroffen ist. Die weiteren Aussagen, die ebenfalls mit über 50% bewertet wurden (jeweils 55,2%), sind: „Beide Gesellschaftsformen agieren unter den gleichen Rahmenbedingungen“ und „Genossenschaften agieren auch nicht anders als andere Gesellschaftsformen“. Auch hier wird die gleiche wirtschaftliche Betroffenheit von Genossenschaften und anderen Unternehmen als Hauptargument angeführt. Interessanterweise wird von 55,2% kein anderes Agieren von Genossenschaften im Vergleich zu anderen Gesellschaftsformen gesehen.

Die Punkte: „Genossenschaften agieren zu risikoscheu“ und „Genossenschaften reagieren langsam/unflexibel auf Krisen“ wurden von nur 5,5% bzw. 10,3% der

Personen, die kein anderes Agieren von Genossenschaften in Krisen sehen, ausgewählt. 31% sehen die genossenschaftlichen Spezifika, je größer die Genossenschaft wird, schwinden. Daraus lässt sich ableiten, dass sie bei kleineren Genossenschaften durchaus eine Unterscheidung im Vergleich zu anderen Wirtschaftsunternehmen sehen.

B) Detailauswertung nach Branchen

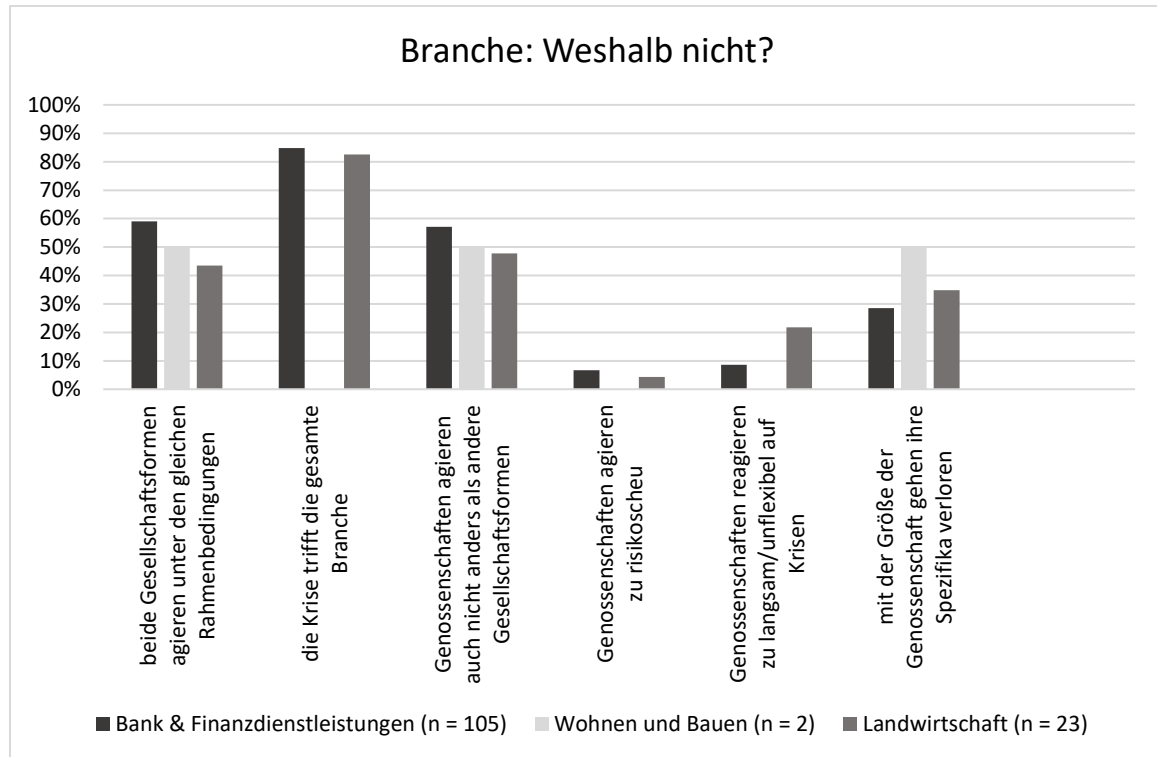


Abbildung 4.2 – 151: Branche – Keine Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren

Da innerhalb der hier ausgewerteten Teilfrage, weshalb das teilnehmende Genossenschaftsmitglied keinen Unterschied im Agieren von Genossenschaften in der aktuellen Krise im Vergleich zu anderen wirtschaftlichen Unternehmen sieht, die Stichprobengröße insgesamt kleiner ist, kann die Aussage in Bezug auf die Branche Wohnen und Bauen nicht ausgewertet werden. Auch im Bereich Landwirtschaft ist die Teilnehmeranzahl relativ gering. Lediglich beim Sektor Bank & Finanzdienstleistungen lässt sich eine höhere Stichprobe finden. Hier wiederum folgt die Auswertung im Wesentlichen der Gesamtansicht. Der Punkt: „Die Krise trifft die gesamte Branche“ wird mit 84,8% am häufigsten gewählt, gefolgt von „Beide Gesellschaftsformen agieren unter den gleichen Rahmenbedingungen“ (59%). Am dritthäufigsten wurde die Antwortoption: „Genossenschaften agieren auch nicht anders als andere Gesellschaftsformen“ mit 57,1% gewählt.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

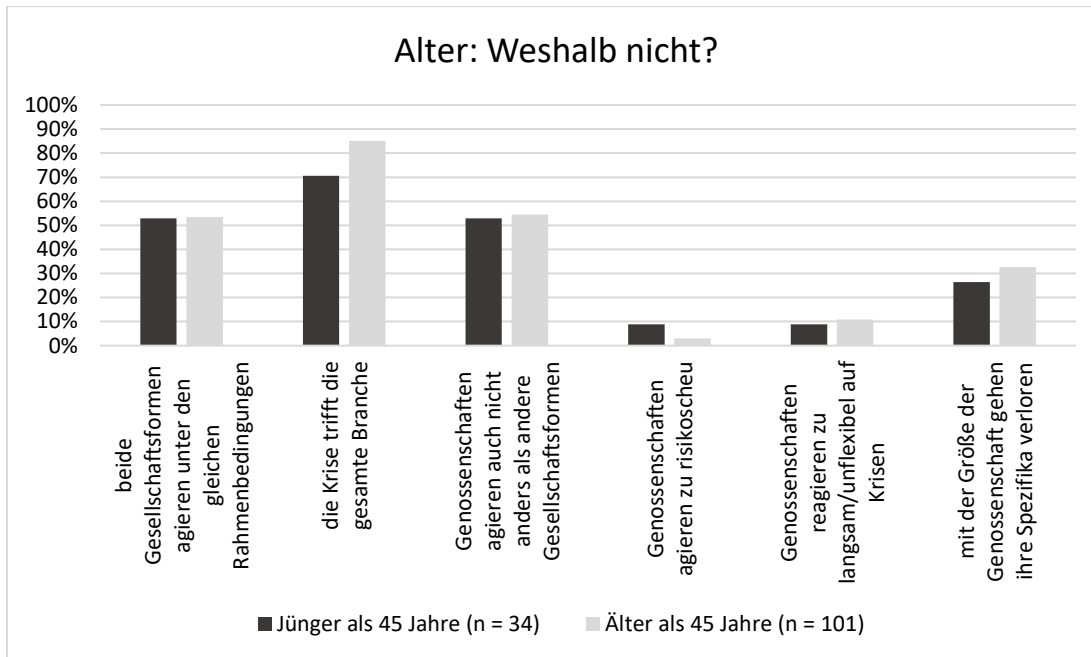


Abbildung 4.2 – 152: Alter – Keine Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren

Bei einer Unterscheidung nach Alter kommt es zu geringen Unterschieden hinsichtlich der prozentuellen Häufigkeit der gewählten Aussagen, doch bleibt die Reihenfolge der Gesamtansicht bestehen. Interessant ist, dass die Aussage: „Genossenschaften agieren auch nicht anders als andere Gesellschaftsformen“ hier lediglich mit sehr geringem Vorsprung zweitgereiht ist. Ältere Mitglieder sehen die Branchenabhängigkeit höher als jüngere Personen.

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

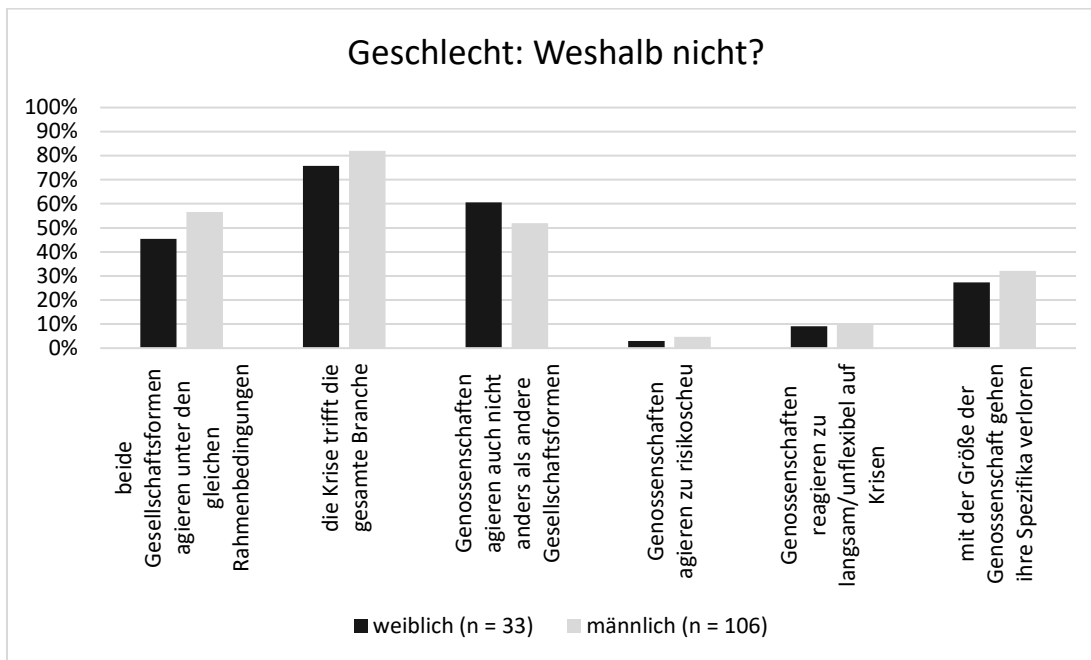


Abbildung 4.2 – 153: Geschlecht – Keine Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren

Bei einer Unterscheidung nach Geschlecht kommt es zu einem Tausch der Plätze zwei und drei. Wird bei den weiblichen Genossenschaftsmitgliedern die Aussage: „Genossenschaften agieren auch nicht anders als andere Gesellschaftsformen“ mit 60,6% auf Platz 2 gewählt, liegt sie bei den Männern mit 51,9% auf Rang drei. Hier belegt mit 56,6% die Aussage: „Beide Gesellschaftsformen agieren unter den gleichen Rahmenbedingungen“ den zweiten Platz (Frauen: 45,5%).

c. Region der Genossenschaft

Hinsichtlich einer Unterscheidung nach Region kommt es zu keinen großen Abweichungen

d. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

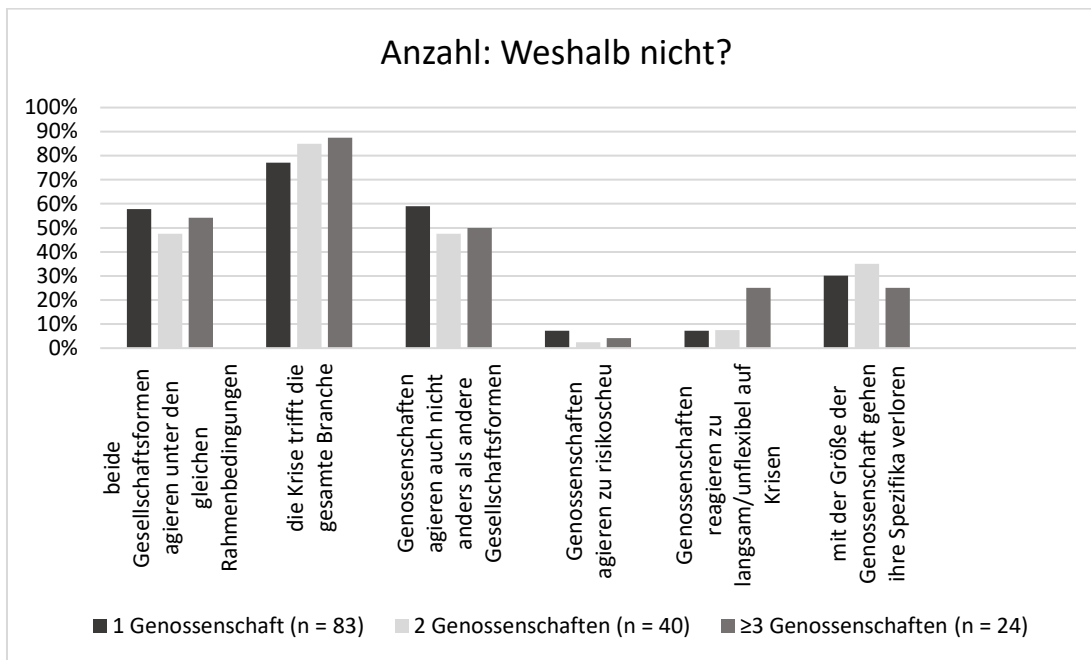


Abbildung 4.2 – 154: Anzahl Mitgliedschaften – Keine Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren

Insgesamt werden fehlende Unterschiede zwischen Genossenschaften und anderen Rechtsformen dadurch argumentiert, dass die Krise die gesamte Branche trifft, wobei Personen mit mehreren Mitgliedschaften diese Antwortoption häufiger wählen. Ungefähr gleich werden die fehlenden Unterschiede aufgrund der gleichen Rahmenbedingungen und grundsätzlich gleichem Verhalten bewertet; vor allem Mitglieder in einer Genossenschaft sehen hier ein eher gleiches Agieren. Auf sehr niedrigem Niveau glauben die Mitglieder mit einer Genossenschaft, dass Genossenschaften genauso langsam und unflexibel auf die Krise reagieren.

e. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

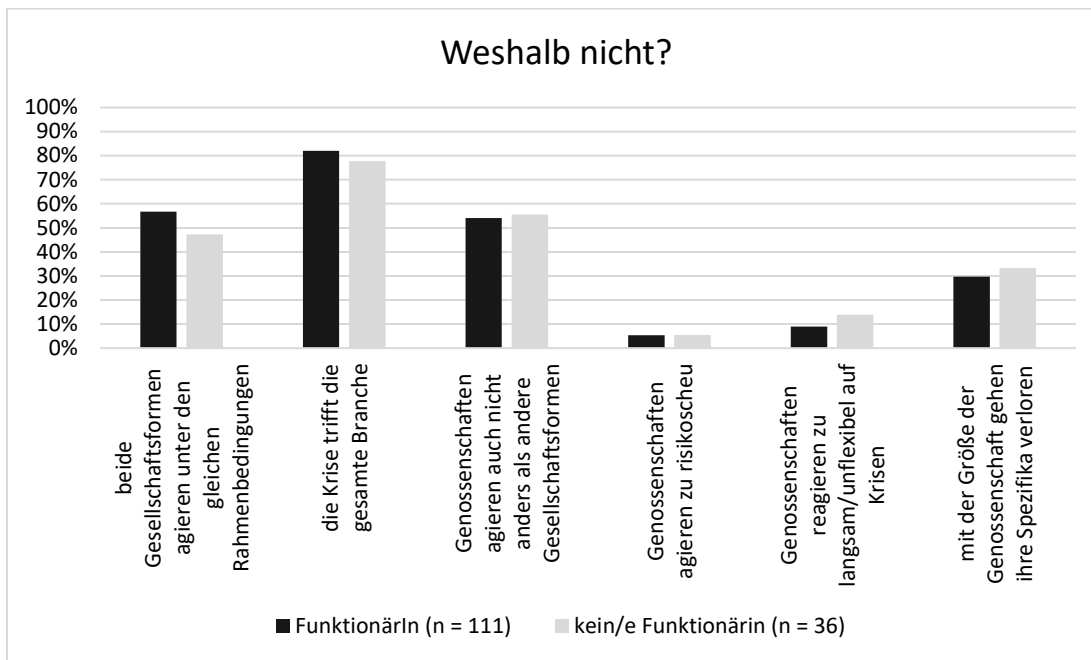


Abbildung 4.2 – 155: FunktionärIn – Keine Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren

Betrachtet man die gewählten Antworten der Personen, die keine Unterschiede im Agieren von Genossenschaften in Krisenzeiten im Vergleich zu anderen Wirtschaftsunternehmen sehen, und unterscheidet man weiters nach ihrer Position in der Genossenschaft, so fällt auf, dass mit 56,8% der Funktionärinnen und Funktionäre im Vergleich zu den reinen Mitgliedern (47,2%) die Antwortmöglichkeit: „Beide Gesellschaftsformen agieren unter den gleichen Rahmenbedingungen“ stark divergiert. Bei den Personen mit offizieller Funktion ist diese Aussage am zweithäufigsten gewählt worden, wohingegen sie bei den Personen ohne offizielle Funktion den dritten Rang belegt. Hier kommt auf den zweiten Platz mit 55,6% die Aussage: „Genossenschaften agieren auch nicht anders als andere Gesellschaftsformen“ (vgl. 54,1% Personen mit offizieller Funktion).

f. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

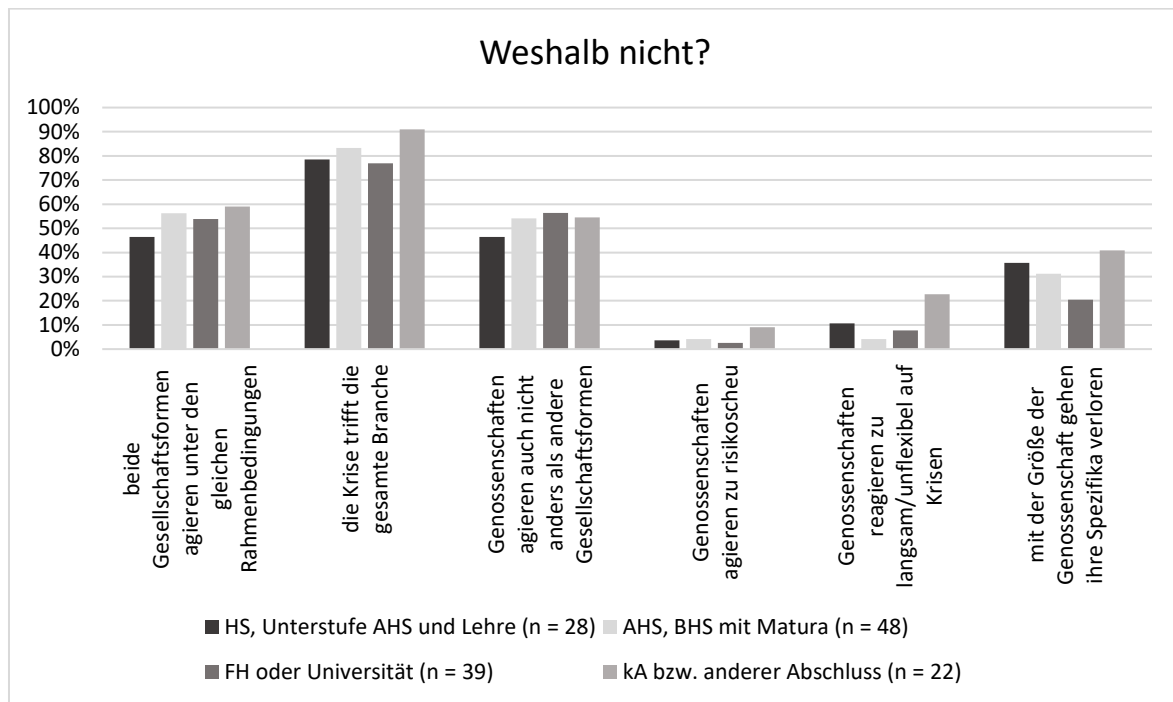


Abbildung 4.2 – 156: Bildung – Keine Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren

Hinsichtlich einer Unterscheidung nach Bildungsabschluss ist das Ergebnis wie auch bei den anderen Differenzierungen nicht ganz eindeutig. So wird die Aussage: „Die Krise trifft die gesamte Branche“ von allen Personen an erste Stelle gewählt, während sich die Plätze zwei und drei jeweils leicht unterscheiden. So wählen 56,3% der Personen mit AHS und BHS mit Matura und 59,1% der Personen ohne Angabe oder einer anderen Form des Schulanschlusses die Aussage: „Beide Gesellschaftsformen agieren unter den gleichen Rahmenbedingungen“ auf Platz zwei, während diese Aussage bei Personen mit Hauptschulabschluss, Unterstufe AHS und Lehre sowie bei Personen mit Hochschulabschluss mit 46,4% und 53,9% auf Rang drei rangiert. Auf Rang zwei fällt bei Personen mit Hochschulabschluss mit 56,4% die Aussage: „Genossenschaften agieren auch nicht anders als andere Gesellschaftsformen“. Bei den Personen mit Hauptschulabschluss, Unterstufe AHS und Lehre liegt der Wert bei 46,4% und damit ebenfalls auf dem zweiten Platz.

g. Größe der Genossenschaft

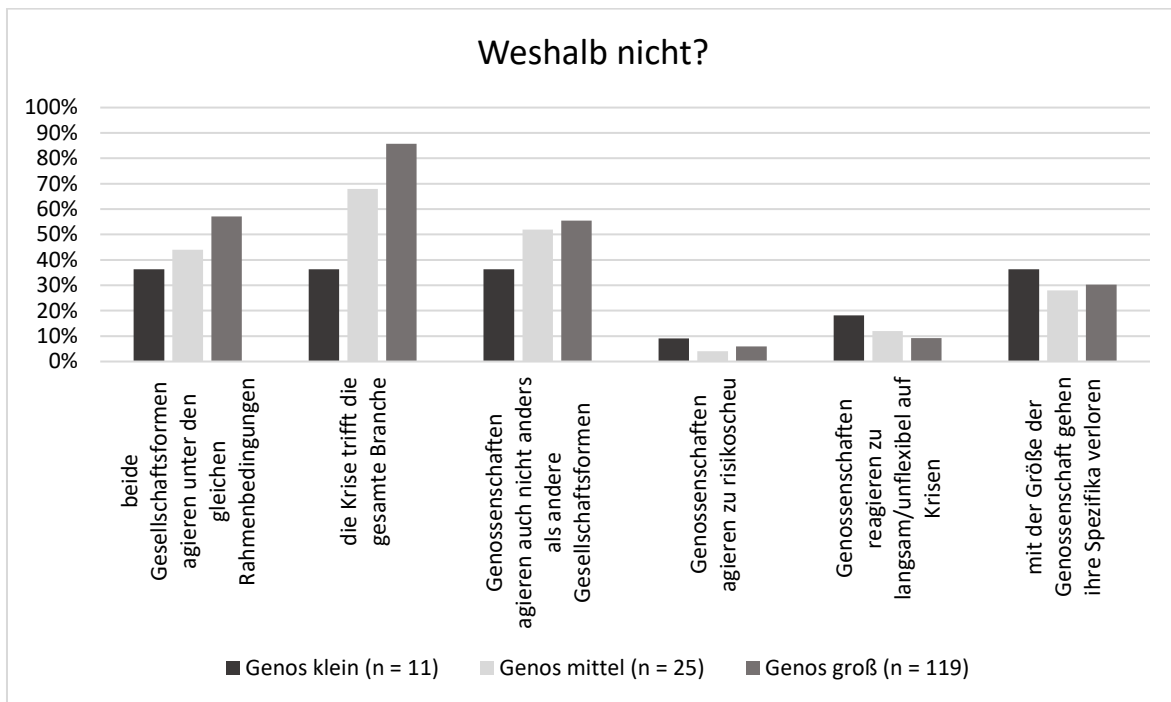


Abbildung 4.2 – 157: Größe Genossenschaft – Keine Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren

Unterscheidet man die Aussagen nach der Größe der Genossenschaft, aus der heraus die einzelnen Mitglieder die Fragen beantworten, so ergibt sich bei kleinen Genossenschaften eine sehr geringe Stichprobenanzahl, weshalb eine nähere Betrachtung hier ausgelassen wird. Bei mittleren und großen Genossenschaften wird die Aussage: „Die Krise trifft die gesamte Branche“ ebenfalls am häufigsten gewählt (68% vs. 85,7%). Am zweithäufigsten wird von Personen aus mittleren Genossenschaften die Aussage: „Genossenschaften agieren auch nicht anders als andere Gesellschaftsformen“ mit 52% gewählt (55,5% große Genossenschaften, Rang drei); auf dem dritten Platz folgt mit 44% die Aussage: „Beide Gesellschaftsformen agieren unter den gleichen Rahmenbedingungen“. Diese Aussage gelangt bei großen Genossenschaften mit 57,1% auf Rang zwei.

Zusammenfassend ist bezüglich der Frage, warum kein unterschiedliches Agieren von Genossenschaften in der Krise im Vergleich zu anderen Rechtsformen gesehen wird, festzustellen, dass die große Mehrheit schlicht die gesamte Branche als betroffen ansieht und sich Genossenschaften deshalb nicht unterscheiden, ebenso werden Rahmenbedingungen und grundsätzlich ähnliches Verhalten für die Nicht-Sichtbarkeit von Unterschieden verantwortlich gemacht. Weniger häufig werden risikoscheues Verhalten, langsame bzw. unflexible Reaktion auf Krisen sowie verschwindende Spezifika aufgrund der Größe als fehlendes Differenzierungsmerkmal genannt.

Die Gesamtschau des Clusters über Unterschiede von Genossenschaften zu anderen Rechtsformen in der Krise zeigt, dass die Mitglieder die Rechtsform der Genossenschaft als grundsätzlich geeignet zur Überwindung von Krisen anerkennen, jedoch die jetzigen Ausprägungen einer Strukturerneuerung bedürfen. Es werden gegenüber anderen Organisationen abweichende Handlungsmuster und Strategien vor allem in den Bereichen Regionalität, Solidarität und langfristige Ziele, sozial-nicht gewinnmaximierende,

marktstabilisierende und mitarbeiterInnenfreundliche Haltungen wahrgenommen, überraschenderweise nicht bezüglich Mitgliederorientierung, wie auch bereits in den Kapiteln 4.2.3/4 festgestellt wurde. In diesem Cluster treten zwischen den beobachteten Gruppen signifikante Unterschiede auf, sodass eine einheitliche Gesamtaussage nicht über eine allgemeingültige Aussage verfügt.

4.2.5. Potenziale

Kapitel 4.2.5. fasst folgende Fragen der Mitgliederbefragung zusammen:

- Frage M.17: „Glauben Sie, dass Genossenschaften während einer Krise durch ihre Regionalität profitieren?“
- Frage M.18: „Glauben Sie, dass die Regionalität von Genossenschaften...“
- Frage M.19: „Glauben Sie, dass dieser Trend auch nach der Krise anhält?“
- Frage M.20: „Welche genossenschaftlichen Wirtschaftsbereiche werden Ihrer Ansicht nach im Zuge der Krise an Bedeutung gewinnen, verlieren oder gleich bleiben?“
- Frage M.21: „Auf welche Bereiche sollte die Genossenschaft, in der Sie hauptsächlich aktiv sind, in Folge der Krise besonders Wert legen?“
- Frage M.22: „Welche neuen Geschäftsfelder für Genossenschaften könnten in Zeiten der Krise oder kurz danach entstehen?“

Das Ziel des Clusters ist eine Erhebung, welche Potenziale Mitglieder für Genossenschaften allgemein und für ihre Genossenschaft während einer Krise identifizieren. Anhand detaillierter Vorgaben werden spezifische Wirtschaftsbereiche und Branchen adressiert. Die entsprechenden Fragen und deren Unterpunkte korrespondieren dabei mit den Fragen D.8, D.10 und D.11 der Delphi-Studie in Kapitel 4.1.5.

Frage M.17 – Profitieren Genossenschaft in der Krise durch Regionalität?

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

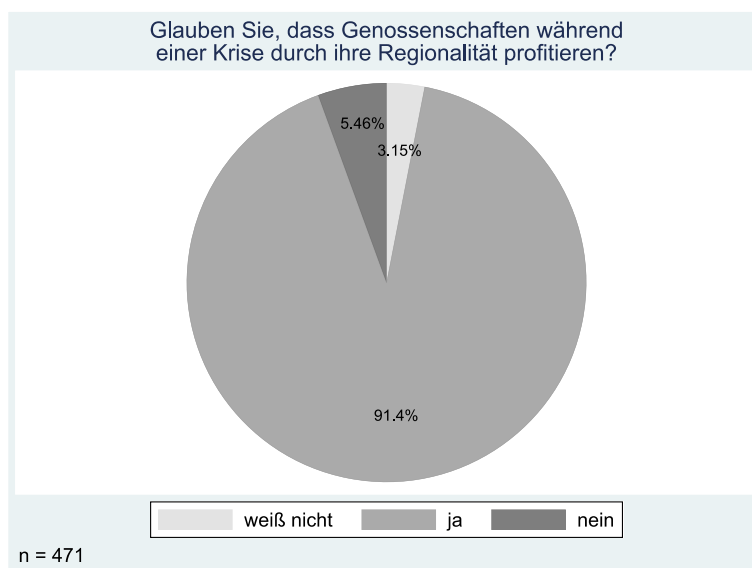


Abbildung 4.2 – 158: Gesamtansicht – Profitieren Genossenschaft in der Krise durch Regionalität?

Auf die Frage hin, ob Genossenschaften während einer Krise durch ihre Regionalität profitieren, fällt die Antwort in der allgemeinen Betrachtung sehr eindeutig aus. So antworten über 90% mit „ja“ (91,4%) und sehen damit eine regionale Ausrichtung von Genossenschaften in Krisenzeiten als gewinnbringend. Mit „nein“ stimmen ca. 5,5% der 471 Personen, die die Frage beantworteten. Die dritte Antwortoption „weiß nicht“ wird von 3,15% der teilnehmenden Personen gewählt.

B) Detailauswertung nach Branchen

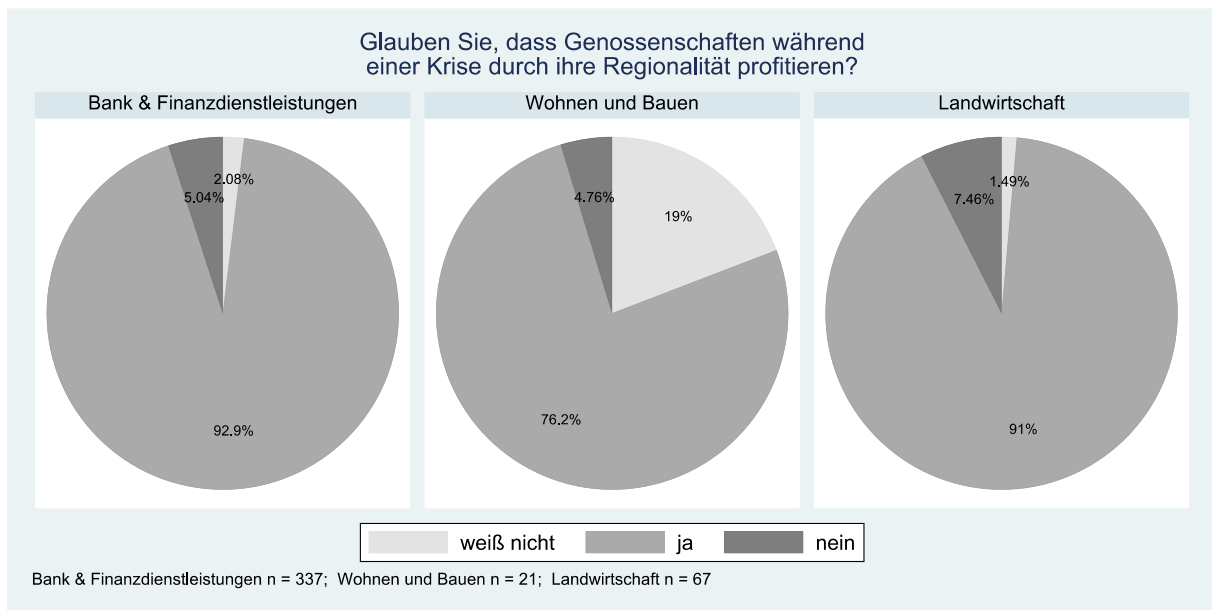


Abbildung 4.2 – 159: Branche – Profitieren Genossenschaft in der Krise durch Regionalität?

Unterscheidet man die Aussagen nach Branchenherkunft, aus der heraus die einzelnen Personen die Frage beantworten, so ist insgesamt der Anteil an „ja“-Stimmen überall dominierend, wobei im Bereich Landwirtschaft der Anteil an Personen, die mit „nein“ stimmen, prozentuell mit 7,5% im Vergleich zu ca. 5% leicht höher ist. Auffallend ist im Bereich Wohnen und Bauen der prozentuell hohe Anteil an Personen, die mit „weiß nicht“ stimmen (19%). So wird die Frage, ob Genossenschaften während einer Krise durch ihre Regionalität profitieren, hier etwas seltener gesehen. Der Anteil an „ja“-Stimmen dominiert dennoch mit 76,2%, doch ist die Aussage aufgrund der geringen Stichprobenanzahl nicht abschließend zu beantworten.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Hinsichtlich einer Unterscheidung des Alters gibt es keine wesentlichen Unterschiede.

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

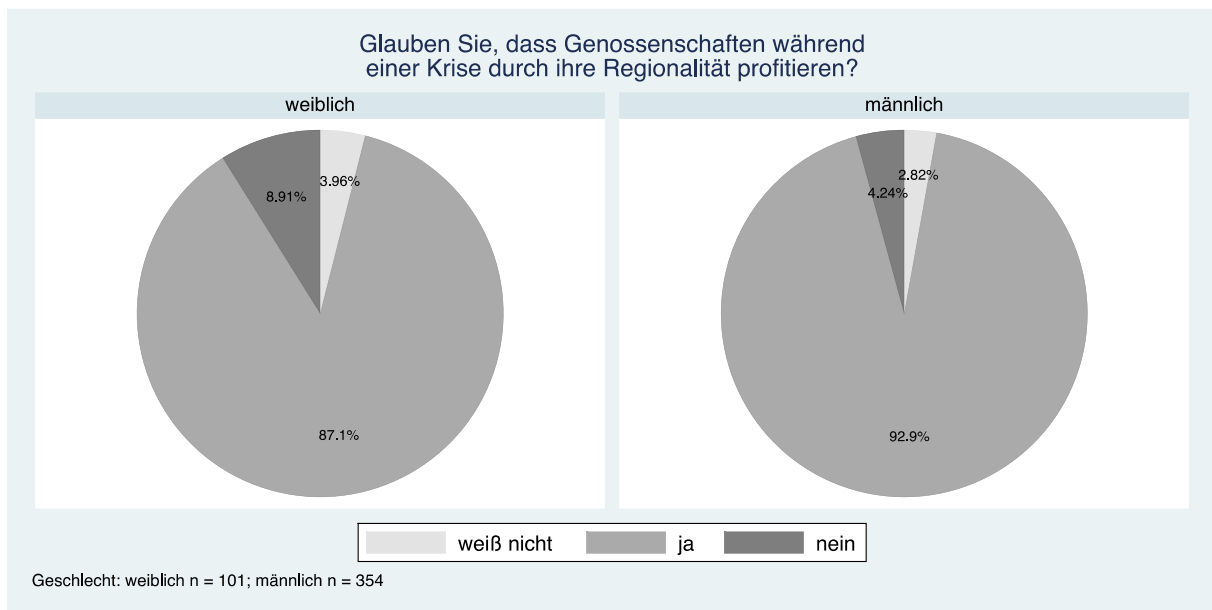


Abbildung 4.2 – 160: Geschlecht – Profitieren Genossenschaft in der Krise durch Regionalität?

Teilt man die Antworten auf die Frage, ob die befragte Person glaubt, dass Genossenschaften während einer Krise durch ihre Regionalität profitieren, nach Geschlecht, so fällt der prozentuell doppelt so hohe Anteil an „nein“-Stimmen bei den weiblichen Genossenschaftsmitgliedern auf. Hier antworten 8,9% der Frauen mit „nein“, bei den Männern 4,2%. Der Anteil an „ja“-Stimmen verringert sich entsprechend, 87,1% weiblich, 92,9% männlich.

c. Region der Genossenschaft

Differenziert man die Antworten nach NUTS-1-Regionen in Ost- Süd- und Westösterreich, so ergeben sich keine wesentlichen Unterschiede in der Bewertung der Frage.

d. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Eine Unterscheidung nach der Anzahl an Genossenschaftsmitgliedschaften zeigt ebenfalls keine großen Unterschiede. Lediglich der prozentuelle Anteil an „weiß nicht“-Stimmen variiert leicht und ist bei Personen, die Mitglied bei zwei Genossenschaften sind, mit ca. 1% am geringsten. Bei den Personen mit einer Mitgliedschaft oder drei und mehr liegt der Anteil bei ca. 4%.

e. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

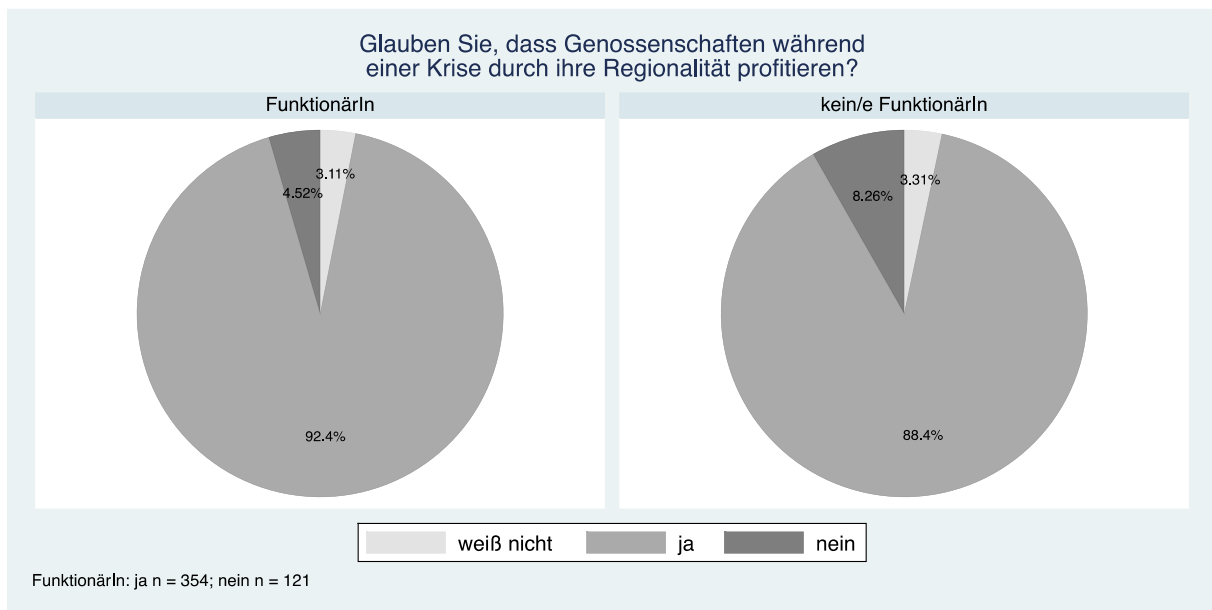


Abbildung 4.2 – 161: FunktionärIn – Profitieren Genossenschaft in der Krise durch Regionalität?

Die Unterscheidung nach der Position innerhalb der Genossenschaft zeigt eine Abweichung der Bewertung, ob eine Genossenschaft während einer Krise durch ihre Regionalität profitiert. So antworten 4,5% der befragten Personen mit offizieller Position auf die Frage mit „nein“, während es bei reinen Mitgliedern, 8,3% sind.

f. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

In Bezug auf eine Unterscheidung nach höchstem Schulabschluss kommt es zu keinen wesentlichen Abweichungen zwischen den einzelnen Bildungsclustern.

g. Größe der Genossenschaft

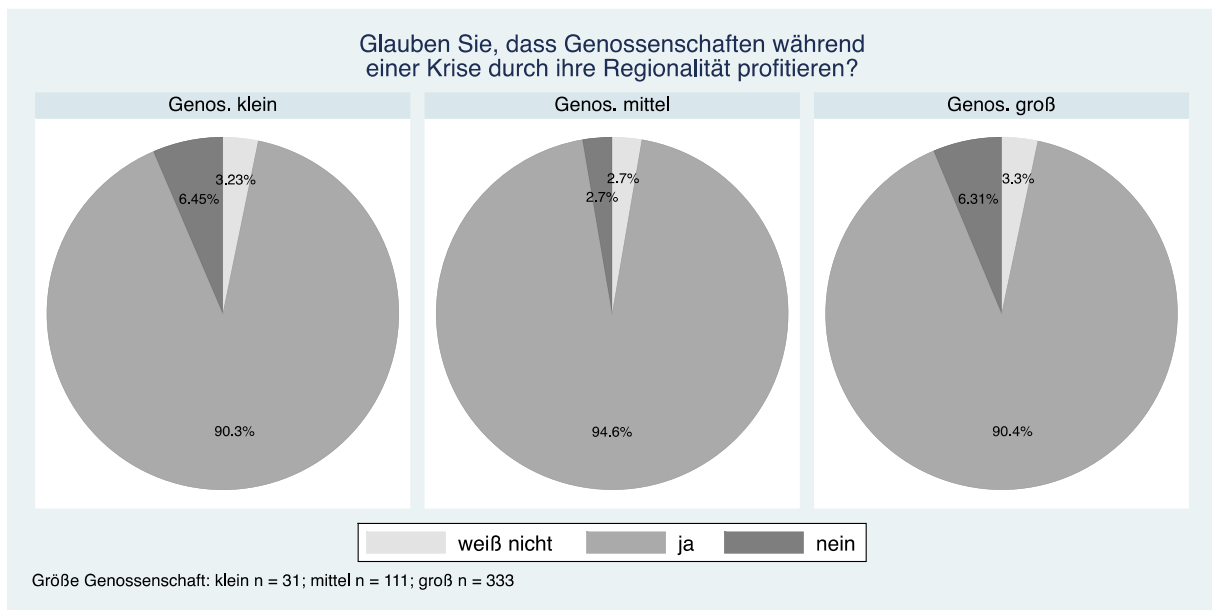


Abbildung 4.2 – 162: Größe Genossenschaft – Profitieren Genossenschaft in der Krise durch Regionalität?

Betrachtet man die Aussagen hinsichtlich einer Differenzierung nach der Größe der Genossenschaft, in der die teilnehmenden Personen Mitglied sind, so fällt auf, dass das Antwortverhalten bei kleinen und großen Genossenschaften relativ gleich ausfällt und im Wesentlichen der Gesamtbetrachtung entspricht, mit etwas höherem Anteil an „nein“-Stimmen, (6,5% kleine Genossenschaften, 6,3% große Genossenschaften). Ein deutlich geringerer Anteil an „nein“-Stimmen ist dagegen bei Personen zu finden, die in einer mittelgroßen Genossenschaft aktiv sind. Hier liegt der prozentuelle Anteil an „ja“-Stimmen bei 94,6%, „nein“-Stimmen bei 2,7%.

Zusammenfassend ist bezüglich der Frage, ob die Genossenschaftsmitglieder glauben, dass Genossenschaften während einer Krise durch ihre Regionalität profitieren, festzustellen, dass der überwiegende Anteil an Mitgliedern die Regionalität von Genossenschaften als großen Vorteil während einer Krise erachtet. Geringfügig skeptischer sind lediglich Frauen und Personen ohne offizielle Funktion, geringfügig optimistischer bezüglich der Regionalität sind Mitglieder in mittelgroßen Genossenschaften.

Frage M.18 – Auswirkungen von Regionalität auf Genossenschaften

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

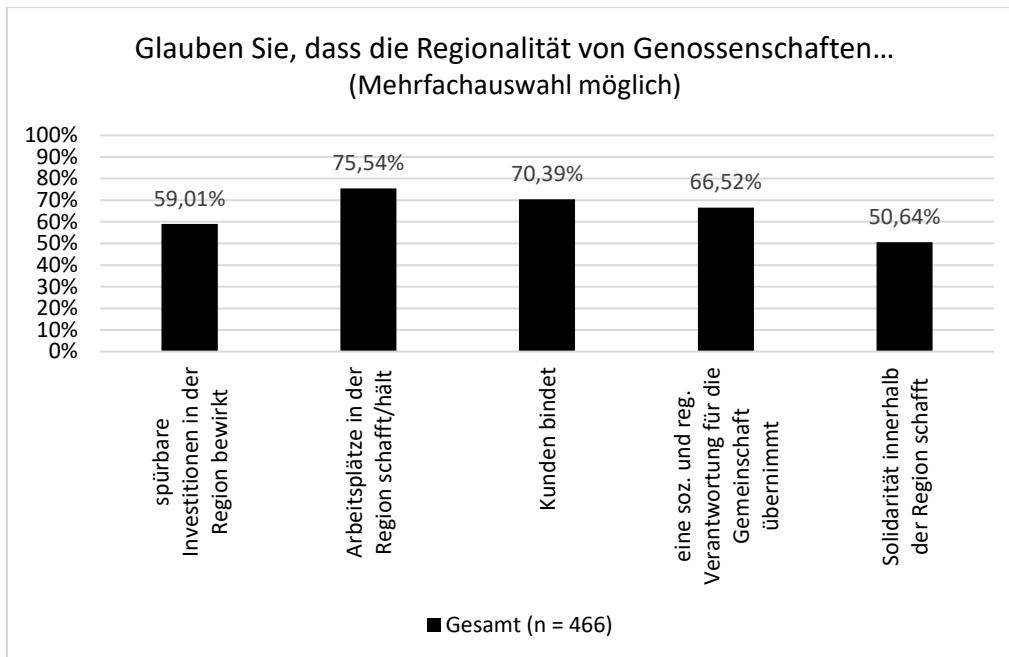


Abbildung 4.2 – 163: Gesamtansicht – Auswirkungen von Regionalität auf Genossenschaften

Befragt man die Mitglieder tiefergehend in Bezug auf Genossenschaften und Regionalität und welchen der in der Delphi-Befragung von Genossenschaftsexpertinnen und -experten getroffenen Aussagen sie zustimmen, so liegt der höchste Zustimmungswert mit 75,5% bei der Antwortmöglichkeit: „Die Regionalität von Genossenschaften schafft/hält Arbeitsplätze in der Region“. Den zweithöchsten prozentuellen Wert erreicht die Aussage: „Die Regionalität von Genossenschaften bindet Kunden“. Diese Antwortmöglichkeit wird von 70,4% aller Genossenschaftsmitglieder, die eine der angegebenen Antworten ausgewählt haben, gewählt. 66,5% glauben, dass die „Regionalität von Genossenschaften eine soziale und regionale Verantwortung für die Gemeinschaft übernimmt“. 59% der Mitglieder glauben, dass die „Regionalität von Genossenschaften spürbare Auswirkungen auf Investitionen in der Region hat“. 50,6% geben an, dass sie „Solidarität innerhalb der Region schafft“.

B) Detailauswertung nach Branchen

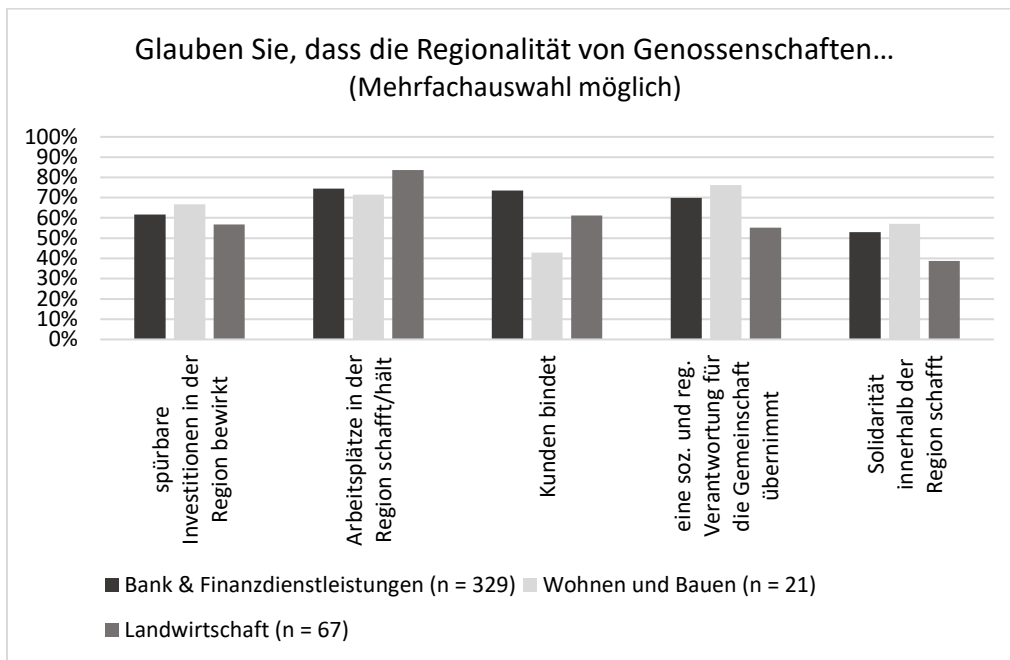


Abbildung 4.2 – 164: Branche – Auswirkungen von Regionalität auf Genossenschaften

Die Antworten in Bezug auf eine Differenzierung nach Genossenschaftsbranche entspricht bei einer Betrachtung der Branche Banken & Finanzdienstleistungen im Wesentlichen der Gesamtansicht.

Genossenschaftsmitglieder aus dem Sektor Wohnen und Bauen glauben mit 76,2%, dass die Regionalität von Genossenschaften eine soziale und regionale Verantwortung für die Gemeinschaft übernimmt. 71,4% glauben, dass sie Arbeitsplätze in der Region schafft/hält, 66,7%, dass sie spürbare Investitionen in der Region bewirkt, 57,1%, dass sie Solidarität innerhalb der Region schafft. Lediglich 42,9% glauben hier, dass die Regionalität von Genossenschaften Kunden bindet.

Mitglieder aus landwirtschaftlichen Genossenschaften kommen ebenfalls zu ähnlichen Ergebnissen, doch glauben hier 83,6%, dass die Regionalität von Genossenschaften Arbeitsplätze in der Region schafft/hält. 61,2% geben an, die Regionalität von Genossenschaften binde Kunden. 56,7% glauben, dass sie spürbare Investitionen in der Region bewirkt. Ebenfalls über 50% (55,2%) glauben, dass sie eine soziale und regionale Verantwortung für die Gemeinschaft übernimmt, jedoch glauben nur 38,8% der antwortenden Mitglieder aus dem Landwirtschaftsbereich, dass sie Solidarität innerhalb der Region schafft.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

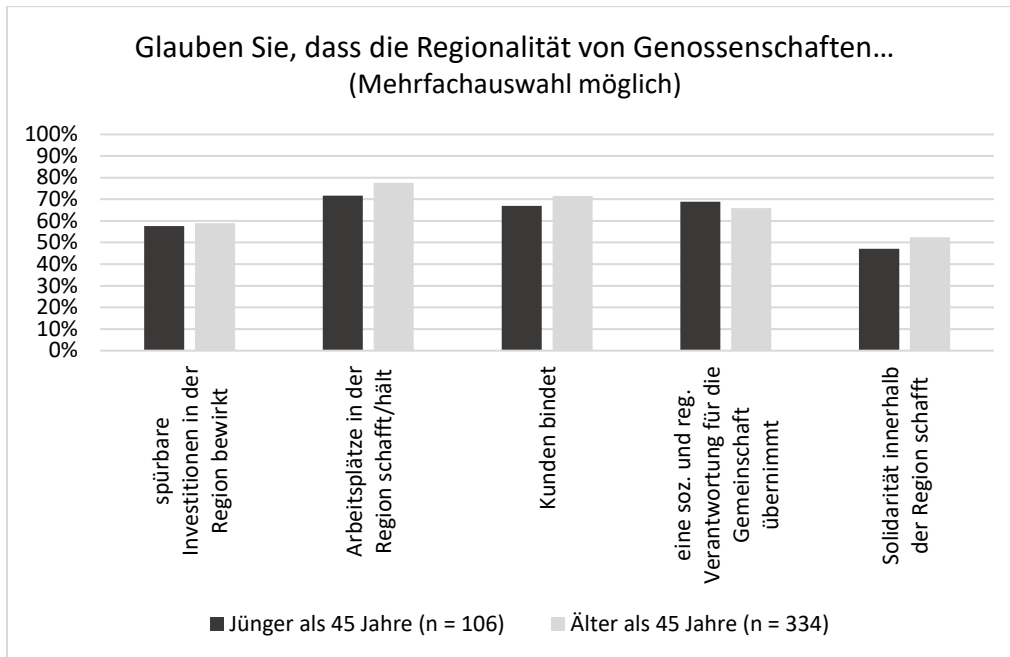


Abbildung 4.2 – 165: Alter – Auswirkungen von Regionalität auf Genossenschaften

Bei einer Unterscheidung nach Alter kommt es zu geringen Abweichungen. So folgt die Einschätzung älterer Genossenschaftsmitglieder zwar im Wesentlichen der allgemeinen Betrachtung, bei jüngeren Personen kommt es aufgrund von geringen prozentuellen Unterschieden zu einem Tausch der Platzierungen 2 und 3. So wählen sie mit 68,9% die Aussage, dass die Regionalität von Genossenschaften eine soziale und regionale Verantwortung für die Gemeinschaft übernimmt, auf Platz 2. Auf Platz 3 landet die Aussage, dass die Regionalität Kunden bindet (67%).

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

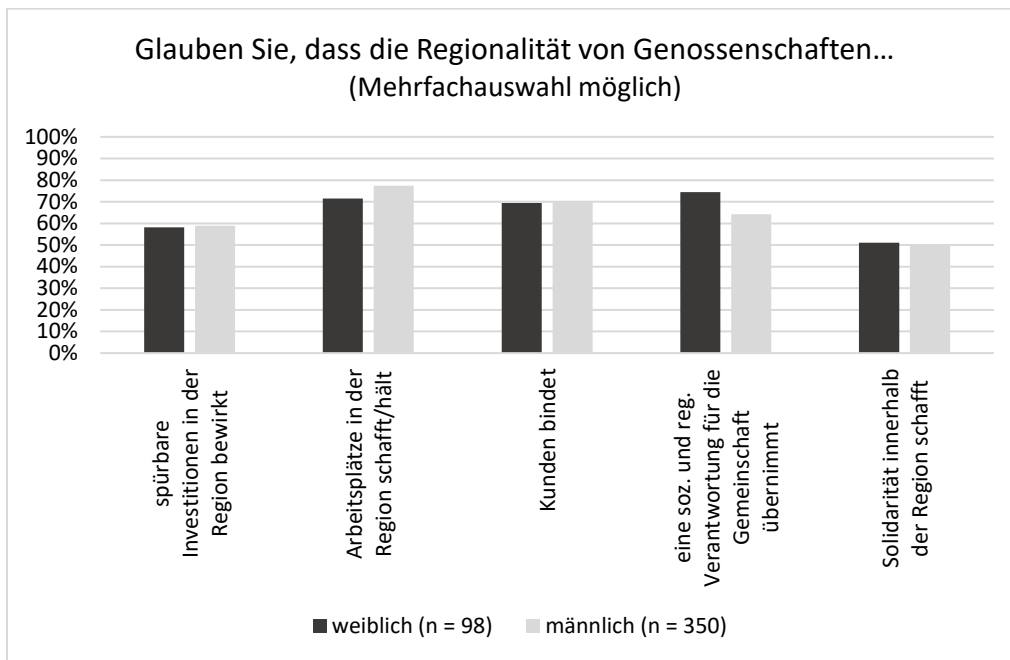


Abbildung 4.2 – 166: Geschlecht – Auswirkungen von Regionalität auf Genossenschaften

Werden die Aussagen nach Geschlecht differenziert, so folgt die Meinung der männlichen Genossenschaftsmitglieder insgesamt der allgemeinen Betrachtung. Frauen weichen von dieser ab: Am häufigsten wird von Frauen die Aussage, die „Regionalität von Genossenschaft übernimmt eine soziale und regionale Verantwortung für die Gemeinschaft“ gewählt (74,5%), mit 71,4% die Schaffung/Erhaltung von Arbeitsplätzen, und 69,3% sind der Meinung, dass die Regionalität von Genossenschaften Kunden bindet.

d. Region der Genossenschaft

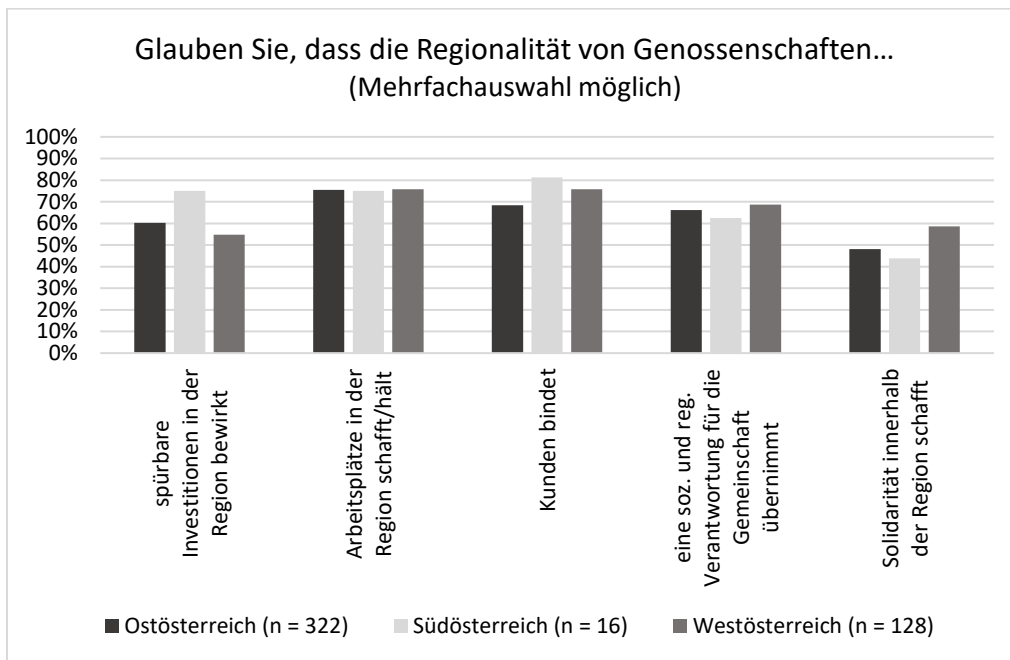


Abbildung 4.2 – 167: Region – Auswirkungen von Regionalität auf Genossenschaften

Die Verteilung der Antworten nach Region zeigt ebenfalls leichte Unterschiede. So folgt Ostösterreich der allgemeinen Betrachtung, während Westösterreich außer im Bereich der Investitionen der Regionalität ein geringfügig höheres Gewicht zuschreibt. Für Südösterreich ist der Stichprobenanteil sehr gering, weshalb hier auf eine detaillierte Auswertung verzichtet wird.

In Ostösterreich wird, der Gesamtbetrachtung folgend, die Aussage: „Die Regionalität von Genossenschaften schafft/hält Arbeitsplätze in der Region“ mit 75,5% am häufigsten gewählt. Auch in Westösterreich wird diese Aussage mit 75,8% auf den ersten Platz gewählt. Die Aussage: „Die Regionalität von Genossenschaften bindet Kunden“ wird jedoch ebenfalls von 75,8% aller teilnehmenden Genossenschaftsmitglieder aus Westösterreich gewählt, weshalb diese zwei Aussagen jeweils Erstplatziert sind. 58,6% sehen, dass die „Regionalität von Genossenschaften Solidarität innerhalb der Region schafft“, während es bei Personen aus Ostösterreich 48,1% sind. Weiters wird die Aussage, dass die „Regionalität spürbare Investitionen in der Region bewirkt“, von 54,7% der Personen aus Westösterreich genannt, während dieser Wert in Ostösterreich bei 60,3% liegt.

e. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

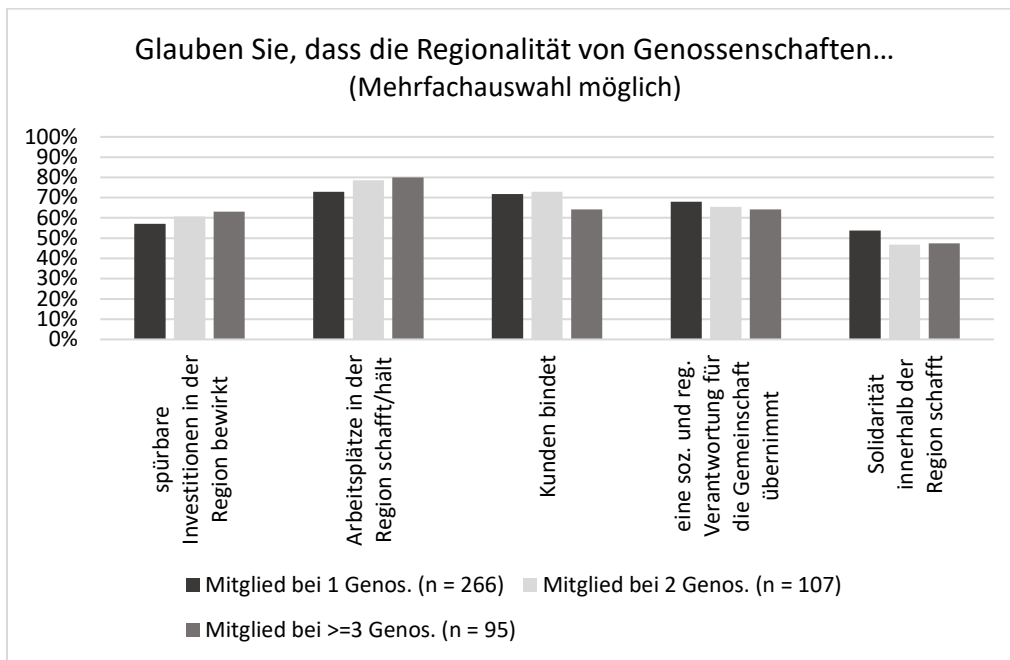


Abbildung 4.2 – 168: Anzahl Mitgliedschaften – Auswirkungen von Regionalität auf Genossenschaften

Die Anzahl der Genossenschaftsmitgliedschaften hat zwar Auswirkungen auf die prozentuelle Bewertung der einzelnen Aussagen, doch kommt es in Bezug auf die Platzierungen zu keinen Veränderungen im Vergleich zur Gesamtansicht.

f. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

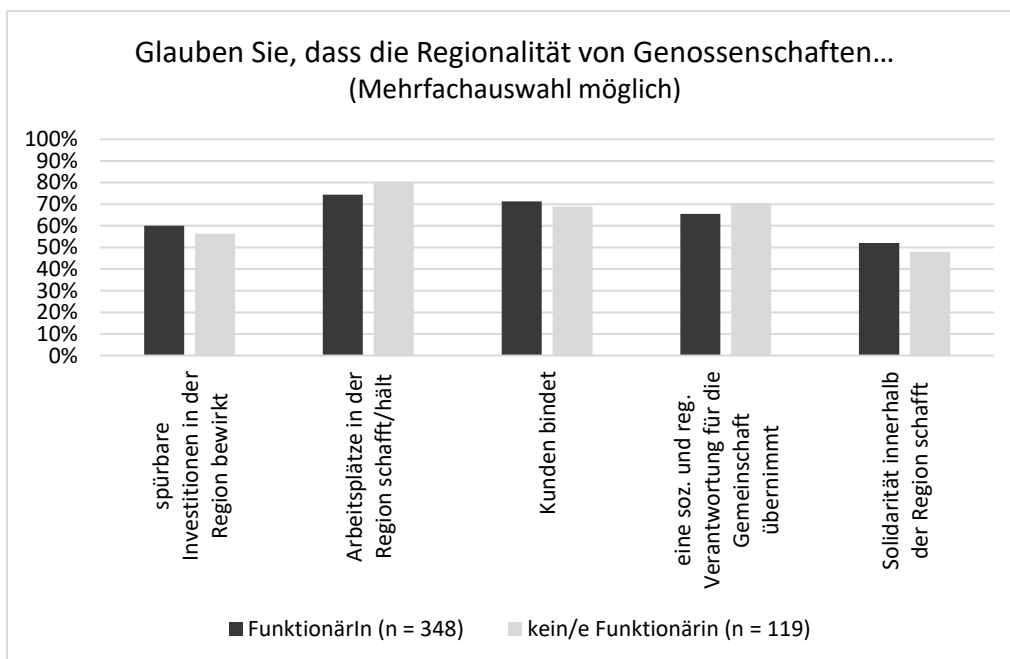


Abbildung 4.2 – 169: FunktionärIn – Auswirkungen von Regionalität auf Genossenschaften

Die Rolle der Person innerhalb der Genossenschaft hat eine gewisse, wenn auch geringe Auswirkung auf das Antwortverhalten. So glauben sowohl Personen mit offizieller Position als auch reine Mitglieder mit 74,4% bzw. 79,8%, dass die Regionalität von

Genossenschaften Arbeitsplätze in der Region schafft/hält. 70,6% der reinen Mitglieder glauben zudem, dass sie eine soziale und regionale Verantwortung für die Gemeinschaft übernimmt. Bei den Funktionärinnen und Funktionären sind es 65,5%, die diese Antwortoption auswählen. An dritter Stelle kommt mit 68,9% aller Stimmen bei den reinen Mitgliedern die Aussage, dass die Regionalität von Genossenschaften Kunden bindet. Bei Personen mit offizieller Funktion in der Genossenschaft landet diese Aussage mit 71,3% auf den zweiten Platz. Die übrige Reihung folgt der Verteilung der Gesamtbetrachtung.

g. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

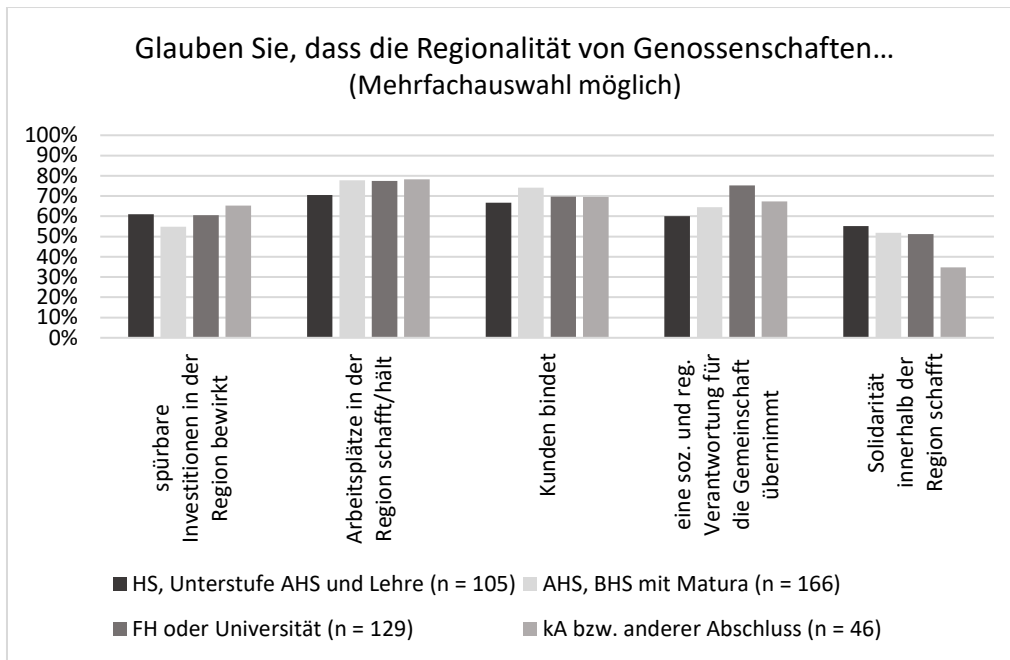


Abbildung 4.2 – 170: Bildung – Auswirkungen von Regionalität auf Genossenschaften

Die Art des formalen Bildungsabschlusses hat keine starken Auswirkungen auf die Reihung der einzelnen Aussagen. Interessant ist jedoch, dass Personen mit Hochschulabschluss zu 75,2% der Meinung sind, dass die Regionalität von Genossenschaften eine soziale und regionale Verantwortung für die Gemeinschaft übernimmt. Die Personen mit einer anderen Art des Bildungsabschlusses bewerten diese Aussage nicht so hoch.

h. Größe der Genossenschaft

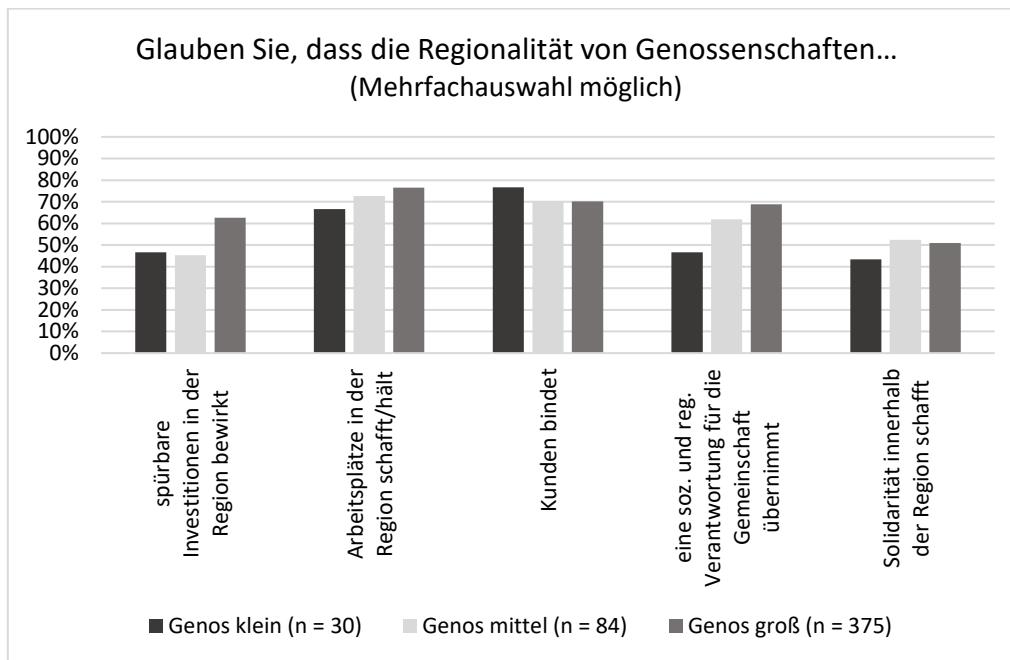


Abbildung 4.2 – 171: Größe Genossenschaft – Auswirkungen von Regionalität auf Genossenschaften

Bei einer Unterscheidung nach Genossenschaftsgröße kommt es ebenfalls zu unterschiedlichen Bewertungen. So glauben 76,7% der Personen, die Mitglied in einer kleinen Genossenschaft sind, dass die Regionalität von Genossenschaften vor allem hilft, Kunden zu binden. Bei mittleren Genossenschaften sind es hier genauso wie bei großen Genossenschaften ca. 70% und damit die zweithäufigste gewählte Auswahloption. Am häufigsten wird von Mitgliedern in mittleren und großen Genossenschaften die Aussage: „Die Regionalität von Genossenschaften schafft/hält Arbeitsplätze in der Region“ mit 72,6% (mittlere) und 76,5% (große Genossenschaften).

Zusammenfassend ist bezüglich der Einschätzung, durch welche Faktoren sich die Regionalität von Genossenschaften zeigt, festzustellen, dass die Schaffung und das Halten von Arbeitsplätzen die größte Bedeutung einnehmen, gefolgt von Kundenbindung und sozialer und regionaler Verantwortung. Interessanterweise wird die Bedeutung von Investitionen im Widerspruch zur Schaffung von Arbeitsplätzen nicht im gleichen Maß als wesentlich erachtet. Erwartungsgemäß haben die unterschiedlichen Branchen abweichende Schwerpunkte. Frauen und Personen mit formal hoher Bildung streichen die Wichtigkeit der sozialen und regionalen Verantwortung hervor, während bei Männern Arbeitsplätze das größte Gewicht einnehmen. Dieser Wert ist auch bei reinen Mitgliedern im Vergleich zu Funktionärinnen und Funktionären höher.

Kleine Genossenschaften betonen die Wichtigkeit der Kundenbindung in der Region, mittlere und große Genossenschaften Arbeitsplätze, Kundenbindung und regionale/soziale Verantwortung; für große Genossenschaften nehmen auch regionale Investitionen einen Schwerpunkt ein.

Frage M.19 – Hält der Trend zur Regionalität an?

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

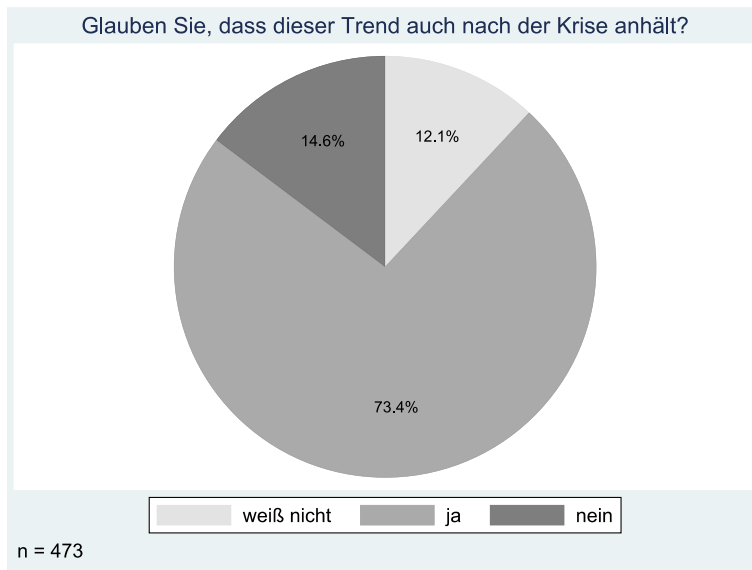


Abbildung 4.2 – 172: Gesamtansicht – Hält der Trend zur Regionalität an?

Auf die Frage hin, ob der Trend einer stärkeren Rückbesinnung auf die Regionalität auch nach der Krise anhält, antworten in der Gesamtansicht 73,4% mit „ja“. Mit „nein“-antworten 14,6%, mit „weiß nicht“ 12,1%.

B) Detailauswertung nach Branchen

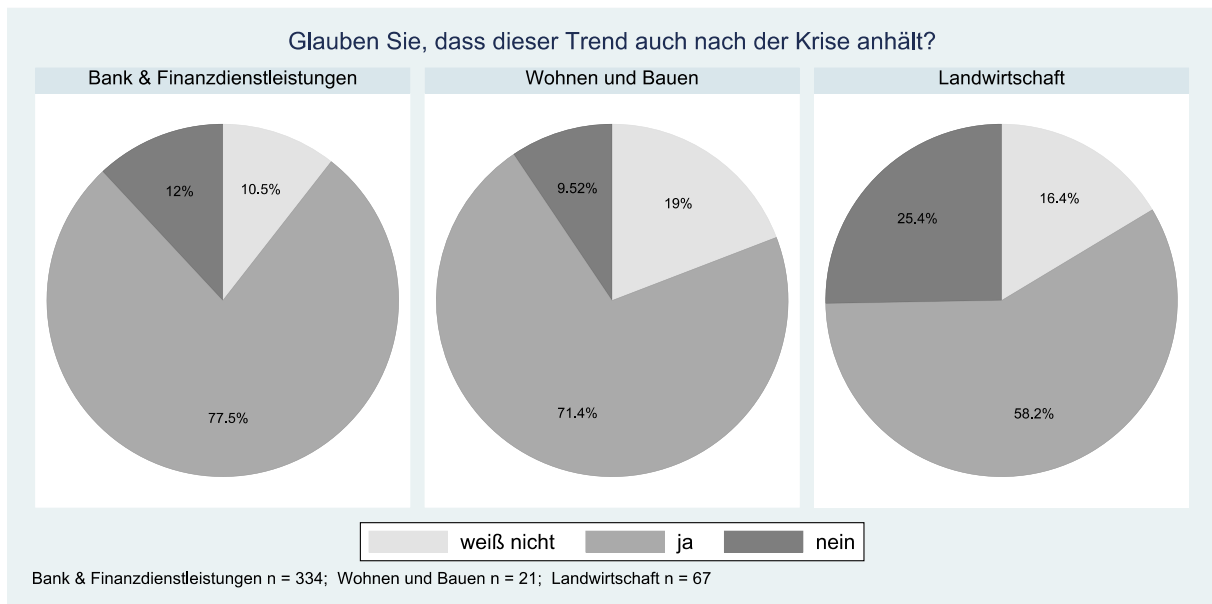


Abbildung 4.2 – 173: Branche – Hält der Trend zur Regionalität an?

Diese Sichtweise spiegelt sich auch in einer Branchenbetrachtung wider, insgesamt wird mit einer Fortsetzung des Trends hin zu mehr Regionalisierung gerechnet, wobei es zu Abweichungen kommt. Die Antworten der Mitglieder aus dem Bereich Banken &

Finanzdienstleistungen entsprechen insgesamt der Gesamtansicht. Bei den Mitgliedern aus dem Sektor Wohnen und Bauen ist der Anteil an Personen, die mit „nein“, antworten knapp zehn Prozentpunkte geringer als in der Gesamtansicht, allerdings nimmt hier der Anteil an Personen, die mit „weiß nicht“ antworten, stark zu und liegt bei 19%. Mit „ja“ antworten 71,4%, wobei auch hier wieder auf die geringe Stichprobengröße verwiesen werden muss.

Die Einschätzung der Personen aus dem landwirtschaftlichen Genossenschaftsbereich fällt im Vergleich zu den beiden anderen Branchen deutlich negativer aus. So antworten zwar nach wie vor über die Hälfte (58,2%) aller Personen aus diesem Genossenschaftssektor mit „ja“, der Regionalisierungstrend wird auch nach der Krise anhalten, doch ist der Anteil der „nein“-Stimmen mit knapp über 25% vergleichsweise hoch. Jedes vierte Genossenschaftsmitglied aus diesem Bereich sieht keinen dauerhaften Trend zu mehr Regionalisierung. Der Anteil an Personen, die mit „weiß nicht“ antworten, liegt bei 16,4%.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer A

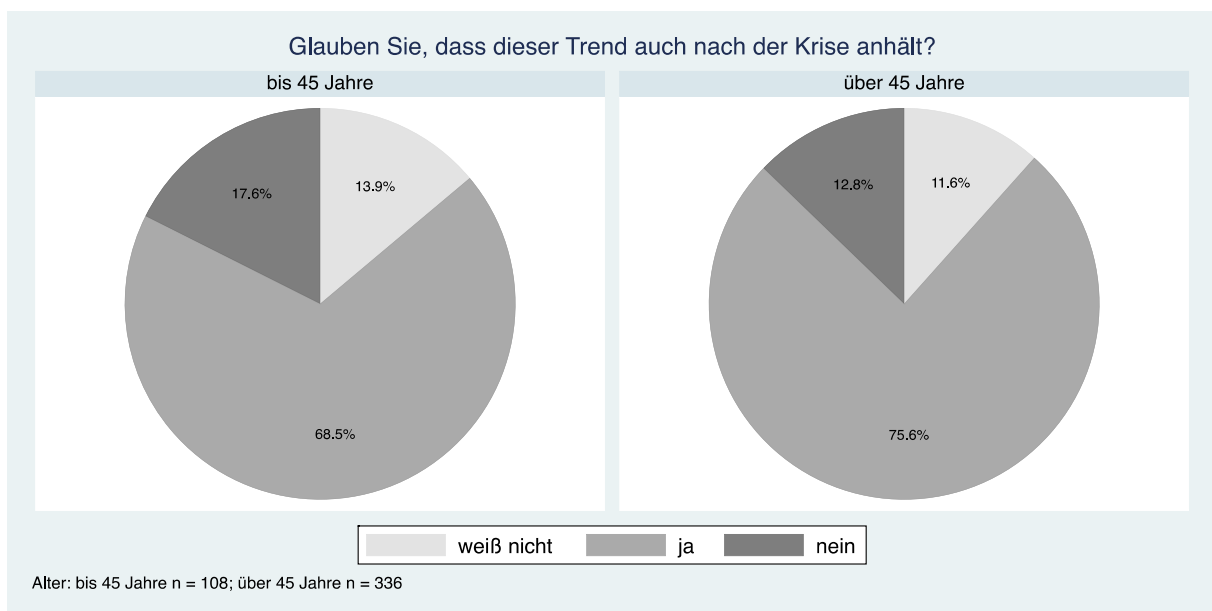


Abbildung 4.2 – 174: Alter – Hält der Trend zur Regionalität an?

Differenziert man die Antworten nach Alter, so fällt auf, dass ältere Personen etwas optimistischer sind, dass der Regionalisierungstrend nach der Krise anhalten wird. 75,6% antworten mit „ja“, 12,8% mit „nein“. Bei den jüngeren Genossenschaftsmitgliedern antworten 68,5% mit „ja“, 17,6% mit „nein“.

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

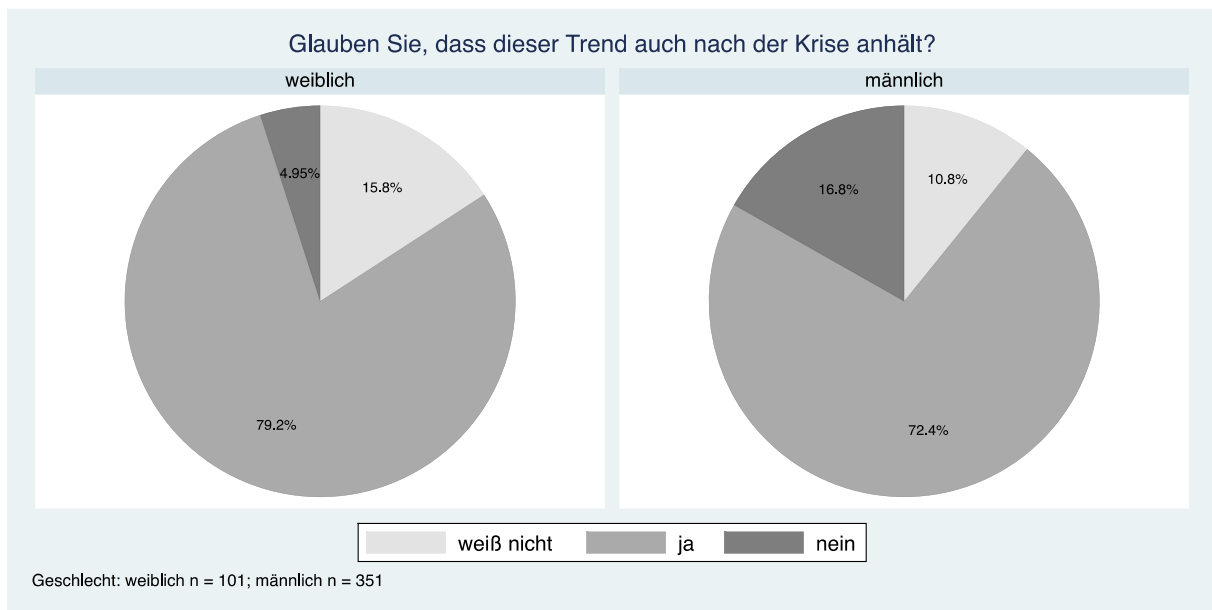


Abbildung 4.2 – 175: Geschlecht – Hält der Trend zur Regionalität an?

Bei einer Unterscheidung nach Geschlecht fällt auf, dass Frauen in Bezug auf einen anhaltenden Trend zu mehr Regionalisierung optimistischer sind als männliche Genossenschaftsmitglieder. So antworten 79,2% der Frauen mit „ja“, sie glauben, dass der Regionalisierungstrend auch nach der Krise anhalten wird. Mit „nein“ antworten lediglich 5%. Ca. 16% antworten mit „weiß nicht“. Bei den Männern antworten 72,4% mit „ja“, 10,8% mit „weiß nicht“ und 16,8% mit „nein“. Sprich, der prozentuelle Anteil an „nein“-Stimmen ist hier im Vergleich zu den weiblichen Genossenschaftsmitgliedern um zehn Prozentpunkte höher.

c. Region der Genossenschaft

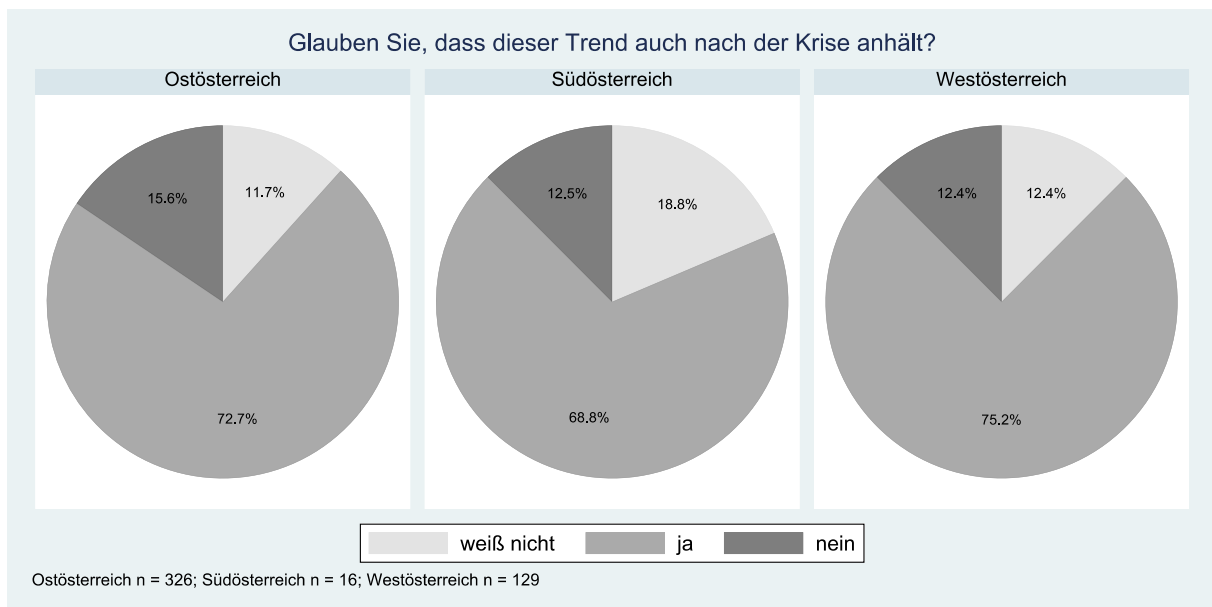


Abbildung 4.2 – 176: Region – Hält der Trend zur Regionalität an?

Hinsichtlich einer Unterscheidung nach Regionen kommt es zu keinen großen Unterschieden. Ostösterreich antwortet mit 15,6% „nein“-Stimmen leicht

pessimistischer als Westösterreich (12,4% „nein“-Stimmen). Südösterreich weist eine leicht abweichende Bewertung vor, doch ist hier mit lediglich 16 Personen die Stichprobengröße sehr gering, weshalb keine generellen Aussagen abgeleitet werden können.

d. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

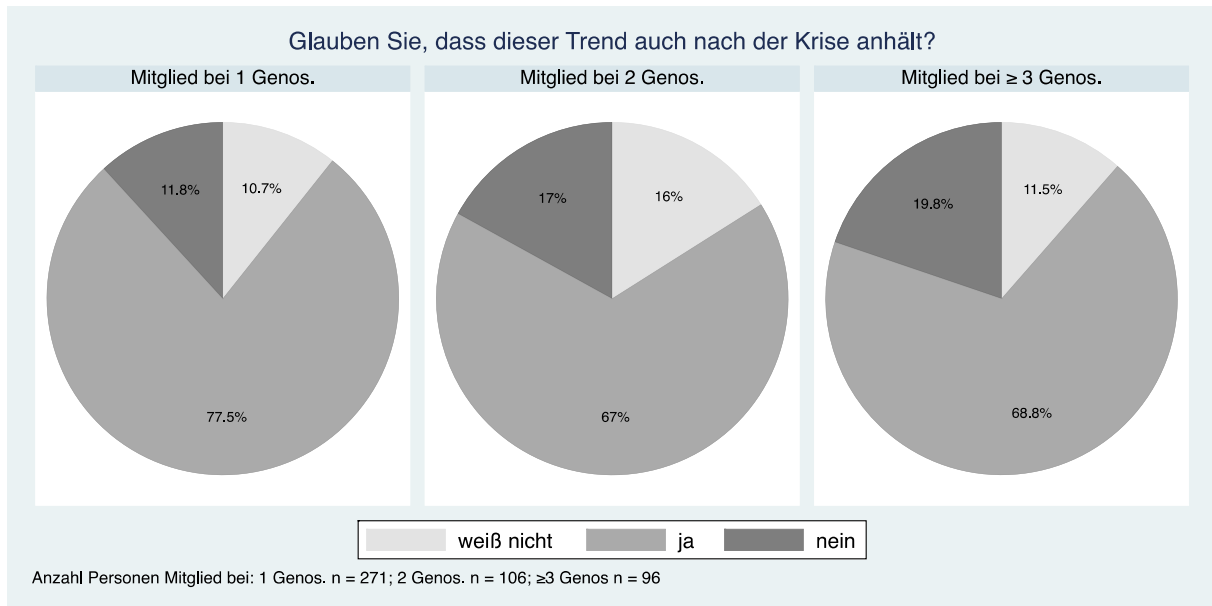


Abbildung 4.2 – 177: Anzahl Mitgliedschaften – Hält der Trend zur Regionalität an?

Antworten Personen, die bei einer Genossenschaft Mitglied sind, noch zu 77,5% mit „ja“, sie glauben, dass der Regionalisierungstrend auch nach der Krise anhalten wird (11,8% antworten mit „nein“), so fällt der prozentuelle Anteil an „ja“-Stimmen mit der Anzahl der Mitgliedschaften. Personen, die bei zwei Genossenschaften Mitglied sind, antworten zu 67% mit „ja“ und zu 17% mit „nein“ (16% mit „weiß nicht“). Personen, die bei drei oder mehr Genossenschaften Mitglied sind, antworten zu ca. 20% mit „nein“ und zu ca. 69% mit „ja“ (ca. 11% mit „weiß nicht“). Daher kann konstatiert werden, je höher die Anzahl an Mitgliedschaften, desto weniger glauben die Personen daran, dass sich der Trend einer stärkeren Regionalisierung auch nach der Krise fortsetzt.

f. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

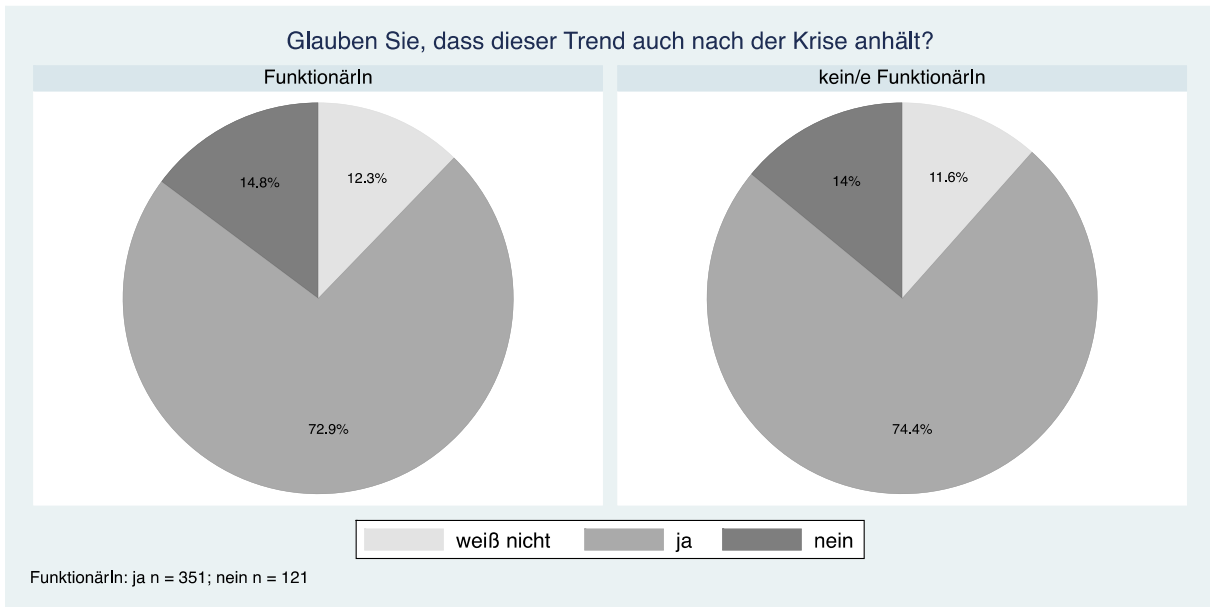


Abbildung 4.2 – 178: FunktionärIn – Hält der Trend zur Regionalität an?

Bei einer Unterscheidung nach Funktionärin/Funktionär und reinem Mitglied kommt es zu keinen großen Veränderungen hinsichtlich der Bewertung, ob der Trend einer verstärkten Regionalisierung auch nach der Krise anhält.

g. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

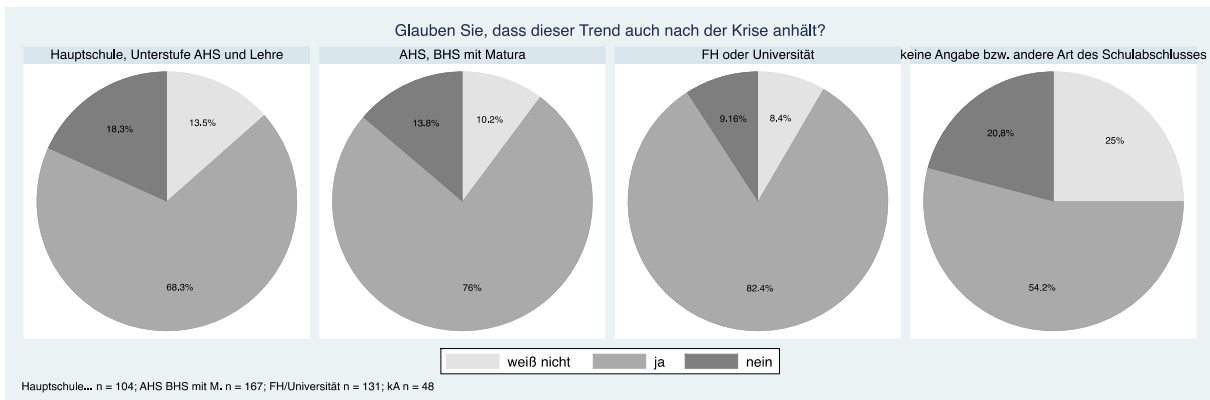


Abbildung 4.2 – 179: Bildung – Hält der Trend zur Regionalität an?

Differenziert man die Ergebnisse der Frage, ob der Trend zu einer verstärkten Regionalisierung auch nach der Krise anhalten wird, nach Schulabschluss, so fällt auf, dass Personen mit Hauptschulabschluss, Unterstufe AHS und Lehre deutlich pessimistischer antworten als etwa Personen mit Hochschulabschluss. Bei ersteren stimmen 68,7% mit „ja“, während 18,3% mit „nein“ stimmen (13,5% „weiß nicht“). Personen mit Hochschulabschluss antworten zu 82,4% mit „ja“ und lediglich zu 9,2% mit „nein“ (8,4% „weiß nicht“). Noch pessimistischer antworten Personen, die keinen Schulabschluss angaben. Hier stimmen nur 54,2% mit „ja“, 20,4% mit „nein“. Der Anteil ohne klare Meinung bzw. der mit „weiß nicht“ antwortet, liegt bei 25% und damit, verglichen mit den Personen, die einen konkreten Schulabschluss angaben, deutlich höher.

h. Größe der Genossenschaft

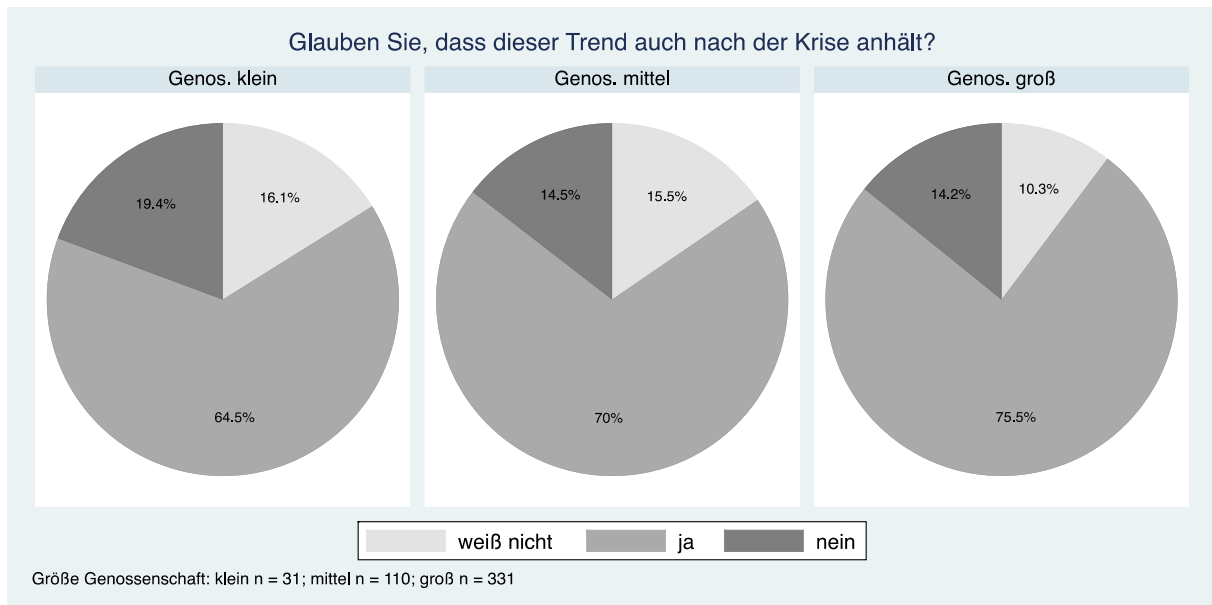


Abbildung 4.2 – 180: Größe Genossenschaft – Hält der Trend zur Regionalität an?

Bei einer Betrachtung der Aussage nach Größe der Genossenschaft fällt auf, dass kleine Genossenschaften die Frage, ob der Trend einer verstärkten Regionalisierung auch nach der Krise anhält, negativer beantworten als Personen, die bei einer großen Genossenschaft Mitglied sind. So antworten bei kleinen Genossenschaften 64,5%, bei mittleren 70% und bei großen Genossenschaften 75,5% mit „ja“, der Trend wird auch nach der Krise anhalten. Umgekehrt verhält es sich mit dem prozentuellen Anteil an Personen, die die Antwortoption „nein“ wählen. Hier stimmen 19,4% der Mitglieder in kleinen, 14,5% in mittleren und 14,2% der Mitglieder in großen Genossenschaften mit „nein“. Der prozentuelle Anteil an Personen, die mit „weiß nicht“ antworten, sinkt ebenfalls, je größer die Genossenschaft ist (16,1% kleine, 15,5% mittlere und 10,3% große Genossenschaft).

Zusammenfassend ist bezüglich der Frage, ob der Regionalisierungstrend auch nach der Krise anhalten wird, festzustellen, dass drei Viertel aller Personen auch künftig eine zunehmende Bedeutung der Regionalisierung erwarten. Skeptischer betrachten diesen Aspekt Landwirte, jüngere Personen, Männer und Personen mit formal geringerem Bildungsabschluss sowie Personen, die in mehreren Genossenschaften Mitglied sind, und jene in kleinen Genossenschaften.

Frage M.20 – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

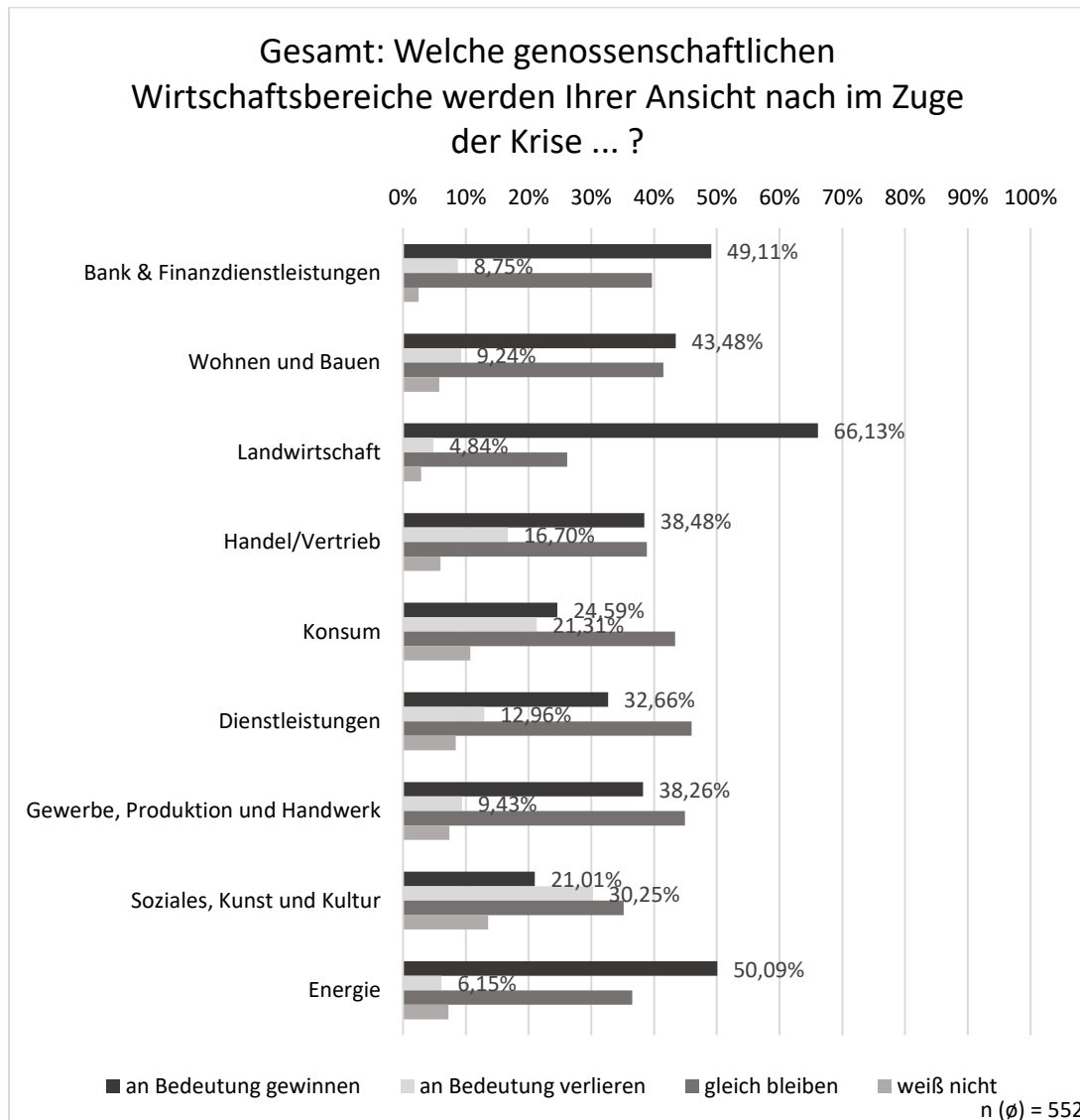


Abbildung 4.2 – 181: Gesamtansicht – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?

Auf die Frage hin, welche Genossenschaftsbereiche nach der Krise an Bedeutung gewinnen werden, welche an Bedeutung verlieren bzw. welche den aktuellen Status quo halten, sticht der Bereich Landwirtschaft besonders hervor. Hier sagen 66,1% der befragten Genossenschaftsmitglieder, dass dieser Bereich nach der Krise an Bedeutung gewinnen wird. 26,2% sagen, seine Bedeutung werde gleichbleiben, 4,8% sehen einen Bedeutungsverlust. Ein weiterer Bereich, dem von den Mitgliedern ein Bedeutungszuwachs attestiert wird, ist der genossenschaftliche Energiebereich. Hier sehen 50,1% aller befragten Mitglieder einen Bedeutungsgewinn, nur 5,2% einen Bedeutungsverlust. Für 36,5% ist die Bedeutung gleichbleibend. Ein weiterer Bereich, in dem knapp 50% (49,1%) nach der Krise einen Bedeutungsgewinn sehen, ist der Sektor Banken & Finanzdienstleistungen, wobei hier die Interpretationskraft gegenüber den anderen Branchen verzerrt ist, da sehr viele Personen aus diesem Bereich an der

Umfrage teilnahmen. 8,8% sehen hier einen Bedeutungsverlust, 39,4% die Bedeutung dieses Bereiches als gleichbleibend. Dem Bereich Wohnen und Bauen attestieren 43,9% einen Bedeutungsgewinn, 9,2% einen Bedeutungsverlust, während 41,5% sagen, die Bedeutung würde gleichbleiben.

Betrachtet man die Branchen, in denen von den Mitgliedern eine gleichbleibende Bedeutungsentwicklung erwartet wird, so fallen darunter die Bereiche Dienstleistungen. Hier sagen 46%, die Bedeutung würde gleichbleiben, 13% sehen einen Bedeutungsverlust, 32,7% einen Bedeutungsgewinn. Die Bereiche Gewerbe, Produktion und Handwerk werden ebenfalls von der überwiegenden Anzahl eine gleichbleibende Bedeutung zugeschrieben. Hier sagen 44,9%, die Bedeutung würde gleichbleiben, 9,4% sehen einen Bedeutungsverlust, 38,3% einen Bedeutungsgewinn. Im Bereich Konsum dominieren mit 43,4% ebenfalls die Stimmen, die eine gleichbleibende Bedeutung erwarten. 21,3% sehen nach der Krise einen Bedeutungsverlust, 24,6% einen Bedeutungsgewinn. Im Bereich Handel/Vertrieb ist die prozentuelle Stimmenverteilung zwischen den Personen, die einen Bedeutungsgewinn sehen 38,5% und jenen, die nach der Krise eine gleichbleibende Entwicklung erwarten (38,8%) relativ ausgeglichen. Ein Bedeutungsverlust wird von 16,7% aller Mitglieder erwartet. Der Bereich, dem insgesamt die meisten Mitglieder nach der Krise einen Bedeutungsverlust zuschreiben, ist der Bereich Soziales, Kunst und Kultur, hier sehen zwar 35,1% eine gleichbleibende Entwicklung, doch 30,3% einen Bedeutungsverlust. Ein Bedeutungsgewinn wird von 21% attestiert.

B) Detailauswertung nach Branchen

a. Bank & Finanzdienstleistungen

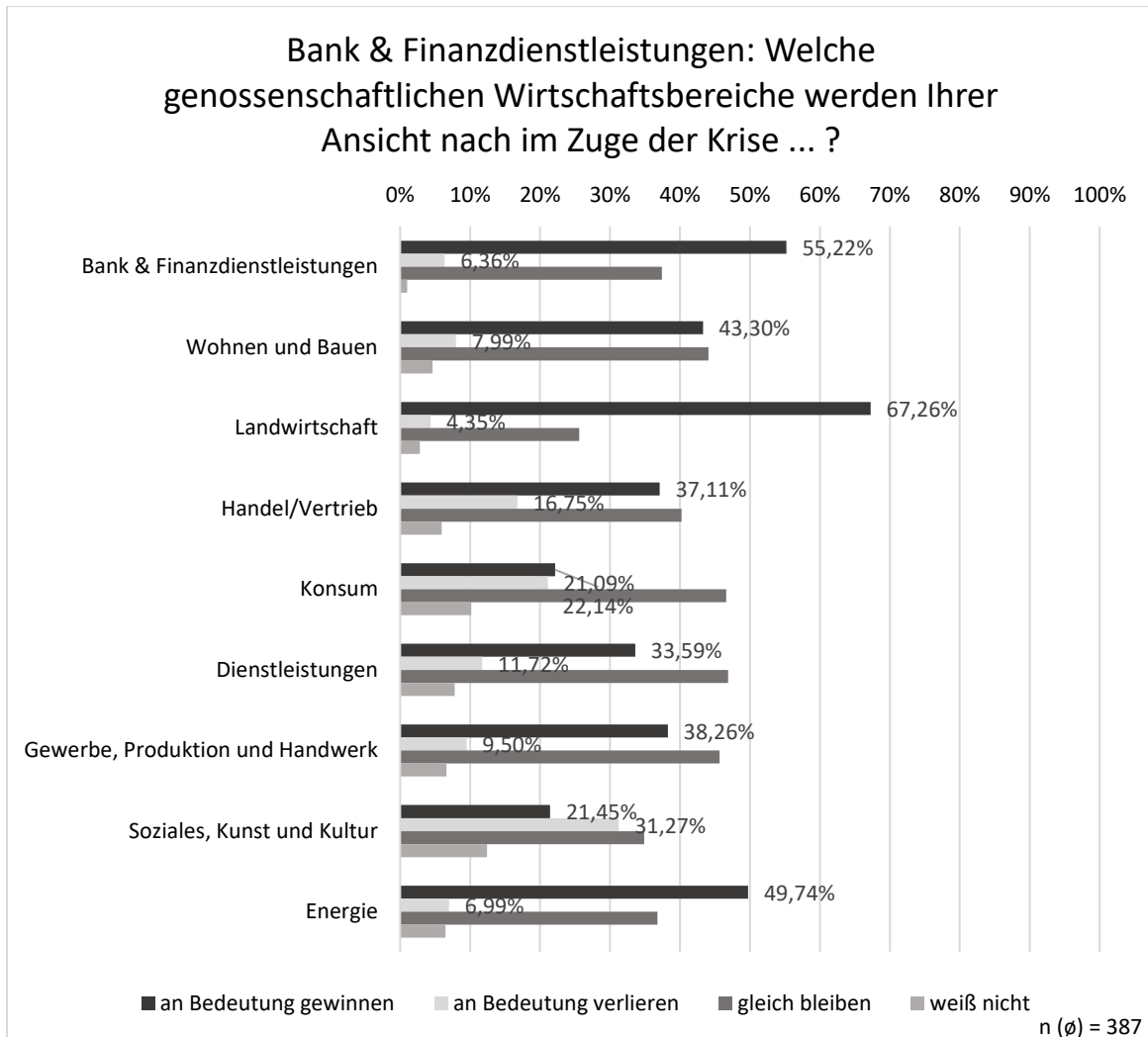


Abbildung 4.2 – 182: Branche – Bank – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?

Personen, deren Genossenschaft aus dem Bereich Bank & Finanzdienstleistung stammt, sehen bei einer getrennten Betrachtung den Bereich Landwirtschaft als den Genossenschaftssektor, der nach der Krise am stärksten an Bedeutung gewinnen wird. Der Anteil liegt bei 67,3%. 4,4% sehen einen Bedeutungsverlust, 25,6% keine Veränderung.

Als einen weiteren Gewinner sehen sich die Mitglieder selbst, so attestieren 55,2% von ihnen dem Sektor Bank & Finanzdienstleistungen nach der Krise einen Bedeutungsgewinn, 5,4% einen Bedeutungsverlust, 37,4% sehen in ihrem Sektor keine großen Veränderungen.

Als ebenfalls an Bedeutung zunehmend wird der genossenschaftliche Energiesektor gesehen. 49,7% erachten ihn als Krisengewinner, 36,8% sehen eine gleichbleibende Bedeutung, 7% einen Bedeutungsverlust.

Eine mehrheitlich gleichbleibende Entwicklung wird von den Mitgliedern aus dem Bereich Banken & Finanzdienstleistungen in den Branchen Wohnen und Bauen, Gewerbe, Produktion und Handwerk, Handel/Vertrieb, Dienstleistungen, Konsum und Soziales, Kunst und Kultur gesehen. Die Reihung entspricht dabei dem abnehmenden

prozentuellen Anteil an Stimmen, die der jeweiligen Branchen einen Bedeutungsgewinn attestieren.

Den größten Bedeutungsverlust sehen Personen aus dem Bereich Banken & Finanzdienstleistungen im Bereich der Sozial-, Kunst- und Kulturgenossenschaften. Hier geben 31,3% an, dass dieser an Bedeutung verlieren wird. 21,5% sehen einen Bedeutungsgewinn, 34,9% keine Veränderung.

b. Wohnen und Bauen

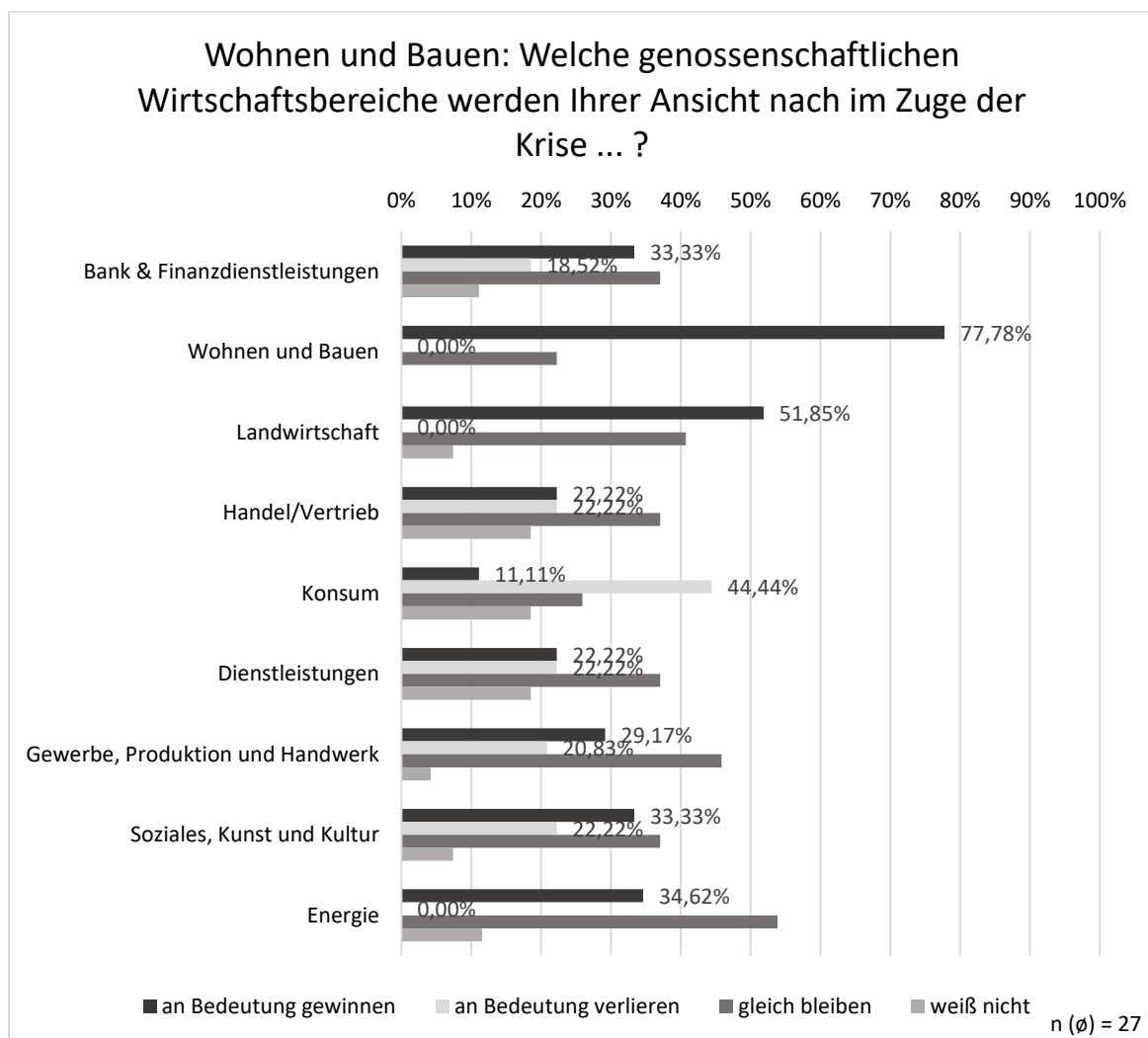


Abbildung 4.2 – 183: Branche – Wohnen – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?

77,8% der Personen aus dem Bereich Wohnen und Bauen sehen ihren Bereich als den Sektor, der im Zuge der Krise am stärksten an Bedeutung gewinnt. Keine Person sieht einen Bedeutungsverlust. 22,2% sagen, dass die Bedeutung gleichbleiben wird. 51,9% der Personen aus dem Bereich Wohnen und Bauen sehen zudem im Landwirtschaftsbereich eine zunehmende, 40,7% eine gleichbleibende Bedeutung. Keine Person sieht einen Bedeutungsverlust. Für die anderen Bereiche wird jeweils von einem überwiegenden Teil der Mitglieder aus dem Bereich Wohnen und Bauen eine gleichbleibende Entwicklung erwartet. Dies betrifft folgende Bereiche: Energie, Bank & Finanzdienstleistungen, Soziales, Kunst und Kultur; Gewerbe, Produktion und Handwerk; Handel/Vertrieb und punktegleich Dienstleistungen. Die Reihung orientiert sich am prozentuellen Anteil der Personen, die den jeweiligen Bereichen einen

Bedeutungsgewinn zuschreiben. Mit 44,4% der Stimmen wird als einzigem Bereich den Konsumgenossenschaften überwiegend ein Bedeutungsverlust attestiert, 25,9% sehen eine gleichbleibende Entwicklung, 11,1% einen Bedeutungsgewinn.

Ob diese von der Gesamtansicht teils abweichenden Meinungen auf eine andere Sichtweise im Sektor Wohnen und Bauen herrührt, lässt sich aufgrund der geringen Stichprobenanzahl nicht abschließend klären, weshalb die Aussagen nur bedingt generalisierbar sind.

c. Landwirtschaft



Abbildung 4.2 – 184: Branche – LW – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?

62,8% der Mitglieder aus dem Bereich der genossenschaftlichen Landwirtschaft sehen in ihrem Bereich den Sektor, der im Zuge der Krise am stärksten an Bedeutung gewinnen wird. Damit bewerten die Mitglieder die Situation in ihrem eigenen Sektor etwas negativer als in der Gesamtbetrachtung, wo der Wert bei 66,1% liegt. 29,5% attestieren ihrem Sektor eine gleichbleibende Entwicklung, 7,7% eine abnehmende. Ein ebenfalls großer Bedeutungsgewinn wird im Energiebereich gesehen. 57,1% sind der Ansicht, dass dieser Bereich im Zuge der Krise an Bedeutung gewinnen wird. 3,9% sehen einen Bedeutungsverlust, 35,1% eine gleichbleibende Entwicklung. Dem Bereich Handel/Vertrieb wird von 40,5% ein Bedeutungsgewinn attestiert, ebenso viele wählen hier die Antwortoption „gleich bleiben“. Ein Bedeutungsverlust nach der Krise wird

von 16,2% der Mitglieder aus dem Bereich Landwirtschaft gesehen. Eine mehrheitlich gleichbleibende Entwicklung wird den Bereichen Gewerbe, Produktion und Handwerk; Wohnen und Bauen; Bank & Finanzdienstleistungen; Konsum; Dienstleistungen und Soziales, Kunst und Kultur attestiert. Die Reihung richtet sich dabei jeweils nach dem Anteil an Personen, die diesen Bereichen einen Bedeutungsgewinn zuschreiben.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

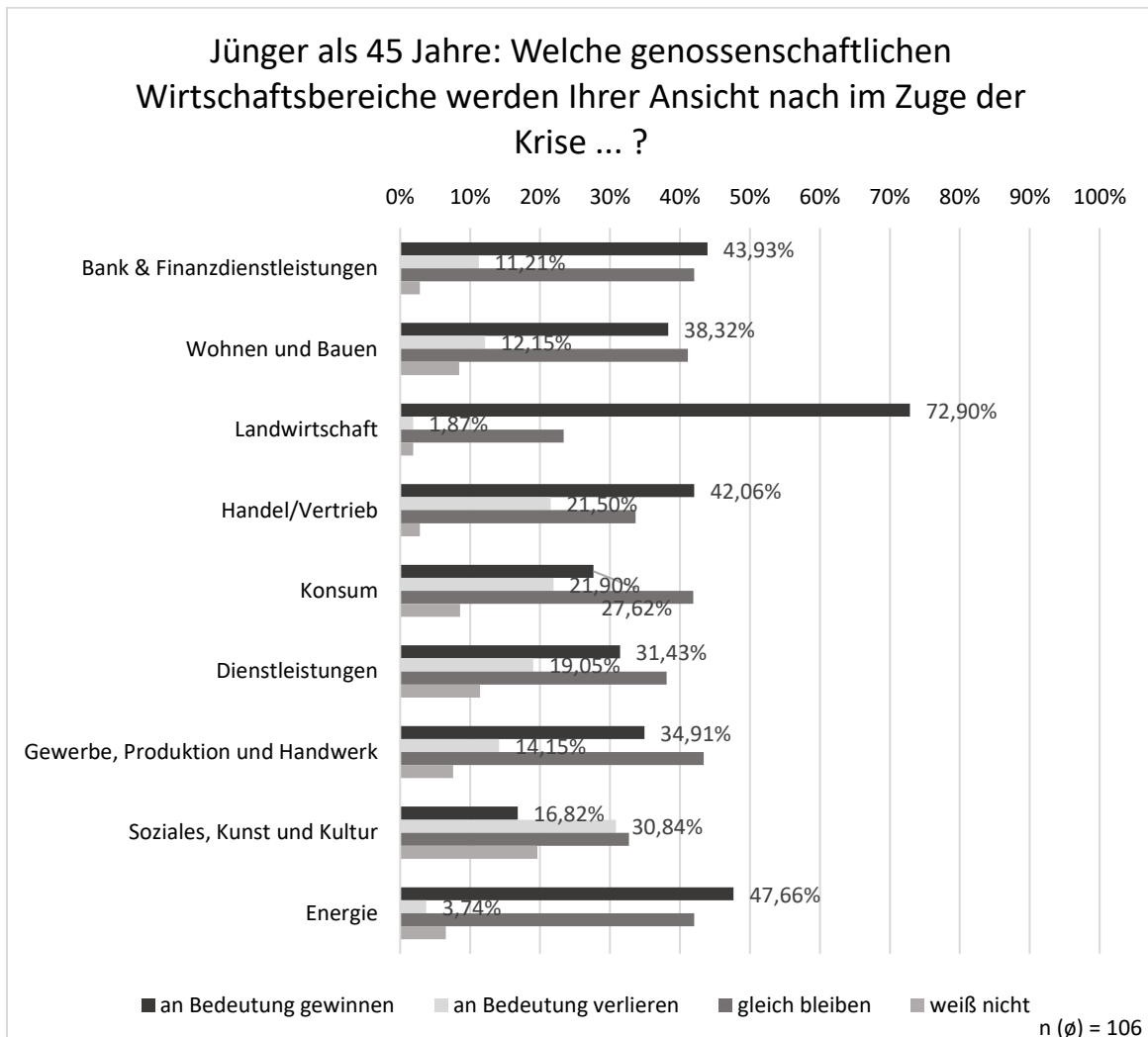


Abbildung 4.2 – 185: Alter – < 45 J. – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?

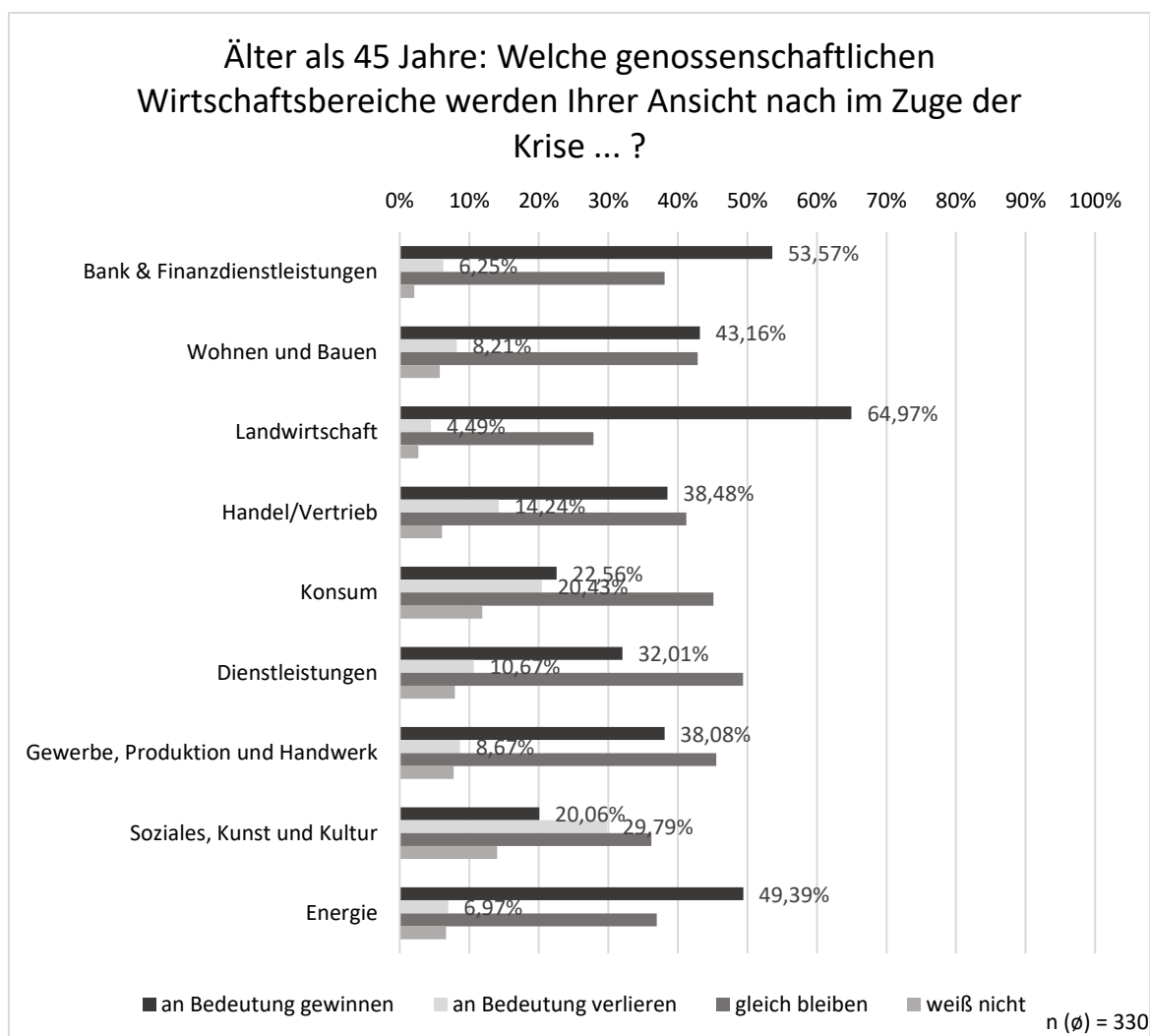


Abbildung 4.2 – 186: Alter – ≥ 45 J. – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?

Differenziert man die Frage, in welchem genossenschaftlichen Wirtschaftsbereich zukünftig die größten Chancen gesehen werden, kommen jüngere und ältere Genossenschaftsmitglieder zu teils unterschiedlichen Sichtweisen. So sagen 72,9% der jüngeren Mitglieder, dass der Landwirtschaftssektor im Zuge der Krise an Bedeutung gewinnen wird, bei den älteren Mitgliedern sind es 65%. Auch die Entwicklung des Bereichs Handel/Vertrieb wird von den jüngeren Mitgliedern positiver bewertet als von den älteren. Hier sehen 42,1% der jüngeren einen Bedeutungsgewinn, bei den älteren sind es 38,5%.

Die Bereiche, in denen jüngere Mitglieder überwiegend einen Bedeutungsverlust sehen sind: Landwirtschaft (72,9% an Bedeutung gewinnen); Energie (47,7% an Bedeutung gewinnen); Bank & Finanzdienstleistungen (43,9% an Bedeutung gewinnen) und Handel/Vertrieb (42,1% an Bedeutung gewinnen).

Die älteren Mitglieder sehen überwiegend einen Bedeutungsgewinn in den Bereichen Landwirtschaft (65% an Bedeutung gewinnen); Bank & Finanzdienstleistungen (53,6% an Bedeutung gewinnen); Energie (49,4% an Bedeutung gewinnen) und Wohnen und Bauen (43,2% an Bedeutung gewinnen). Damit kommt es zu teils unterschiedlichen Einschätzungen zwischen jüngeren und älteren Genossenschaftsmitgliedern.

Eine mehrheitlich gleichbleibende Entwicklung wird von den jüngeren in den Bereichen Wohnen und Bauen (38,3% an Bedeutung gewinnen); Gewerbe, Produktion und Handwerk (34,9% an Bedeutung gewinnen); Dienstleistungen (31,4% an Bedeutung gewinnen); Konsum (21,9% an Bedeutung gewinnen) und Soziales, Kunst und Kultur (16,8% an Bedeutung gewinnen) gesehen. Die prozentuellen Angaben der Personen, die mit „an Bedeutung gewinnen“ abstimmen, soll die unterschiedlichen Zustimmungswerte verdeutlichen.

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer



Abbildung 4.2 – 187: Geschlecht – weiblich – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?



Abbildung 4.2 – 188: Geschlecht – männlich – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?

Eine Unterscheidung nach Geschlecht zeigt deutliche Unterschiede in der zukünftigen Bewertung der einzelnen Branchen. So bewerten Frauen im Vergleich zu den Männern das Zukunftspotenzial von beinahe allen Branchen als positiver. Beispielsweise sagen 81% der weiblichen Mitglieder, dass der Landwirtschaftssektor an Bedeutung gewinnen wird, unter den Männern sind es 62,6%. Auch die Sektoren Banken & Finanzdienstleistungen (55,5% vs. 50,1%), Handel/Vertrieb (47,5% vs. 37,6%), Konsum (30,9% vs. 21,5%), Dienstleistungen (42,4% vs. 29,7%) oder Gewerbe, Produktion und Handwerk (48,5% vs. 34,6%) werden von Frauen teils stark positiver gesehen.

In der Reihung zwischen Bedeutungsgewinn, Bedeutungsverlust und einer gleichbleibenden Entwicklung wird von Frauen den folgenden Branchen ein überwiegender Bedeutungsgewinn zugeschrieben: Landwirtschaft (81% an Bedeutung gewinnen); Bank & Finanzdienstleistungen (55,5% an Bedeutung gewinnen); Energie (49,5% an Bedeutung gewinnen); Gewerbe, Produktion und Handwerk (48,5% an Bedeutung gewinnen); Handel/Vertrieb (47,5% an Bedeutung gewinnen); Wohnen und Bauen (45% an Bedeutung gewinnen); Dienstleistungen (42,4% an Bedeutung gewinnen). Eine mehrheitlich gleichbleibende Bedeutung erreicht bei keiner der Branchen die meisten Stimmen. Allerdings wird eine abnehmende Bedeutung von

41,4% im Bereich Soziales, Kunst und Kultur (20,2% an Bedeutung gewinnen) und Konsum 33% gesehen (30,9% an Bedeutung gewinnen).

Bei den männlichen Genossenschaftsmitgliedern macht in den drei Sektoren: Landwirtschaft (62,6%); Bank & Finanzdienstleistungen (50,1%) und Energie (49%) die Wertung „an Bedeutung gewinnen“ jeweils den größten Anteil aus. In den anderen Sektoren ist es die Option „gleich bleibend“, sprich dort wird überwiegend eine gleichbleibende Entwicklung erwartet. Die Sektoren reihen sich dabei wie folgt: Wohnen und Bauen (42,3% an Bedeutung gewinnen); Handel/Vertrieb (37,8% an Bedeutung gewinnen); Gewerbe, Produktion und Handwerk (34,6% an Bedeutung gewinnen); Dienstleistungen 29,7% an Bedeutung gewinnen); Konsum (21,5% an Bedeutung gewinnen) und Soziales, Kunst und Kultur (18,8% an Bedeutung gewinnen). Die Reihung anhand der Zustimmung zur Bewertung „an Bedeutung gewinnen“ wurde, um eine größere Übersichtlichkeit zu ermöglichen, beibehalten.

c. Region der Genossenschaft

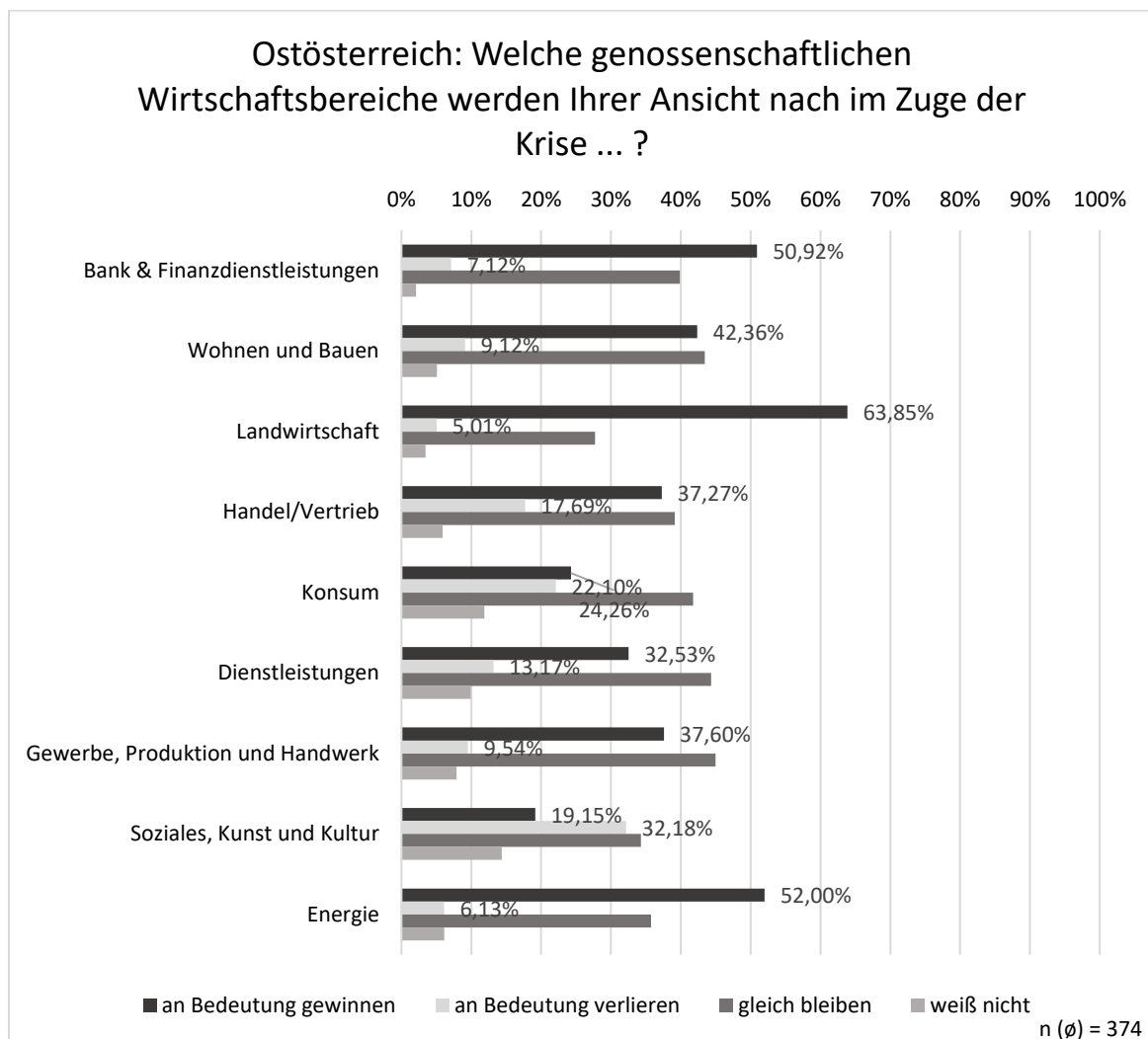


Abbildung 4.2 – 189: Region – Ostösterreich – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?



Abbildung 4.2 – 190: Region – Südösterreich – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?



Abbildung 4.2 – 191: Region – Westösterreich – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?

Eine Unterscheidung nach Regionen zeigt ebenfalls Unterschiede in der Perception der Zukunftsaussichten von genossenschaftlichen Wirtschaftsbereichen auf. So sind Personen, deren Genossenschaft sich in Westösterreich befindet, was die Bedeutungsgewinne im Zuge der Krise betrifft, durchgängig optimistischer. Im Bereich Banken & Finanzdienstleistungen sehen 61,9% von ihnen einen Bedeutungsgewinn, in Ostösterreich sind es 50,9%. Zu weiteren größeren Unterschieden kommt es in folgenden Bereichen: Landwirtschaft (76,3% vs. 63,9%), Wohnen (52,4% vs. 42,4%), Handel/Vertrieb (58,1% vs. 37,3%), Konsum (49,6% vs. 24,3%), Dienstleistungen (53,9% vs. 32,5%), Gewerbe, Produktion und Handwerk (50,5% vs. 37,6%) und Soziales, Kunst und Kultur (42,5% vs. 19,2%). Hier antworten Personen aus Westösterreich stets deutlich häufiger mit „an Bedeutung gewinnen“ als Personen aus Ostösterreich. Das vergleichsweise gute Abschneiden der Bereiche Handel/Vertrieb, Konsum, Dienstleistungen und Produktion und Handwerk kann auf eine teils andere Genossenschaftsperzeption in Westösterreich schließen. Südösterreich wurde in die Betrachtung nicht mit aufgenommen, da hier die Stichprobenanzahl zu gering ist.

Bereiche, in denen das Auswahlfeld „an Bedeutung gewinnen“ am häufigsten gewählt wird, sind die Sektoren Landwirtschaft (63,9%); Energie (52%) und Bank &

Finanzdienstleistungen. Eine überwiegend gleichbleibende Entwicklung wird von Personen, deren Genossenschaft sich in Ostösterreich befindet in den Bereichen Wohnen und Bauen (42,4% an Bedeutung gewinnen); Gewerbe, Produktion und Handwerk (37,6% an Bedeutung gewinnen); Handel/Vertrieb (37,3% an Bedeutung gewinnen); Dienstleistungen (32,5% an Bedeutung gewinnen); Konsum (22,1% an Bedeutung gewinnen) und Soziales, Kunst und Kultur (19,2% an Bedeutung gewinnen) gewählt.

Bei den Personen aus Westösterreich dominiert in allen Bereichen das Feld „an Bedeutung gewinnen“. Eine Reihung ergibt sich wie folgt: Landwirtschaft (76,3%); Bank & Finanzdienstleistungen (61,9%); Handel/Vertrieb (58,1%); Dienstleistungen (53,8%); Wohnen und Bauen (52,4%); Gewerbe, Produktion und Handwerk (50,5%); Konsum (49,6%); Energie (49,5%); und Soziales, Kunst und Kultur (42,6%).

d. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

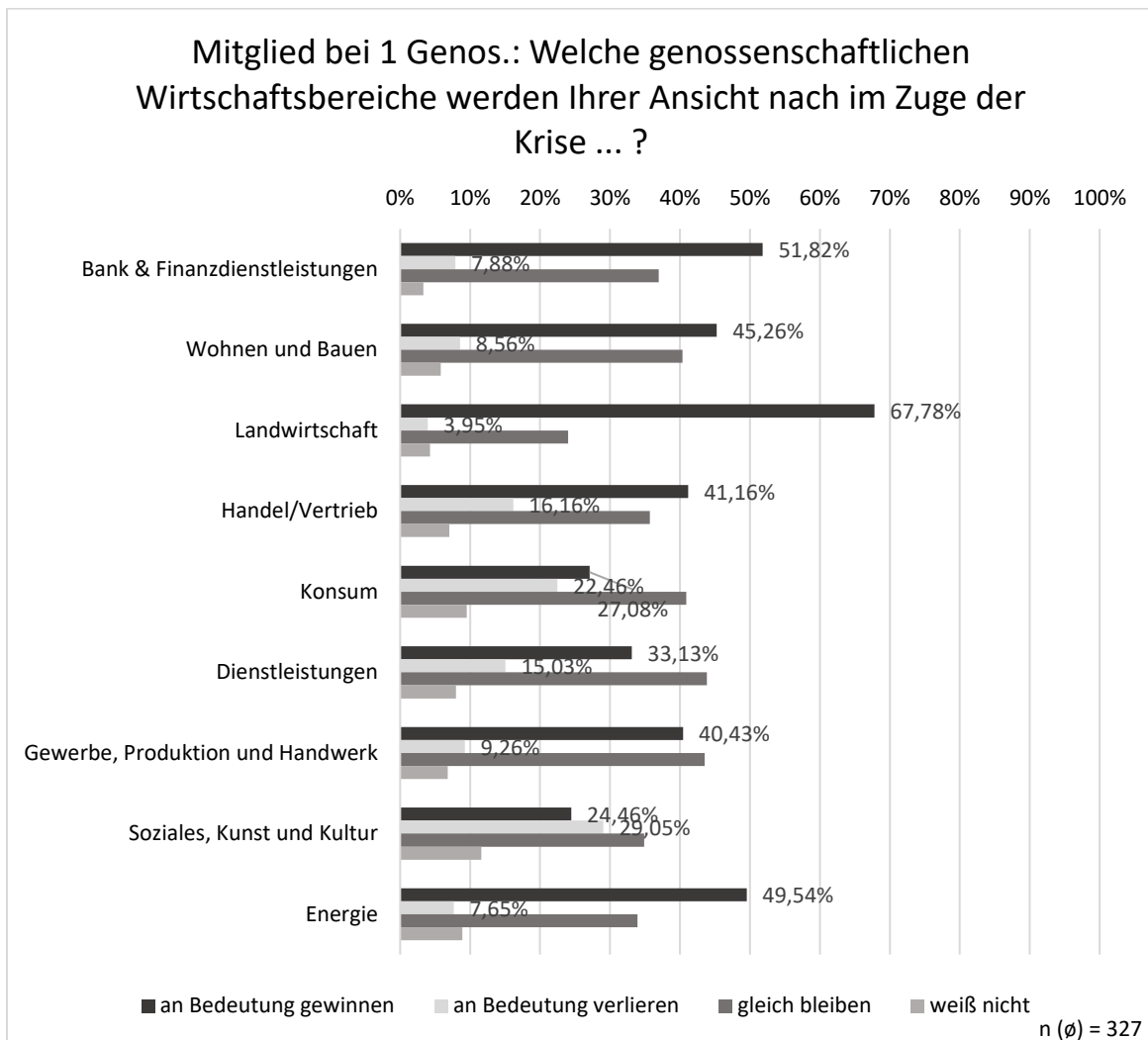


Abbildung 4.2 – 192: Anzahl Mitgliedschaften – 1 Genos. – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?

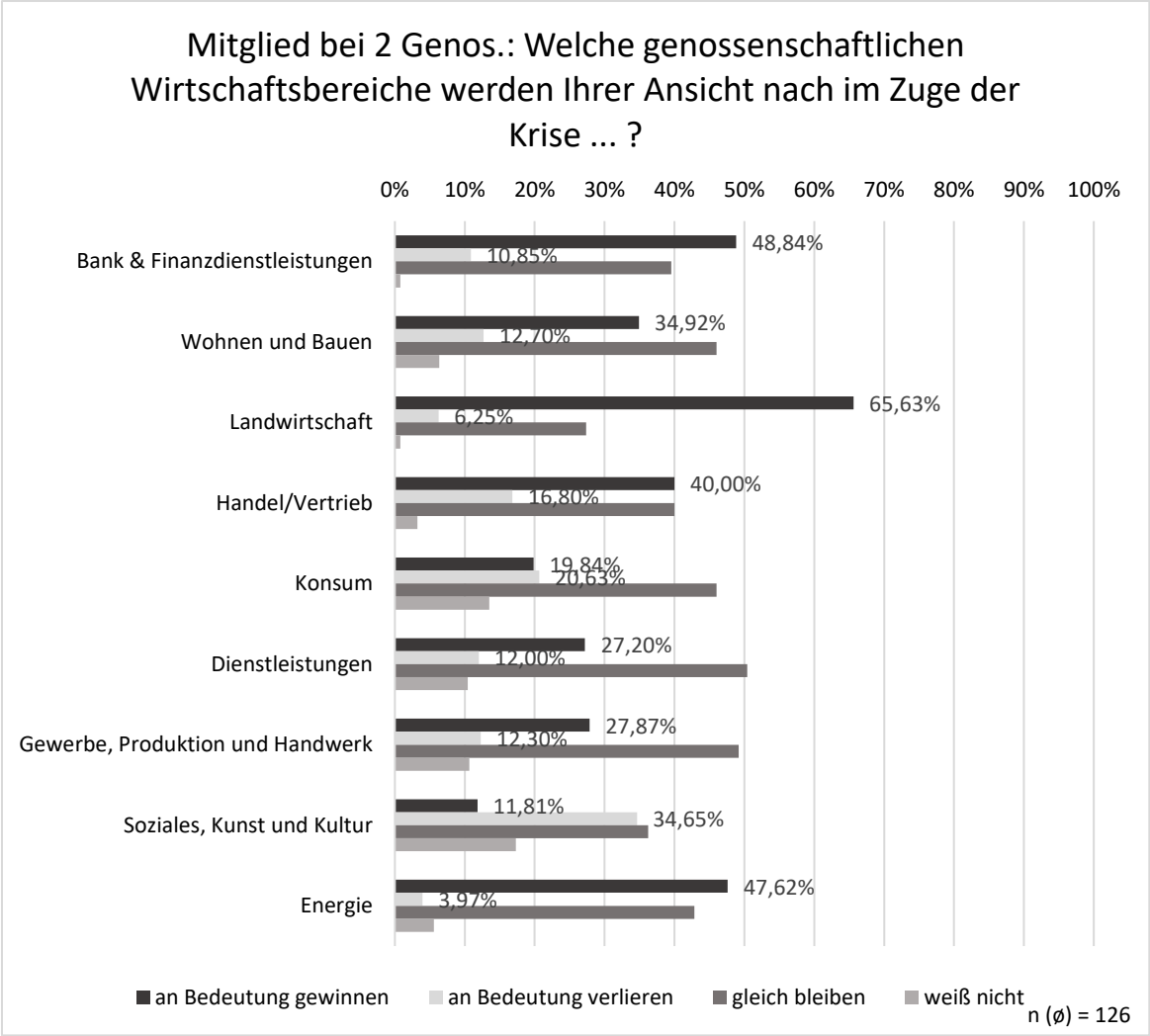


Abbildung 4.2 – 193: Anzahl Mitgliedschaften – 2 Genos. – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?

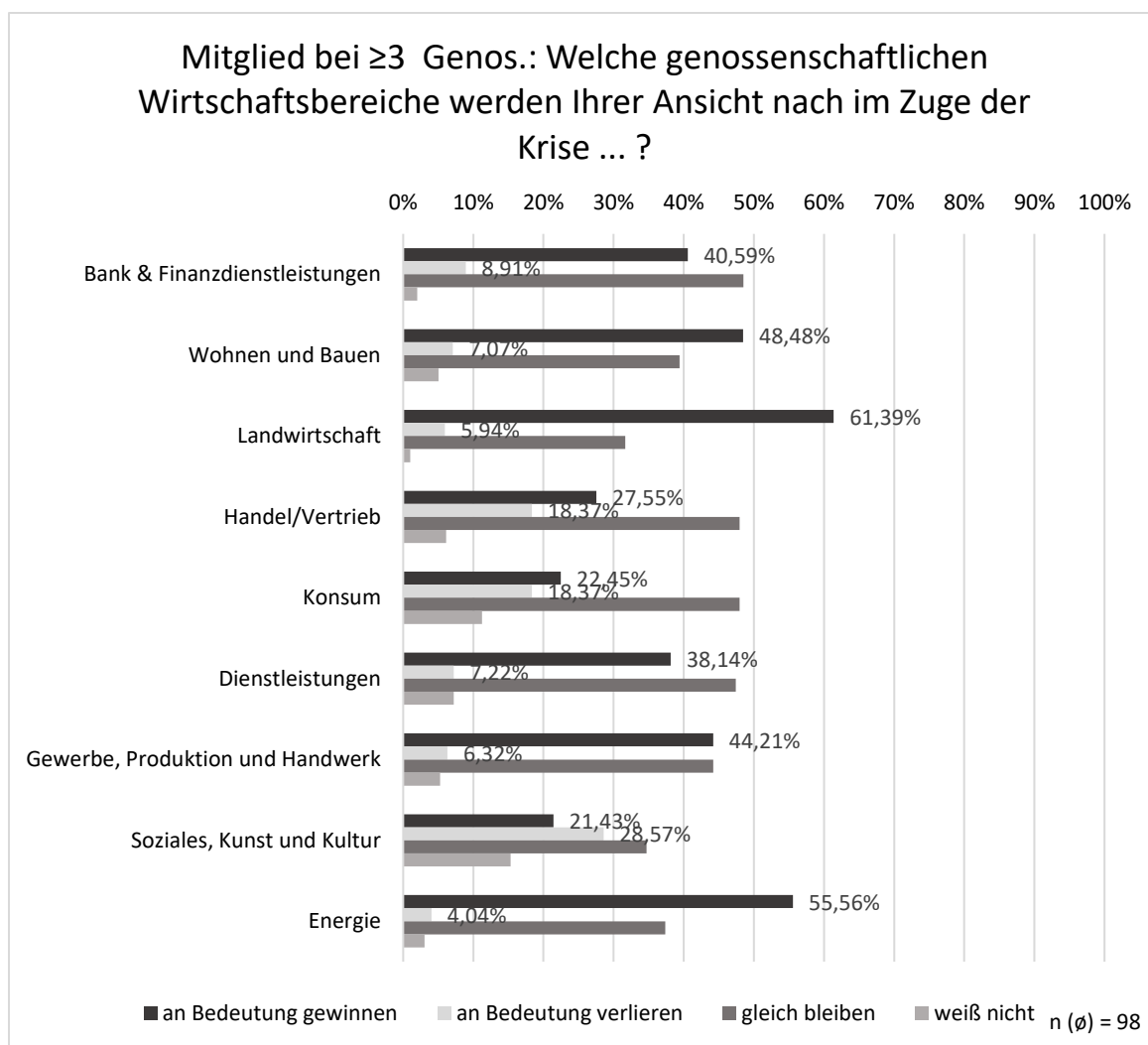


Abbildung 4.2 – 194: Anzahl Mitgliedschaften – ≥ 3 Genos. – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?

Betrachtet man die Antworten der Personen, die Mitglieder einer Genossenschaft sind, so werden die Sektoren Landwirtschaft (67,8%), Bank & Finanzdienstleistungen (51,8%), Energie (49,5%) und Wohnen und Bauen (45,3%) mehrheitlich mit „an Bedeutung gewinnen“ bewertet.

Mit 43,9% wird mehrheitlich eine gleich bleibende Bedeutung im Bereich der Dienstleistungsgenossenschaften gesehen, bei den Konsumgenossenschaften sind es 49,9%, die eine gleichbleibende Entwicklung verorten, für die Bereiche Gewerbe, Produktion und Handwerk wird mit 43,5% ebenfalls überwiegend die Antwortoption „gleich bleiben“ gewählt, 40,4% rechnen hier mit einem Bedeutungsgewinn. Auch für die Bereiche Soziales, Kunst und Kultur wird mit einer geringen Mehrheit (34,9%) eine gleichbleibende Entwicklung gesehen, 29,1% sehen einen zukünftigen Bedeutungsverlust.

Unter Personen mit zwei Genossenschaftsmitgliedschaften findet sich eine leicht abweichende Bewertung, hin zu einer stärker ausgeprägten gleich-bleibenden Entwicklung. Lediglich in den drei Sektoren Landwirtschaft (65,6%), Bank & Finanzdienstleistungen (48,8%) und Energie (47,6%) wird überwiegend mit einem Bedeutungsgewinn gerechnet.

Eine mehrheitlich gleichbleibende Entwicklung wird dagegen in den Sektoren Dienstleistungen (50,4%), Gewerbe, Produktion und Handwerk (49,2%), Konsum und Wohnen und Bauen (jeweils 46%) und Soziales, Kunst und Kultur mit 36,2%) gesehen. Die zukünftige Entwicklung des Bereichs Handel/Vertrieb wird von jeweils 40% mit „an Bedeutung gewinnen“ und „gleich bleiben“ bewertet. Ein Bedeutungsverlust wird von keinem der Mitglieder von zwei Genossenschaften gesehen, wobei bei den Sektoren Soziales, Kunst und Kultur mit 34,7% ein großer Anteil mit „an Bedeutung verlieren“ antwortet.

Betrachtet man die Aussagen der Personen die bei drei und mehr Genossenschaften Mitglied sind, so ist die Bewertung über den Bedeutungsgewinn verglichen mit den anderen zwei Untergliederungen pessimistischer. Ein Bedeutungsgewinn wird mehrheitlich in den Bereichen Landwirtschaft (61,4%), Energie (55,6%) und Wohnen und Bauen (48,5%) gesehen. Dem Bereich Bank & Finanzdienstleistungen wird anders als bei den anderen zwei Untergliederungen mehrheitlich kein Bedeutungsgewinn attestiert. Hier antworten 48,5% mit „gleich bleiben“ vs. 40,6% „an Bedeutung gewinnen“. Eine gleichbleibende Entwicklung wird ebenfalls für die Sektoren Handel/Vertrieb und Konsum mit jeweils 48% und Dienstleistungen (47,4%) gesehen. Genauso wie für die Bereiche Soziales Kunst und Kultur, wo 34,7% eine gleichbleibende Entwicklung erwarten, 28,6% einen Bedeutungsverlust. Die Bereiche Gewerbe, Produktion und Handwerk werden von jeweils 44,2% mit „an Bedeutung gewinnen“ und „gleich bleiben“ bewertet.

e. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer



Abbildung 4.2 – 195: FunktionärIn – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?

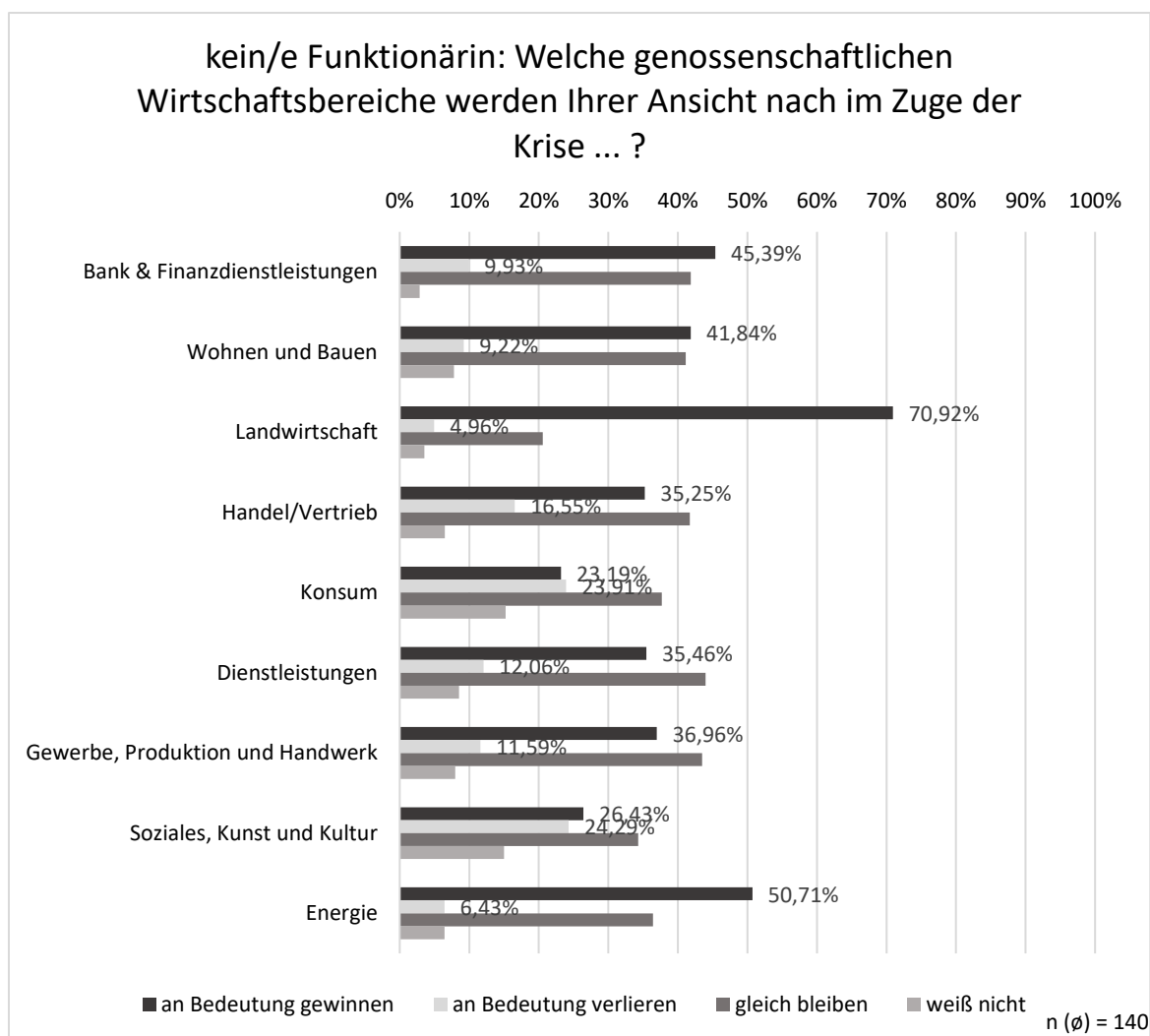


Abbildung 4.2 – 196: kein/e FunktionärIn – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?

Unterscheidet man die Aussagen nach Funktion innerhalb der Genossenschaft, so sind die absoluten Antworten relativ ähnlich verteilt. Funktionärinnen und Funktionäre sehen in den Bereichen Landwirtschaft (64,3%), Bank & Finanzdienstleistungen (50,7%), Energie (49,9%), Wohnen und Bauen (44,1%) und Handel/Vertrieb (39,6%) teilweise mit deutlicher, teilweise mit sehr knapper Mehrheit einen Bedeutungsgewinn. Eine gleichbleibende Entwicklung wird von Funktionärinnen und Funktionären für die Sektoren Dienstleistungen (56,8%), Gewerbe, Produktion und Handwerk (45,5%), Konsum (45,3%) und knapp für die Bereiche Soziales, Kunst und Kultur (35,5%) gesehen. Ein Bedeutungsverlust wird mehrheitlich von keinem der Funktionärinnen und Funktionäre attestiert.

Unter den reinen Mitgliedern wird nach der Krise mehrheitlich ein Bedeutungsgewinn in den Sektoren Landwirtschaft (70,9%), Energie (50,7%), Bank & Finanzdienstleistungen (45,4%) und mit sehr geringem Abstand für den Sektor Wohnen und Bauen (41,8%) gesehen. Eine gleichbleibende Entwicklung wird für die Sektoren Dienstleistungen (44%), Gewerbe, Produktion und Handwerk (43,5%), Handel/Vertrieb (41,7%), Konsum (37,7%) und Soziales, Kunst und Kultur (34,3%) genannt.

f. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

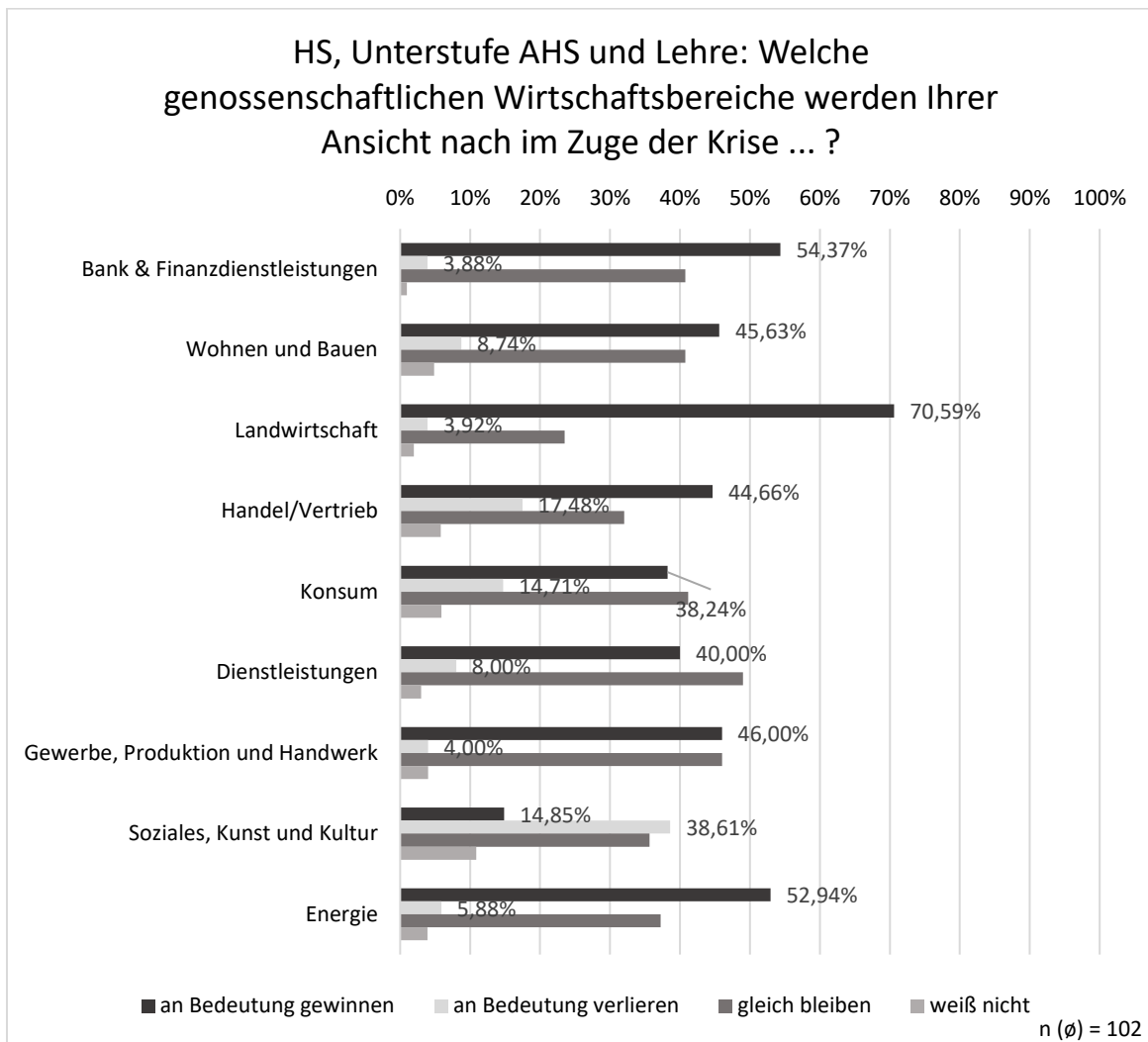


Abbildung 4.2 – 197: Bildung – HS, Unt. AHS und Lehre – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?

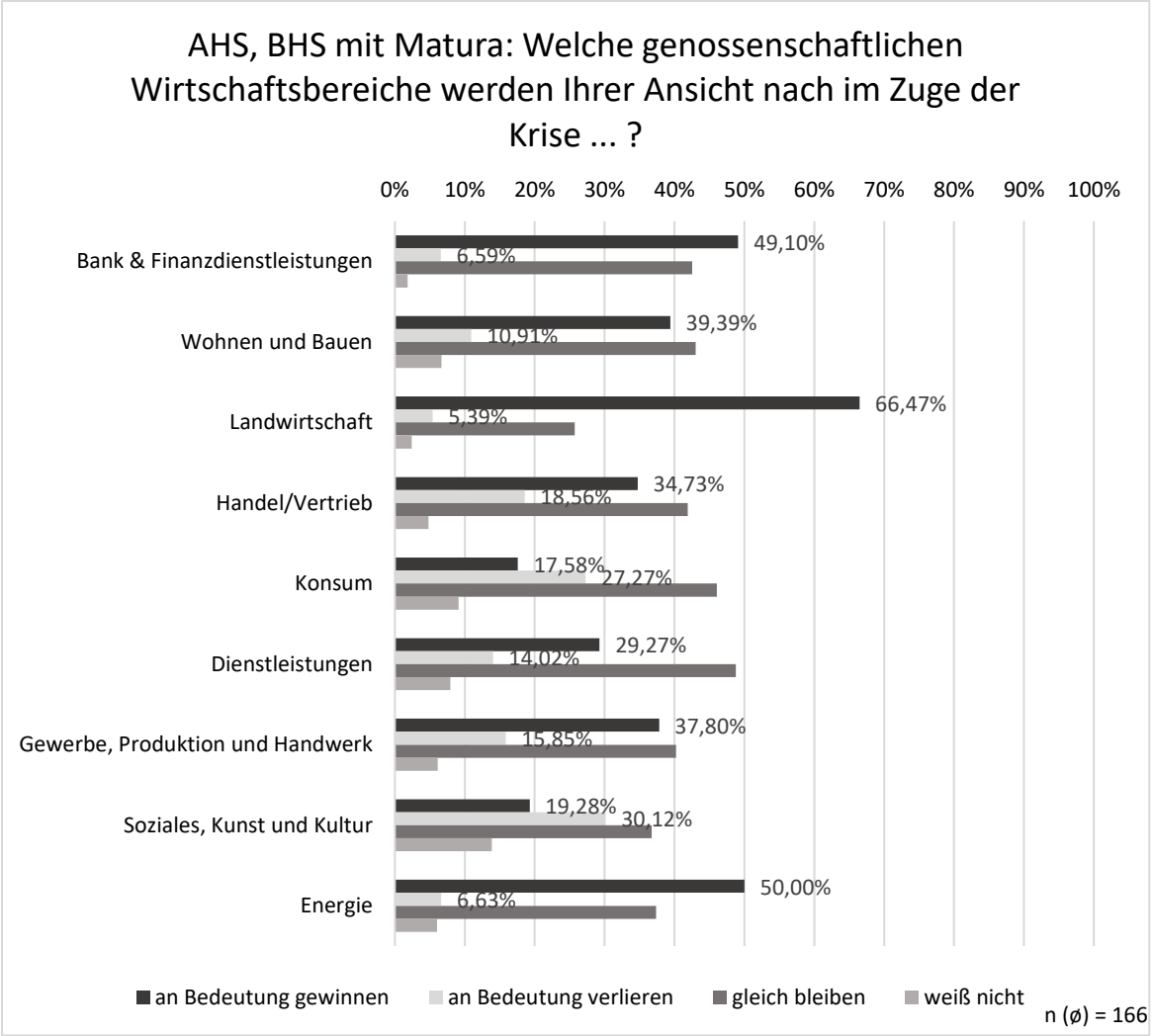


Abbildung 4.2 – 198: Bildung – AHS, BHS mit Matura – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?

FH oder Universität: Welche genossenschaftlichen Wirtschaftsbereiche werden Ihrer Ansicht nach im Zuge der Krise ... ?

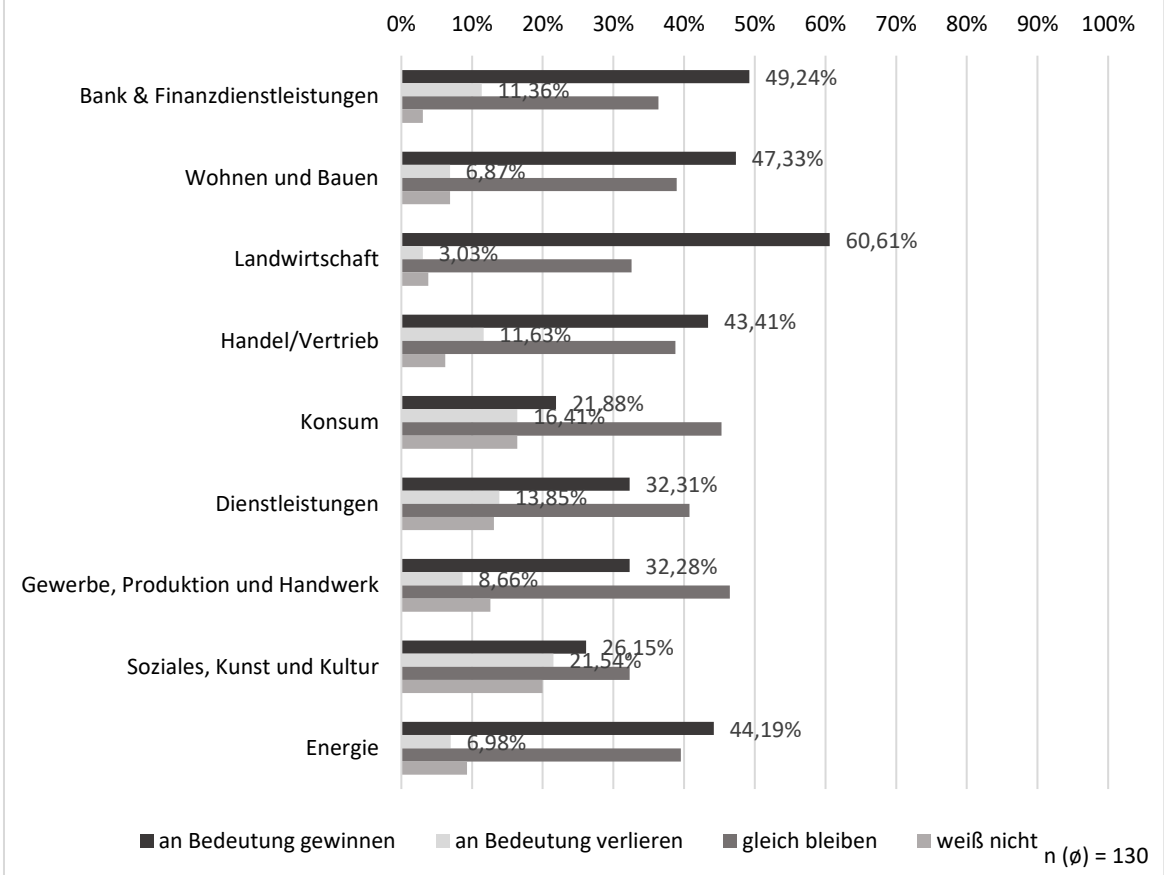


Abbildung 4.2 – 199: Bildung – FH pder Uni – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?

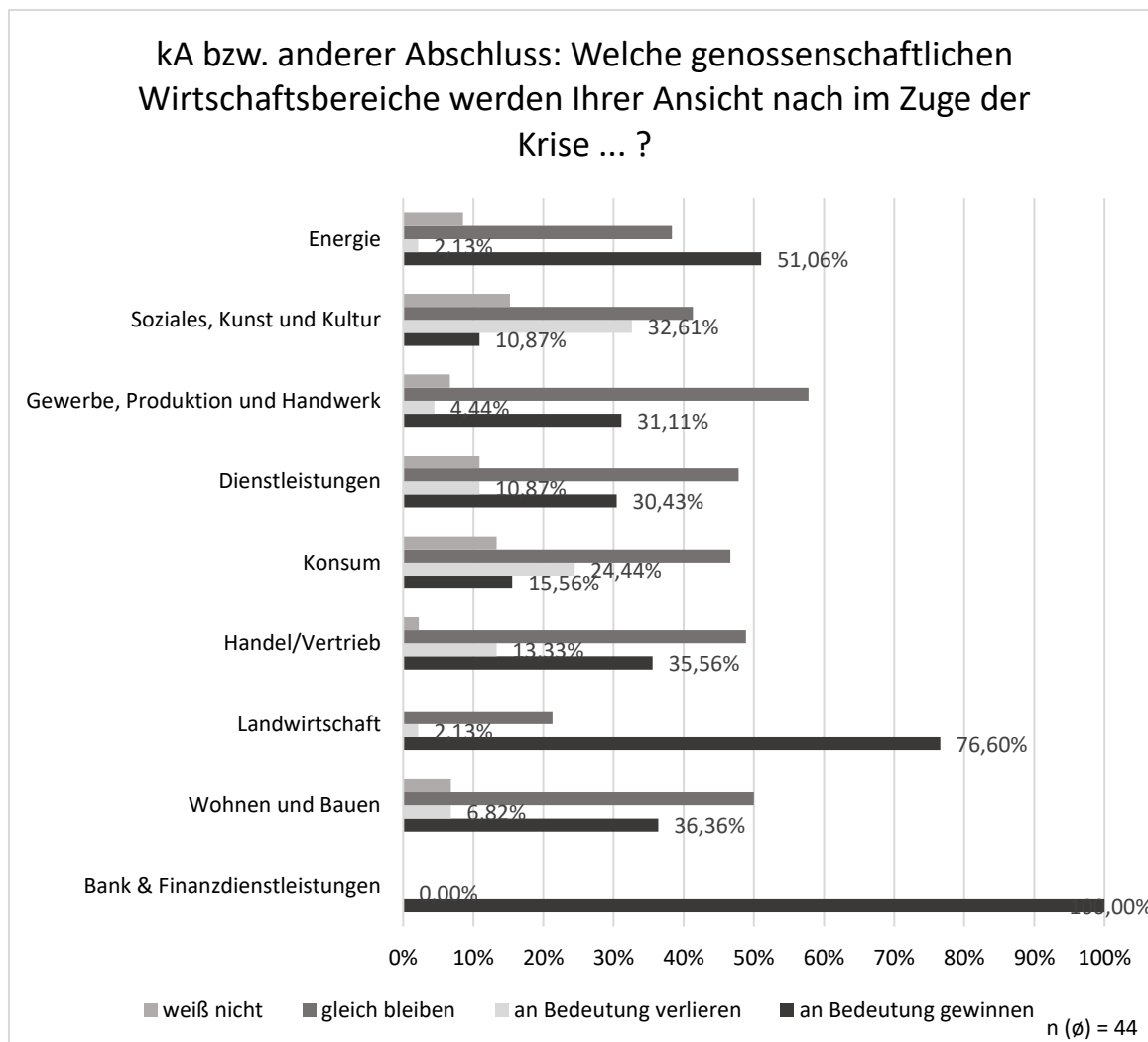


Abbildung 4.2 – 200: Bildung – kA bzw. anderer Abschluss – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?

Bei einer gesonderten Betrachtung nach dem formal höchsten Bildungsabschluss kommt es zu teils unterschiedlichen Einschätzungen darüber, welcher genossenschaftliche Wirtschaftsbereich im Zuge der Krise an Bedeutung gewinnen oder verlieren wird.

Personen mit Hauptschulabschluss, Unterstufe AHS und Lehre sehen mehrheitlich einen Bedeutungsgewinn für die Bereiche Landwirtschaft (70,6%), Bank & Finanzdienstleistungen (54,4%), Energie (52,9%), Wohnen und Bauen (45,6%) und Handel/Vertrieb (44,7%). Eine gleichbleibende Entwicklung wird mehrheitlich für die Sektoren Dienstleistungen (49%) und Konsum (41,2%) erwartet. Die Sektoren Gewerbe, Produktion und Handwerk werden von jeweils 46% sowohl mit „an Bedeutung gewinnen“ als auch „gleich bleiben“ bewertet. Für die Bereiche Soziales, Kunst und Kultur wird von Personen mit Hauptschulabschluss, Unterstufe AHS und Lehre überwiegend ein Bedeutungsverlust gesehen (38,6%), 35,6% attestieren eine gleichbleibende Entwicklung.

Personen mit AHS oder BHS mit Matura kommen zu teilweise abweichenden Einschätzungen. So sehen sie lediglich in den Sektoren Landwirtschaft (66,5%), Energie

(50%) und Bank & Finanzdienstleistungen (49,1%) überwiegend einen Bedeutungsgewinn. Mehrheitlich gleich schätzen sie die Entwicklung in den Sektoren Dienstleistungen (48,8%), Konsum (46,1%), Wohnen und Bauen (43%), Handel/Vertrieb (41,9%), Gewerbe, Produktion und Handwerk (40,2%) und Soziales, Kunst und Kultur (36,8%) ein.

Die Aussagen der Personen mit Hochschulabschluss sind etwas optimistischer, sie sehen mehrheitlich einen Bedeutungsgewinn in den Sektoren Landwirtschaft (60,6%), Bank & Finanzdienstleistungen (49,2%), Wohnen und Bauen (47,3%), Energie (44,2%) und Handel/Vertrieb (43,4%). Mehrheitlich gleichbleibend wird die Entwicklung in den Branchen Gewerbe, Produktion und Handwerk (46,5%), Konsum (45,3%), Dienstleistungen (40,8%) und Soziales, Kunst und Kultur (32,3%) eingeschätzt.

Bei den Personen ohne Abschluss bzw. keinen Angaben über die Art ihres formal höchsten Bildungsabschlusses sehen 100% aller Personen einen Bedeutungsgewinn für den Banken & Finanzdienstleistungssektor, 76,6%, im Landwirtschaftsbereich, 51,1% im Energiesektor. Eine gleichbleibende Entwicklung wird für die übrigen sechs unterschiedenen Bereiche Gewerbe, Produktion und Handwerk (57,8%), Wohnen und Bauen (50%), Handel/Vertrieb (48,9%), Dienstleistungen (47,8%), Konsum (46,7%) und Soziales, Kunst und Kultur (41,3%) gesehen.

g. Größe der Genossenschaft

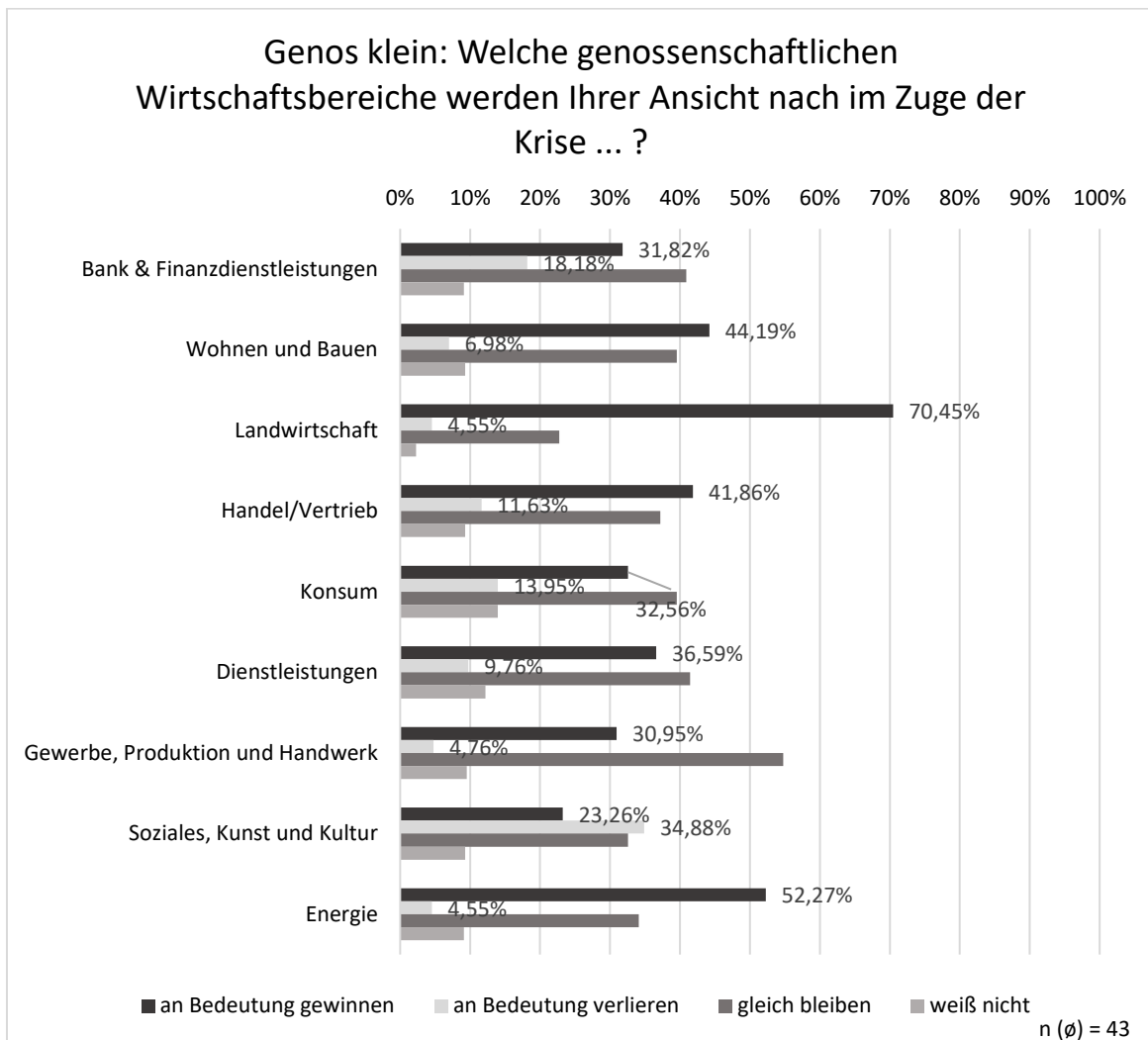


Abbildung 4.2 – 201: Größe Genossenschaft – Genos. klein – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?



Abbildung 4.2 – 202: Größe Genossenschaft – Genos. mittel – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?

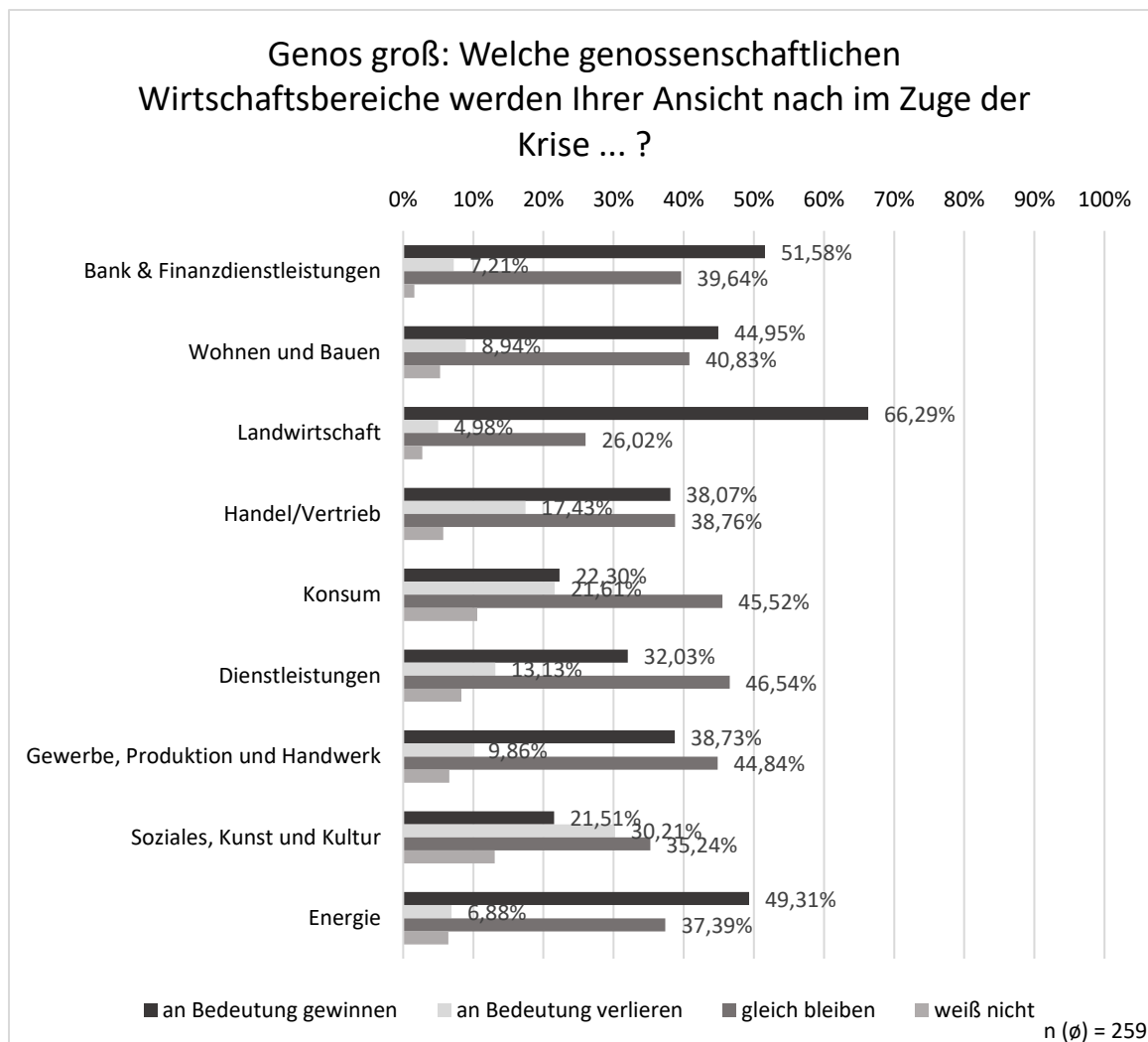


Abbildung 4.2 – 203: Größe Genossenschaft – Genos. groß – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?

Bei einer Unterscheidung nach Größe der Genossenschaft, in die einzelne Person Mitglied ist, kommt es zu teils unterschiedlichen Bewertungen in Bezug auf den Bedeutungsgewinn im Zuge der Krise einzelner genossenschaftlicher Wirtschaftsbereiche. So sehen Personen, die Mitglied von kleinen Genossenschaften sind, mehrheitlich einen Bedeutungsgewinn für die Sektoren Landwirtschaft (70,5%), Energie (52,3%), Wohnen und Bauen (44,2%) und Handel/Vertrieb (41,9%). Eine gleichbleibende Bedeutung wird in den Bereichen Gewerbe, Produktion und Handwerk (54,8%), Dienstleistungen (41,5%), Bank & Finanzdienstleistungen (40,9%) und Konsum (39,5%) erkannt. Ein Bedeutungsverlust wird mehrheitlich den zusammengefassten Bereichen Soziales, Kunst und Kultur attestiert (34,9%), 32,6% sehen hier eine gleichbleibende Bedeutung.

Mitglieder von Genossenschaften mittlerer Größe sehen ebenfalls im Landwirtschaftssektor mit einer Zustimmung von 68,6% den größten Bedeutungsgewinn; Bedeutungsgewinne werden ebenfalls mehrheitlich den Sektoren Energie (56,9%) und Bank & Finanzdienstleistungen (41,2%) zugeschrieben. Eine mehrheitlich gleichbleibende Entwicklung wird in den übrigen Sektoren Wohnen und Bauen (45,1%), Dienstleistungen (42,6%), Gewerbe, Produktion und Handwerk (42,2%), Handel/Vertrieb (40,6%) und Soziales, Kunst und Kultur (34,7%) gesehen.

Dem Konsumsektor werden mit jeweils 32,7% ein Bedeutungsgewinn als auch eine gleichbleibende Entwicklung zugesprochen.

Mitglieder großer Genossenschaften sehen im Landwirtschaftsbereich zu 66,3% einen Bedeutungsgewinn. Ebenfalls an Bedeutung gewinnen werden die Sektoren Bank & Finanzdienstleistungen (51,6%), Energie (49,3%) und Wohnen und Bauen (45%). Eine gleichbleibende Entwicklung wird mehrheitlich für die übrigen Sektoren Dienstleistungen (46,5%), Konsum (45,5%), Gewerbe, Produktion und Handwerk (44,8%), Handel/Vertrieb (38,8%) und Soziales, Kunst und Kultur (35,2%) gesehen.

Zusammenfassend ist bezüglich der Frage, welche genossenschaftliche Bereiche im Zuge der Krise an Bedeutung gewinnen, verlieren oder gleichbleiben, festzustellen, dass bei allen Subgruppen der Landwirtschaftsbereich die Branche ist, der im Zuge der Krise der größte Bedeutungsgewinn zugesprochen wird. Interessant ist, dass die Mitglieder landwirtschaftlicher Genossenschaften selbst ihre eigene Branche etwas negativer einschätzen als es Mitglieder anderer Branchen tun. Personen aus den Bereichen Bank & Finanzdienstleistungen und Wohnen und Bauen sehen ihre eigene Branche im Vergleich zur Fremdbetrachtung sehr viel positiver. Eine gleichbleibende Entwicklung wird vor allem für die Branchen Dienstleistungen, Konsum und Gewerbe, Produktion und Handwerk erwartet. Die geringsten Chancen auf einem Bedeutungsgewinn werden im Bereich Soziales, Kunst und Kultur erwartet. Auffallend ist, dass Frauen und Personen aus Westösterreich insgesamt sehr viel größere Bedeutungsgewinne ausmachen als Männer oder Personen aus anderen Regionen Österreichs.

Frage M.21 – Relevante Aufgabenfelder für Genossenschaften in Folge der Krise

In den nun folgenden drei Grafiken werden den Personen anhand ihres spezifischen Branchenhintergrundes Detailfragen gestellt. Aufgrund der geringen Teilnehmerzahl werden lediglich die Branchen Bank & Finanzdienstleistungen, Wohnen und Bauen und Landwirtschaft vorgestellt.

a) Banken & Finanzdienstleistungen

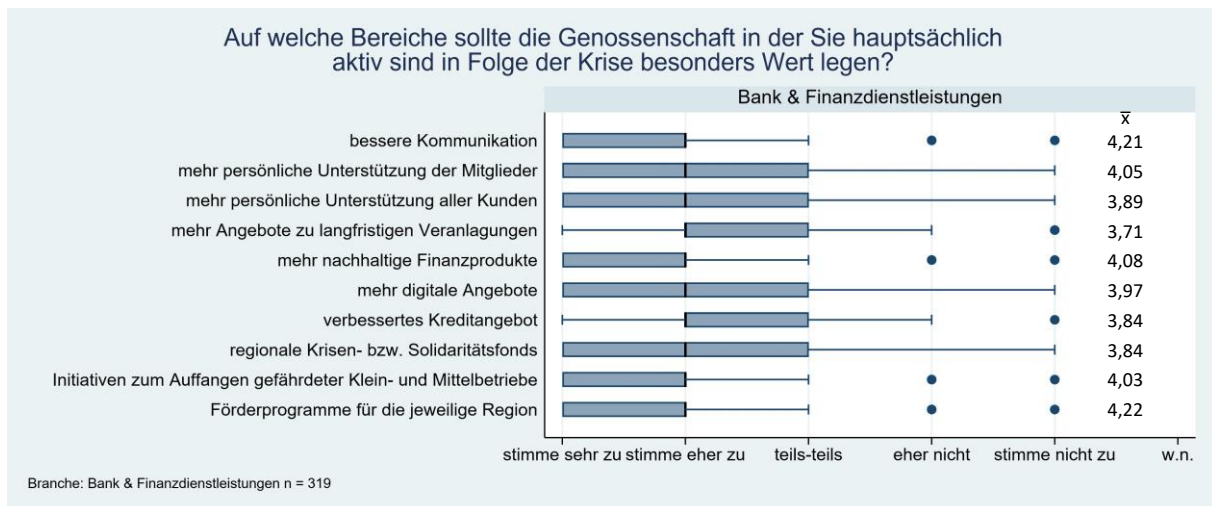


Abbildung 4.2 – 204: Branche – Banken – Relevante Aufgabenfelder für Genossenschaften in Folge der Krise¹⁴⁰

Auf die spezifisch an Personen aus dem Bereich Bank & Finanzdienstleistungen gerichtete Frage, auf welche Bereiche/Themen die Genossenschaft besonderen Wert legen sollte, erhalten die Punkte: „bessere Kommunikation“, „mehr nachhaltige Finanzprodukte“, „Initiativen zum Auffangen gefährdeter Klein- und Mittelbetriebe“ und „Förderprogramme für die jeweilige Region“ die höchsten Zustimmungsraten. Der Median liegt dort zwar wie auch bei den anderen Themen bei „stimme eher zu“, doch liegt das Intervall zwischen dem 25tem und 75tem Perzentil hier zwischen „stimme sehr zu“ und „stimme eher zu“. Bereiche, die als weniger wichtig angesehen werden, sind die Punkte „mehr Angebote an langfristigen Veranlagungen“ und „verbessertes Kreditangebot“. Hier liegt der Median zwar ebenfalls bei „stimme eher zu“, doch liegt das Intervall zwischen 25tem und 75. Perzentil zwischen „stimme eher zu“ und „teils-teils“.

¹⁴⁰ **Legende:** schwarzer vertikaler Strich = Median; Balken = Bereich zwischen 25tem und 75tem Perzentil; horizontaler Strich = Bandbreite der gegebenen Antworten; „stimme sehr zu“ wird dabei der Wert 5 zugewiesen, „stimme nicht zu“ = 1.

b) Wohnen und Bauen

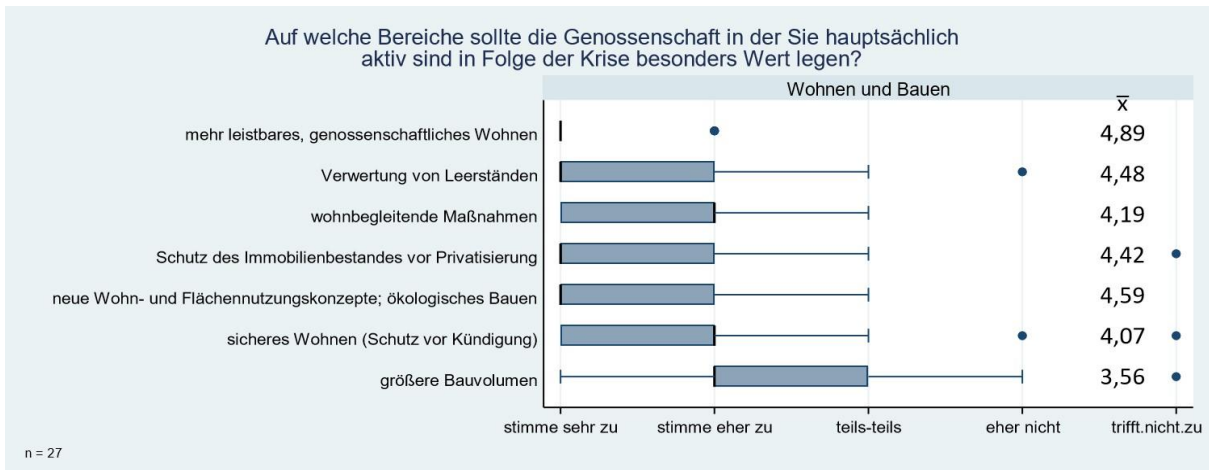


Abbildung 4.2 – 205: Branchen – Wohnen – Relevante Aufgabenfelder für Genossenschaften in Folge der Krise

Für die befragten Mitglieder aus dem Bereich Wohnen und Bauen ist der Aspekt, in dem die größte Wichtigkeit gesehen wird, die Sicherstellung von mehr leistbarem, genossenschaftlichem Wohnen. Hier wählen nahezu alle Mitglieder die Antwortoption „stimme sehr zu“. Diese hohe Zustimmung wird ebenfalls den drei Punkten „Verwertung von Leerständen“, „Schutz des Immobilienbestandes vor Privatisierung“ und „neue Wohn- und Flächennutzungskonzepte, ökologisches Bauen“ zuteil.

Wohnbegleitende Maßnahmen und das sichere Wohnen, der Schutz vor Kündigung werden bei einem Median von „stimme eher zu“ ebenfalls als wichtig angesehen. Am kritischsten, aber ebenfalls mit einem Medianwert von „stimme eher zu“, wird der Punkt „größere Bauvolumen“ betrachtet.

c) Landwirtschaft

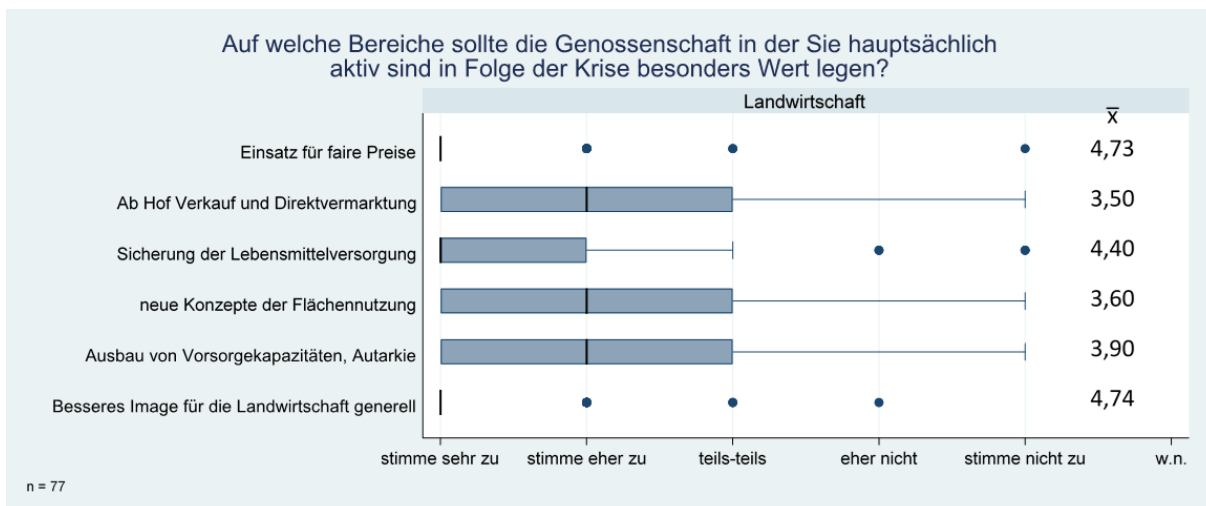


Abbildung 4.2 – 206: Branchen – LW – Relevante Aufgabenfelder für Genossenschaften in Folge der Krise

In Bezug auf die Frage, auf welche Bereiche landwirtschaftliche Genossenschaften in Folge der Krise besonderen Wert legen sollten, liegt der Medianwert bei drei Antwortoptionen bei „stimme sehr zu“. Dies sind „Einsatz für faire Preise“, „Sicherung der Lebensmittelversorgung“ und „Besseres Image für die Landwirtschaft generell“. Wobei erster und letzter Punkt jeweils von fast allen Personen mit „stimme sehr zu“

bewertet werden. Der Medianwert der drei weiteren Antwortoptionen „Ab Hof Verkauf und Direktvermarktung“, „neue Konzepte der Flächennutzung“ und „Ausbau von Vorsorgekapazitäten, Autarkie“ liegt bei jeweils „stimme eher zu“. Das Intervall zwischen 25tem und 75tem Perzentil liegt zwischen „stimme sehr zu“ und „teils-teils“.

Frage M.22 – Neue Geschäftsfelder für Genossenschaften

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

In der hier vorgestellten Frage werden die Zukunftsfelder der Genossenschaft eruiert. Dabei werden den Genossenschaftsmitgliedern bestimmte Geschäftsfelder, die sich aus der Delphi-Befragung der Genossenschaftsexpertinnen und -experten ergaben, vorgelegt. Unter dem Feld „weitere“ konnten die Mitglieder eigene genossenschaftliche Geschäftsfelder angeben, von denen sie der Meinung sind, dass sie in Krisenzeiten oder kurz danach entstehen könnten.

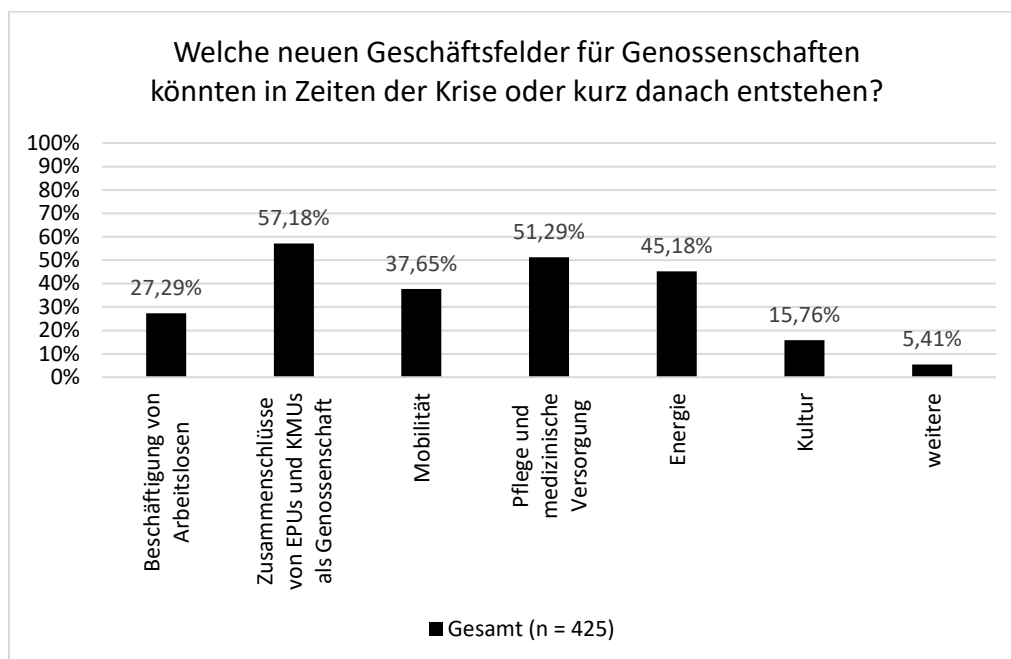


Abbildung 4.2 – 207: Gesamtansicht – Neue Geschäftsfelder für Genossenschaften

Den höchsten Zustimmungswert, den die Mitglieder einem neuen genossenschaftlichen Geschäftsfeld zusprechen, ist mit 57,2% der Zusammenschluss von Ein-Personen-Unternehmen (EPU's) und Klein- und Mittel-Unternehmen (KMU's) in Genossenschaften, um so gemeinsame Aufgaben zu bündeln und insgesamt Effizienzgewinne und Kostenreduzierungen zu realisieren. Mit ebenfalls über 50% (51,3%) wird der Bereich der Pflege und medizinischen Versorgung angeführt. 45,2% aller Mitglieder, die die Frage beantwortet haben, sehen im Energiebereich neue Geschäftsfelder, 37,65% im Bereich der Mobilität. Die Beschäftigung von Arbeitslosen wird von 27,3% als neues genossenschaftliches Betätigungsfeld angeführt, der Bereich Kultur von 15,8%. Unter dem Punkt „weitere“ geben Mitglieder ihre eigenen Ideen zu neuen Geschäftsfeldern an. Hier werden etwa Konzepte zur Nahversorgung beispielsweise im ländlichen Raum bzw. der Versorgung mit regionalen Nahrungsmitteln angeführt. Auch Genossenschaften im kommunalen Bereich (Bürgergenossenschaften) werden genannt. Eine Person geht auch auf „strategische Struktur- und Entwicklungsgenossenschaften zusammen mit Gemeinden und ev. anderen regional ausgerichteten Banken, um z.B. wichtige und wertvolle

Grundstücke für das Gemeinwohl zu sichern.“ als mögliches Zukunftsfeld ein. Weiters wird etwa eine genossenschaftliche Kooperation zwischen Tourismus und Bauernschaft genannt, aber auch Konzepte zur Abfallbehandlung bzw. -vermeidung. Von einigen Genossenschaftsmitgliedern wurde ebenfalls die Digitalisierung angeführt, auf die in Kapitel 4.2.8 näher eingegangen wird. Im Bereich der Genossenschaftsbanken werden Projektfinanzierungen genannt, in der sich der Kreditgeber am Projekt finanziell beteiligt, um so höhere Erträge zu erwirtschaften. Einige Personen geben als Antwort aber auch „keine“ neuen Geschäftsfelder an. Dies würde etwa damit begründet, dass man sich „auf die Reparatur der Schäden aus der Krise konzentrieren müsse“.

B) Detailauswertung nach Branchen

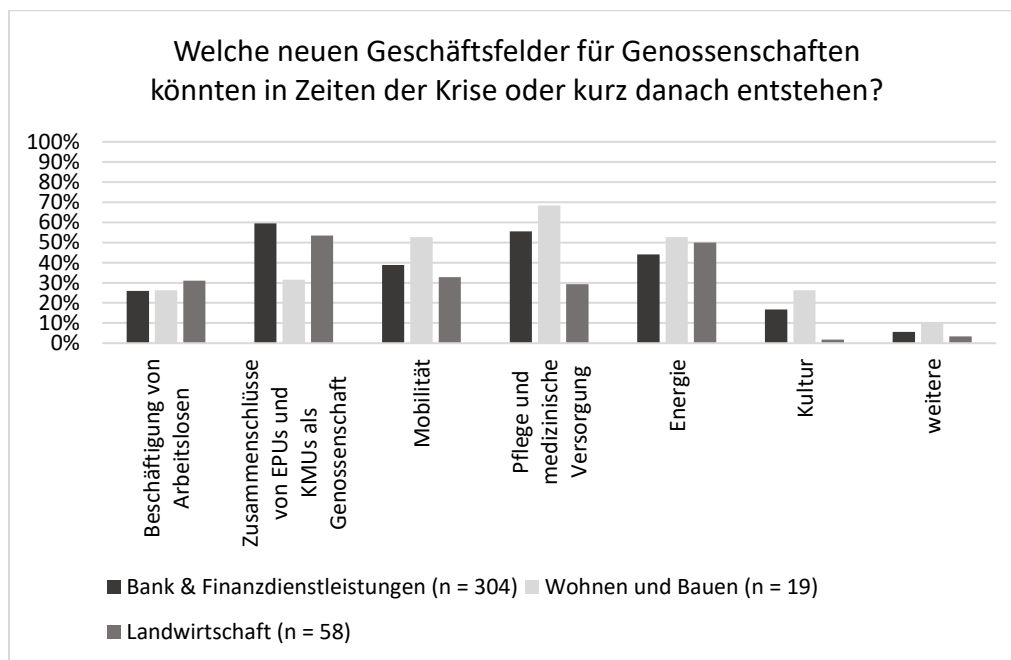


Abbildung 4.2 – 208: Branche – Neue Geschäftsfelder für Genossenschaften

Genossenschaftsmitglieder aus den Bereichen Bank & Finanzdienstleistungen und Landwirtschaft bewerten den „Zusammenschluss von EPUs und KMUs als Genossenschaft“ mit 59,5% und 53,45% am häufigsten. Bei den Personen aus dem Bereich Wohnen und Bauen ist es mit 68,4% das Feld der „Pflege und medizinischen Versorgung“. Der Energiebereich wird von den Mitgliedern aus dem Wohn- und landwirtschaftlichen Bereich mit 52,6% und 50% am zweithäufigsten gewählt; im Bankenbereich ist es mit 55,6% das Feld der „Pflege und medizinischen Versorgung“. Mit ebenfalls 52,6% wird von Personen aus dem genossenschaftlichen Wohnbau zudem der Punkt Mobilität angeführt, wohingegen Personen aus den Bereichen Bank und Landwirtschaft nur 38,8% und 32,8% ein neues Geschäftsfeld für Genossenschaften sehen.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

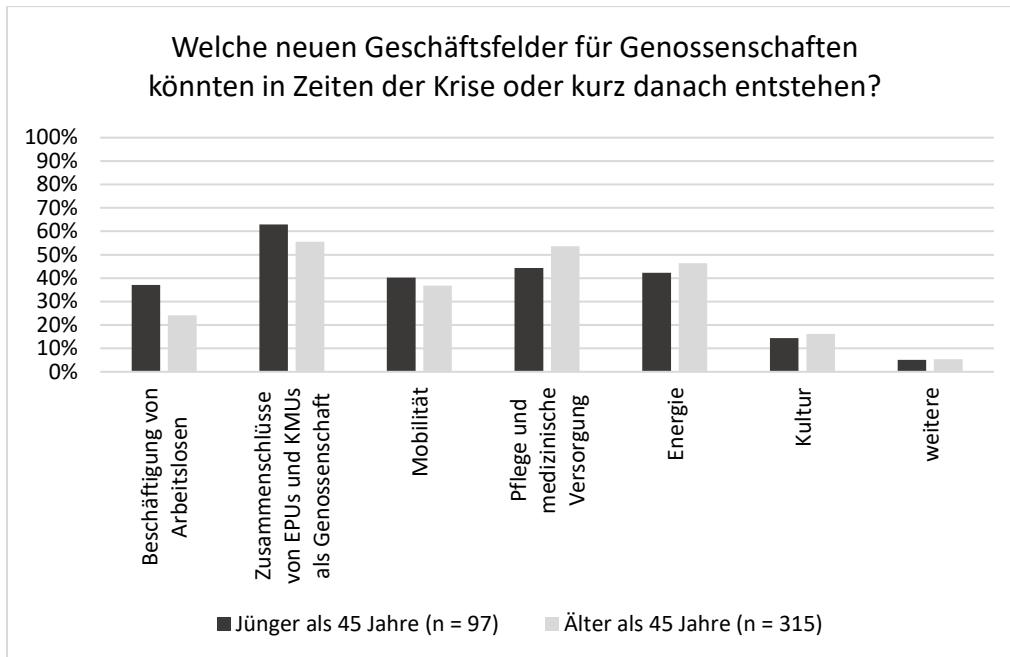


Abbildung 4.2 – 209: Alter – Neue Geschäftsfelder für Genossenschaften

Bei einer Unterscheidung nach Alter kommt es zwar zu prozentuellen Unterschieden, doch entspricht die Reihung der Gesamtansicht. Jüngere Genossenschaftsmitglieder sehen im „Zusammenschluss von EPUs und KMUs als Genossenschaft“ mit 62,9% ein etwas größeres Potenzial als ältere Genossenschaftsmitglieder mit 55,6%. Ältere Mitglieder sehen dagegen im Bereich der Pflege und medizinischen Versorgung mit 53,65% etwas mehr Potenzial als jüngere Genossenschaftsmitglieder, mit 44,3%. Auch die Aussage in Bezug auf die Beschäftigung von Arbeitslosen führt zu unterschiedlichen Gewichtungen, wobei die Reihung der Gesamtansicht entspricht. 37,1% der jüngeren Mitglieder sehen hier ein Potenzial für ein neues genossenschaftliches Geschäftsfeld, wohingegen es bei den älteren Mitgliedern lediglich 24,1% sind.

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

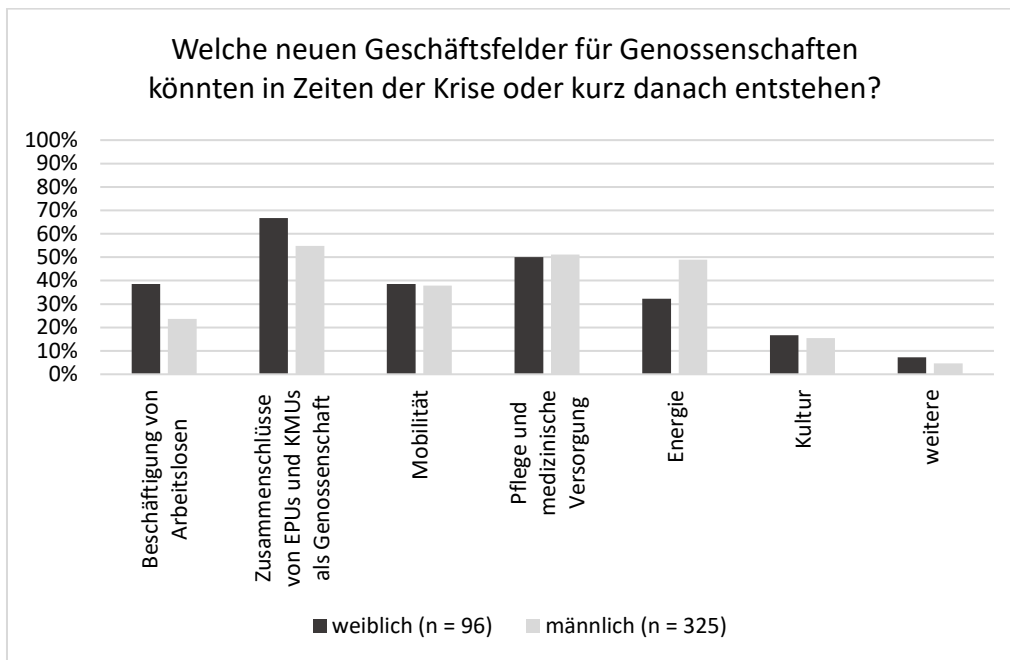


Abbildung 4.2 – 210: Geschlecht – Neue Geschäftsfelder für Genossenschaften

Die männlichen Genossenschaftsmitglieder folgen, auch aufgrund ihrer größeren Stichprobenmenge, im Wesentlichen der Gesamtbewertung. Die weiblichen Mitglieder, die an der Befragung teilgenommen haben, weichen dagegen etwas von der Gesamtansicht ab. So sehen 66,7% der weiblichen Genossenschaftsmitglieder in den „Zusammenschlüssen von EPU und KMUs als Genossenschaft“ ein mögliches neues Geschäftsfeld für Genossenschaften, bei den Männern wird dieses Feld zwar auch am häufigsten gewählt, allerdings „nur“ von 54,8%. Auf der anderen Seite sehen 48,9% der Männer den Bereich der Energiegenossenschaften als neues genossenschaftliches Geschäftsfeld, während es bei den Frauen lediglich 32,9% sind. Eine ähnliche Verteilung, jedoch umgekehrt, ergibt sich beim möglichen Geschäftsfeld der Arbeitslosengenoossenschaften. Hier sehen 38,5% der Frauen Potenzial, bei den Männern stimmen lediglich 23,7% für diesen Punkt.

c. Region der Genossenschaft

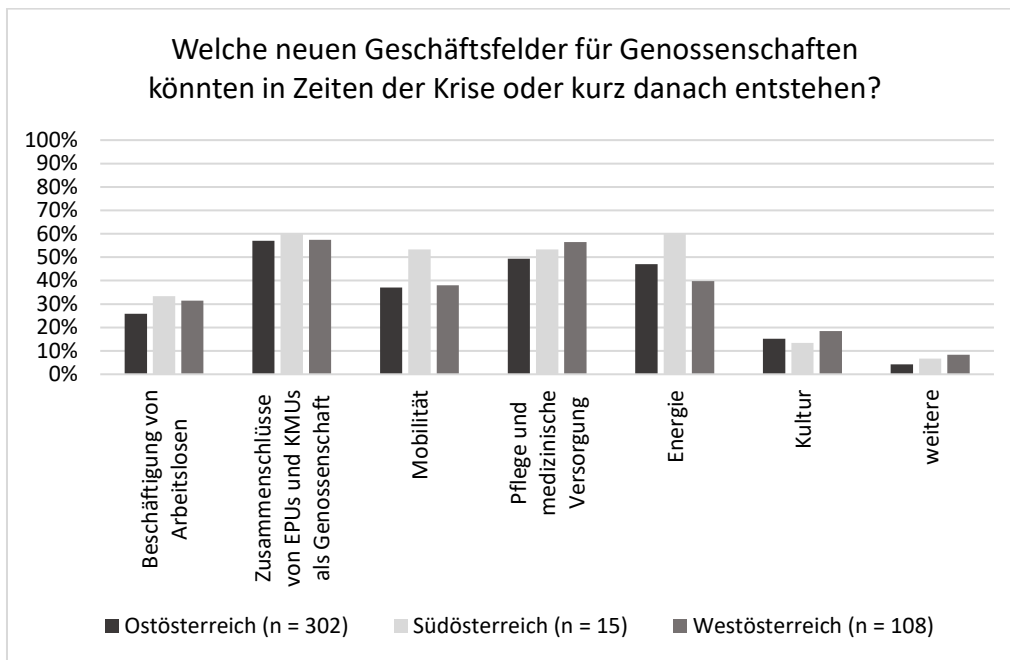


Abbildung 4.2 – 211: Region – Neue Geschäftsfelder für Genossenschaften

Hinsichtlich einer regionalen Unterscheidung kommt es überwiegend zu keinen großen Unterschieden. Im Bereich Energie, Pflege und medizinische Versorgung unterscheiden sich die Personen aus Ost- und Westösterreich. Bei der Pflege sehen 49,4% der Personen aus Ostösterreich ein neues Potenzial, während es bei Personen aus Westösterreich 56,5% sind. Im Energiebereich ist das Bild umgekehrt: 47% der Ostösterreicher sehen hier ein neues Geschäftsfeld, aber nur 39,8% der Westösterreicher. Genossenschaftsmitglieder aus Südösterreich bewerten die einzelnen Aussagen teils etwas deutlicher, doch ist die Stichprobengröße hier gering, weshalb keine allgemeinen Aussagen getroffen werden können.

d. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

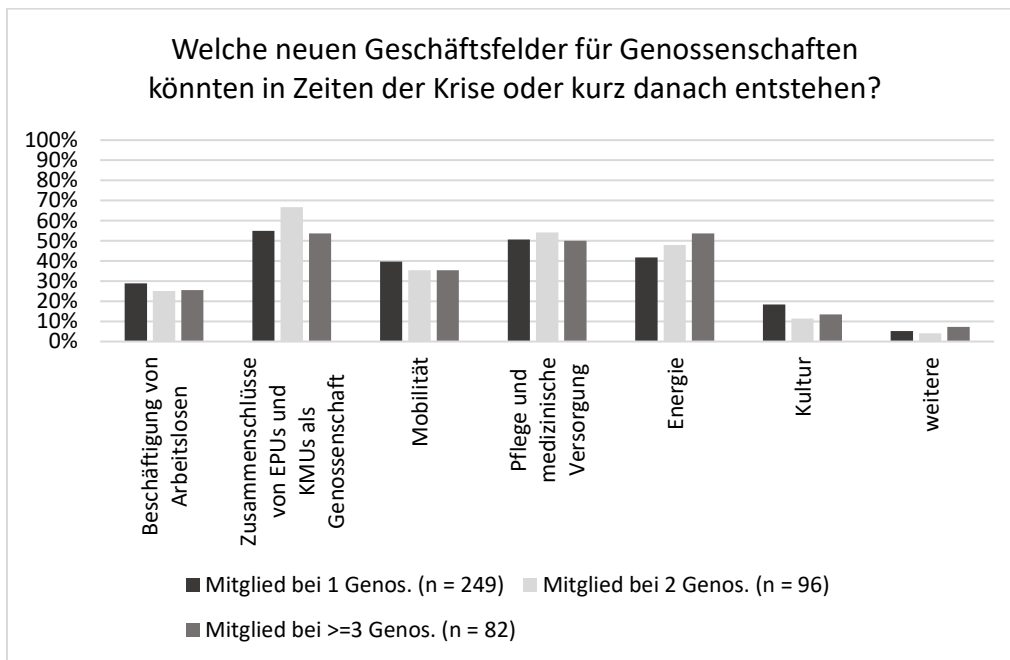


Abbildung 4.2 – 212: Anzahl Mitgliedschaften – Neue Geschäftsfelder für Genossenschaften

Die Aussagen hinsichtlich der Anzahl an Mitgliedschaften sind bei allen drei Unterscheidungen relativ ähnlich, wobei Mitglieder bei zwei Genossenschaften mit 66,7% den Zusammenschluss von EPUs und KMUs größeres Potenzial einräumen als Mitglieder bei einer oder drei und mehr Genossenschaften. Personen bei drei oder mehr Genossenschaften sehen dagegen mit 53,7% das Feld der Energiegenossenschaften optimistischer als Personen mit zwei Genossenschaftsmitgliedschaften (47,9%) und Personen mit Mitgliedschaft bei einer Genossenschaft (41,8%).

e. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

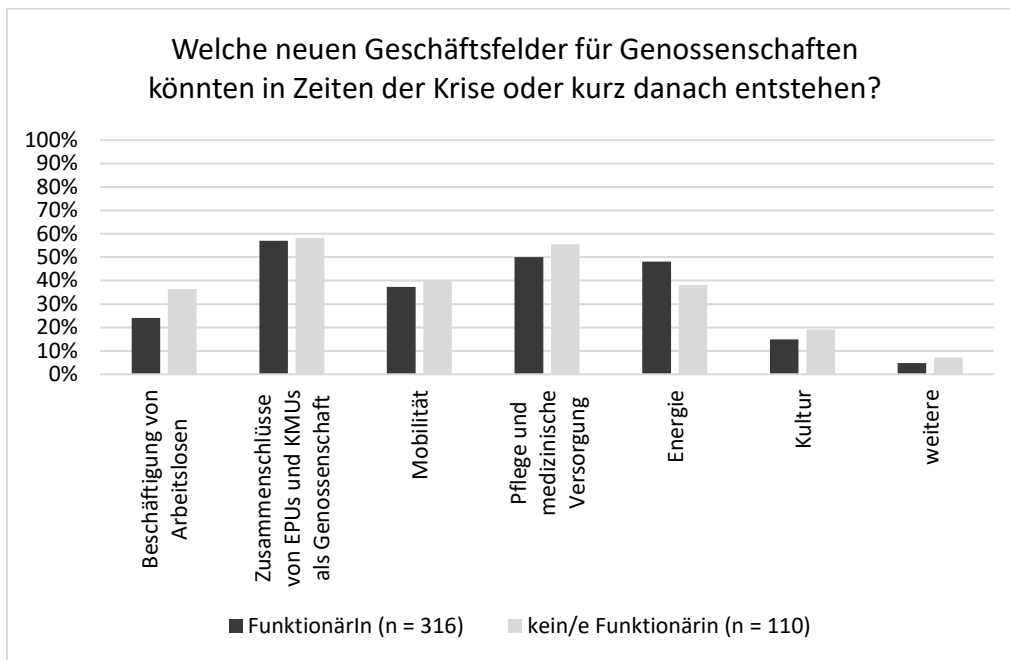


Abbildung 4.2 – 213: FunktionärIn – Neue Geschäftsfelder für Genossenschaften

Aufgrund der großen Stichprobengröße unter den Funktionärinnen und Funktionären gibt es im Vergleich zur Gesamtansicht keine Unterschiede bezüglich der Reihung. Auch die Personen ohne offizielle Funktion in der Genossenschaft folgen der Gesamtreihung, wobei es zu leichten prozentuellen Unterschieden in der Gewichtung kommt. Im Trend sind reine Mitglieder mit Ausnahme des Energiebereichs leicht optimistischer.

f. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

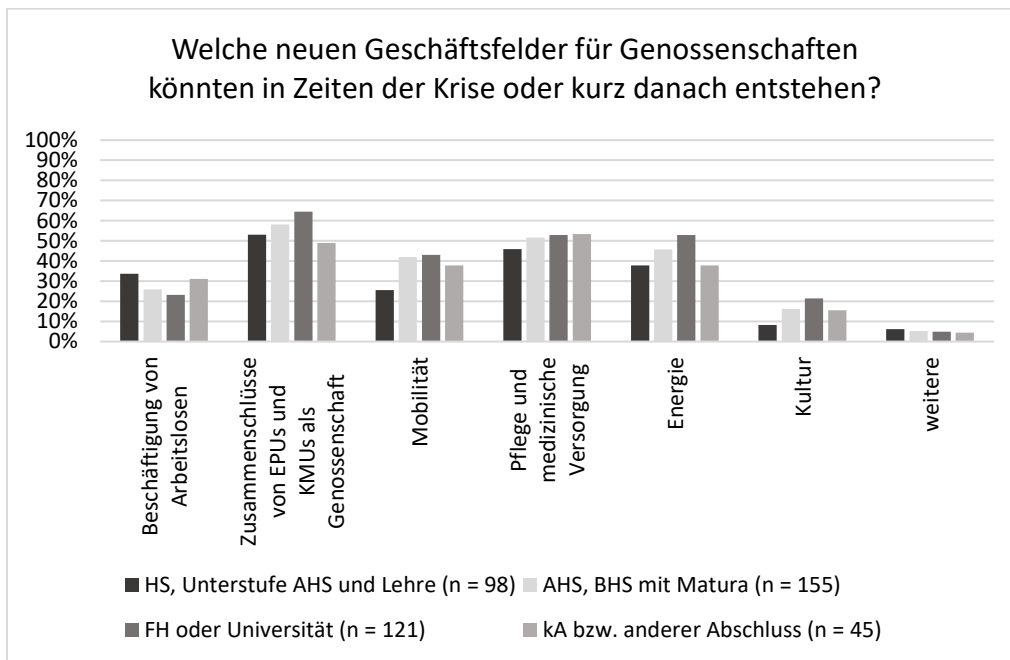


Abbildung 4.2 – 214: Bildung – Neue Geschäftsfelder für Genossenschaften

Bezüglich einer Unterscheidung nach Bildung folgt die Reihung ebenfalls im Wesentlichen der Gesamtansicht. Personen mit Hochschulabschluss sehen in den Zusammenschlüssen von EPU's und KMUs als Genossenschaft mit 64,5% das größte Potenzial. Bei den Personen mit anderen Bildungsabschlüssen variieren die Zustimmungswerte zwischen 53% und 58,1%. Personen ohne Schulabschluss bzw. einer anderen Art bewerten dieses Feld mit 48,9%. Energie wird von Personen mit Hochschulabschluss ebenfalls deutlich positiver bewertet als von den Personen mit anderem Schulabschluss. 52,9% sehen ein Potenzial für ein neues genossenschaftliches Geschäftsfeld, während die Personen mit anderem Schulabschluss hier jeweils zu 37,8%, 52,9% zustimmen. 37,8% der Personen ohne Bildungsabschluss bzw. einer anderen Art sehen im Energiebereich Potenzial. Den Bereich der Mobilität sehen nur 25,5% der Personen mit Hauptschulabschluss, Unterstufe AHS und Lehre als potenzielles Geschäftsfeld, während es bei den Personen mit anderen Schulabschlüssen jeweils um die 40% sind.

g. Größe der Genossenschaft

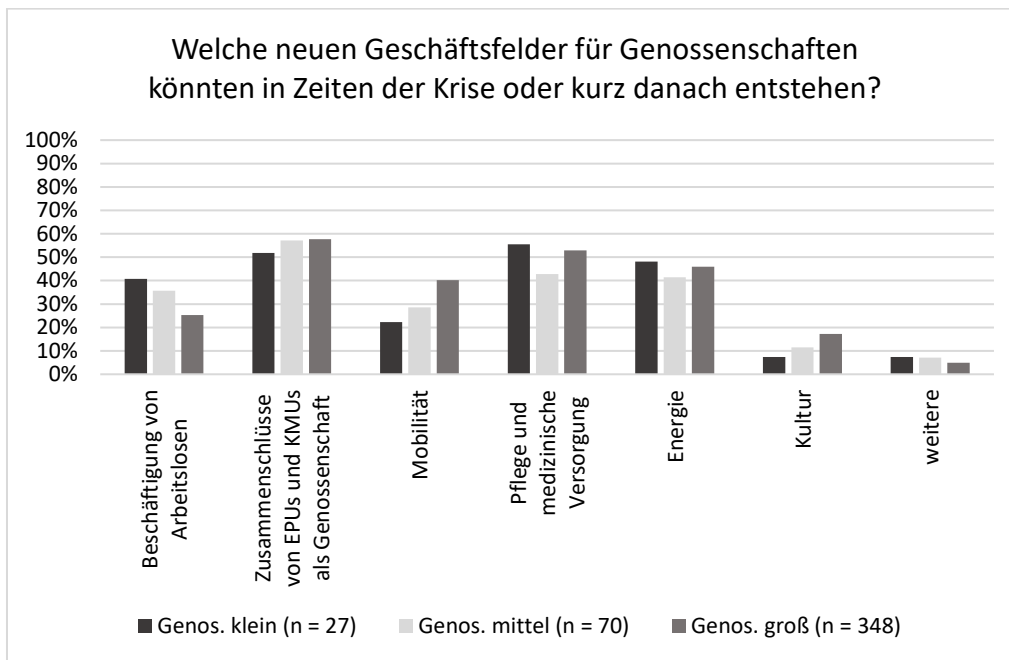


Abbildung 4.2 – 215: Große Genossenschaft – Neue Geschäftsfelder für Genossenschaften

Betrachtet man die Aussagen der Personen getrennt nach der Größe ihrer Genossenschaft, so kommt es zu teils unterschiedlichen Einschätzungen hinsichtlich der Potenziale der angeführten Geschäftsfelder. Personen, die Mitglied in großen und mittleren Genossenschaften sind, folgen im Wesentlichen der Gesamtansicht, wenn auch mit unterschiedlichen prozentuellen Gewichtungen. Personen aus kleinen Genossenschaften weichen davon teils ab. So sehen 55,6% von ihnen in der Pflege und medizinischen Versorgung das größte Potenzial für ein mögliches neues Geschäftsfeld, wohingegen nur 51,85% den Zusammenschluss von EPUs und KMUs als neues Geschäftsfeld sehen. Mittlere und große Genossenschaften sehen in diesem Feld das größte Potenzial mit 57,1% und 57,8%. Auch die Mobilität wird von kleinen Genossenschaften weniger optimistisch gesehen. Hier sind es lediglich 22,2%, die in diesem Bereich Potenzial sehen, bei mittleren und großen Genossenschaften sind es 28,6% bzw. 40,2%. Anders sieht es dagegen in der Einschätzung von Arbeitslosengenosenschaften aus. Hier sehen 40,7% der Personen aus kleinen Genossenschaften ein mögliches neues Geschäftsfeld, wohingegen es bei mittleren 35,7% und bei großen Genossenschaften 25,3% sind. Allerdings ist darauf hinzuweisen, dass die Stichprobenanzahl bei den Mitgliedern aus kleinen Genossenschaften relativ gering ist.

Zusammenfassend ist bezüglich der Frage nach neuen Geschäftsfeldern, die in oder kurz nach einer Krisenzeit entstehen können, festzustellen, dass das größte Potenzial im Bereich des Zusammenschlusses von EPUs und KMUs gesehen wird, gefolgt von Pflege und Energie. Nach einer Branchenbetrachtung setzen Banken und Landwirtschaft den Zusammenschluss von EPUs und KMUs an erste Stelle, Bauen und Wohnen den Pflegebereich. Wenig überraschend sind für Frauen im Vergleich zu Männern und für jüngere Menschen im Vergleich zu älteren der Zusammenschluss von EPUs und KMUs sowie Arbeitslosengenosenschaften wichtiger, für ältere Personen die Pflege, für Männer die Energiewirtschaft. Für Mitglieder in mehreren Genossenschaften sowie für Funktionärinnen und Funktionäre ist tendenziell der

Energiebereich wichtiger als für Personen aus nur einer Genossenschaft bzw. reinen Mitgliedern. Personen mit formal hohem Bildungsabschluss sehen in allen Bereichen höheres Potenzial als Personen mit niedrigerem Bildungsabschluss. Eine Ausnahme bildet dabei der Bereich der Arbeitslosengenossenschaften.

Die Gesamtschau des Clusters über Potenziale von Genossenschaften zeigt, dass die Mitglieder während einer Krise die Regionalität von Genossenschaften als ihren größten Vorteil erachten. Als Vorteile, die daraus entstehen, wird das Halten bzw. Schaffen von Arbeitsplätzen noch vor Kundenbindung und sozialer sowie regionaler Verantwortung genannt. Für große Genossenschaften haben auch regionale Investitionen einen hohen Stellenwert. Die Fortsetzung des Regionalisierungstrends wird durchmischt bewertet, z.B. mit einer höheren Skepsis seitens der Landwirtschaft. Das größte Potenzial wird in Neugründungen durch EPU's und KMUs gesehen. Weitere Potenziale sind extrem heterogen zwischen den befragten Gruppen verteilt.

4.2.6. Unterstützung

Kapitel 4.2.6. fasst folgende Fragen der Mitgliederbefragung zusammen:

- Frage M.23: „Reihen Sie folgende Aussagen von 1 – 8 (1 = am wichtigsten, 8 = am wenigsten wichtig) in Bezug auf die Frage: Wie können Genossenschaften ihre Mitglieder in Krisenzeiten unterstützen?“
- Frage M.24: „Wie unterstützt Sie Ihre Genossenschaft während der Krise?“
- Frage M.25: „Hat Ihre Genossenschaft aufgrund der aktuellen Krise personelle Maßnahmen gesetzt?“
- Frage M.26: „Sollen Genossenschaften während einer Krise im Sinne ihrer regionalen Verantwortung auch Nicht-Mitglieder unterstützen?“
- Frage M.27: „Welche Gründe sprechen für eine gleichwertige Unterstützung von Nicht-Mitgliedern?“
- Frage M.28: „Welche Gründe sprechen gegen eine gleichwertige Unterstützung von Nicht-Mitgliedern?“

Das Ziel des Clusters ist zunächst eine Erhebung, wie Genossenschaften allgemein ihre Mitglieder während einer Krise unterstützen können und konkret welche Hilfsmaßnahmen die jeweiligen Genossenschaften für ihre Mitglieder eingerichtet haben. Darüber hinaus wird auch die Frage nach Gewährung genossenschaftlicher Vorteile an Nicht-Mitglieder beleuchtet. Die entsprechenden Fragen M.23, M.24, M.25, M.26, M.27 und M.28 korrespondieren mit den Fragen D.11 und D.12 der Delphi-Studie in Kapitel 4.1.6.

Frage M.23 – Unterstützung für Mitglieder während Krisen

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

Die hier angebotenen Antwortmöglichkeiten auf die Frage, wie Genossenschaften ihre Mitglieder in der Krise unterstützen können, wurden aus der dem Mitgliederfragebogen vorangegangenen Delphi-Studie der Genossenschaftsexpertinnen und -experten abgeleitet.

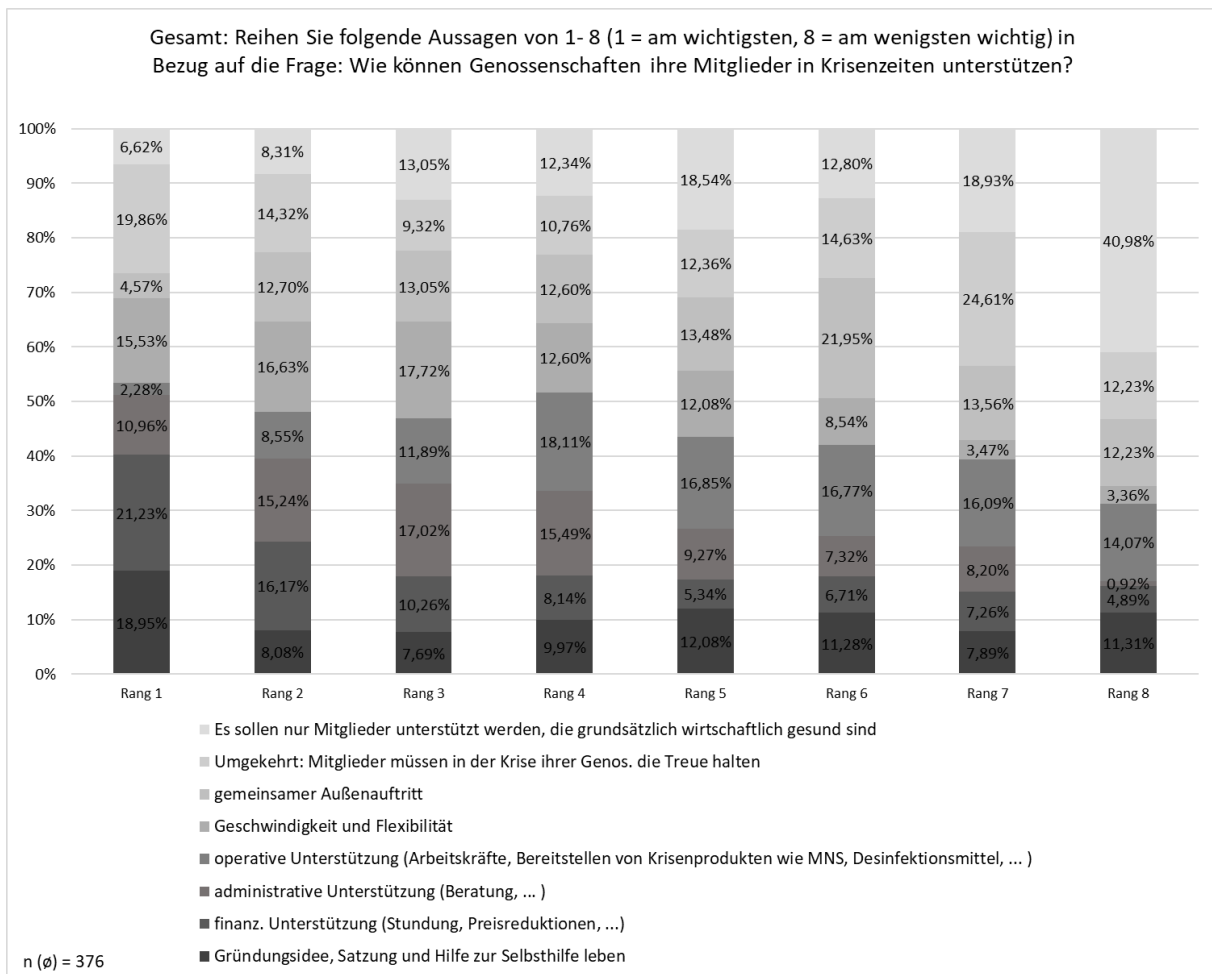


Abbildung 4.2 – 216: Gesamtansicht – Unterstützung für Mitglieder während Krise

Auf die Reihenfrage, wie Genossenschaften ihre Mitglieder in Krisenzeiten unterstützen können, antworten durchschnittlich 376 Personen, wobei nicht alle Personen alle acht angebotenen Auswahlmöglichkeiten reihen. So nennen einige Personen beispielsweise nur die ersten drei Ränge etc. Um trotzdem zu einer aussagekräftigen Antwort zu gelangen, werden jeweils die Bewertungen innerhalb der Ränge gleich 100% gesetzt, um so feststellen zu können, welche Aussage in welchem Rang welche Wichtigkeit besitzt.

Die Aussage, die am häufigsten im ersten Rang gewählt wurde, ist mit 21,2% „finanzielle Unterstützung (Stundung, Preisreduktionen, ...)“, gefolgt von der Aussage „Umgekehrt: Mitglieder müssen in der Krise ihrer Genossenschaft die Treue halten“ (19,9%). Dies zeigt, dass der reziproke Prozess, der Austausch und das Miteinander zwischen dem Genossenschaftsmitglied und der Genossenschaft, nach wie vor einen hohen Stellenwert besitzt, und dass eben nicht nur die Genossenschaft für ihre Mitglieder da sein soll, sondern auch umgekehrt, die Mitglieder für ihre Genossenschaft. Mit 18,95% wurde die Aussage „Gründungsidee, Satzung und Hilfe zur Selbsthilfe leben“ auf den ersten Rang gewählt, damit ist das Leben der genossenschaftlichen Prinzipien gemeint, eine stärkere Besinnung auf die Idee, mit der die jeweilige Genossenschaft gegründet wurde.

Die Aussage, die am häufigsten auf den letzten Rang gewählt wurde, ist mit 41% „Es sollen nur Mitglieder unterstützt werden, die grundsätzlich wirtschaftlich gesund sind“. Eine Unterscheidung nach „gesunden“ und „schwächelnden“ Mitgliedern wird damit

von den befragten Mitgliedern als nicht relevant angesehen bzw. als am wenigsten wichtig.

Auch die „administrative Unterstützung (Beratung, ...)“ wird von den Mitgliedern als eher unwichtig betrachtet. Interessanterweise folgt an der dritten Stelle innerhalb des achten Rangs die Aussage „Umgekehrt: Mitglieder müssen in der Krise ihrer Genossenschaft die Treue halten“. Diese deutet darauf hin, dass diese Antwortoption insgesamt heterogen betrachtet wird, so wird sie auch im ersten Rang hoch platziert. Mit ebenfalls 12,2% wird die Aussage „gemeinsamer Außenauftritt“ an dritter Stelle auf den achten Rang gewählt. Sprich, ein gemeinsamer Außenauftritt der einzelnen Genossenschaften wird als nicht sehr wichtig angesehen.

B) Detailauswertung nach Branchen

a. Bank & Finanzdienstleistungen

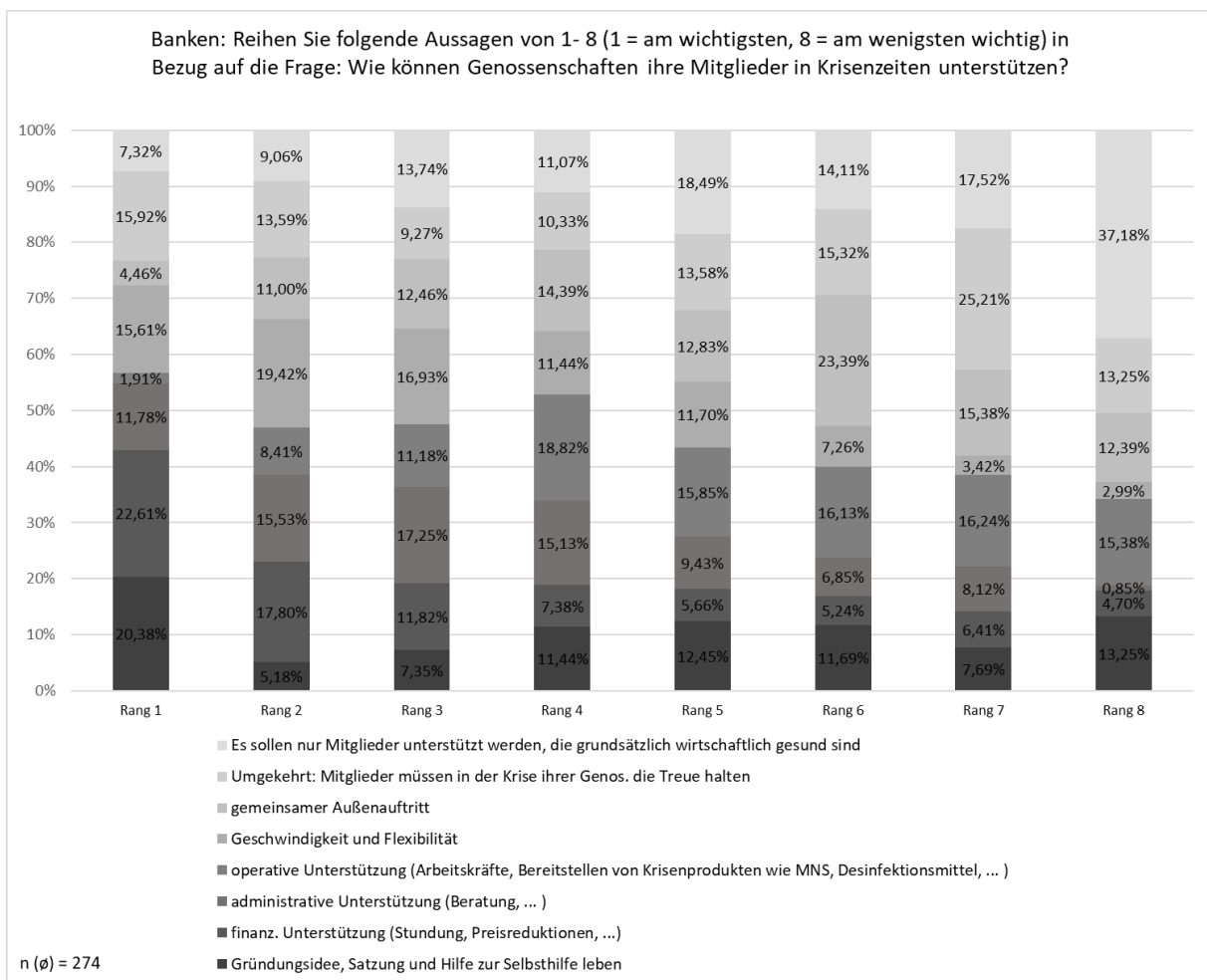


Abbildung 4.2 – 217: Branche – Banken – Unterstützung für Mitglieder während Krise

Hinsichtlich einer Unterscheidung nach Branchen kommt es im Bereich der Bank & Finanzdienstleistungen zu keinen großen Veränderungen im Vergleich zur Reihung der Gesamtansicht.

b. Wohnen und Bauen

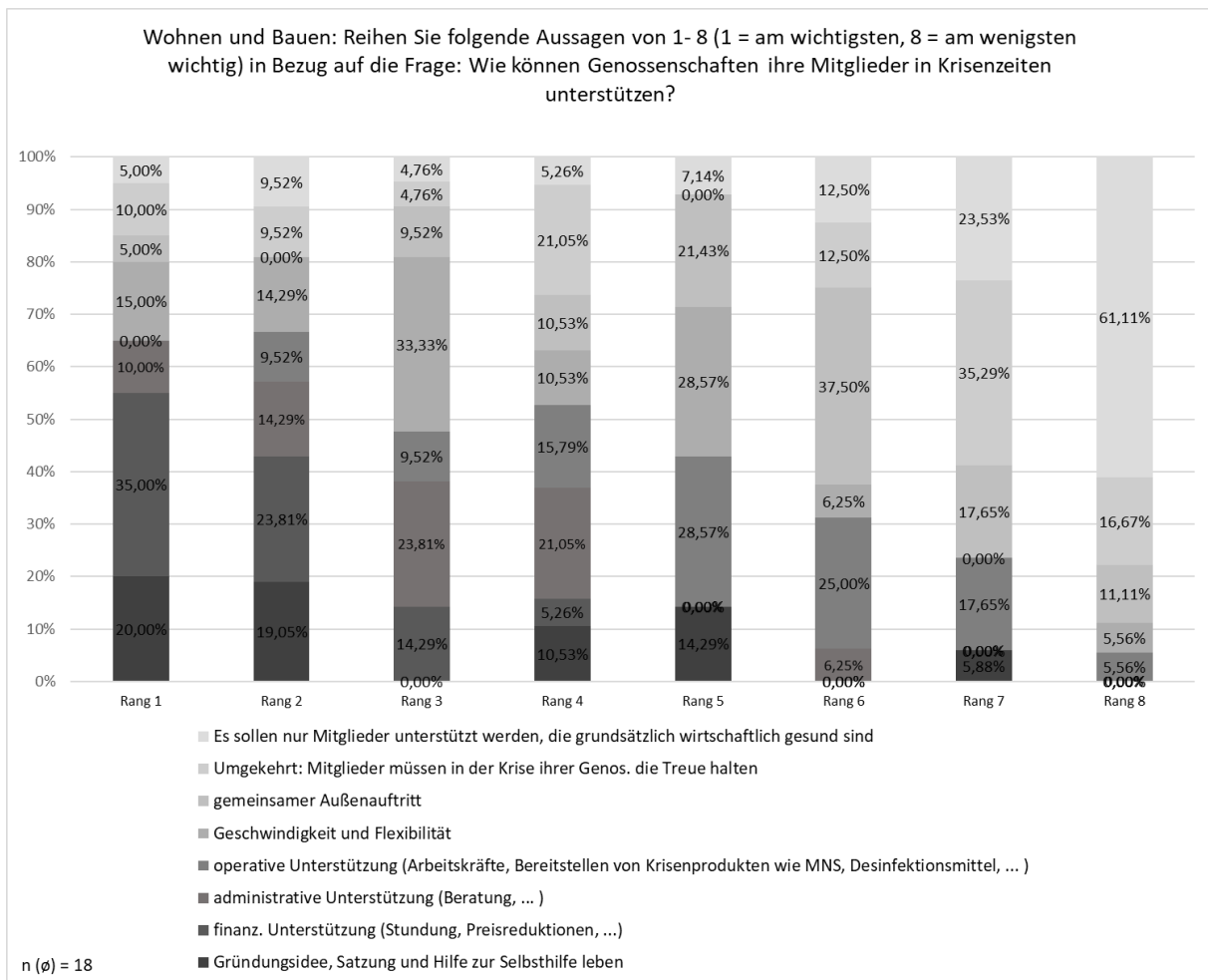


Abbildung 4.2 – 218: Branche – Wohnen – Unterstützung für Mitglieder während Krise

Betrachtet man die Reihung der Personen aus dem Bereich Wohnen und Bauen, so wird die Aussage: „finanzielle Unterstützung (Stundung, Preisreduktionen, ...)“ mit 35% als am wichtigsten eingestuft, gefolgt von „Gründungs-idee, Satzung und Hilfe zur Selbsthilfe leben“ mit 20%.

Am wenigsten wichtig wird mit über 61,1% die Aussage: „Es sollen nur Mitglieder unterstützt werden, die grundsätzlich wirtschaftlich gesund sind“ gesehen. Auch die Aussage: „Umgekehrt: Mitglieder müssen in der Krise ihrer Genossenschaft die Treue halten“ wird von den Mitgliedern aus dem Bereich des genossenschaftlichen Wohnens und Bauens als eher unwichtig bewertet.

c. Landwirtschaft

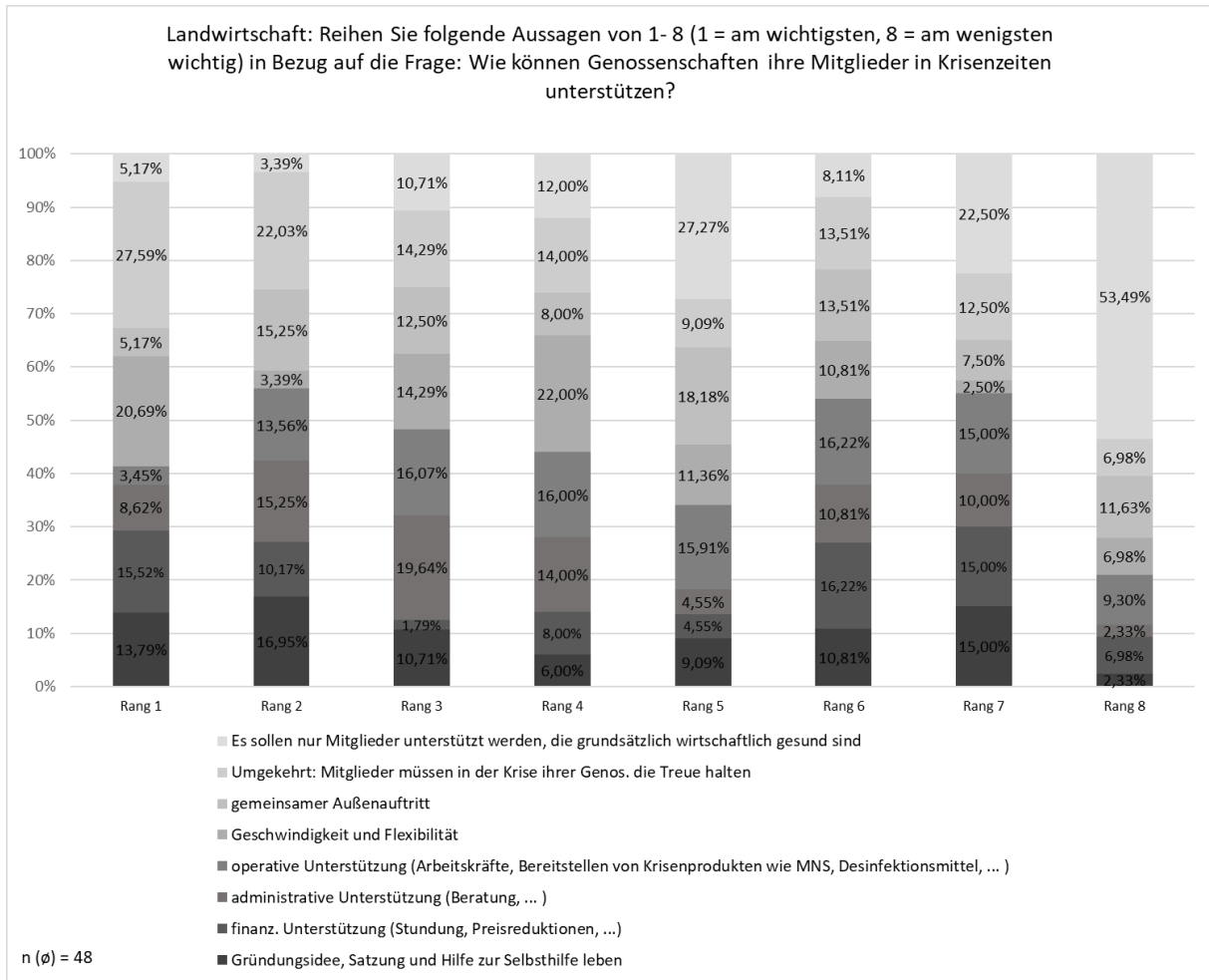


Abbildung 4.2 – 219: Branche – LW – Unterstützung für Mitglieder während Krise

Bei den landwirtschaftlichen Genossenschaften steht an erster Stelle im ersten Rang die Aussage nach der Solidarität. Sprich, 27,6% reihen die Aussage: „Umgekehrt: Mitglieder müssen in der Krise ihrer Genossenschaft die Treue halten“ auf den ersten Platz. An zweiter Stelle des ersten Ranges folgt mit 20,7% die Aussage: „Geschwindigkeit und Flexibilität“. Sprich, eine gewisse Flexibilität und auch Geschwindigkeit in der Bearbeitung von Anträgen etc. wird in Krisenzeiten von Personen aus dem Landwirtschaftsbereich als wichtig betrachtet. Am wenigsten wichtig wird wie auch in den anderen Branchen die Aussage: „Es sollen nur Mitglieder unterstützt werden, die grundsätzlich wirtschaftlich gesund sind“ gewertet. 53,5% der Personen, die einen achten Rang vergeben haben, wählen diese Aussage. Mit 11,6% folgt die Aussage bezüglich eines „gemeinsamen Außenauftritts“, die mit deutlichem Abstand als ebenfalls wenig wichtig angesehen wird.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

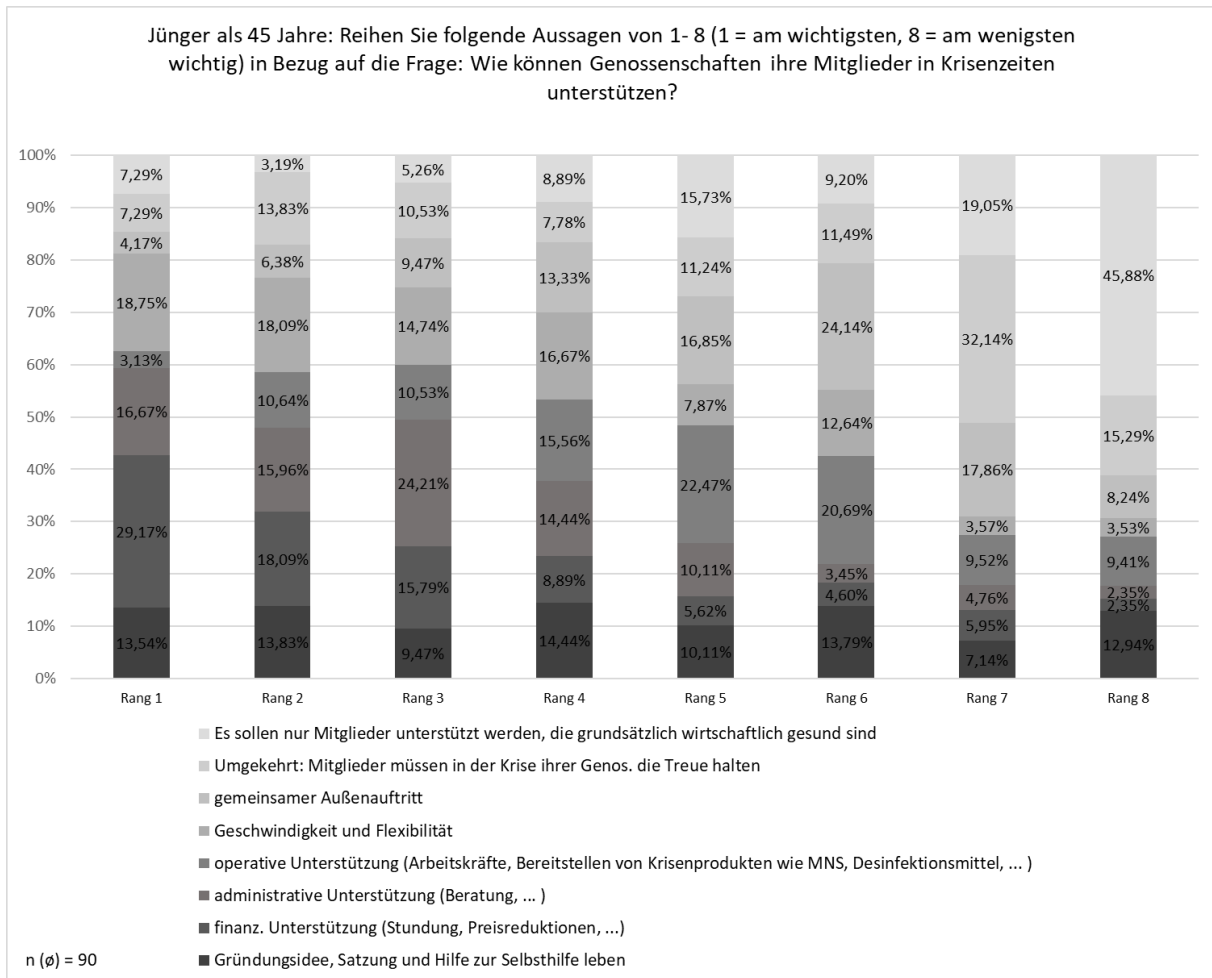


Abbildung 4.2 – 220: Alter – < 45 J. – Unterstützung für Mitglieder während Krise

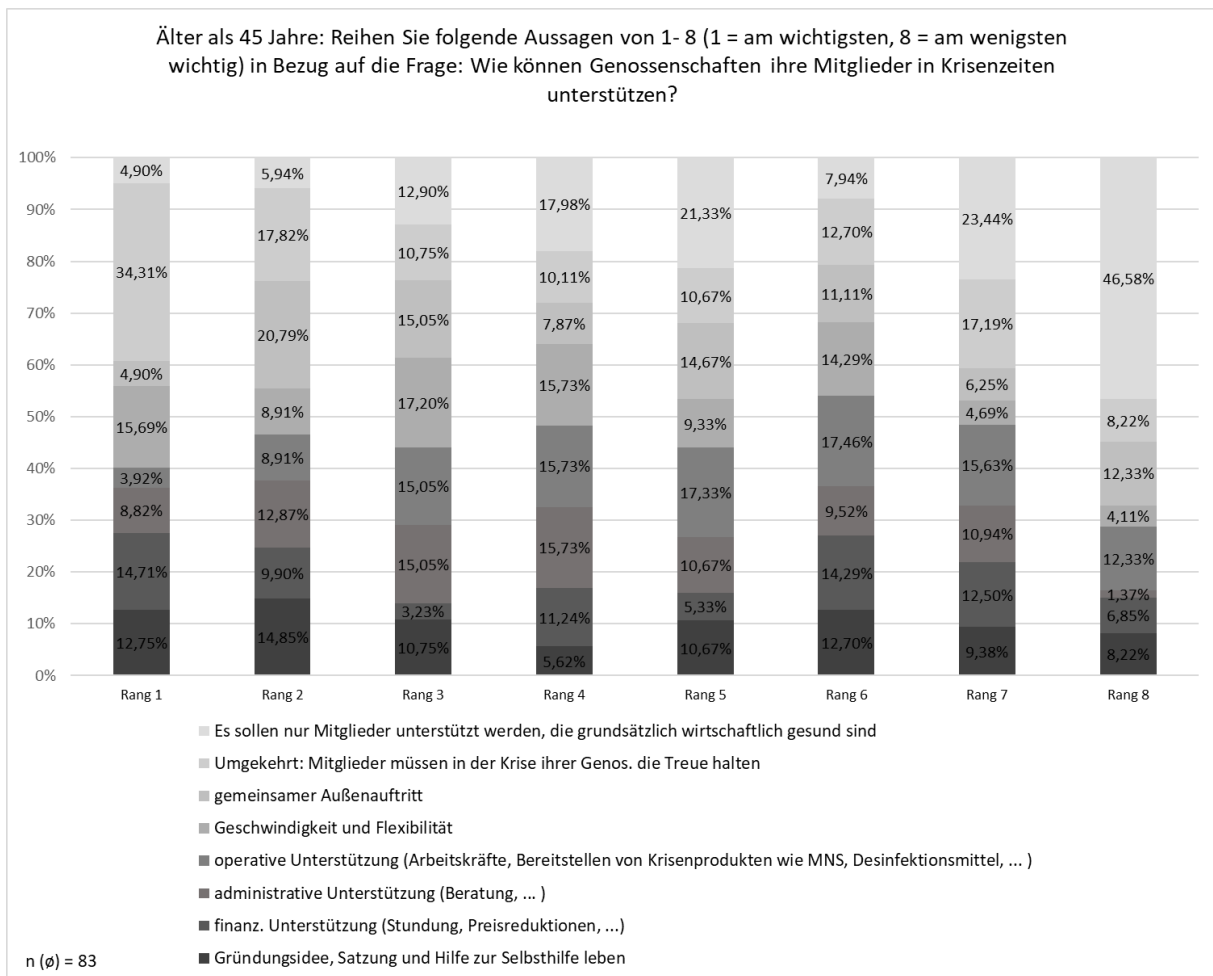


Abbildung 4.2 – 221: Alter – ≥ 45 J. – Unterstützung für Mitglieder während Krise

Hinsichtlich einer Unterscheidung nach Alter fällt die Platzierung der Aussagen, die im ersten Rang an die erste Stelle kommen, unterschiedlich aus. Für jüngere Genossenschaftsmitglieder wird die Aussage „finanzielle Unterstützung (Stundung, Preisreduktionen, ...)“ innerhalb des ersten Ranges mit 29,2% auf die erste Stelle gewählt. Bei den älteren Genossenschaftsmitgliedern ist es wiederum der Solidaritätsgedanke. Mit 34,3% fällt die Aussage: „Umgekehrt: Mitglieder müssen in der Krise ihrer Genossenschaft die Treue halten“ hier auf den ersten Platz. Die Reihung und Bewertung der anderen Aussagen sind im Wesentlichen der Gesamtansicht ähnlich.

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

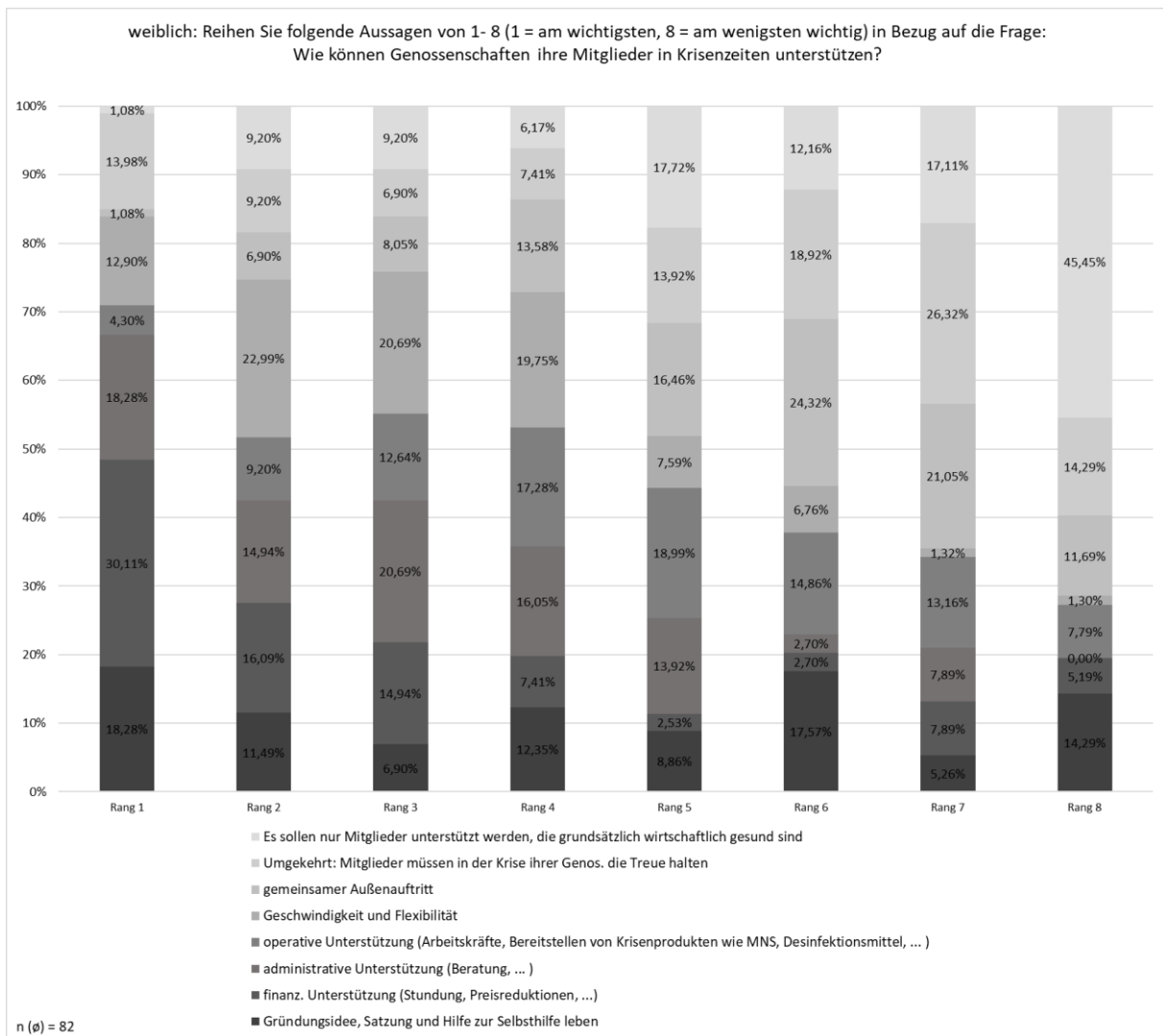


Abbildung 4.2 – 222: Geschlecht – weiblich – Unterstützung für Mitglieder während Krise

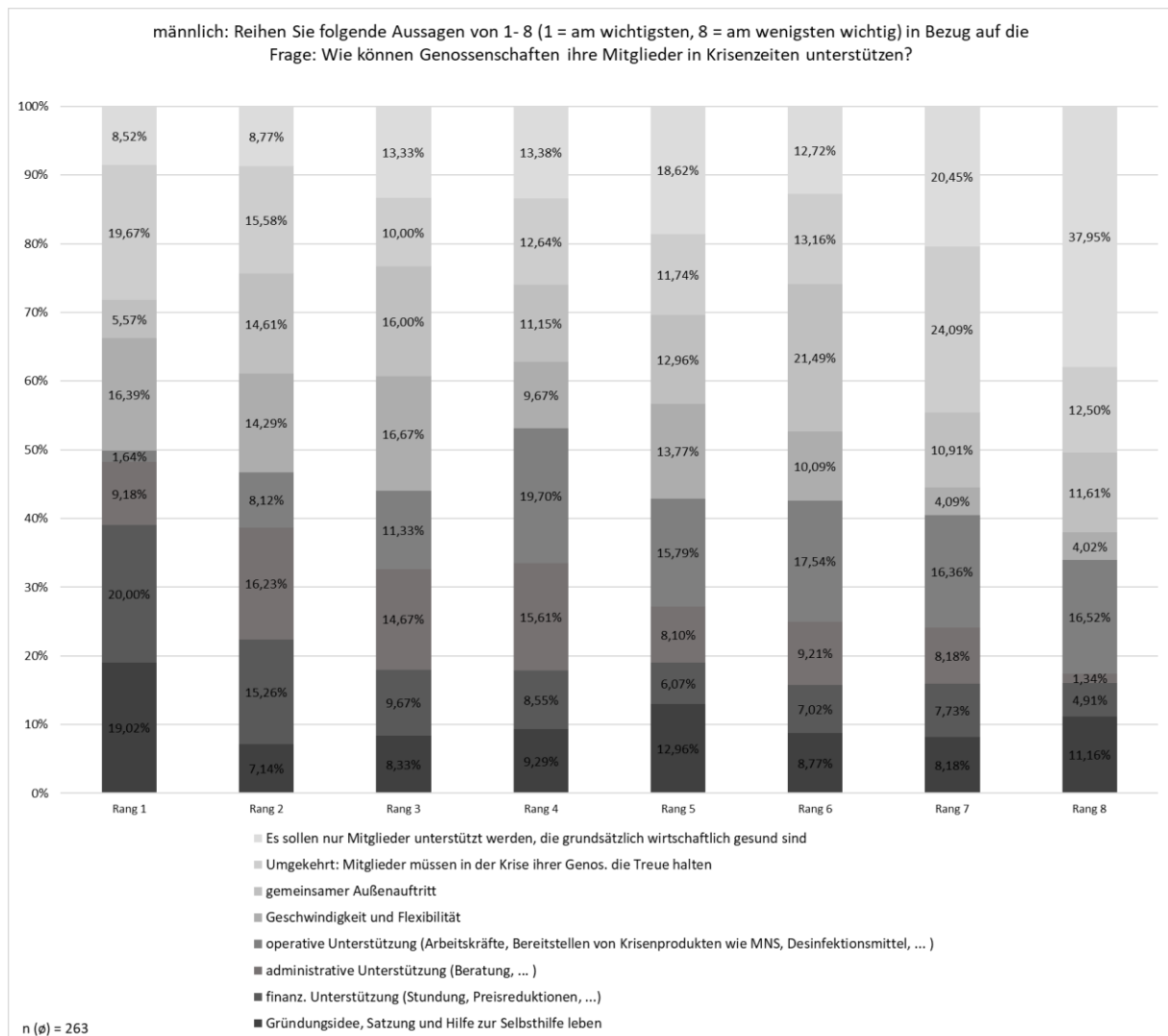


Abbildung 4.2 – 223: Geschlecht – männlich – Unterstützung für Mitglieder während Krise

Betrachtet man die Aussagen getrennt nach Geschlecht, so sind die Bewertungen der Frauen deutlich ausgeprägter als die der männlichen Genossenschaftsmitglieder. Auf den ersten Platz im ersten Rang fällt zwar bei beiden die Aussage bezüglich finanzieller Unterstützung, doch macht bei den weiblichen Genossenschaftsmitgliedern die Gewichtung 30,1% aus, bei den Männern 20%. Mit jeweils 18,3% im ersten Rang belegen bei den weiblichen Genossenschaftsmitgliedern die folgenden zwei Aussagen: „Gründungs idee, Satzung und Hilfe zur Selbsthilfe leben“ und „administrative Unterstützung (Beratung, ...)“ den zweiten Platz. Bei den Männern folgt mit 19% an zweiter Stelle des ersten Rangs die Aussage bezüglich der Solidarität: „Umgekehrt: Mitglieder müssen in der Krise ihrer Genossenschaft die Treue halten“. Bei den Frauen macht diese Aussage mit 14% den vierten Platz aus. Mit 19% folgt die Aussage „Gründungs idee, Satzung und Hilfe zur Selbsthilfe leben“ bei den männlichen Mitgliedern auf dem dritten Platz.

Auf dem hintersten Rang auf die letzte Stelle wählen Frauen mit 45% die Aussage: „Es sollen nur Mitglieder unterstützt werden, die grundsätzlich wirtschaftlich gesund sind“. Bei den männlichen Genossenschaftsmitgliedern sind es 38%. An vorletzte Stelle wählen Frauen mit 14,3% die Aussage: „Umgekehrt: Mitglieder müssen in der Krise ihrer Genossenschaft die Treue halten“. Bei den Männern sind es 12,5%, damit kommt

diese Aussage auf den dritten Platz. Die Notwendigkeit einer „operative Unterstützung (Arbeitskräfte, Bereitstellen von Krisenprodukten wie Mund-Nasen-Schutz, Desinfektionsmittel, ...)“ wird vor allem von den Männern mit 16,5% als weniger wichtig angesehen. So wählen sie diese Aussage auf den zweiten Platz. Bei den Frauen macht der prozentuelle Anteil lediglich 7,8% aus. Als weniger wichtig als die Männer sehen sie die Aussage bezüglich „Gründungs-idee, Satzung und Hilfe zur Selbsthilfe leben“. Sie wird von Frauen prozentuell häufiger auf die hinteren Ränge gewählt als von Männern vgl. achter Rang 14,3% bei den Frauen und 11,2% bei den Männern.

c. Region der Genossenschaft

Bezüglich einer Unterscheidung nach den drei NUTS-1-Regionen kommt es lediglich zu unwesentlichen Unterschieden.

d. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

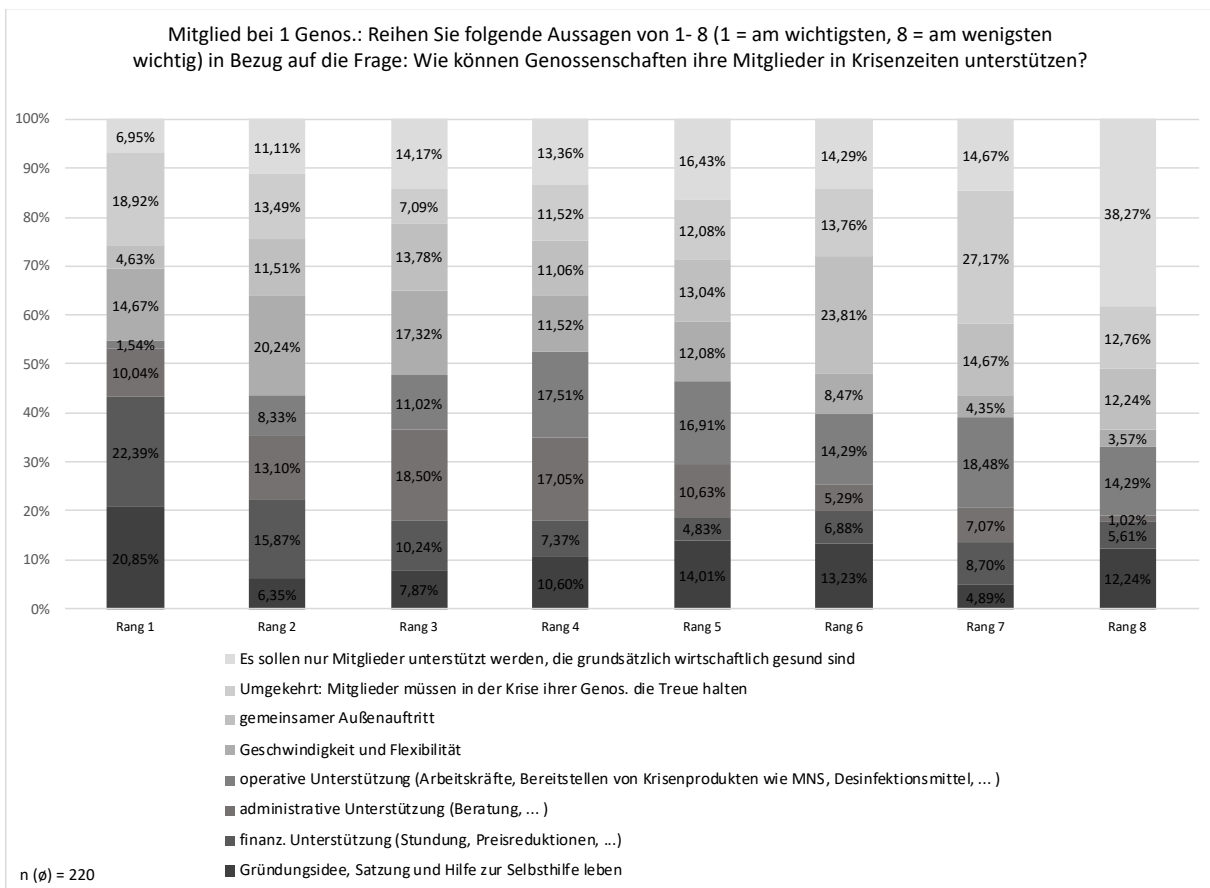


Abbildung 4.2 – 224: Anzahl Mitgliedschaften – 1 Genos. – Unterstützung für Mitglieder während Krise

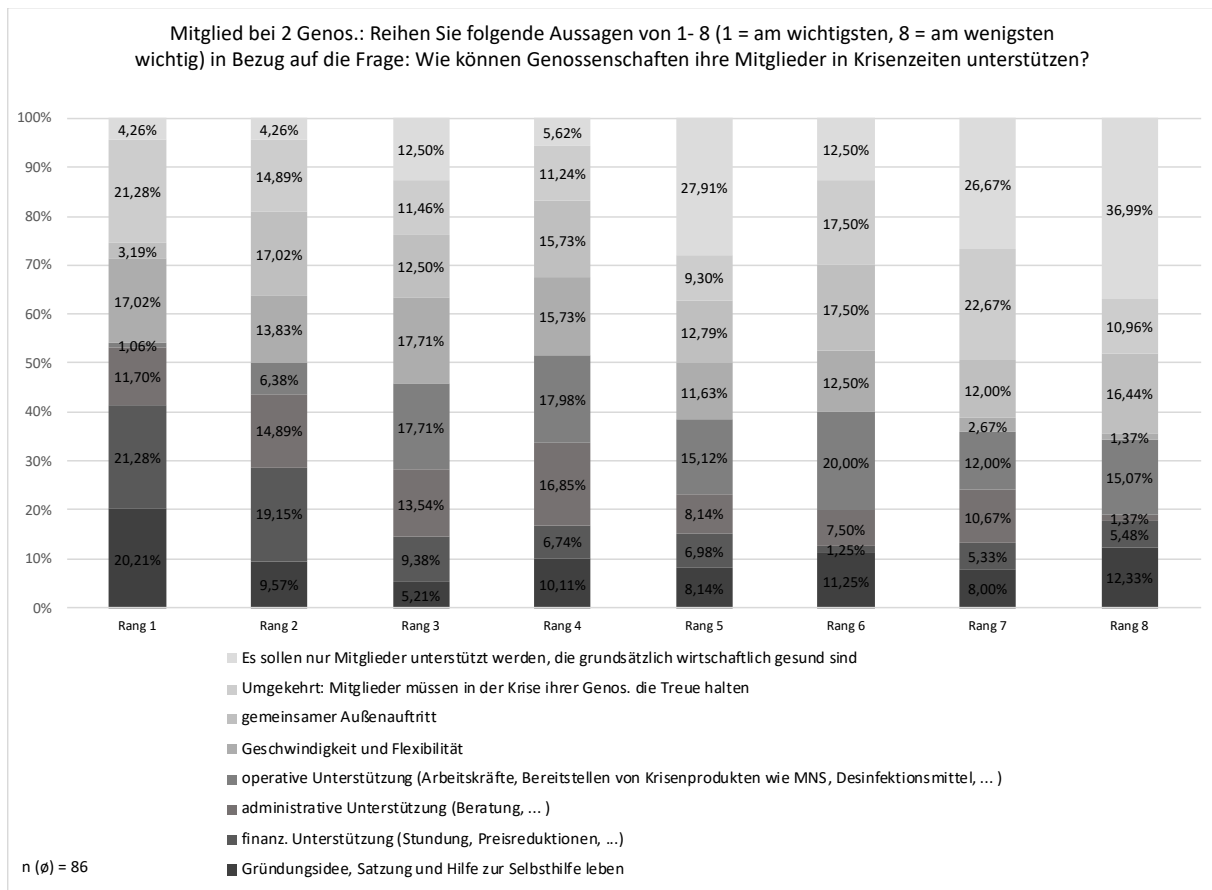


Abbildung 4.2 – 225: Anzahl Mitgliedschaften – 2 Genos. – Unterstützung für Mitglieder während Krise

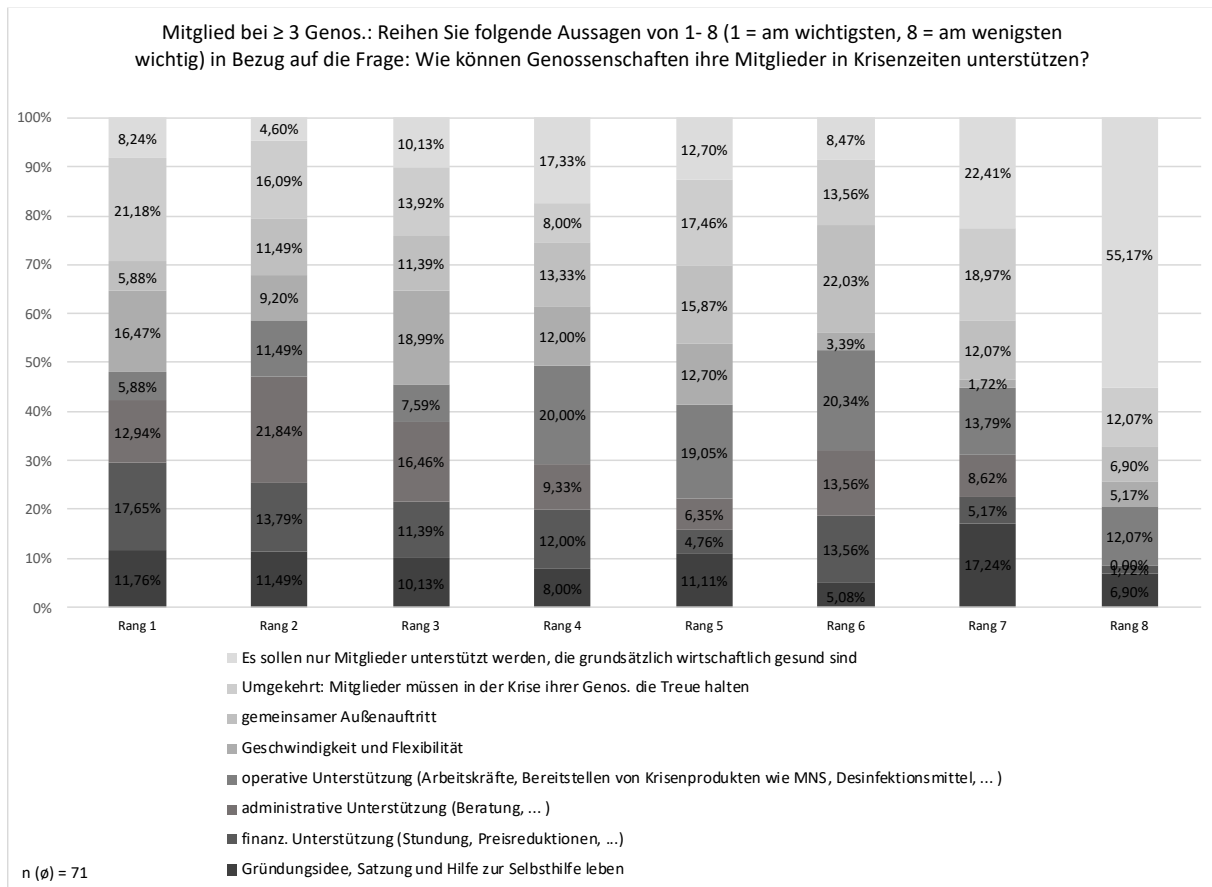


Abbildung 4.2 – 226: Anzahl Mitgliedschaften – ≥ 3 Genos. – Unterstützung für Mitglieder während Krise

Betrachtet man die Aussagen getrennt nach Anzahl an Mitgliedschaften, so fällt auf, dass Personen, die Mitglied bei einer oder zwei Genossenschaften sind, die Aussage hinsichtlich „Gründungsidee, Satzung und Hilfe zur Selbsthilfe leben“ mit jeweils etwas über 20% auf dem ersten Rang als deutlich wichtiger angesehen wird als für Personen, die Mitglied bei drei oder mehr Genossenschaften sind. Hier macht der prozentuelle Anteil im ersten Rang 11,8% aus. Auch die Bewertung der Aussage: „finanzielle Unterstützung (Stundung, Preisreduktionen, ...)“ wird von Personen mit ein und zwei Mitgliedschaften (22,4% bzw. 21,3%) als wichtiger angesehen als für Personen mit drei oder mehr Mitgliedschaften (17,65%). Die Aussage: „Umgekehrt: Mitglieder müssen in der Krise ihrer Genossenschaft die Treue halten“ nimmt in der prozentuellen Verteilung innerhalb des ersten Rangs ebenfalls einen größeren Anteil ein. Bei Personen mit einer Mitgliedschaft liegt er bei 18,9%, bei Personen mit zwei Mitgliedschaften bei 21,3% und bei Personen mit drei oder mehr Mitgliedschaften bei 21,2%.

Betrachtet man die Letztplatzierungen, so wird die Aussage: „Es sollen nur Mitglieder unterstützt werden, die grundsätzlich wirtschaftlich gesund sind“ von allen drei Mitgliederclustern als „am wenigsten wichtig“ angesehen. Bei Personen mit einer oder zwei Mitgliedschaften macht diese Aussage auf dem letzten Rang 38,3% bzw. 37% aus, bei Personen mit drei oder mehr Mitgliedschaften steigt dieser Wert auf 55,2%, er wird als noch unwesentlicher wahrgenommen.

e. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

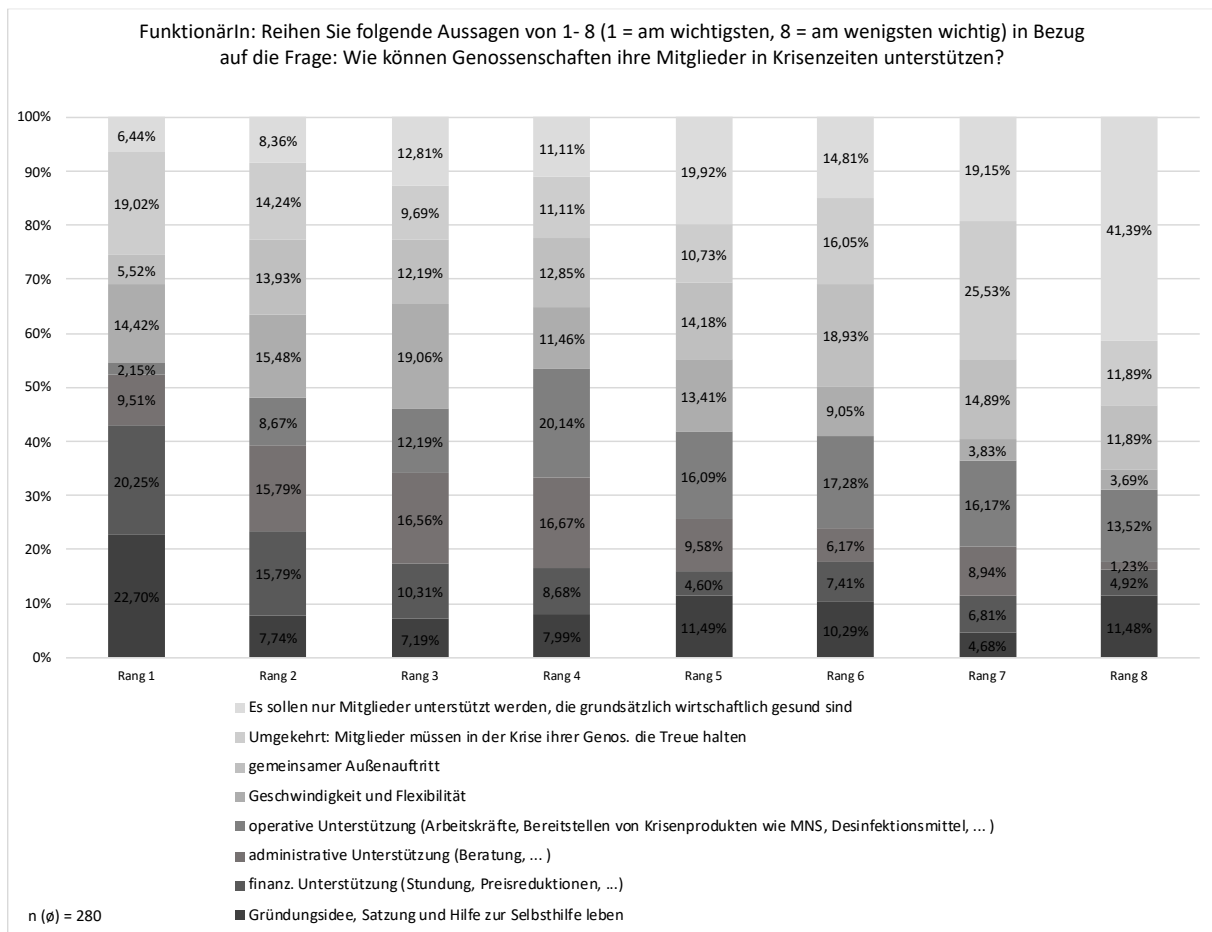


Abbildung 4.2 – 227: FunktionärIn – Unterstützung für Mitglieder während Krise

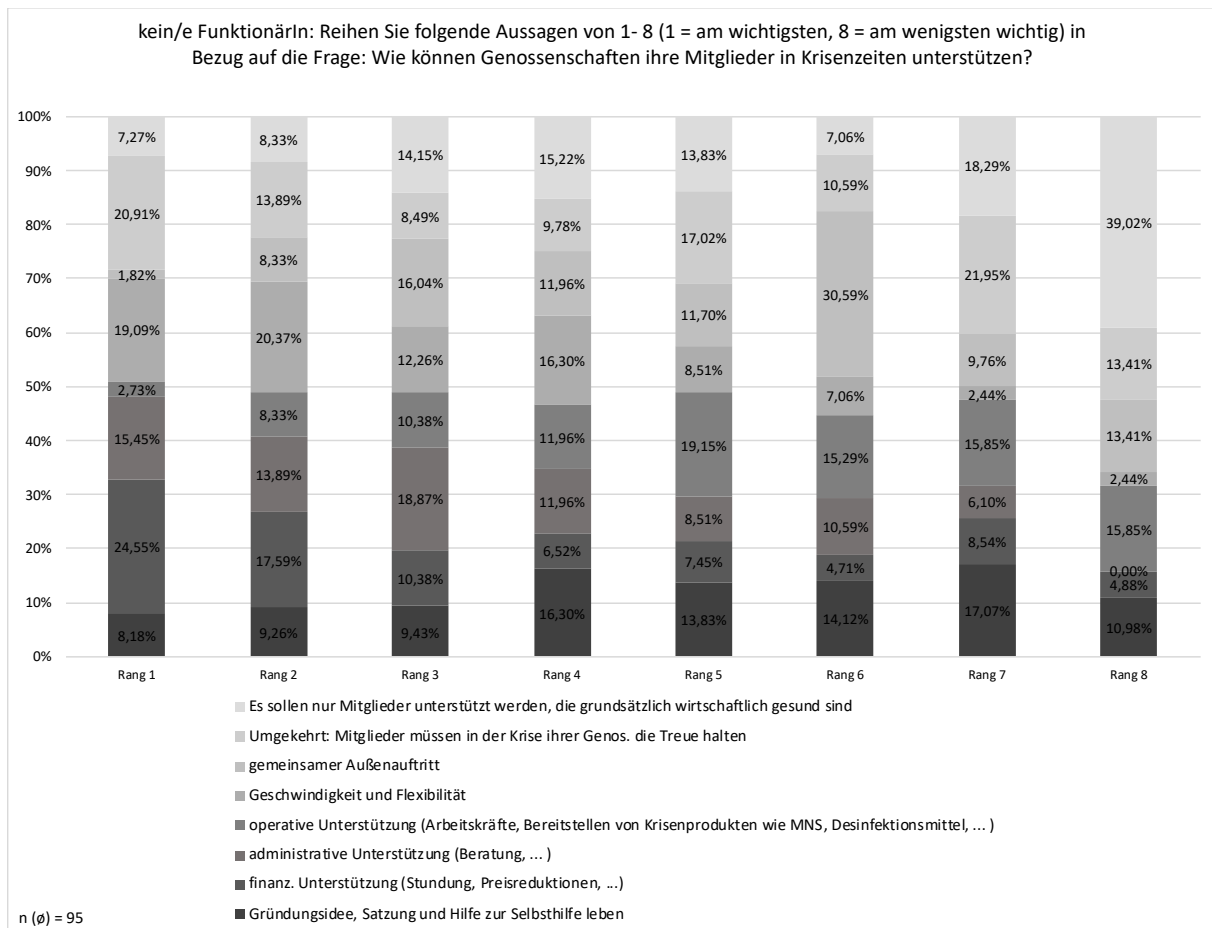


Abbildung 4.2 – 228: kein/e FunktionärIn – Unterstützung für Mitglieder während Krise

Unterscheidet man die Reihung und die Gewichtung der einzelnen Aussagen in Bezug auf die Funktion innerhalb der Genossenschaft, so fällt auf, dass Funktionärinnen und Funktionäre auf die Frage, wie Genossenschaften ihre Mitglieder in Krisenzeiten unterstützen können, die Aussage: „Gründungs-idee, Satzung und Hilfe zur Selbsthilfe leben“ deutlich häufiger auf den ersten Rang wählen (22,7%) als Personen ohne offizielle Funktion innerhalb ihrer Genossenschaft (8,2%). Interessanterweise macht die Aussage bezüglich der administrativen Unterstützung innerhalb des ersten Rangs bei den reinen Genossenschaftsmitgliedern 15,45% aus, bei den Funktionärinnen und Funktionären lediglich 9,5%. Auch die finanzielle Unterstützung wird von reinen Genossenschaftsmitgliedern häufiger auf den ersten Rang gewählt als von Funktionärinnen und Funktionären (vgl. 24,55% vs. 20,25%).

Insgesamt sind für Funktionärinnen und Funktionäre Gründungs-idee (22,7%), finanzielle Unterstützung (20,3%) und der Solidaritätsgedanke (19%) ungefähr gleich wichtig, während bei reinen Mitgliedern finanzielle Unterstützung (24,6%), Solidarität (20,9%) und Flexibilität und Geschwindigkeit (19,1%) im Vordergrund stehen.

Hinsichtlich der Verteilung der hinteren Ränge ähneln sich die Aussagen beider Genossenschaftsgruppen weitestgehend. Am häufigsten wird die Aussage: „Es sollen nur Mitglieder unterstützt werden, die grundsätzlich wirtschaftlich gesund sind“ auf den hintersten Rang gewählt (39% reine Mitglieder, 41,4% Funktionärinnen und Funktionäre). Die operative Unterstützung folgt mit deutlichem Abstand (15,85% reine Mitglieder, 13,5% Funktionärinnen und Funktionäre).

f. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

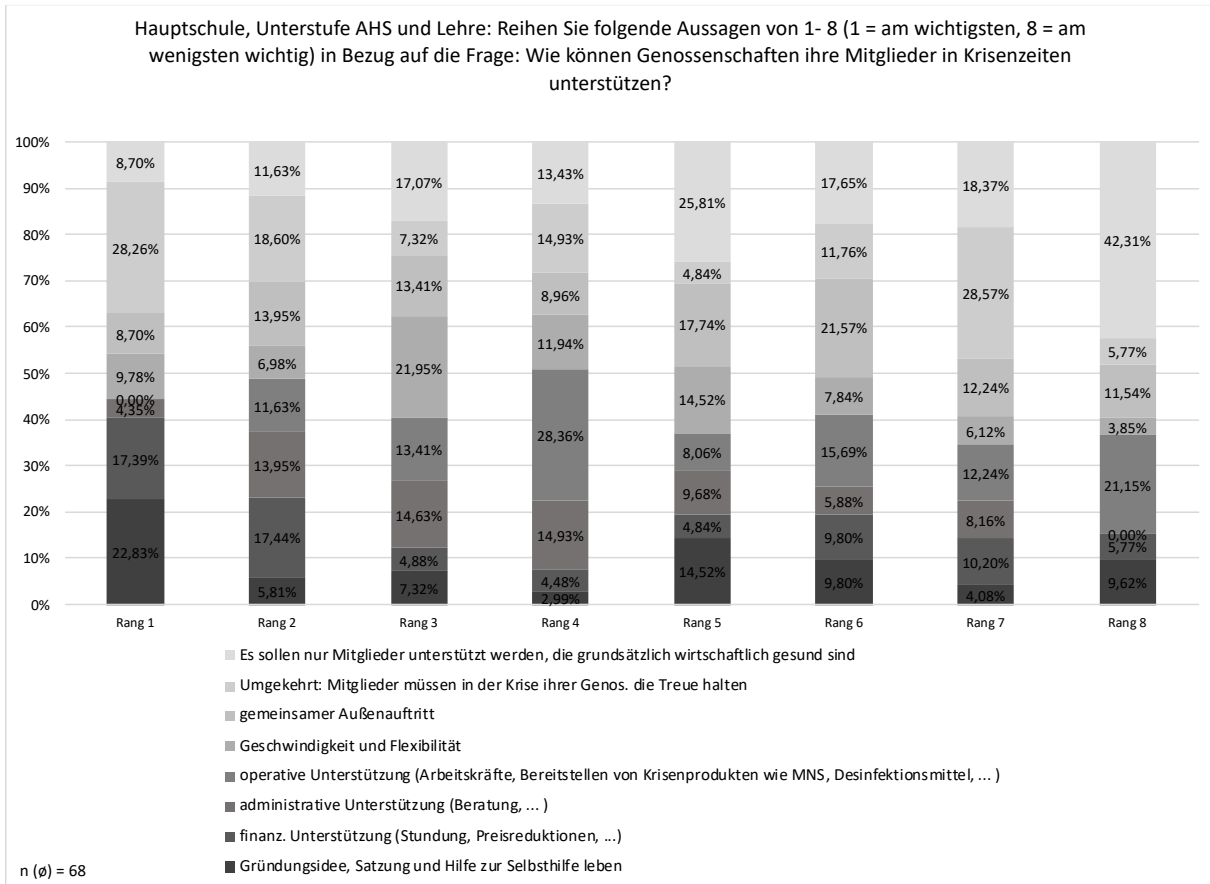


Abbildung 4.2 – 229: Bildung – HS, Unterstufe AHS u. Lehre – Unterstützung für Mitglieder während Krise

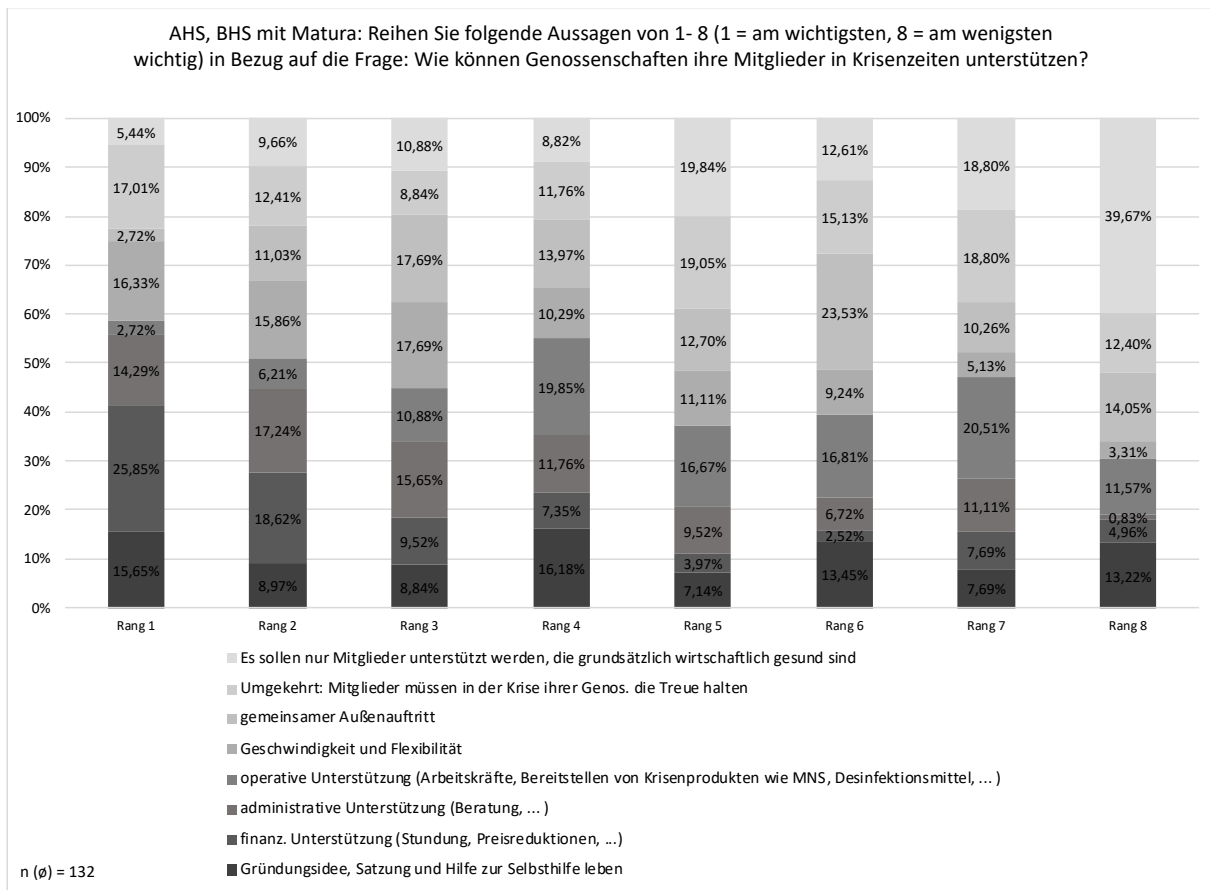


Abbildung 4.2 – 230: Bildung – AHS, BHS mit Matura – Unterstützung für Mitglieder während Krise

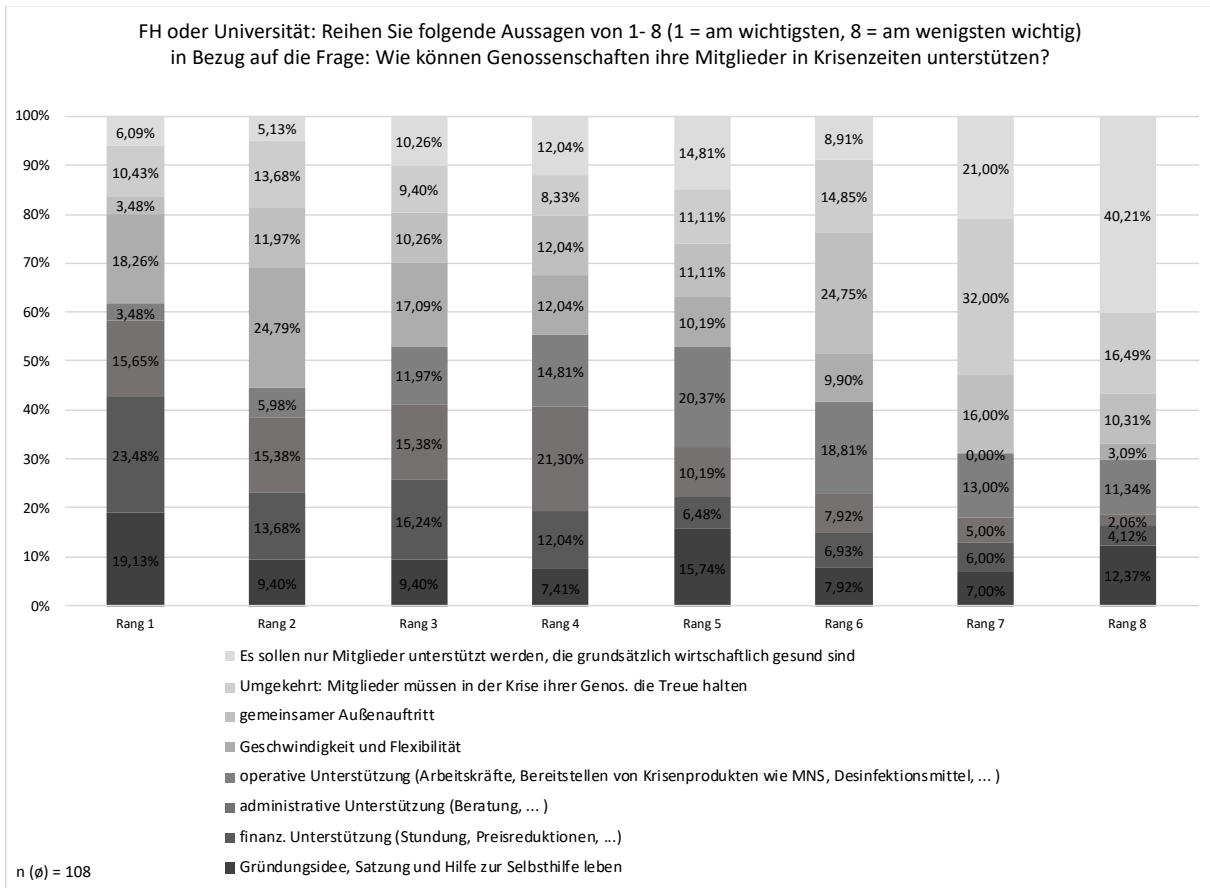


Abbildung 4.2 – 231: Bildung – FH oder Uni. – Unterstützung für Mitglieder während Krise

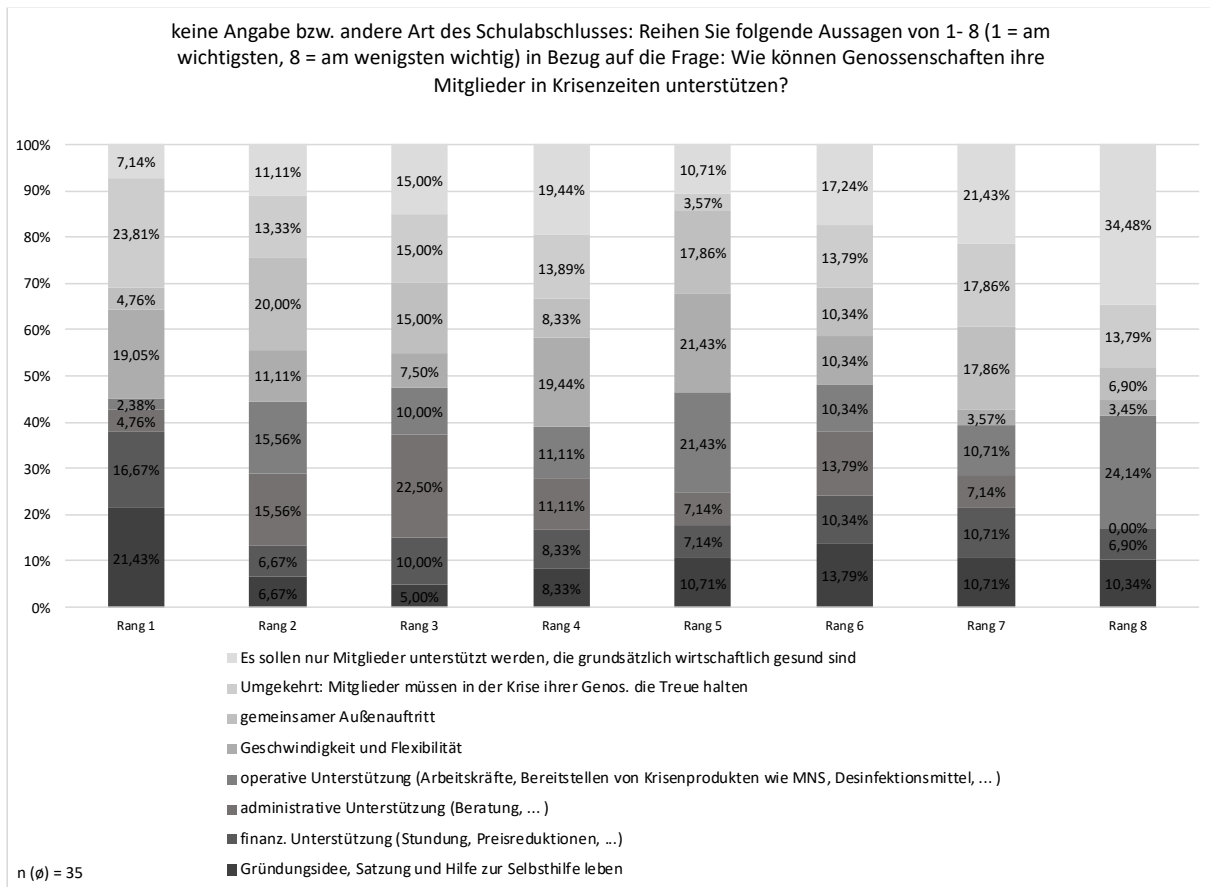


Abbildung 4.2 – 232: Bildung – kA – Unterstützung für Mitglieder während Krise

Betrachtet man die Aussagen getrennt nach Bildung, so fällt bei der prozentuellen Verteilung der Aussagen auf dem ersten Rang auf, dass die Aussage: „Umgekehrt: Mitglieder müssen in der Krise ihrer Genossenschaft die Treue halten“ für Genossenschaftsmitglieder mit AHS und BHS mit Matura als höchsten formalen Schulabschluss eine geringere Relevanz besitzt (15,65%) als etwa für Personen mit Hochschulabschluss (19,1%), Hauptschulabschluss (22,8%) oder jenen ohne Abschluss bzw. einer anderen Art (21,4%).

Interessanterweise kommt es auch bei der Aussage hinsichtlich der „finanziellen Unterstützung (Stundung, Preisreduktionen, ...)“ zu unterschiedlichen Bewertungen. Bei Personen mit AHS und BHS mit Matura macht diese Aussage einen prozentuellen Anteil von 25,85% auf dem ersten Rang aus. Bei Personen mit Hochschulabschluss sind es 23,5%, bei Personen mit Hauptschulabschluss, Unterstufe AHS oder Lehre fällt der Anteil auf 17,4%. Auch bei Personen ohne Schulabschluss bzw. einer anderen Art erreicht diese Aussage im ersten Rang lediglich einen Anteil von 16,7%.

g. Größe der Genossenschaft

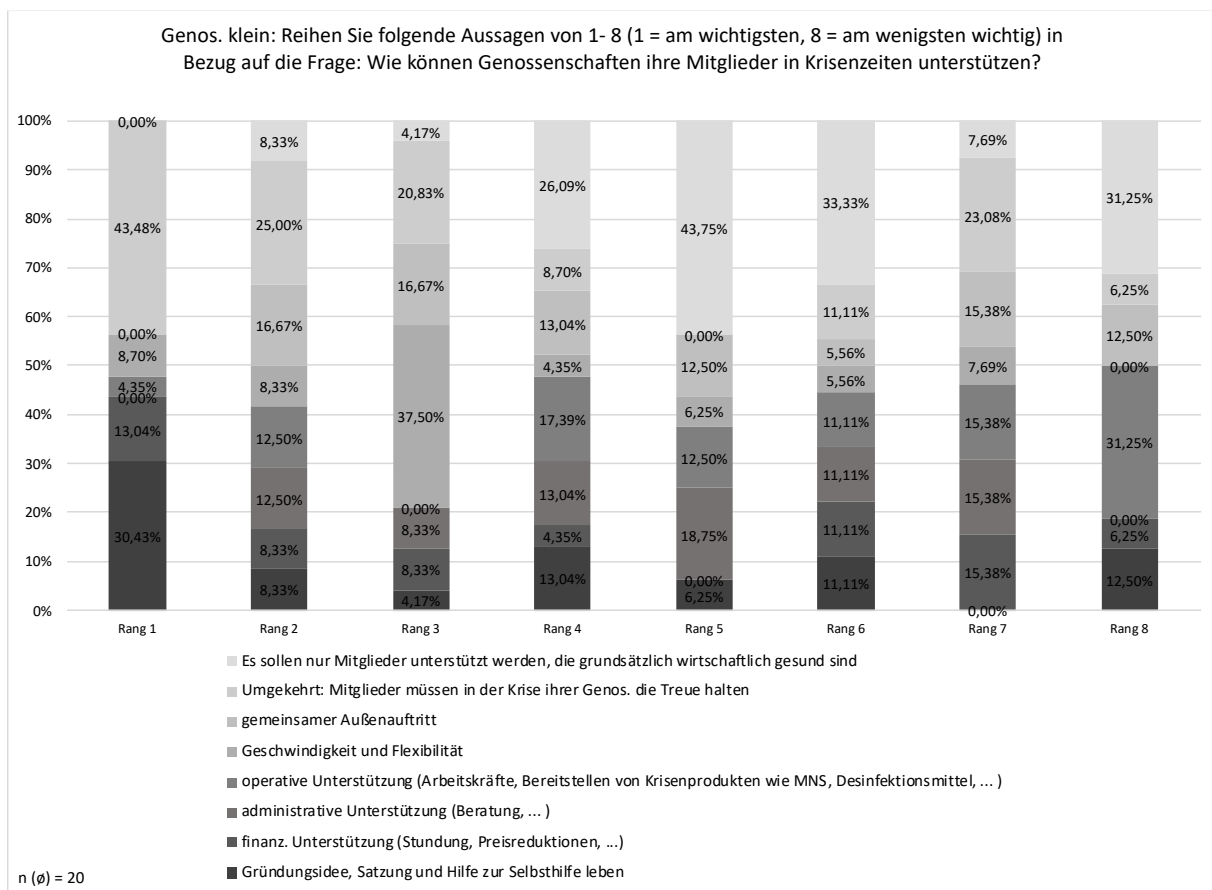


Abbildung 4.2 – 233: Größe Genossenschaften – Genos. klein – Unterstützung für Mitglieder während Krise

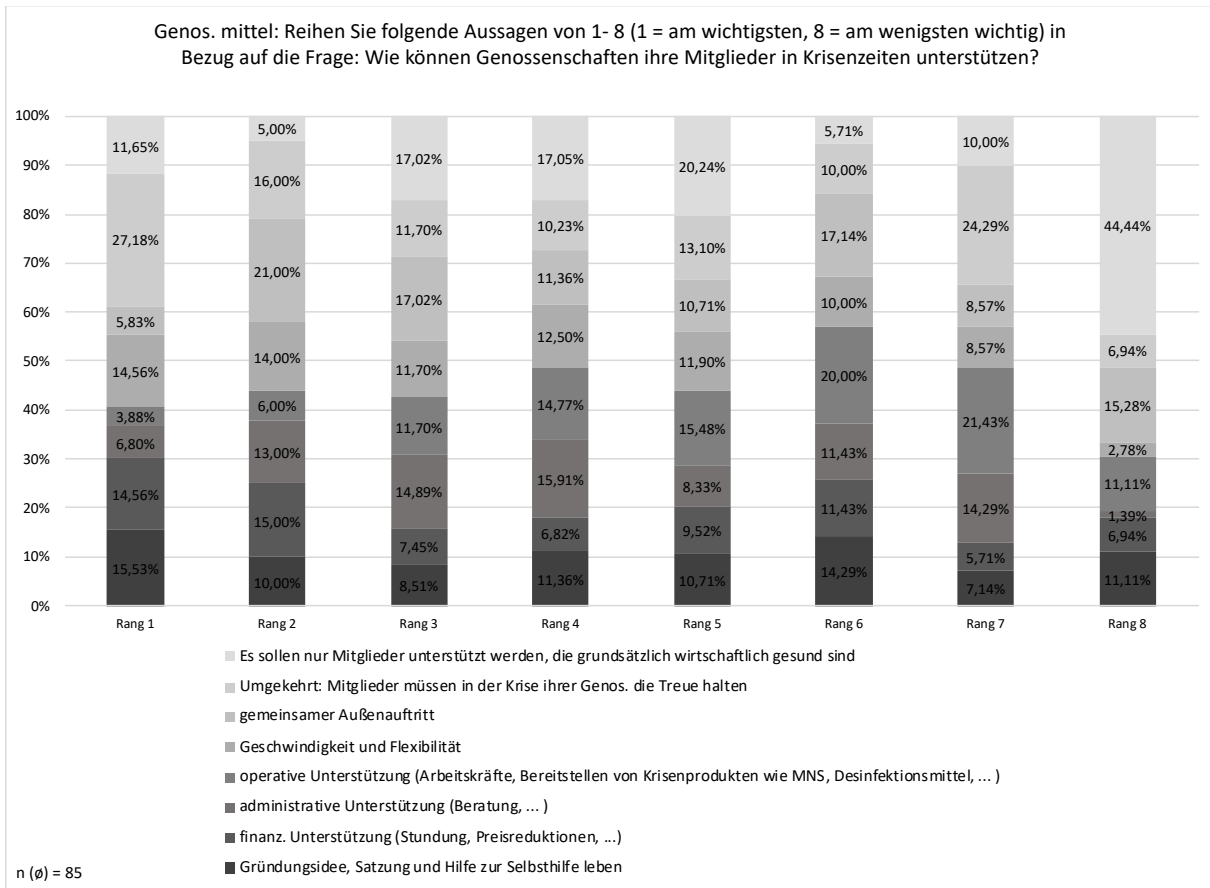


Abbildung 4.2 – 234: Größe Genossenschaften – Genos. mittel – Unterstützung für Mitglieder während Krise

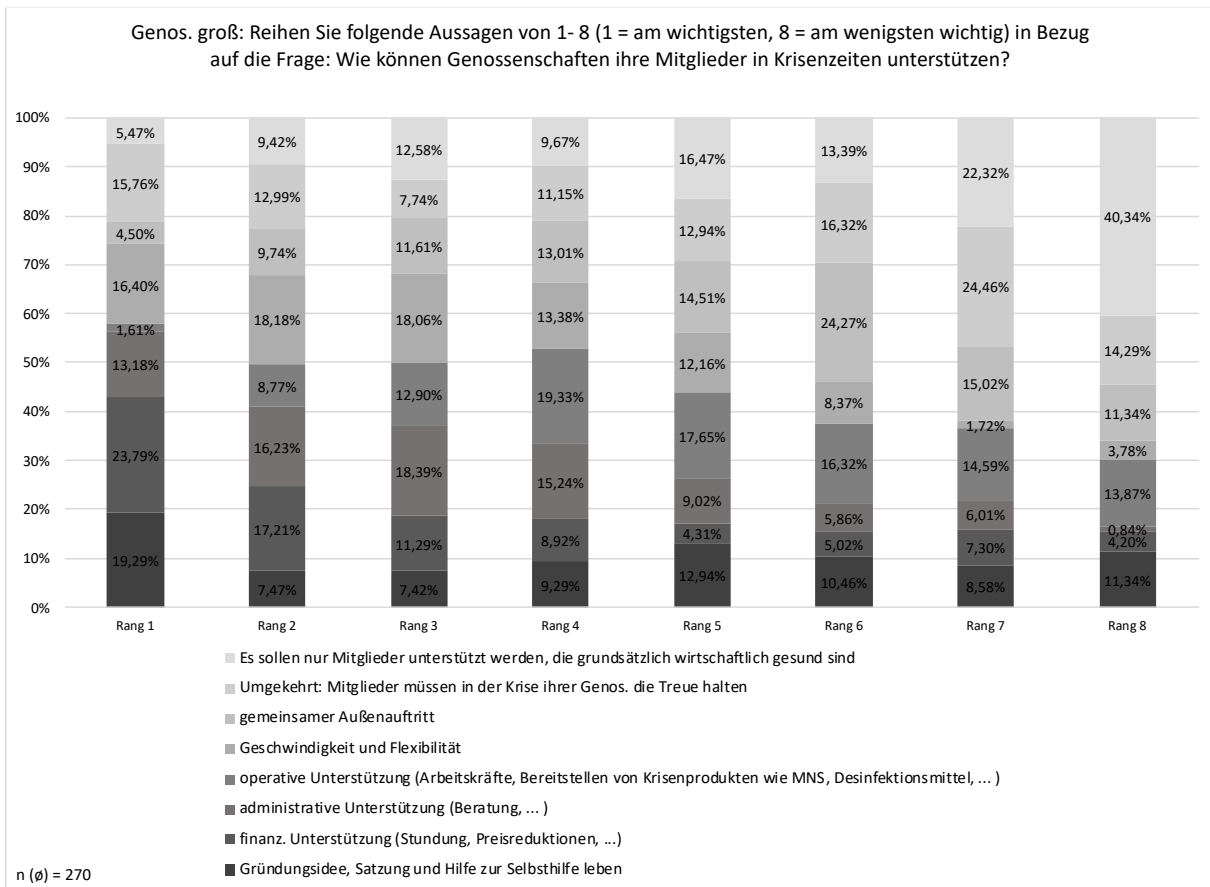


Abbildung 4.2 – 235: Größe Genossenschaften – Genos. groß – Unterstützung für Mitglieder während Krise

Die Bewertung der einzelnen Aussagen unterscheidet sich auch hinsichtlich der Unterscheidung nach Größe der Genossenschaft. So ist bei kleinen Genossenschaften die Aussage bezüglich „Umgekehrt: Mitglieder müssen in der Krise ihrer Genossenschaft die Treue halten“ mit einem Anteil von 42,5% die Aussage, die den größten Anteil im ersten Rang einnimmt. Bei mittleren Genossenschaften sind es 27,2%, bei großen Genossenschaften fällt der Wert auf 15,8%. Die Aussage bezüglich „Gründungs idee, Satzung und Hilfe zur Selbsthilfe leben“ macht bei kleinen Genossenschaften ebenfalls einen größeren Anteil auf dem ersten Rang aus (30,4%). Bei Genossenschaften mittlerer Größe sind es (15,5%), bei großen Genossenschaften steigt der Wert auf 19,3%.

Personen aus großen Genossenschaften sehen die Aussage: „finanzielle Unterstützung (Stundung, Preisreduktionen, ...)“ mit einem Anteil von 23,8% auf dem ersten Rang am wichtigsten. Bei mittleren Genossenschaften kommt diese Aussage auf 14,5% im ersten Rang, bei kleinen Genossenschaften sind es 13%.

Die Aussage: „Es sollen nur Mitglieder unterstützt werden, die grundsätzlich wirtschaftlich gesund sind“ macht bei allen Genossenschaftsgrößen den prozentuell größten Anteil innerhalb des achten und damit letzten Rangs aus. So sind es bei großen Genossenschaften 40,3%, bei mittleren sogar 44,4%, bei kleinen Genossenschaften 31,25%. Bei kleinen Genossenschaften erreicht die Aussage der „operativen Unterstützung (Arbeitskräfte, Bereitstellen von Krisenprodukten wie Mund-Nasen-Schutz, Desinfektionsmittel, ...)“ ebenfalls 31,25%, bei mittleren Genossenschaften sind es 11,1%, bei großen 13,9%. Insgesamt ist darauf hinzuweisen, dass der Stichprobenanteil bei kleinen Genossenschaften relativ gering ist.

Zusammenfassend ist bezüglich der Reihung der Aussagen, wie Genossenschaften ihre Mitglieder in der Krise unterstützen können, festzustellen, dass die drei Punkte „finanzielle Unterstützung (Stundung, Preisreduktion..)“, „Umgekehrt: Mitglieder müssen in der Krise ihrer Genossenschaft die Treue halten“ und „Gründungs idee, Satzung und Hilfe zur Selbsthilfe leben“ die ersten drei Plätze einnehmen. Der Solidaritätsgedanke wird besonders hervorgehoben, als dass der „Unterstützung ausschließlich gesunder Mitglieder“ der geringste Stellenwert zukommt. Eine Branchenbetrachtung zeigt, dass im Sektor Bank & Finanzdienstleistungen Unterstützung vor allem monetär gesehen wird, innerhalb des Sektors Wohnen und Bauen wird neben der finanziellen Unterstützung insbesondere der Solidaritätsgedanke betont. Im Landwirtschaftssektor stehen dagegen vor allem Aussagen bezüglich Solidarität und Selbsthilfe vorne in der Reihung. Vor allem jüngere Mitglieder, Mitglieder mit hoher formaler Ausbildung und Frauen sehen die finanzielle Unterstützung als wesentliches Hilfsinstrument, während bei älteren Genossenschaftsmitgliedern der Solidaritätsgedanke im Vordergrund steht. Bei Personen, die Mitglied in einer Genossenschaft sind, werden die Punkte Gründungs idee und Selbsthilfe wichtiger; ist man bei mehreren Genossenschaften aktiv, dominieren „Treue“ und finanzielle Unterstützungsleistungen. Je kleiner die Genossenschaft ist, desto mehr stehen die Gründungs idee, gemeinsam mit Solidarität im Vordergrund, bei großen Genossenschaften wird die Frage eher mit monetärer Unterstützung beantwortet.

Frage M.24 – Wie unterstützt Sie Ihre Genossenschaft während der Krise?

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

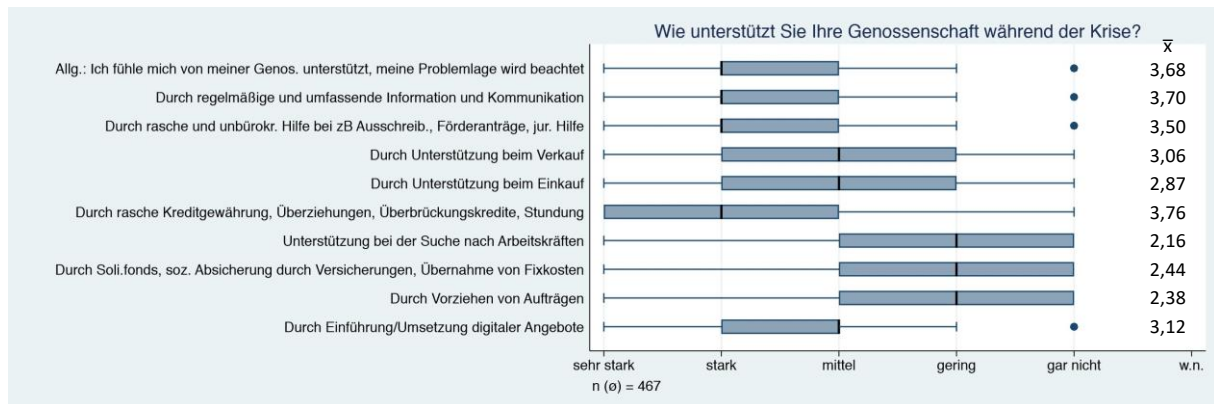


Abbildung 4.2 – 236: Gesamtansicht – Wie unterstützt Sie Ihre Genossenschaft?¹⁴¹

Bei der Frage: „Wie unterstützt Sie Ihre Genossenschaft während der Krise“, wurde zunächst allgemein gefragt, ob sich das Mitglied von seiner/ihrer Genossenschaften unterstützt und sich in seiner/ihrer Problemlage wahrgenommen fühlt. Hier liegt der Medianwert bei „stark“ und damit auf der zweithöchsten Bewertung innerhalb der Likert-Skala, was verdeutlicht, dass sich die Genossenschaftsmitglieder insgesamt in der Krise von ihrer Genossenschaft unterstützt fühlen. Der Bereich zwischen 25tem und 75tem Perzentil liegt zwischen „stark“ und „mittel“.

Ähnlich werden die Aussagen: „durch regelmäßige und umfassende Information und Kommunikation“, „durch rasche und unbürokratische Hilfe bei z.B. Ausschreibungen, Förderanträgen, juristische Hilfe“ und „durch Einführung/Umsetzung digitaler Angebote“ bewertet. Auch hier liegt der Median bei „stark“.

Die Aussage: „durch rasche Kreditgewährung, Überziehungen, Überbrückungskredite, Stundung von Krediten/Raten“ wird insgesamt am positivsten bewertet. Der Mittelwert liegt zwar ebenfalls bei „stark“, doch reicht hier der Bereich zwischen 25tem und 75tem Perzentil lediglich von „sehr stark“ bis „mittel“.

Mit einem Medianwert bei „mittel“ wird eine Unterstützung zwar gesehen, allerdings in keinem großen Umfang. Aussagen, die diesen Medianwert aufweisen, sind: „durch Unterstützung beim Verkauf (Werbemaßnahmen, Medienarbeit, Lobbying, zusätzlichen Vertriebsaktivitäten und Vermittlung von Kunden, digitale Plattformen, Abnahmepflichten, Gutscheinsysteme)“, „durch Unterstützung beim Einkauf (Vorfinanzierung von Ware, Preisnachlässe, verstärkte Lagerhaltung)“ und „durch Einführung/Umsetzung digitaler Angebote“. Bei der letzten Aussage liegt der Bereich zwischen 25tem und 75tem Perzentil zwischen „stark“ und „mittel“, bei den vorherigen zwei Aussagen zwischen „stark“ und „gering“.

¹⁴¹ **Legende:** schwarzer vertikaler Strich = Median; Balken = Bereich zwischen 25tem und 75tem Perzentil; horizontaler Strich = Bandbreite der gegebenen Antworten; „sehr stark“ wird dabei der Wert 5 zugewiesen, „gar nicht“ = 1.

Eine geringe Unterstützung wird in Bezug auf die folgenden drei Aussagen gesehen: „Unterstützung bei der Suche nach Arbeitskräften“, „durch Solidaritätsfonds, soziale Absicherung durch Versicherungen, Übernahme von Fixkosten“ und „durch Vorziehen von Aufträgen“, hier liegt der Median bei „gering“.

B) Detailauswertung nach Branchen

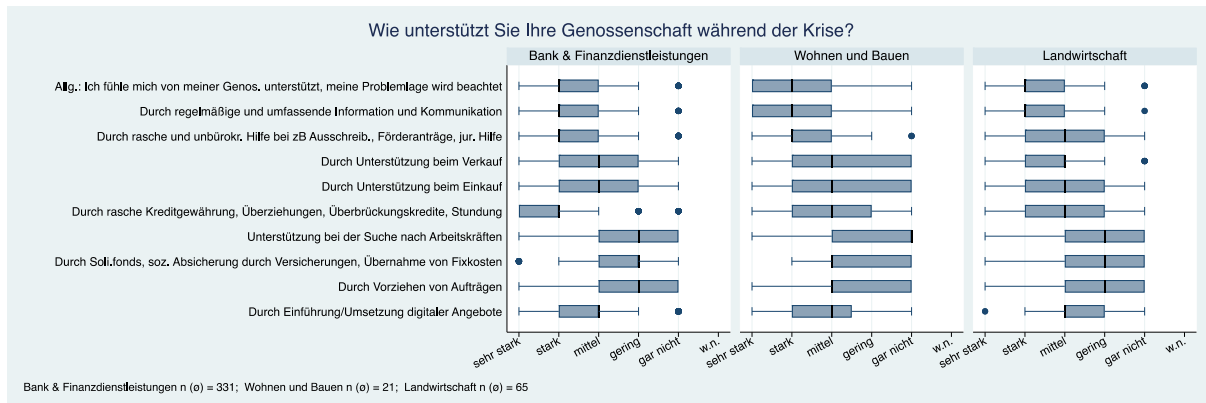


Abbildung 4.2 – 237: Branche – Wie unterstützt Sie Ihre Genossenschaft?

Betrachtet man die Bewertungen getrennt nach Branche, so folgen die Aussagen der Personen aus dem Bereich Bank und Finanzdienstleistungen im Wesentlichen der Gesamtbetrachtung, was insbesondere auf den hohen Anteil innerhalb der Stichprobe zurückzuführen ist.

Mitglieder aus dem Bereich der genossenschaftlichen Landwirtschaft folgen ebenfalls im Wesentlichen der Gesamtansicht. Eine Verschiebung der Mediane findet lediglich in Bezug auf die folgenden zwei Aussagen statt „Durch rasche und unbürokratische Hilfe bei z.B. Ausschreibungen, Förderanträgen, juristische Hilfe“ und „Durch rasche Kreditgewährung, Gewährung von Überziehung, Überbrückungskredite, Stundung von Krediten/Raten“. Bei beiden Aussagen verschiebt sich der Median von „stark“ auf „mittel“. Hinsichtlich der Perzentilverteilung kommt es teilweise zu Abweichungen.

Der Bereich Wohnen und Bauen folgt ebenfalls im Wesentlichen der Gesamtschau. Abweichende Medianwerte finden sich bei der Aussage: „Durch rasche Kreditgewährung, Gewährung von Überziehung, Überbrückungskredite, Stundung von Krediten/Raten“. Hier sinkt der Medianwert von „stark“ auf „mittel“. Eine „Unterstützung bei der Suche nach Arbeitskräften“ wird von den Mitgliedern aus dem Bereich Wohnen und Bauen nicht gesehen, dementsprechend liegt der Median bei „gar nicht“.

Als positiver werden im Vergleich zur Gesamtschau die Aussagen: „Durch Solidaritätsfonds, soziale Absicherung durch Versicherungen, Übernahme von Fixkosten“ und „Durch Vorziehen von Aufträgen“ bewertet, hier liegt der Medianwert nicht bei „gering“, sondern bei „mittel“. Insgesamt ist auf die geringe Stichprobengröße hinzuweisen, die eine Generalisierbarkeit der Aussagen erschwert.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Bei einer Unterscheidung nach Alter kommt es im Vergleich zur Gesamtschau zu keinen bzw. nur geringen Veränderungen.

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Bei einer Unterscheidung nach Geschlecht kommt es im Vergleich zur Gesamtschau zu keinen bzw. nur geringen Veränderungen.

c. Region der Genossenschaft

Bei einer Unterscheidung nach Region, in der sich die Genossenschaft befindet kommt es im Vergleich zur Gesamtschau zu keinen bzw. nur geringen Veränderungen.

d. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Bei einer Unterscheidung nach Anzahl an Mitgliedschaften kommt es im Vergleich zur Gesamtschau zu keinen bzw. nur geringen Veränderungen.

e. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Hinsichtlich einer Unterscheidung nach Funktion der Mitglieder unterscheiden sich die Antworten nur gering. Eine Medianverschiebung findet sich bei den zwei Aussagen „Durch Solidaritätsfonds, soziale Absicherung durch Versicherungen, Übernahme von Fixkosten“ und „Durch Vorziehen von Aufträgen“. Hier liegt der Median bei Funktionärinnen und Funktionären bei „mittel“, während er bei Genossenschaftsmitgliedern ohne offizielle Position bei „gering“ liegt. Die Perzentilverteilungen sind identisch.

f. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

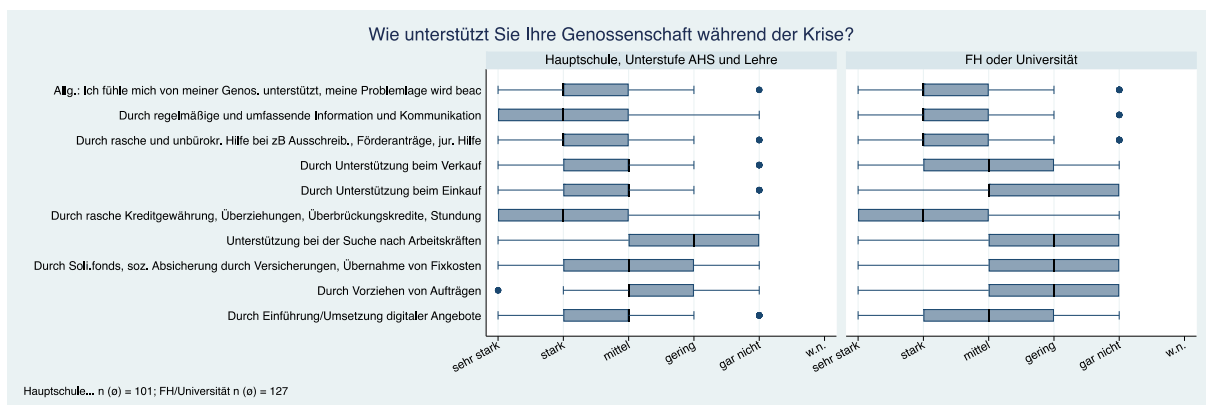


Abbildung 4.2 – 238: Bildung I – Wie unterstützt Sie Ihre Genossenschaft?

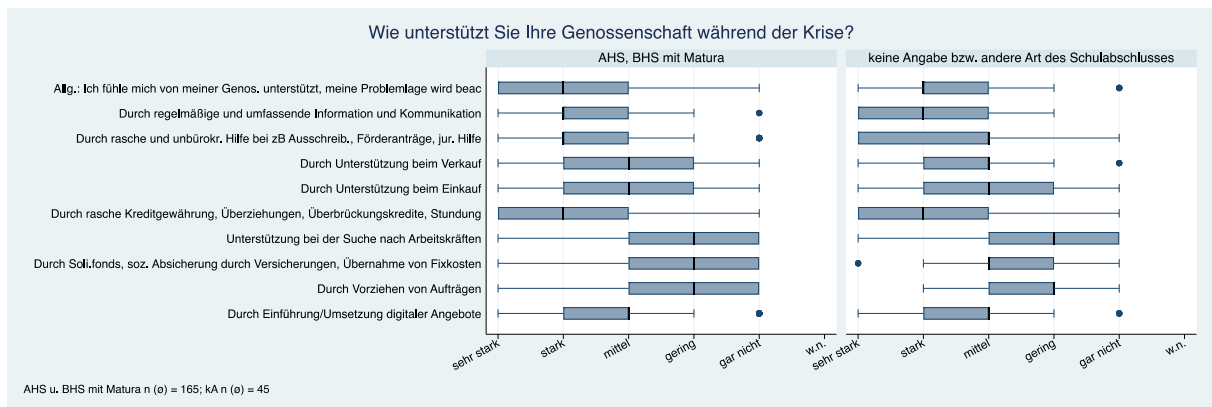


Abbildung 4.2 – 239: Bildung II – Schulabschluss – Wie unterstützt Sie Ihre Genossenschaft?

Unterscheidet man die Aussagen der einzelnen Mitglieder nach der Art ihres Schulabschlusses, so fällt auf, dass sich neben Personen mit Hochschulabschluss auch Personen, die einen Abschluss an einer AHS bzw. einer BHS mit Matura abgeschlossen haben, im Wesentlichen nicht von der Bewertung der Gesamtschau unterscheiden. Bei Personen mit Hauptschulabschluss, Unterstufe AHS und Lehre bzw. ohne Angaben respektive einer anderen Art des Schulabschlusses weichen die Aussagen bei einer Medianbetrachtung leicht von der Gesamtschau ab. So wird bei beiden die Aussage „Durch Solidaritätsfonds, soziale Absicherung durch Versicherungen, Übernahme von Fixkosten“ positiver gesehen. Der Medianwert liegt hier bei „mittel“. Ebenfalls positiver wird von Personen mit Hauptschulabschluss, Unterstufe AHS und Lehre die Aussage „Durch Vorziehen von Aufträgen“ gesehen (Median bei „mittel“). Negativer bewerten Personen ohne Angaben respektive einer anderen Art des Schulabschlusses die Aussage: „Durch rasche und unbürokratische Hilfe bei z.B. Ausschreibungen, Förderanträgen, juristische Hilfe“, hier liegt der Median bei „mittel“.

g. Größe der Genossenschaft

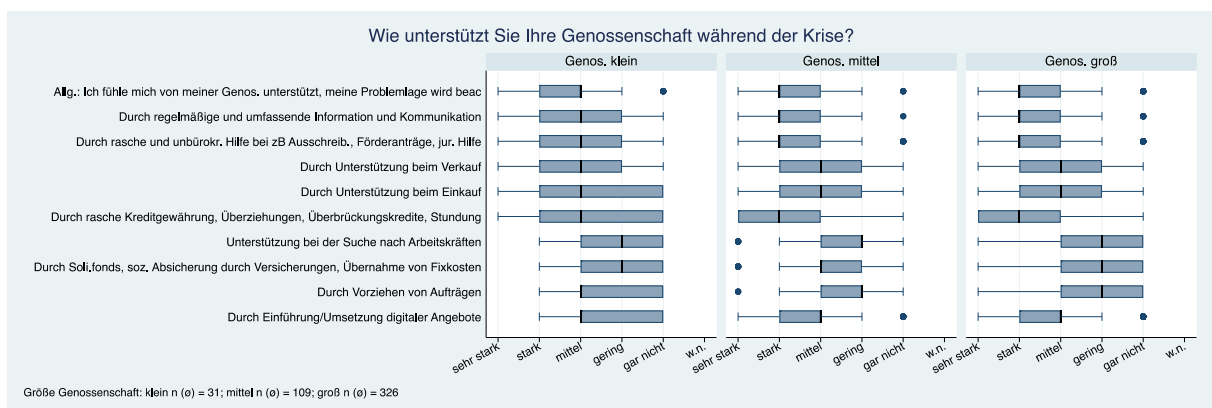


Abbildung 4.2 – 240: Größe Genossenschaft – Wie unterstützt Sie Ihre Genossenschaft?

Unterscheidet man die Aussagen nach der Größe der Genossenschaft, in der die befragten Personen Mitglied sind, so gibt es im Vergleich zwischen mittleren und großen Genossenschaften nur sehr geringe Abweichungen. Bei Genossenschaften mittlerer Größe wird lediglich die Aussage „Durch Solidaritätsfonds, soziale Absicherung durch Versicherungen, Übernahme von Fixkosten“ leicht positiver bewertet (Median bei „mittel“ im Vergleich zu „gering“ in der Gesamtansicht).

Bei kleinen Genossenschaften lassen sich größere Unterschiede im Antwortverhalten finden. So weicht die Medianbewertung bei fast allen angeführten Aussagen von der Gesamtschau ab. Die Bewertungen sind auf der Likert-Skala fast durchgängig eine Bewertungsstufe niedriger. Lediglich der Median in Bezug auf die Aussage: „Durch Vorziehen von Aufträgen“ fällt mit „mittel“ im Vergleich zur Gesamtansicht positiver aus.

Zusammenfassend ist bezüglich der Frage, wie die Genossenschaft ihre Mitglieder in der Krise unterstützt, festzustellen, dass sich die Mitglieder insgesamt gut von ihrer Genossenschaft unterstützt und informiert fühlen; sie empfinden diese Unterstützung als unbürokratisch und schätzen eine rasche Kreditgewährung. Eine stärkere Unterstützung im operativen Bereich sowie in der Digitalisierung wird eher nicht gesehen. Eine geringe Hilfestellung wird durch etwaige Solidaritätsfonds, Vorziehen von Aufträgen oder der Suche nach Arbeitskräften wahrgenommen, da diese Aussagen auf der Delphi-Befragung basieren, ist jedoch nicht ganz klar, ob dies auch die Punkte sind, die auch von den Genossenschaftsmitgliedern angeführt worden wären. So kann eine geringe Bewertung dieser Punkte auch darauf hindeuten, dass sie für die Mitglieder nicht im gleichen Maße relevant sind wie für die Genossenschaftsexpertinnen und -experten. Mitglieder aus dem Bereich Bank & Finanzdienstleistungen folgen im Wesentlichen den allgemeinen Aussagen ebenso wie die Mitglieder aus dem Landwirtschaftsbereich, die sich insgesamt jedoch etwas kritischer äußern. Die Aussagen der Mitglieder aus dem Bereich Wohnen und Bauen divergieren etwas, wobei hier auf die geringe Stichprobengröße verwiesen werden muss, die eine allgemeine Aussage erschwert. Reine Mitglieder und kleine Genossenschaften sehen die vorgebrachten Aussagen etwas kritischer als Funktionärinnen und Funktionäre sowie Personen die in großen Genossenschaften aktiv sind. Absolventinnen und Absolventen mit AHS und BHS mit Matura als ihren formal höchsten Bildungsabschluss sehen sich im Vergleich zu den anderen Bildungsclustern von ihrer Genossenschaft am besten unterstützt und Hauptschulabsolventen am besten informiert; Personen mit Hochschulabschluss nehmen insgesamt eine kritischere Haltung ein.

Frage M.25 – Personelle Maßnahmen aufgrund der Krise

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

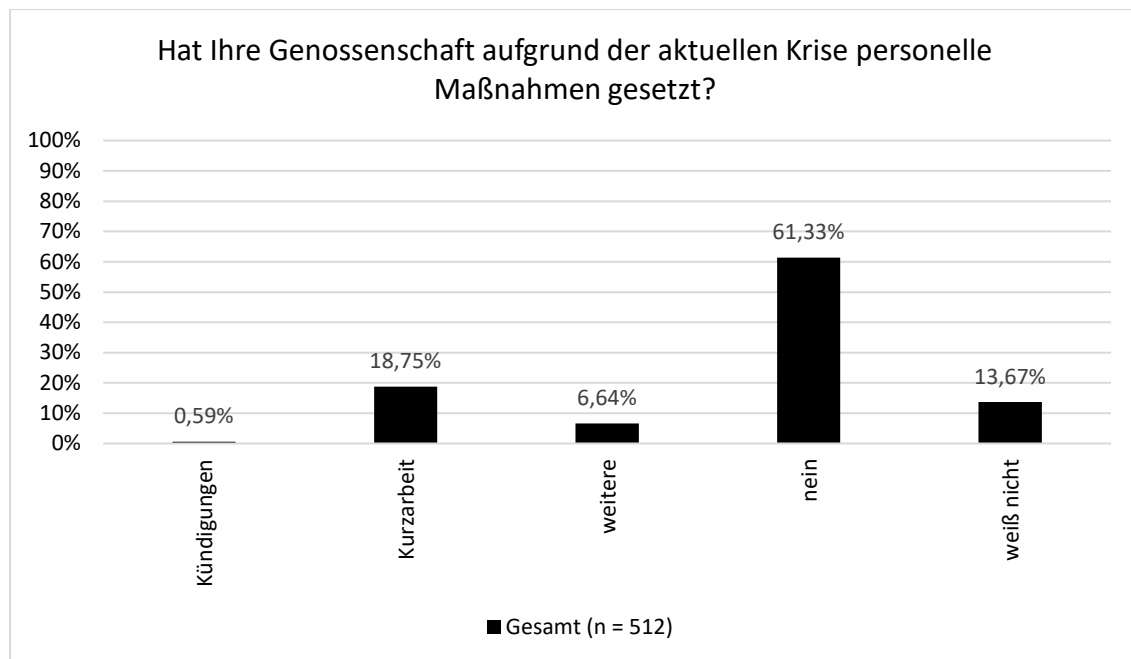


Abbildung 4.2 – 241: Gesamtansicht – Personelle Maßnahmen aufgrund der Krise

In Bezug auf personelle Maßnahmen geben 61,3% aller antwortenden Mitglieder an, dass ihre Genossenschaft keine entsprechenden Maßnahmen gesetzt hat. 13,7% antworten mit „weiß nicht“. 18,75% der Mitglieder geben an, dass ihre Genossenschaft auf Kurzarbeitsregelungen zurückgriff. 0,6% aller Mitglieder sagen, es kam aufgrund der aktuellen Krise in ihrer Genossenschaft zu Kündigungen. 6,6% geben als Gründe „weitere“ an und führen dies weiter aus: 41,2% von ihnen sagen, Home-Office zu nutzen. 29,4% merken an, bei ihrer Genossenschaft wurde der Resturlaub abgebaut bzw. Urlaub vorgezogen. 11,8% von in ihnen geben an, dass Sonderurlaub als Maßnahme gesetzt wurde.

B) Detailauswertung nach Branchen

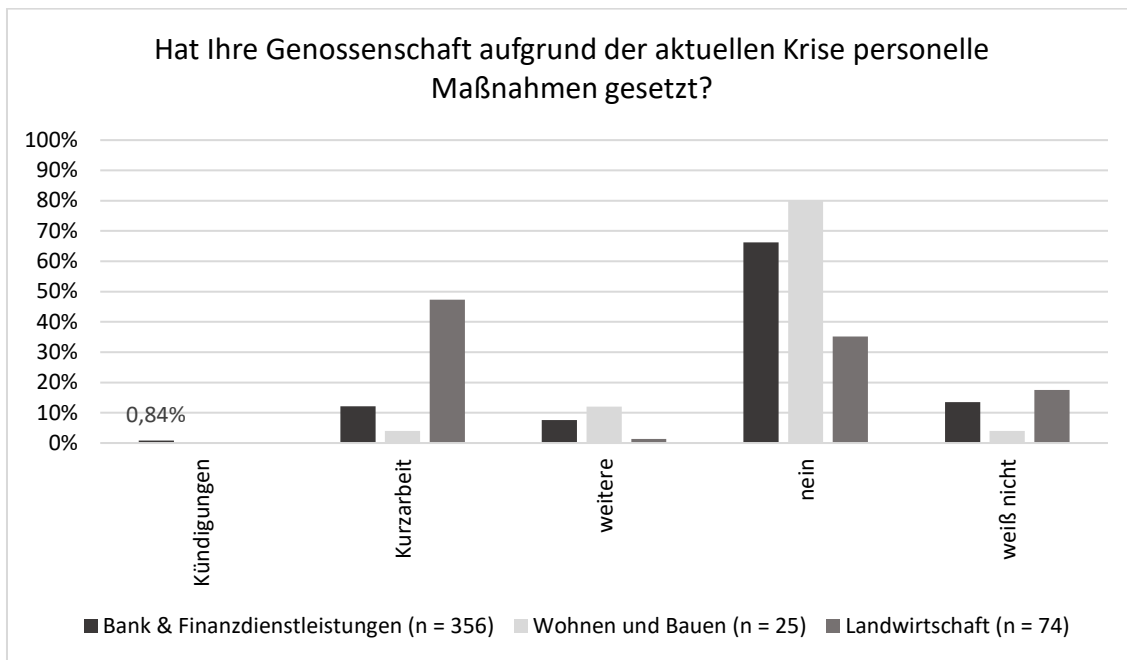


Abbildung 4.2 – 242: Branche – Personelle Maßnahmen aufgrund der Krise

Unterscheidet man nach Branchen, so kommt es zu Veränderungen innerhalb der Aussagenstruktur. Zu Kündigungen kam es weder im Bereich Wohnen und Bauen noch im Landwirtschaftsbereich. 0,8% der Mitglieder aus dem Bereich Bank & Finanzdienstleistungen geben an, dass es bei ihnen aufgrund der aktuellen Krise zu Kündigungen kam. 12,1% aus der Branche sagen, dass auf Kurzarbeitsmodelle zurückgegriffen wurde. Im Bereich Wohnen und Bauen sind es 4% aller Mitglieder. Zu einem deutlich höheren Einsatz von Kurzarbeit kam es bei Genossenschaften im landwirtschaftlichen Bereich. Hier geben 47,3% aller Genossenschaftsmitglieder an, dass es in ihrer Genossenschaft zu Kurzarbeit kam. Dieser Wert liegt über dem Anteil an Personen, die mit „nein“, stimmen. Im Landwirtschaftsbereich liegt dieser bei 35,1%. Sowohl bei Banken & Finanzdienstleistern (66,3%) als auch im Bereich Wohnen und Bauen (80%) ist dies jeweils die am häufigsten gewählte Antwortoption.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

c. Region der Genossenschaft

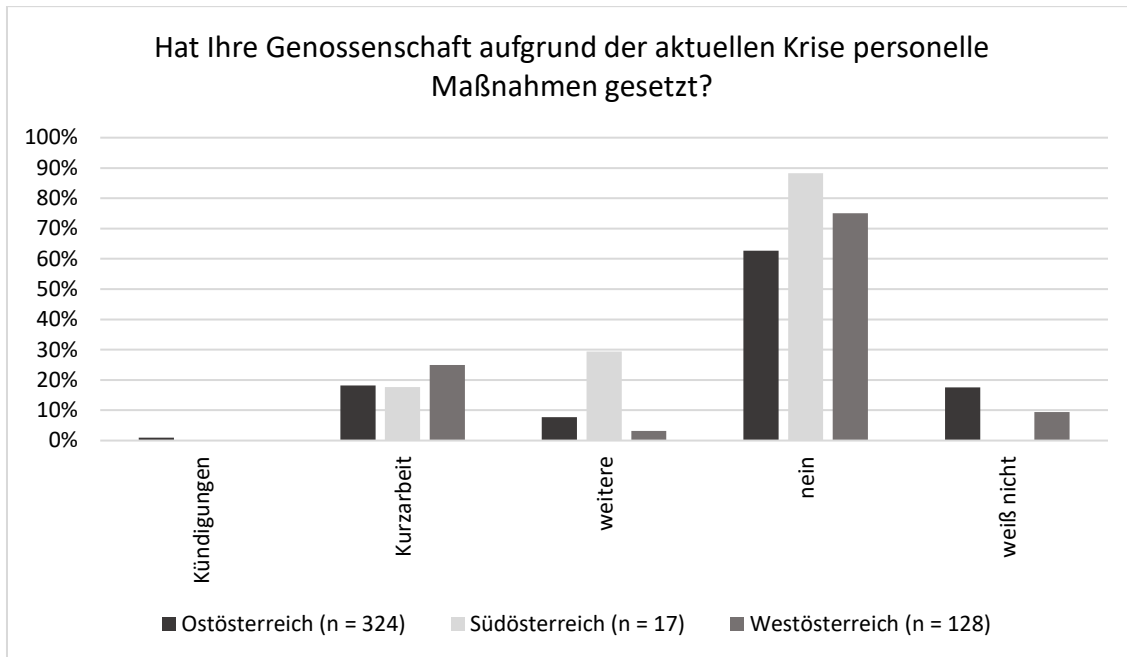


Abbildung 4.2 – 243: Region – Personelle Maßnahmen aufgrund der Krise

Bei Unterscheidung nach Region fällt auf, dass in Westösterreich mehr Genossenschaftsmitglieder angeben, dass ihre Genossenschaft auf Kurzarbeitsmaßnahmen zurückgriff (25%) als bei Mitgliedern aus Ostösterreich (18,2%). Südösterreich lässt sich aufgrund der geringen Teilnehmerinnen- und Teilnehmeranzahl nicht abschließend bewerten.

Auf eine Detailauswertung nach a) Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer, b) Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer, d) Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer, e) Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer und f) Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer wurde verzichtet, da hier eine Unterscheidung als weniger zielführend angesehen wird.

g. Größe der Genossenschaft

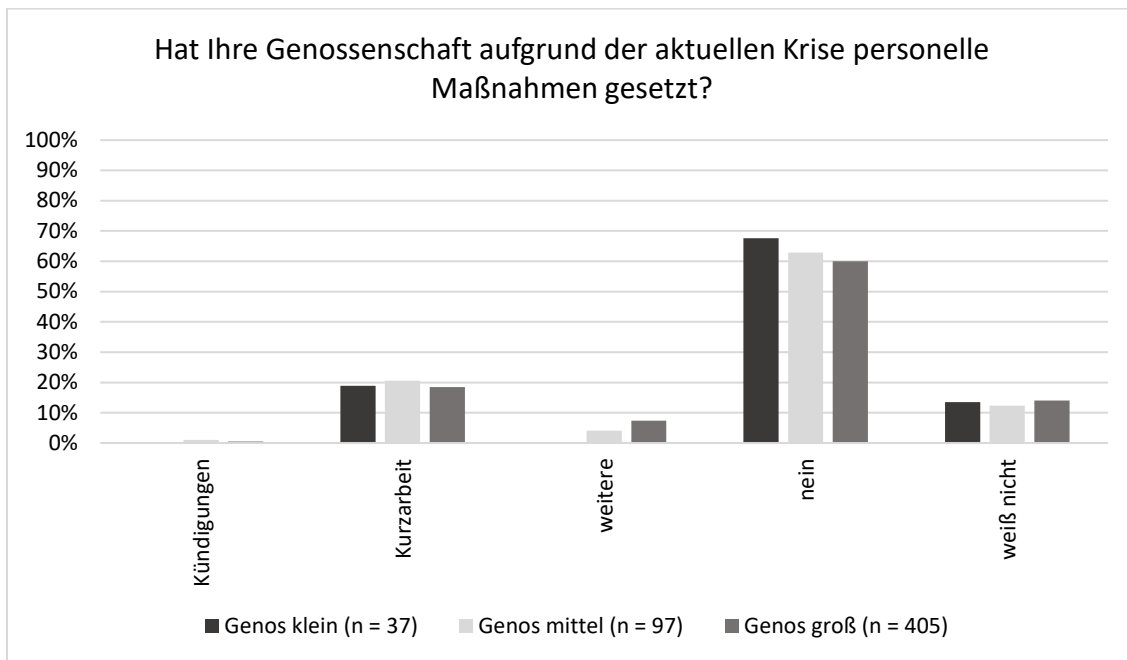


Abbildung 4.2 – 244: Größe Genossenschaft – Personelle Maßnahmen aufgrund der Krise

Hinsichtlich einer Unterscheidung nach Größe kommt es zu keinen großen Unterschieden. Der Rückgriff auf Kurzarbeitsmaßnahmen wird von jeweils ca. 20% aller Mitglieder angegeben. Der Anteil an Mitgliedern, die die Antwortoption „weitere“ wählen, ist bei großen Genossenschaften mit 7,4% am höchsten.

Zusammenfassend ist bezüglich der Frage, ob die Genossenschaft aufgrund der aktuellen Krise personelle Maßnahmen gesetzt haben, festzustellen, dass Dreiviertel der Mitglieder angeben, dass ihre Genossenschaft bisher keine Maßnahmen gesetzt hat bzw. dass ihnen keine bekannt sind. Weniger als ein Fünftel setzt auf Kurzarbeit, nicht einmal ein Prozent hat bisher Kündigungen ausgesprochen. Weitere Maßnahmen sind Home-Office sowie Urlaube. Diese Aussagen sprechen für eine bisher durchaus gesunde wirtschaftliche Grundlage der Genossenschaften sowie einem mitarbeiterfreundlichen Agieren. Während im Banken- und Wohnbereich aufgrund der Krise nur wenige personelle Maßnahmen getroffen werden, reagiert die Landwirtschaft stark mit Kurzarbeit. Ebenso setzen Genossenschaften in Westösterreich tendenziell mehr auf Kurzarbeitsmodelle.

Frage M.26 – Sollen Genossenschaften Nicht-Mitglieder unterstützen?

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

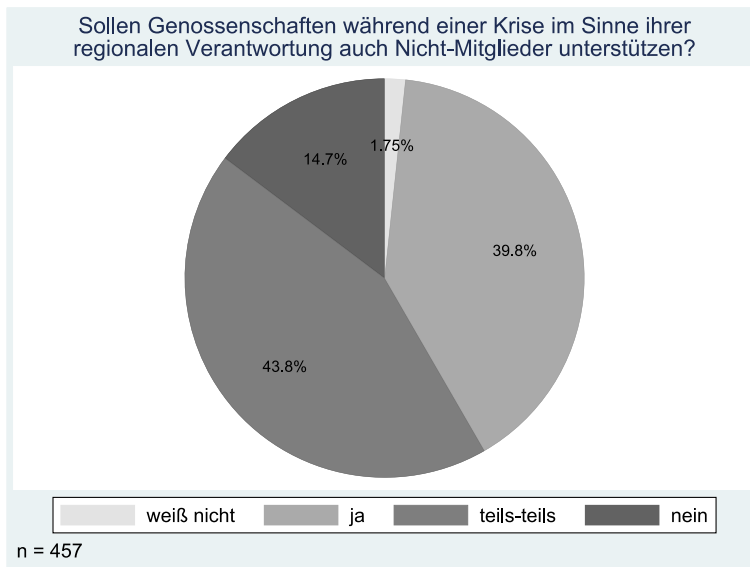


Abbildung 4.2 – 245: Gesamtansicht – Sollen Genossenschaften Nicht-Mitglieder unterstützen?

Die Antwort auf die Frage, ob auch Nicht-Mitglieder von Genossenschaften im Sinne ihrer regionalen Verantwortung unterstützt werden sollen, fällt positiv aus. So stimmen knapp 40% aller teilnehmenden Mitglieder mit „ja“, 44% stimmen der Frage nicht vollumfänglich zu, sondern nur teilweise. Knapp 15% stimmen mit „nein“ und lehnen damit eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern ab. 1,75% stimmen mit „weiß nicht“.

B) Detailauswertung nach Branchen

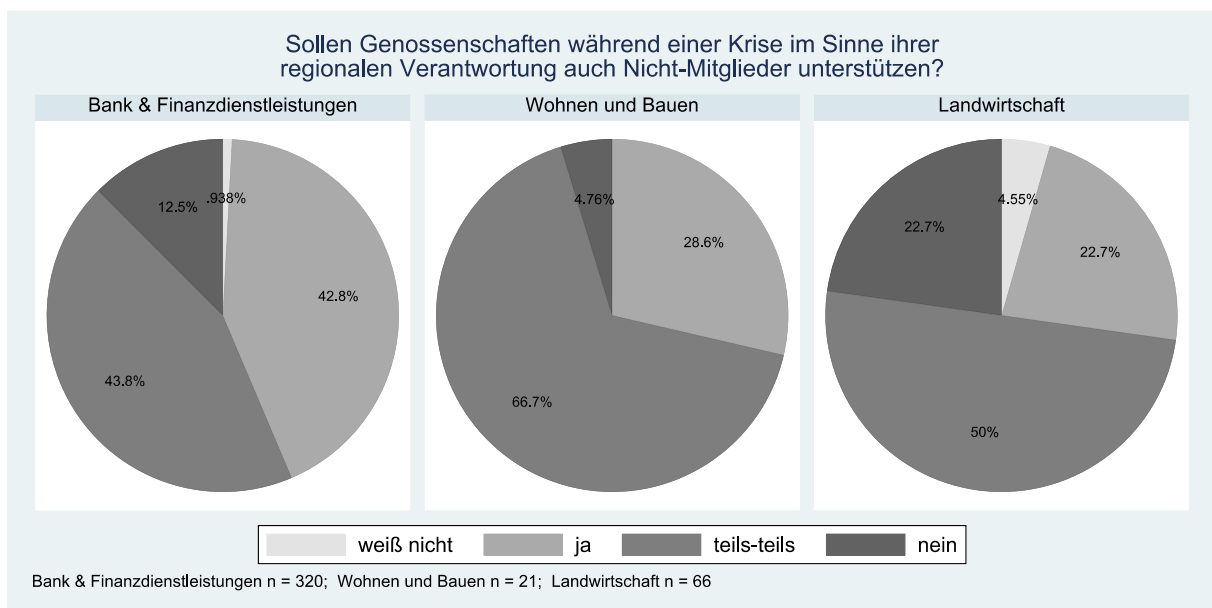


Abbildung 4.2 – 246: Branche – Sollen Genossenschaften Nicht-Mitglieder unterstützen?

Unterscheidet man nach Branche, so ähnelt die Bewertung der Mitglieder aus dem Bereich Bank & Finanzdienstleistungen stark der allgemeinen Ansicht. 42,8% stimmen mit „ja“, 43,8% mit „teils-teils“, 12,5% mit „nein“.

Genossenschaftsmitglieder aus dem Bereich Wohnen und Bauen wählen zu 66,7% die Antwortoption „teils-teils“, sprich, Nicht-Mitglieder sollen nicht unter allen Umständen unterstützt werden. 28,6% stimmen mit „ja“, 4,8% mit „nein“. Bei den Personen aus dem landwirtschaftlichen Genossenschaftsbereich stimmen 50% mit „teils-teils“, sprich, auch sie befürworten keine unbedingte Gleichstellung. Der Anteil an „ja“-Stimmen ist mit 22,7% im Vergleich am geringsten. Der Anteil an „nein“-Stimmen fällt mit ebenfalls 22,7% im Vergleich am höchsten aus. Demnach gibt es bei Genossenschaftsmitgliedern aus dem Landwirtschaftsbereich im Vergleich zu den anderen Sektoren größere Vorbehalte gegenüber einer Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Hinsichtlich des Alters kommt es zu keinen großen Unterschieden, lediglich der Anteil an „nein“-Stimmen ist mit 18,5% bei den jüngeren Mitgliedern etwas höher als der unter den älteren Mitgliedern mit 13,4%. Der Anteil an „teils-teils“ stimmen liegt bei jüngeren Genossenschaftsmitgliedern bei 40,7%, bei Älteren bei 45,7%.

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

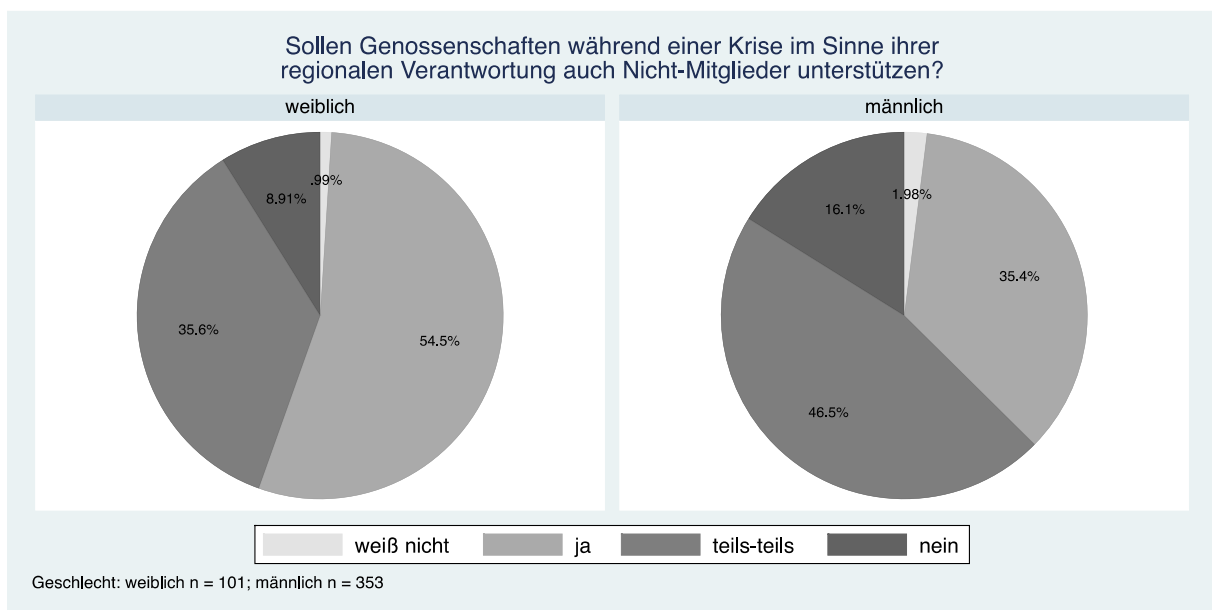


Abbildung 4.2 – 247: Geschlecht – Sollen Genossenschaften Nicht-Mitglieder unterstützen?

Bei einer Unterscheidung nach Geschlecht fällt auf, dass Frauen die Frage, ob Genossenschaften während einer Krise im Sinne ihrer regionalen Verantwortung auch Nicht-Mitglieder unterstützen sollen, deutlich positiver antworten als männliche Genossenschaftsmitglieder. So stimmen 54,5% aller Frauen mit „ja“, während es bei den Männern 35,4% sind. Der Anteil an „teils-teils“-Stimmen liegt bei den weiblichen Genossenschaftsmitgliedern bei 35,6%, bei den männlichen bei 46,5%. Auch der Anteil an „nein“-Stimmen ist bei den Frauen mit 8,9% deutlich geringer als der bei ihren männlichen Genossenschaftskollegen (16,1%).

c. Region der Genossenschaft

Hinsichtlich einer Unterscheidung nach Region kommt es zu keiner bzw. nur geringen Varianz des Antwortverhaltens.

d. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

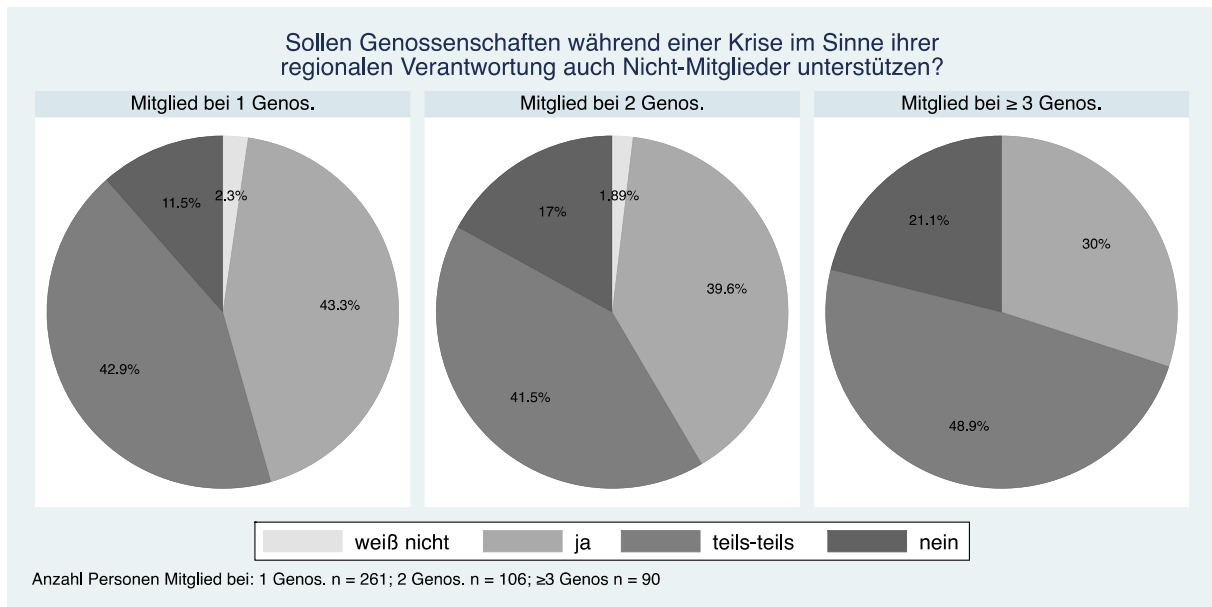


Abbildung 4.2 – 248: Anzahl Mitgliedschaften – Sollen Genossenschaften Nicht-Mitglieder unterstützen?

Der prozentuelle Anteil an „ja“-Stimmen nimmt mit der Anzahl an Genossenschaftsmitgliedschaften ab. So stimmen Personen, die Mitglied bei einer Genossenschaft sind, der Frage, ob Nicht-Mitglieder während einer Krise von Genossenschaften unterstützt werden sollen, noch zu 43,3% mit „ja“. Bei Personen mit zwei Genossenschaftsmitgliedschaften sind es 39,6% „ja“-Stimmen, bei Personen mit drei und mehr Mitgliedschaften 30%. Entsprechend nimmt der Anteil an „nein“-Stimmen mit steigender Mitgliedschaftszahl zu, von 11,5% über 17% auf 21,1%.

e. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Betrachtet man die Aussagen nach Funktion innerhalb der Genossenschaft, so ist auffallend, dass die Antworten von Personen mit offizieller Funktion, denen der reinen Mitglieder sehr ähnlich sind, es kommt zu keinen wesentlichen Abweichungen.

f. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

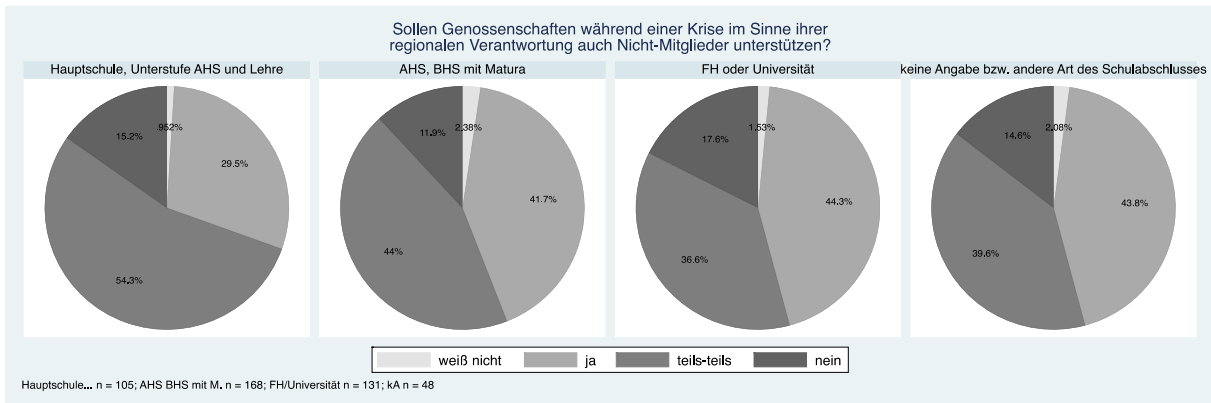


Abbildung 4.2 – 249: Bildung – Sollen Genossenschaften Nicht-Mitglieder unterstützen?

Bei einer Unterscheidung nach Art des höchsten formalen Schulabschlusses fällt auf, dass Personen mit Hauptschulabschluss, Unterstufe AHS oder Lehre die Frage nur zu ca. 30% mit „ja“ beantworten, während es bei den anderen drei Bildungsclustern jeweils über 40% sind. Zudem ist der Anteil an „teils-teils“-Stimmen mit 54,3% sehr viel größer als bei Personen mit AHS oder BHS mit Matura (44%), bei Personen mit Hochschulabschluss (36,6%) oder bei jenen ohne Angaben bzw. einer anderen Art des Schulabschlusses (39,6%).

g. Größe der Genossenschaft

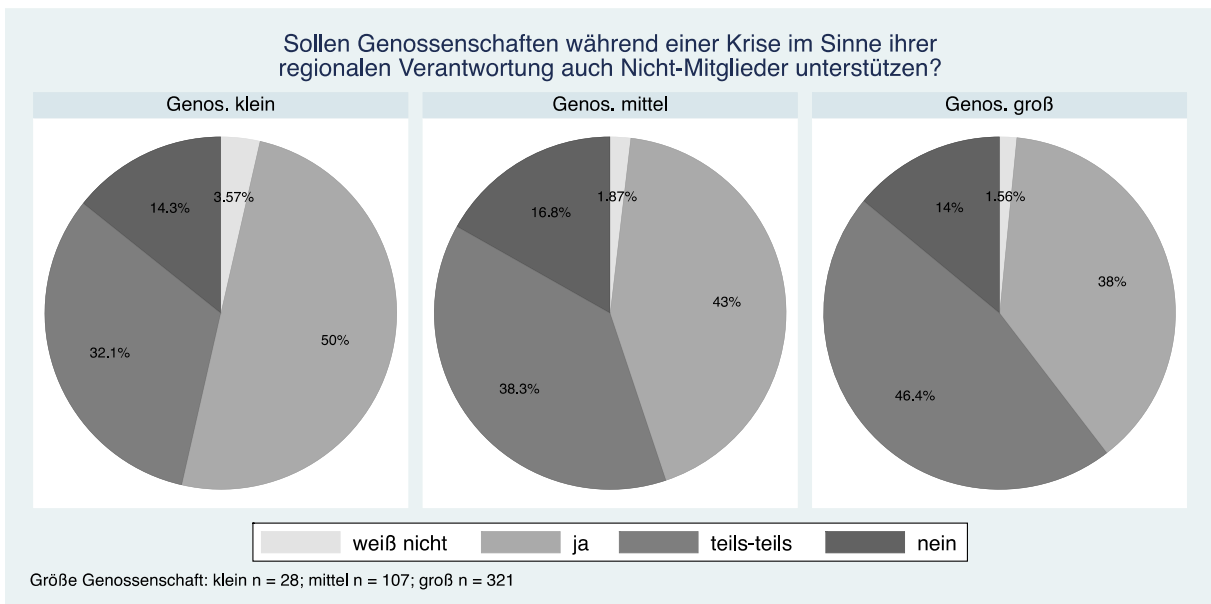


Abbildung 4.2 – 250: Größe Genossenschaft – Sollen Genossenschaften Nicht-Mitglieder unterstützen?

Hinsichtlich einer Unterscheidung nach Größe sind ebenfalls Unterschiede auszumachen. So stimmen Personen, die Mitglied bei kleinen Genossenschaften sind, zu 50% mit „ja“, Nicht-Mitglieder sollen während einer Krise von Genossenschaften unterstützt werden. Bei Genossenschaften mittlerer Größe sind es 43%, bei Personen, die Mitglied bei großen Genossenschaften sind, 38%. Der Anteil an „teils-teils“-

Stimmen nimmt entsprechend zu, wohingegen der Anteil an „nein“-Stimmen relativ konstant bleibt.

Zusammenfassend ist bezüglich der Frage, ob Genossenschaften während einer Krise im Sinne ihrer regionalen Verantwortung auch Nicht-Mitglieder unterstützen sollen, festzustellen, dass der überwiegende Teil der Mitglieder ganz oder teilweise für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern votiert. Während Mitglieder aus dem Bereich Bank & Finanzdienstleistungen dem allgemeinen Trend folgen, lehnt fast niemand im Bereich Wohnen und Bauen eine derartige Unterstützung ab, jedoch ist dort der Anteil an „teils-teils“-Stimmen mit knapp zweidrittel sehr hoch. Am kritischsten gegenüber einer Unterstützung von Nicht-Mitgliedern äußern sich Personen aus der Landwirtschaft, mit fast einem Viertel „ja“-, und einem Viertel „nein“-Stimmen. Frauen stehen im Unterschied zu Männern sowie Mitgliedern mit Hauptschulabschluss einer Unterstützung von Nicht-Mitgliedern mehrheitlich positiv gegenüber. Ebenso sind Personen mit Mitgliedschaft bei einer Genossenschaft offener als Mitglieder, die bei mehreren Genossenschaften aktiv sind, was sich damit erklären lässt, dass für sie der genossenschaftliche Grundsatz der Mitgliederförderung wichtiger ist als der Solidaritätsgedanke gegenüber anderen Personen. Je kleiner die Genossenschaft, desto aktiver wird eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern bejaht, eine ablehnende Haltung ist größenunabhängig.

Frage M.27 – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

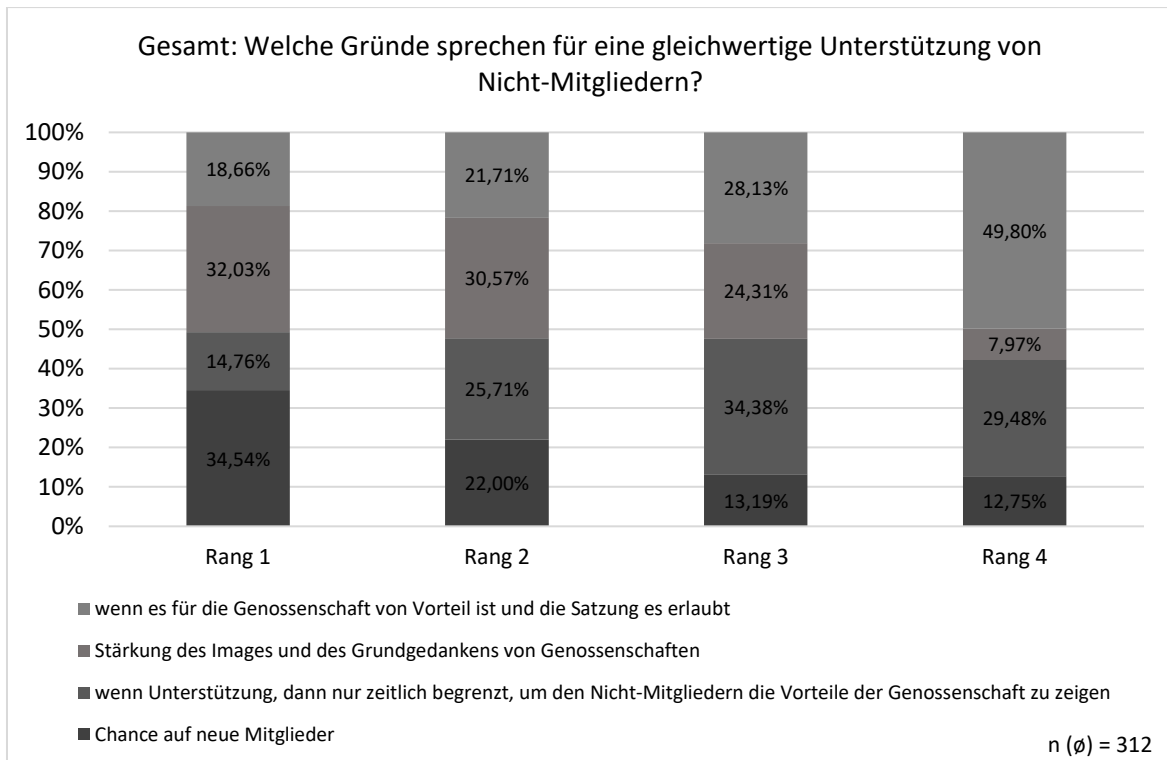


Abbildung 4.2 – 251: Gesamtansicht – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

Ausgehend von der vorherigen Frage, ob Genossenschaften auch Nicht-Mitglieder unterstützen sollen, wurden die teilnehmenden Genossenschaftsmitglieder, die entweder mit „ja“ oder mit „teils-teils“ geantwortet haben, gebeten, Argumente zu reihen, die ihrer Meinung nach für eine gleichwertige Unterstützung von Nicht-Mitgliedern sprechen. 34,5% wählen dabei die Aussage „Chance auf neue Mitglieder“ auf den ersten Rang, 32% die Aussage „Stärkung des Images und des Grundgedankens von Genossenschaften“. Die letzte Stelle belegen vor allem die zwei Aussagen: „wenn es für die Genossenschaft von Vorteil ist und die Satzung es erlaubt“ (49,8%, 4. Rang) und „wenn Unterstützung, dann nur zeitlich begrenzt, um den Nicht-Mitgliedern die Vorteile der Genossenschaft zu zeigen“ (29,5%, 4. Rang).

B) Detailauswertung nach Branchen

a. Bank & Finanzdienstleistungen

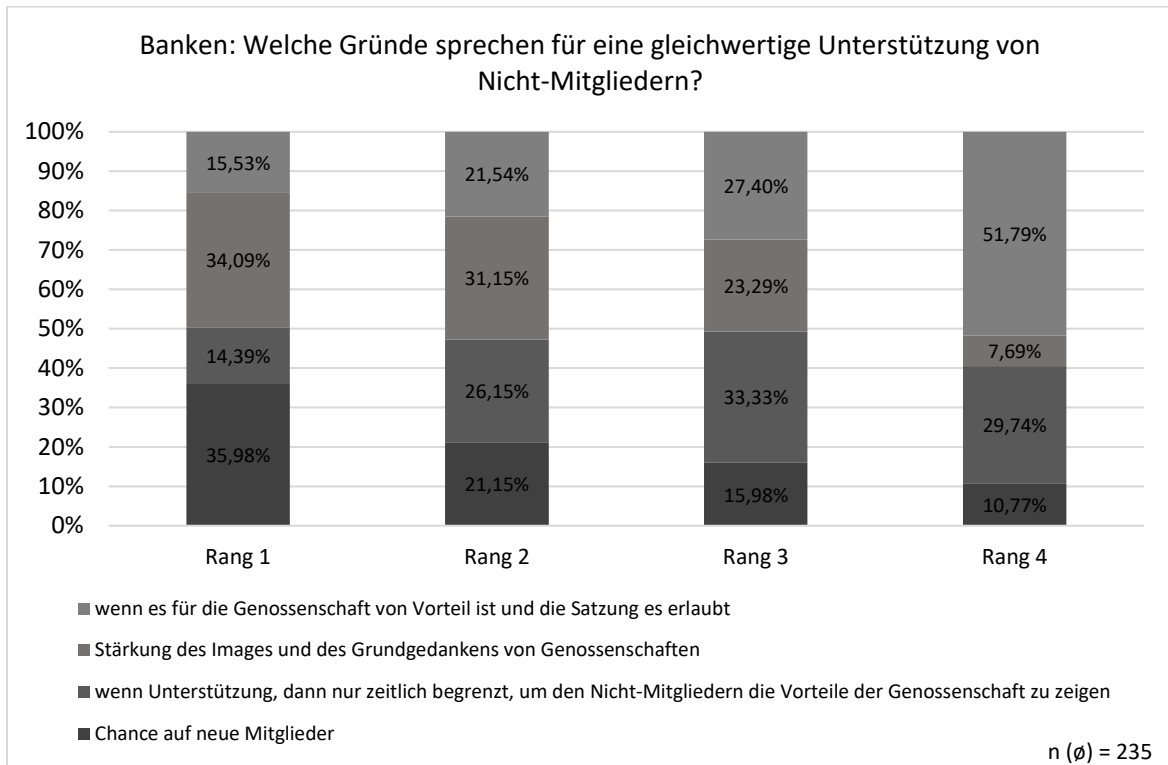


Abbildung 4.2 – 252: Branche – Banken – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

Bei den Genossenschaftsmitgliedern deren Genossenschaften aus dem Bereich Bank & Finanzdienstleistungen stammt, ähneln die Ergebnisse sehr der Gesamtansicht. Es kommt lediglich zu geringen prozentuellen Abweichungen.

b. Wohnen und Bauen

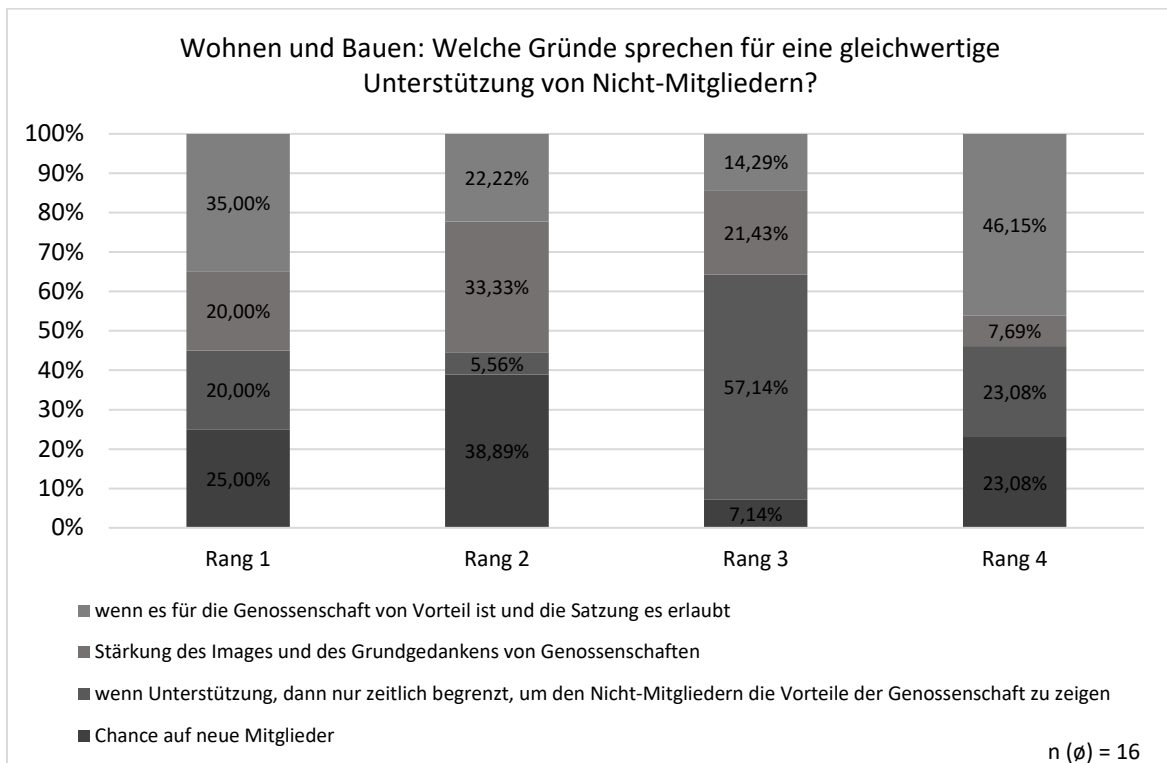


Abbildung 4.2 – 253: Branche – Wohnen – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

Für Genossenschaftsmitglieder, deren Genossenschaft sich in dem Bereich Wohnen und Bauen befindet, kommt es zu einer Verschiebung der Rangplätze. So wird von 35% die Aussage: „wenn es für die Genossenschaft von Vorteil ist und die Satzung es erlaubt“ auf den ersten Rang gewählt, von 25% die Aussage: „Chance auf neue Mitglieder“. Interessanterweise wird die Aussage bezüglich der Vorteilhaftigkeit, die von 35% auf den ersten Rang gewählt wurde, auch von 46,15% auf den vierten Rang gewählt. Bei einer weiteren Aufteilung von Branche und Funktionärinnen und Funktionären zeigt sich, dass für diese den Punkt „wenn es für die Genossenschaft von Vorteil ist und die Satzung es erlaubt“ als wichtiger ansehen, als reine Mitglieder. Insgesamt ist jedoch auf die geringe Stichprobengröße zu verweisen, die ein klares Bild über die Rangordnung der einzelnen Aussagen erschwert.

c. Landwirtschaft

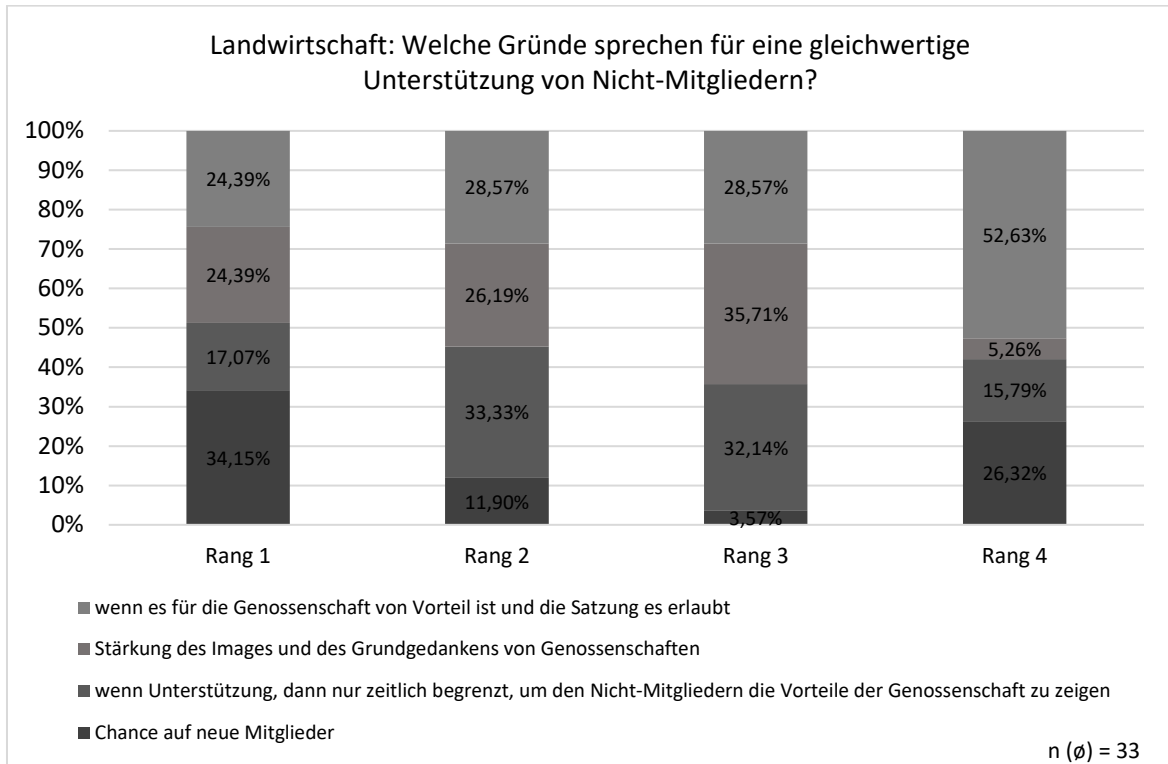


Abbildung 4.2 – 254: Branche – LW – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

Die Aussage „Chance auf neue Mitglieder“ macht bei Personen aus dem landwirtschaftlichen Genossenschaftsbereich 34,2% des ersten Rangs aus. Mit jeweils 24,4% folgen die Aussagen: „Stärkung des Images und des Grundgedankens von Genossenschaften“ und „wenn es für die Genossenschaft von Vorteil ist und die Satzung es erlaubt“. Die letzte Aussage wird zudem von 52,6% auf den vierten und damit letzten Rang gewählt.

Unterscheidet man die Branchenaussagen weiter und betrachtet die Aussagen von Funktionärinnen und Funktionären und Branche kombiniert, so kommt es zu keinen wesentlichen Veränderungen.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

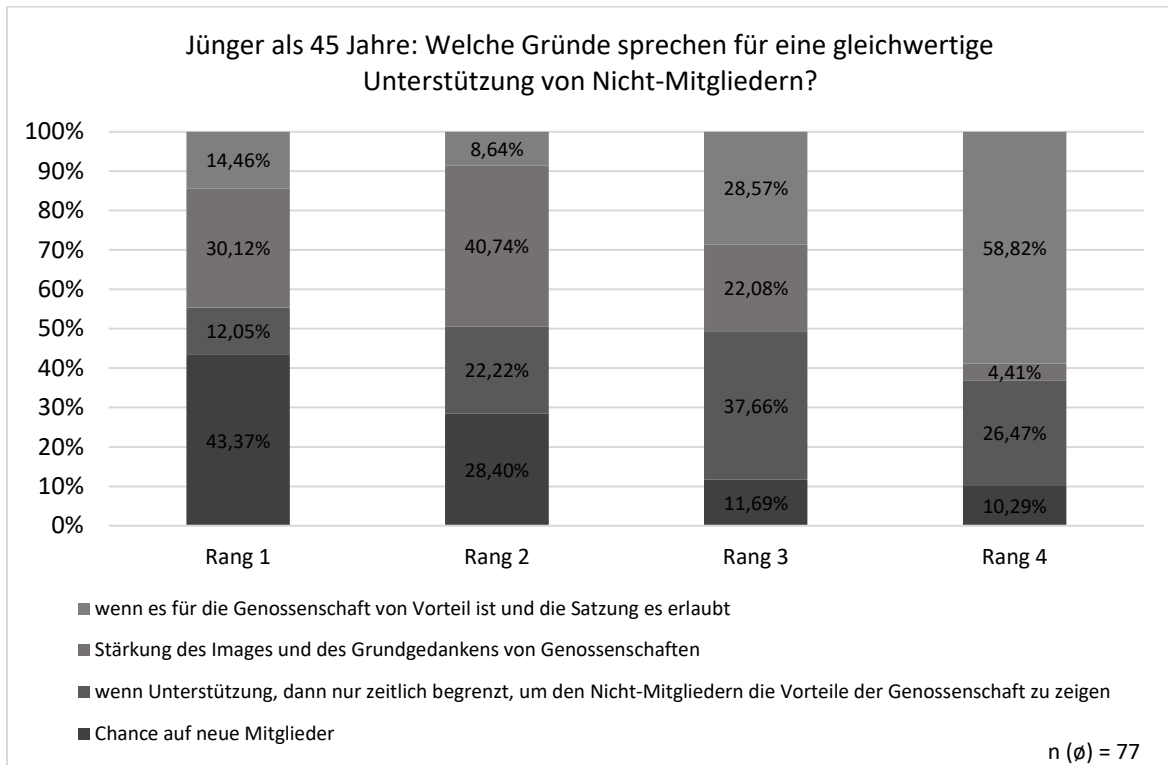


Abbildung 4.2 – 255: Alter – < 45 J. – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

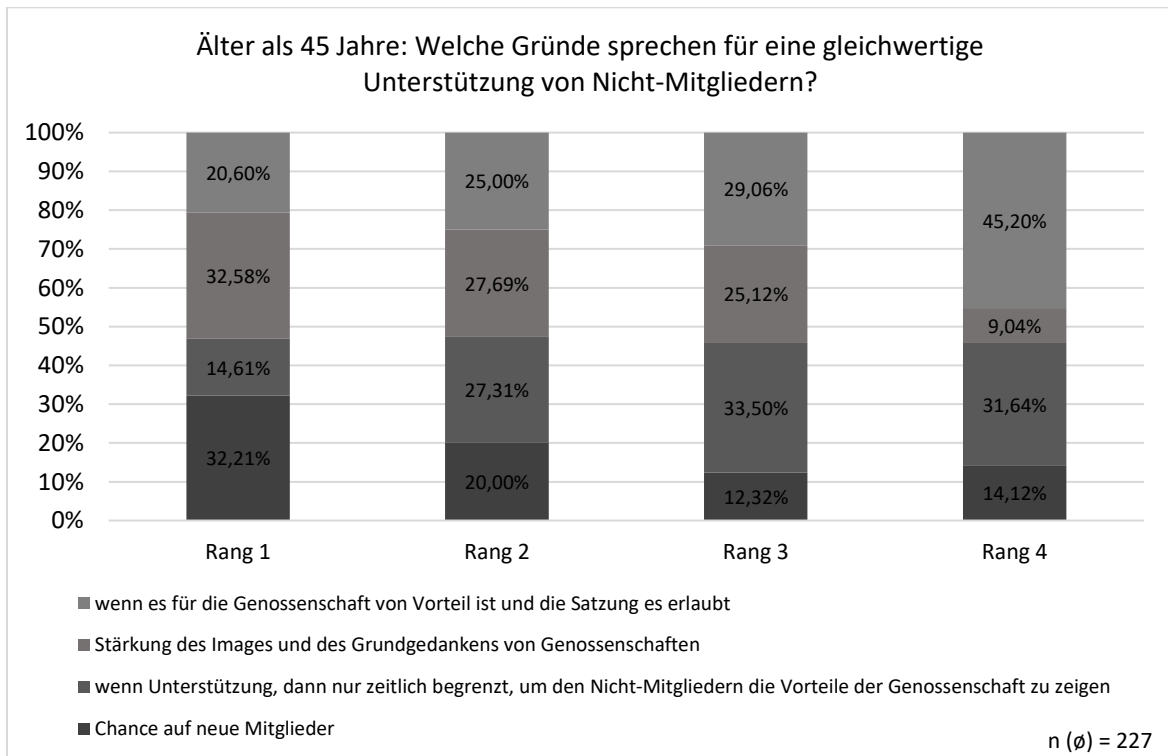


Abbildung 4.2 – 256: Alter – ≥ 45 J. – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

Bei einer Unterscheidung nach Alter bleibt die generelle Struktur der Antworten zwar bestehen, doch kommt es zu teils abweichenden Gewichtungen. So sind für junge

Genossenschaftsmitglieder die „Chancen auf neue Mitglieder“, die durch eine gleichwertige Unterstützung von Mitgliedern und Nicht-Mitgliedern entstehen, deutlich wichtiger. Sie machen 43,4% des ersten Rangs aus. Bei den älteren Mitgliedern sind es 32,2%. Hier kommt mit 32,6% die Aussage: „Stärkung des Images und des Grundgedankens von Genossenschaften“ knapp auf den ersten Rang. Betrachtet man den vierten Rang, so werden dieselben Aussagen am häufigsten gewählt. Bei den Jüngeren ist es mit 58,8% auf dem vierten Rang die Aussage: „wenn es für die Genossenschaft von Vorteil ist und die Satzung es erlaubt“, bei den älteren Mitgliedern macht die Aussage 45,2% aus. An zweiter Stelle auf dem vierten Rang folgt die Aussage: „wenn Unterstützung, dann nur zeitlich begrenzt, um den Nicht-Mitgliedern die Vorteile der Genossenschaft zu zeigen“ mit 26,5% (jüngere) und 31,6% (ältere Genossenschaftsmitglieder).

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

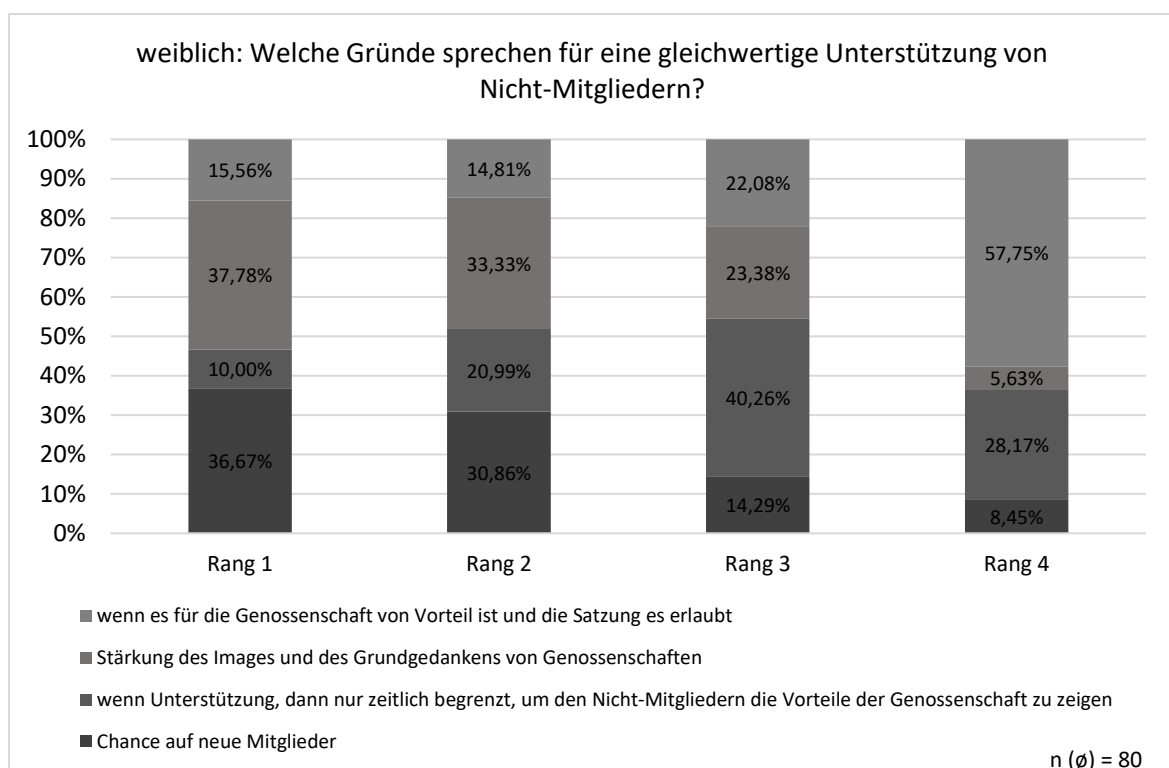


Abbildung 4.2 – 257: Geschlecht – weiblich – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

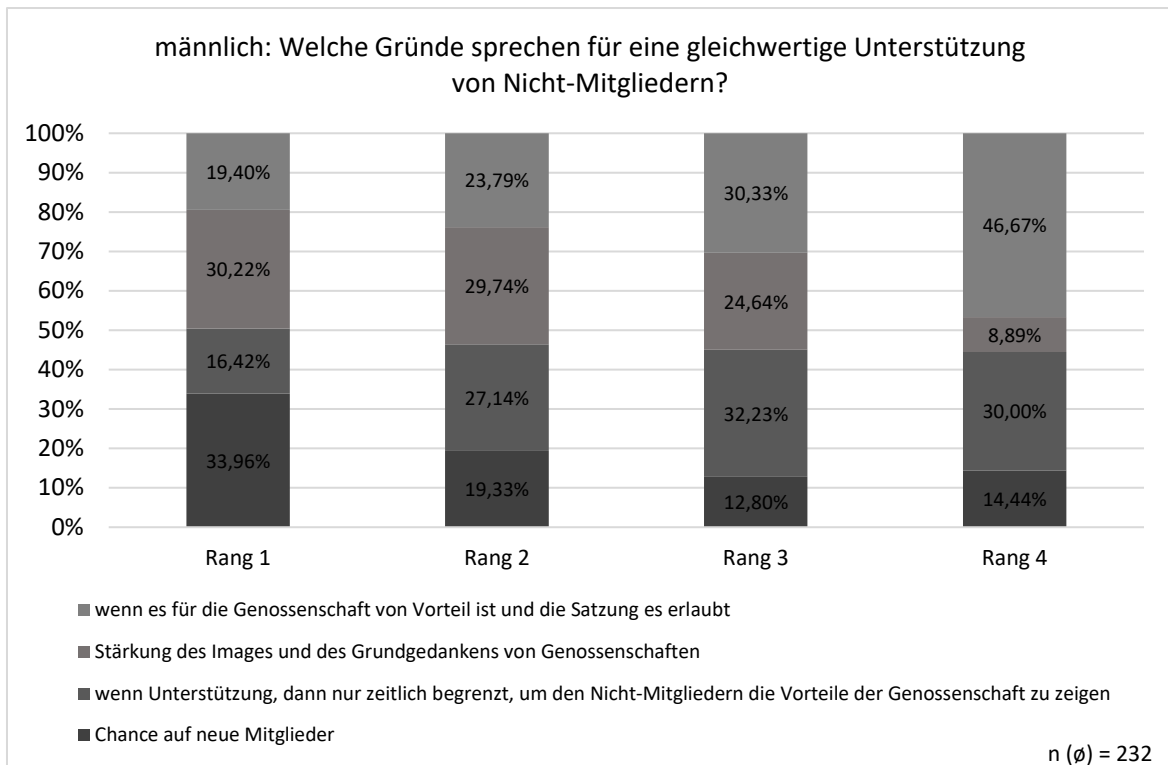


Abbildung 4.2 – 258: Geschlecht – männlich – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

Bei einer Unterscheidung nach Geschlecht kommt es zu Veränderungen der Gewichtung der einzelnen Aussagen, doch folgt die Reihung im Wesentlichen der Gesamtansicht. Frauen bewerten die Aussage bezüglich der „Stärkung des Images und des Grundgedankens von Genossenschaften“ etwas positiver. Die Aussage macht 37,8% auf dem ersten Rang aus, bei Männern sind es 30,2%. Die Aussage in Bezug auf die Chancen zur Gewinnung neuer Mitglieder wird von Männern zu 34% auf den ersten Rang gewählt, bei den Frauen sind es 36,7%.

c. Region der Genossenschaft

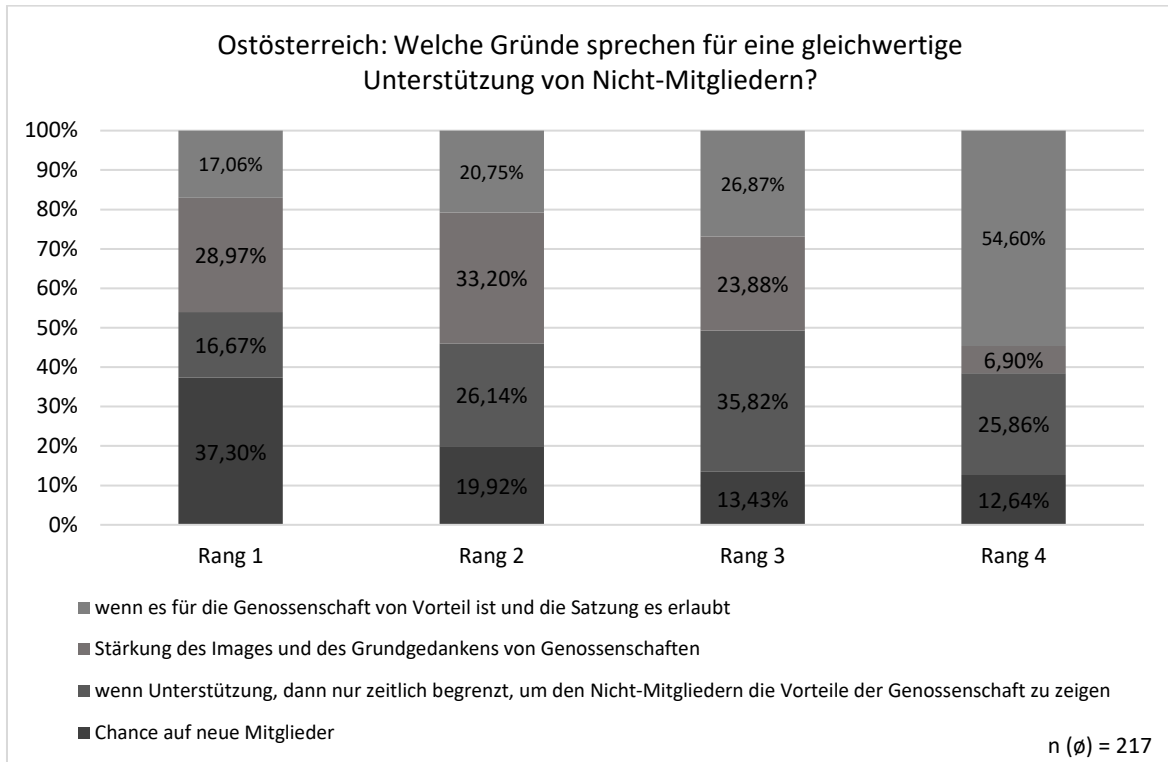


Abbildung 4.2 – 259: Region – Ostösterreich – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

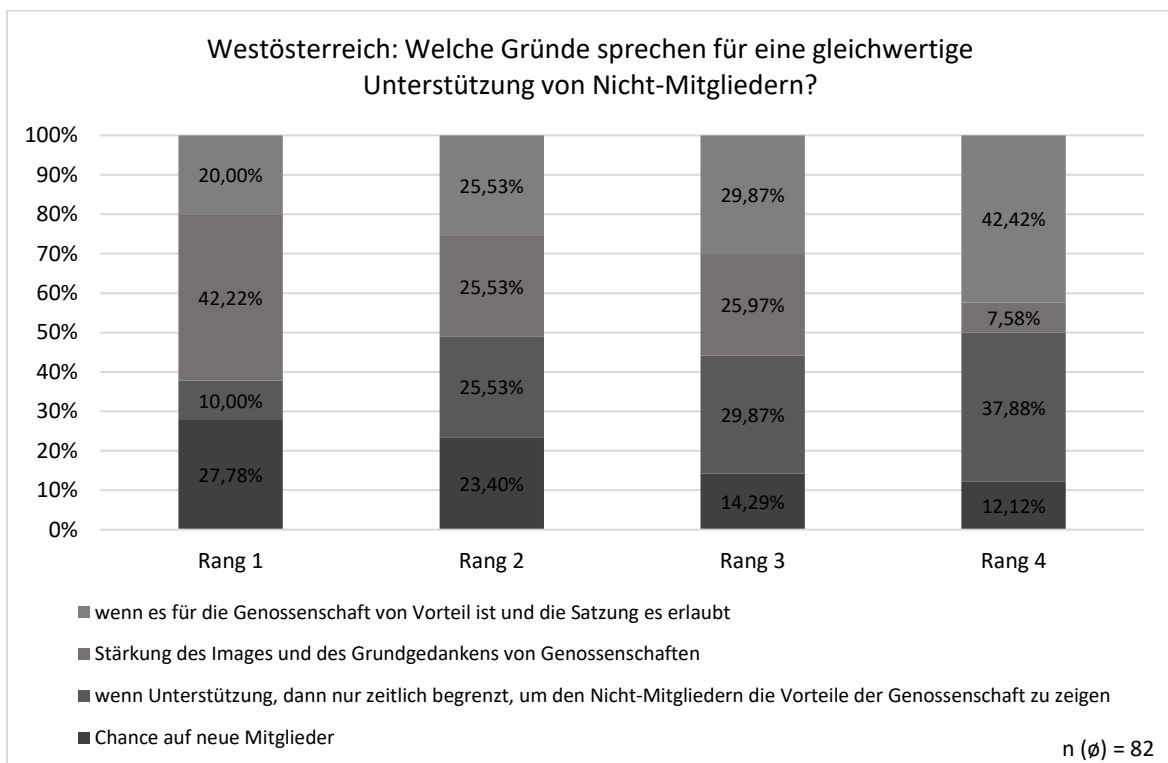


Abbildung 4.2 – 260: Region – Westösterreich – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

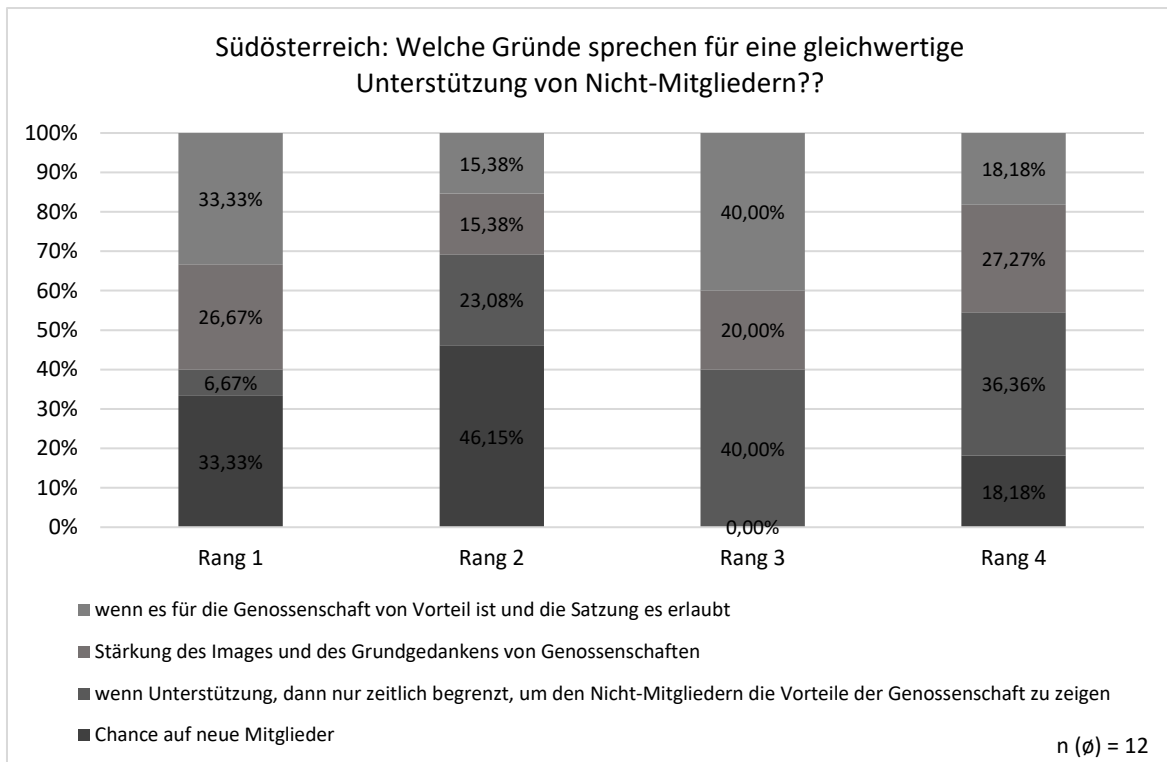


Abbildung 4.2 – 261: Region – Südösterreich – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

Während in Westösterreich die Aussage hinsichtlich der „Stärkung des Images und des Grundgedankens von Genossenschaften“ einen Anteil von 42,2% innerhalb des ersten Ranges ausmacht, sind es bei Personen aus Ostösterreich lediglich 29%. Hier wird dagegen die Aussage bezüglich der „Chance auf neue Mitglieder“ mit 37,3% auf den ersten Platz innerhalb des ersten Ranges gewählt.

Die Verteilung des vierten und damit letzten Ranges folgt im Wesentlichen der Gesamtansicht, doch kommt es zu prozentuellen Unterschieden. So macht die Aussage: „wenn es für die Genossenschaft von Vorteil ist und die Satzung es erlaubt“ bei den Genossenschaftsmitgliedern aus Ostösterreich 54,6% des vierten Ranges aus, bei den Westösterreichern dagegen 42,4%. Die Aussage: „wenn Unterstützung, dann nur zeitlich begrenzt, um den Nicht-Mitgliedern die Vorteile der Genossenschaft zu zeigen“ macht dagegen 37,9% des vierten Ranges aus, während es in Ostösterreich 25,9% sind. Die Angaben der Genossenschaftsmitglieder aus Südösterreich lassen sich aufgrund der geringen Stichprobenanzahl nicht abschließend auswerten.

d. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

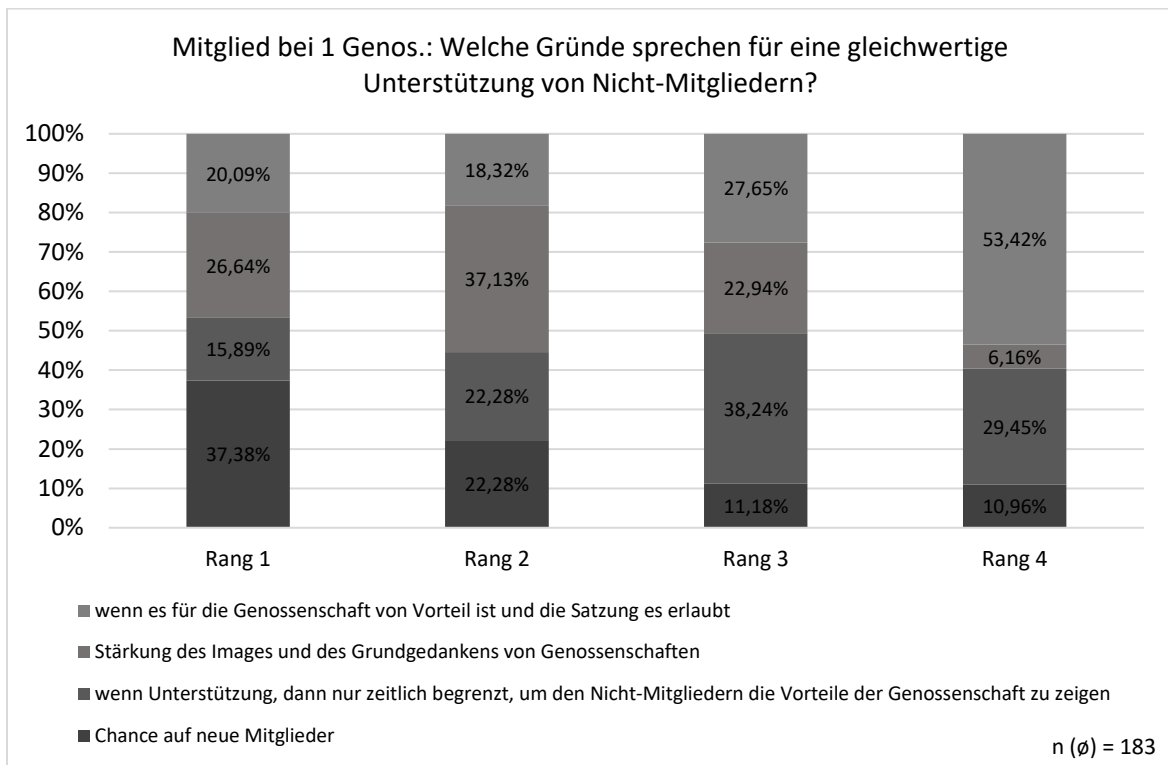


Abbildung 4.2 – 262: Anzahl Mitgliedschaften – 1 Genos. – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

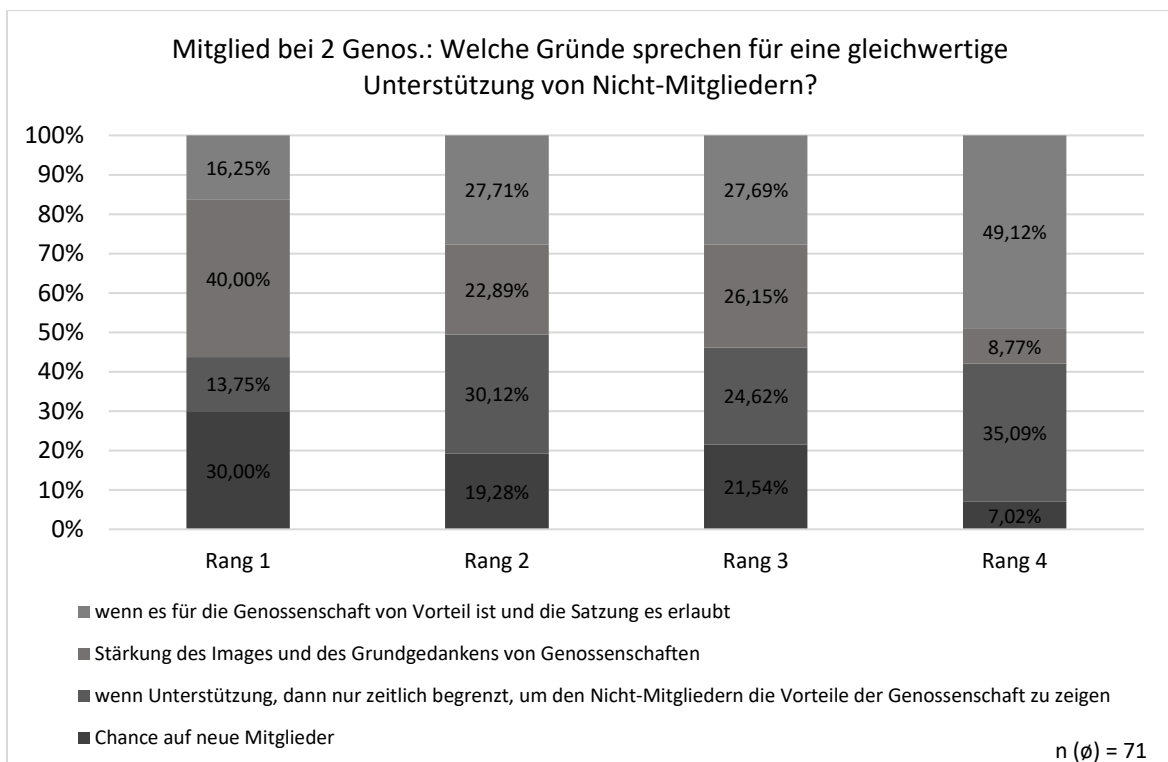


Abbildung 4.2 – 263: Anzahl Mitgliedschaften – 2. Genos. – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

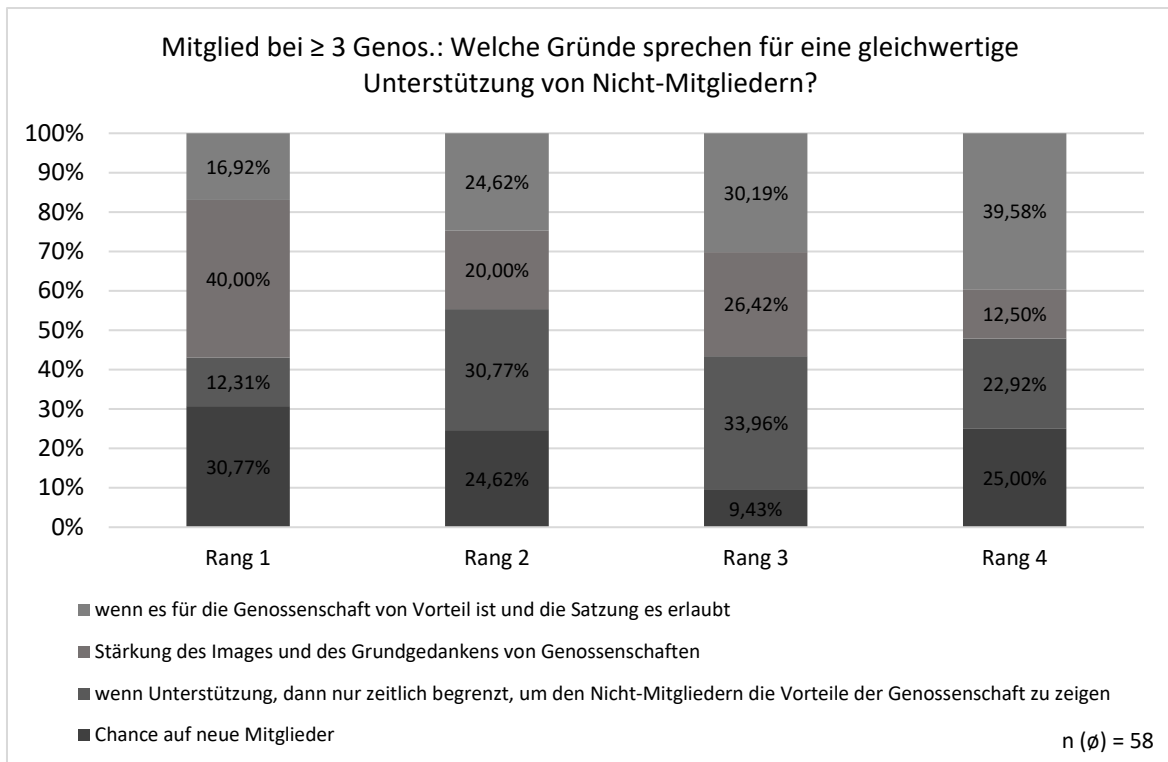


Abbildung 4.2 – 264: Anzahl Mitgliedschaften – ≥ 3 Genos. – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

Während es zwischen Personen mit zwei Genossenschaftsmitgliedschaften und jenen mit drei oder mehr Mitgliedschaften kaum Unterschiede in der absoluten Bewertung der einzelnen Aussagen gibt, weichen die Aussagen der Personen, die bei einer Genossenschaft Mitglied sind, etwas ab.

Hier spricht die Aussage bezüglich der „Chancen auf neue Mitglieder“ am stärksten für eine gleichwertige Unterstützung von Nicht-Mitgliedern. Innerhalb des ersten Ranges macht sie 37,4% aus. Bei Personen mit zwei Mitgliedschaften sind es 30%, bei jenen mit drei oder mehr Mitgliedschaften 30,8%. Hier landet jeweils mit 40% die Aussage: „Stärkung des Images und des Grundgedankens von Genossenschaften“ auf den ersten Platz im ersten Rang.

Die Aussage: „wenn es für die Genossenschaft von Vorteil ist und die Satzung es erlaubt“ macht bei Personen, die bei einer Genossenschaft Mitglied sind, auf dem vierten Rang 53,4% aus. Dieser Anteil wird mit der Anzahl an Mitgliedschaften immer geringer. So sind es bei Personen mit zwei Mitgliedschaften noch 49,1%, bei Personen mit drei oder mehr Mitgliedschaften 39,6%.

e. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Bei einer Unterscheidung nach Funktionärin/Funktionär und Personen ohne offizielle Funktion in der Genossenschaft kommt es zwar zu prozentuellen Unterschieden hinsichtlich der Bewertung der einzelnen Aussagen, doch sind die absoluten Reihenfolgen weitestgehend identisch und stimmen mit der Gesamtansicht überein.

g. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

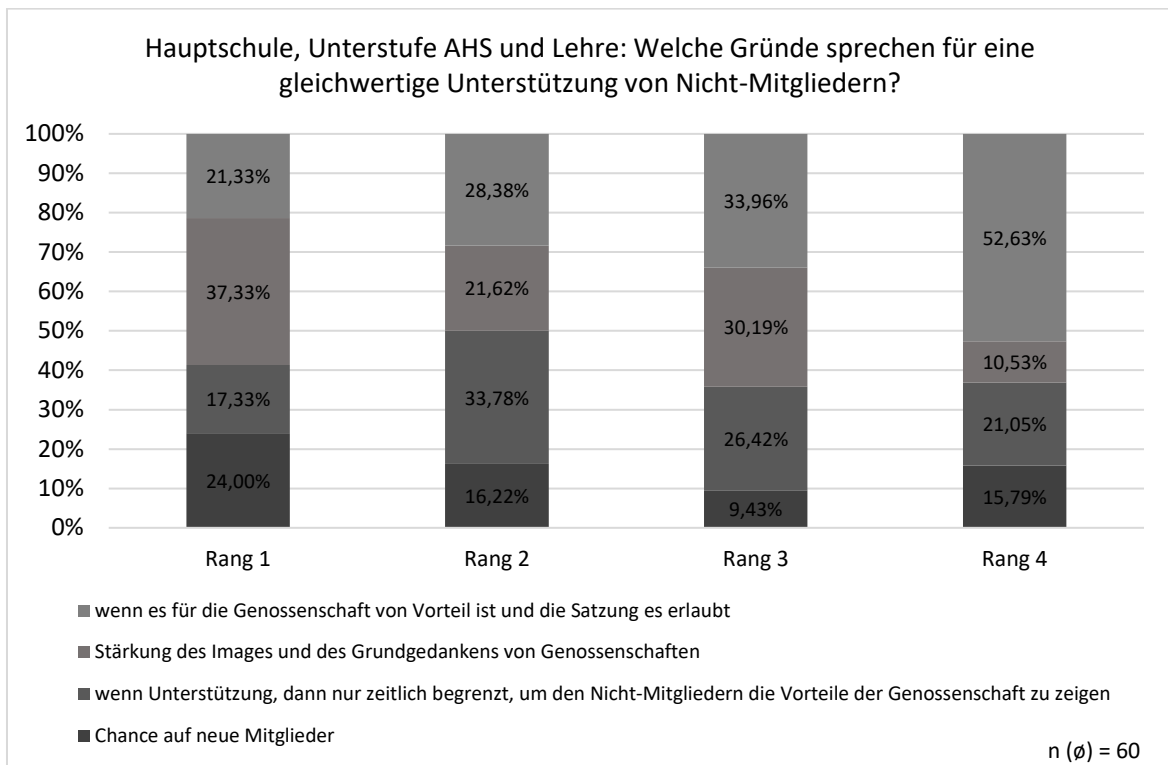


Abbildung 4.2 – 265: Bildung – HS, Unterstufe AHS, Lehre – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

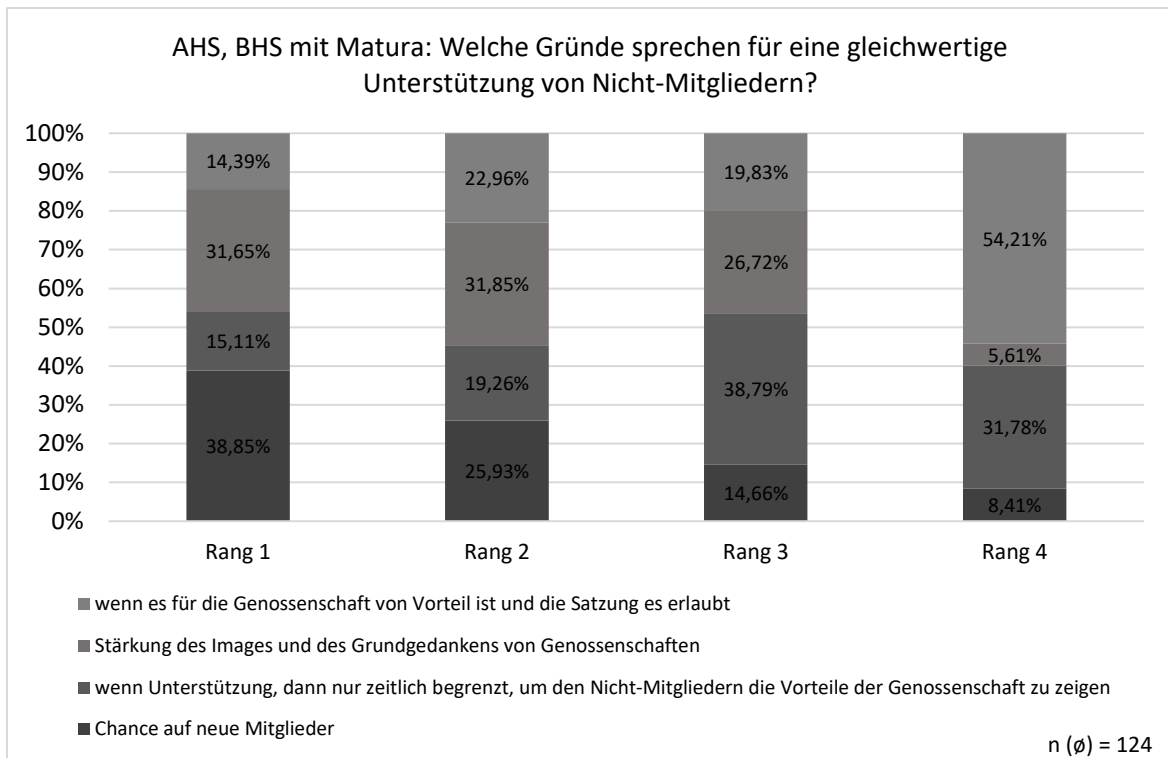


Abbildung 4.2 – 266: Bildung – AHS, BHS mit Matura – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

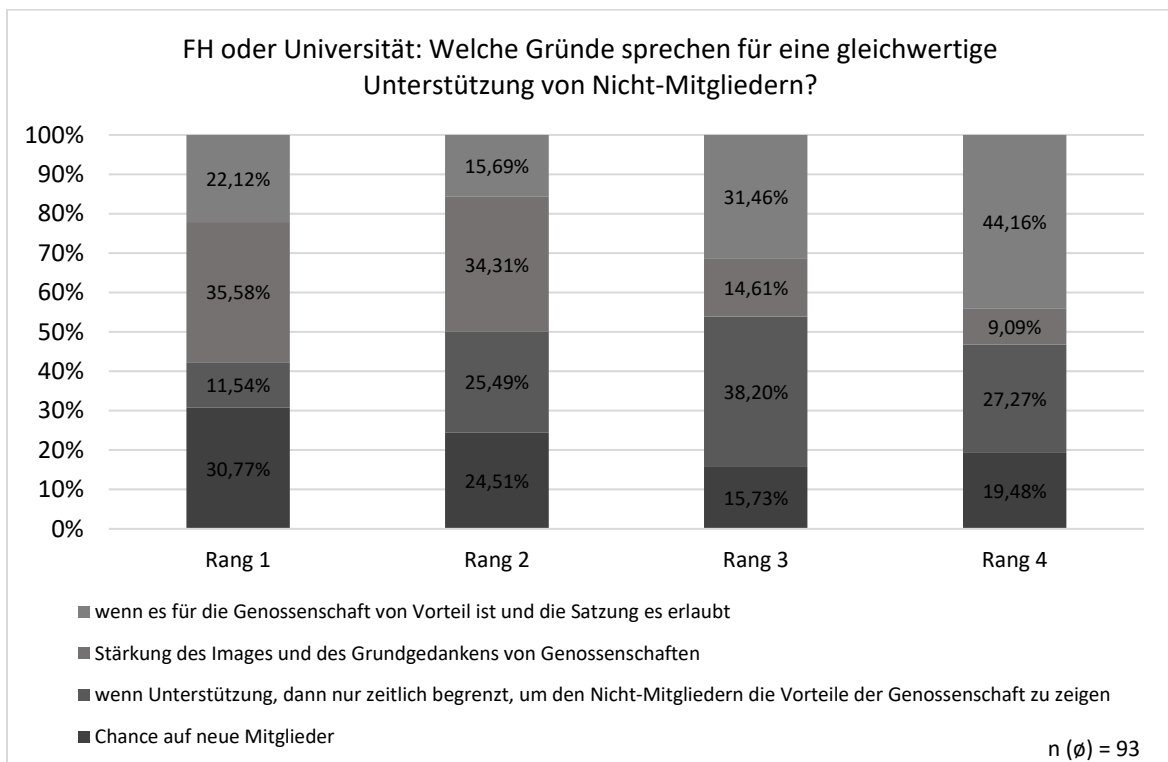


Abbildung 4.2 – 267: Bildung – FH oder Uni. – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

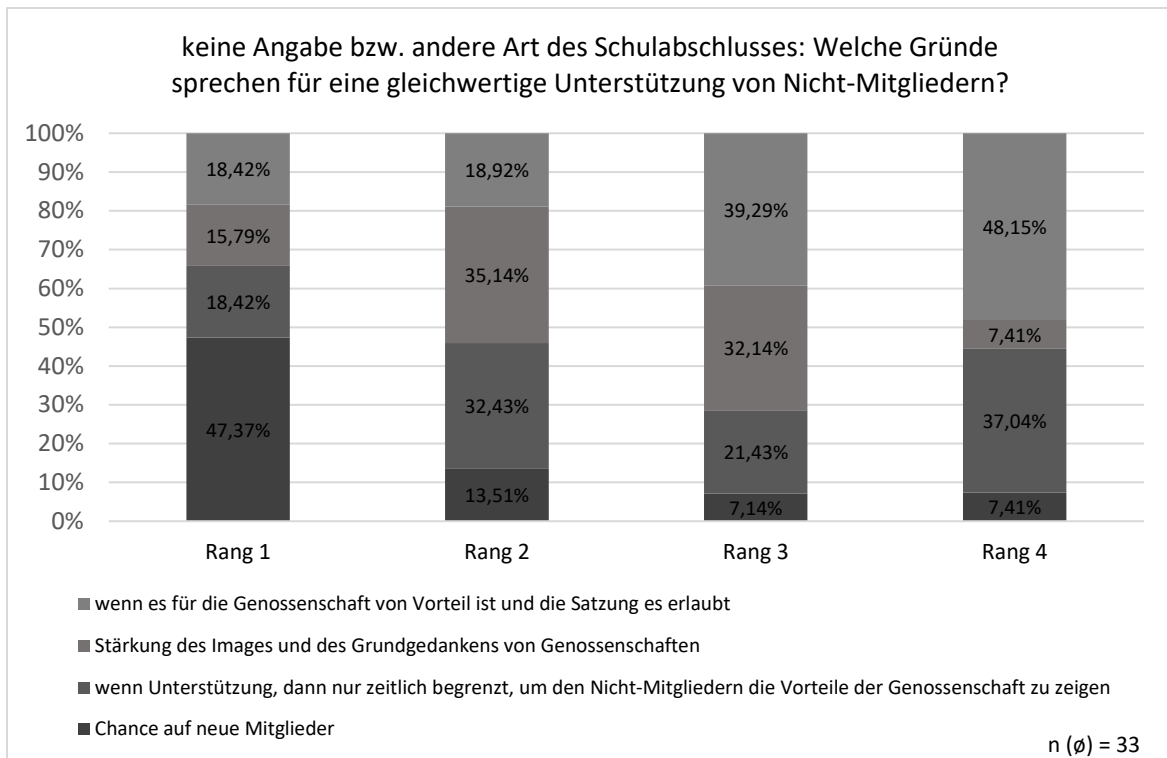


Abbildung 4.2 – 268: Bildung – kA bzw. anderer Schulabschluss – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

Betrachtet man die angeführten Gründe und ihre Reihung getrennt nach Höhe des formalen Bildungsabschlusses, so macht mit 37,3% bzw. 35,6% bei Personen mit Hauptschulabschluss, Unterstufe AHS und Lehre bzw. mit Hochschulabschluss die Aussage „Stärkung des Images und des Grundgedankens von Genossenschaften“ auf dem ersten Rang den ersten Platz aus. Bei Personen mit AHS, BHS mit Matura oder keinen Angaben bzw. einer anderen Art des Schulabschlusses sind es mit 38,85% bzw. 47,4% die Aussage bezüglich der „Chance auf neue Mitglieder“. Betrachtet man den vierten Rang, so landet die Aussage: „wenn es für die Genossenschaft von Vorteil ist und die Satzung es erlaubt“ mit einem prozentuellen Anteil zwischen 54,2% und 44,2% bei allen Bildungsclustern auf den ersten Platz des vierten Rangs. Auch die Aussage: „wenn Unterstützung, dann nur zeitlich begrenzt, um den Nicht-Mitgliedern die Vorteile der Genossenschaft zu zeigen“ folgt, ähnlich wie in der Gesamtansicht, im vierten Rang auf den zweiten Platz.

h. Größe der Genossenschaft

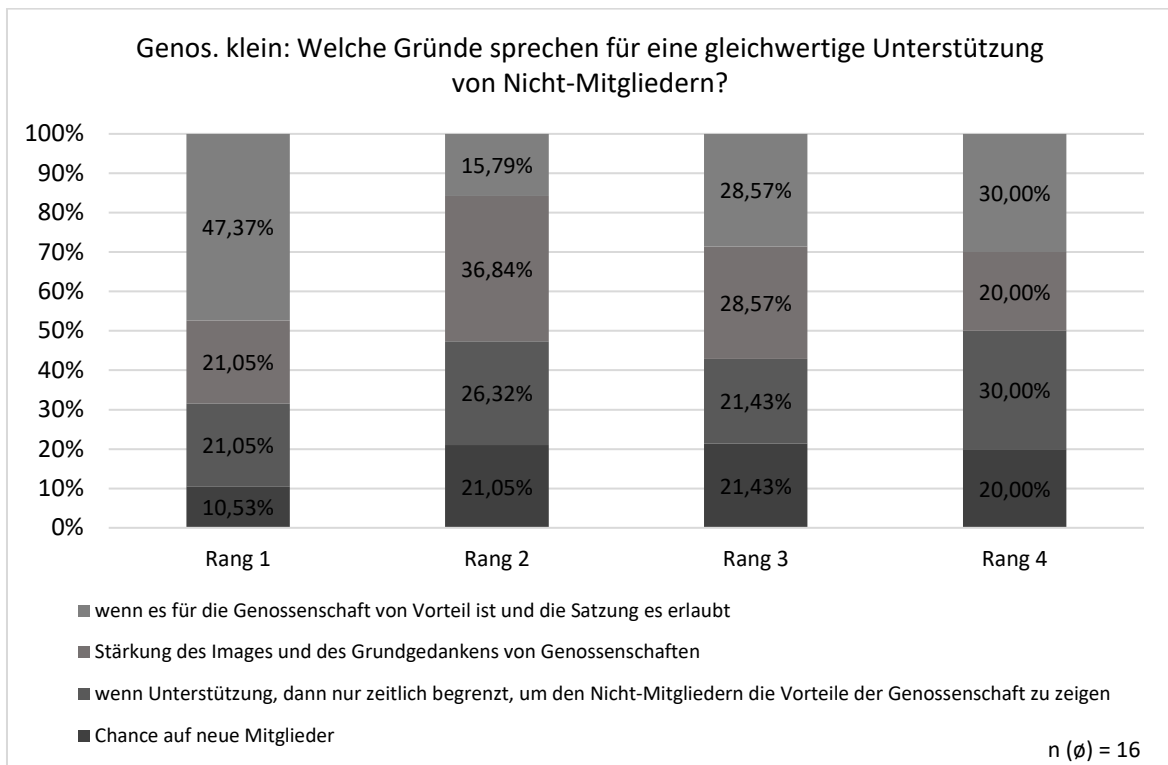


Abbildung 4.2 – 269: Größe Genossenschaft – Genos. klein – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

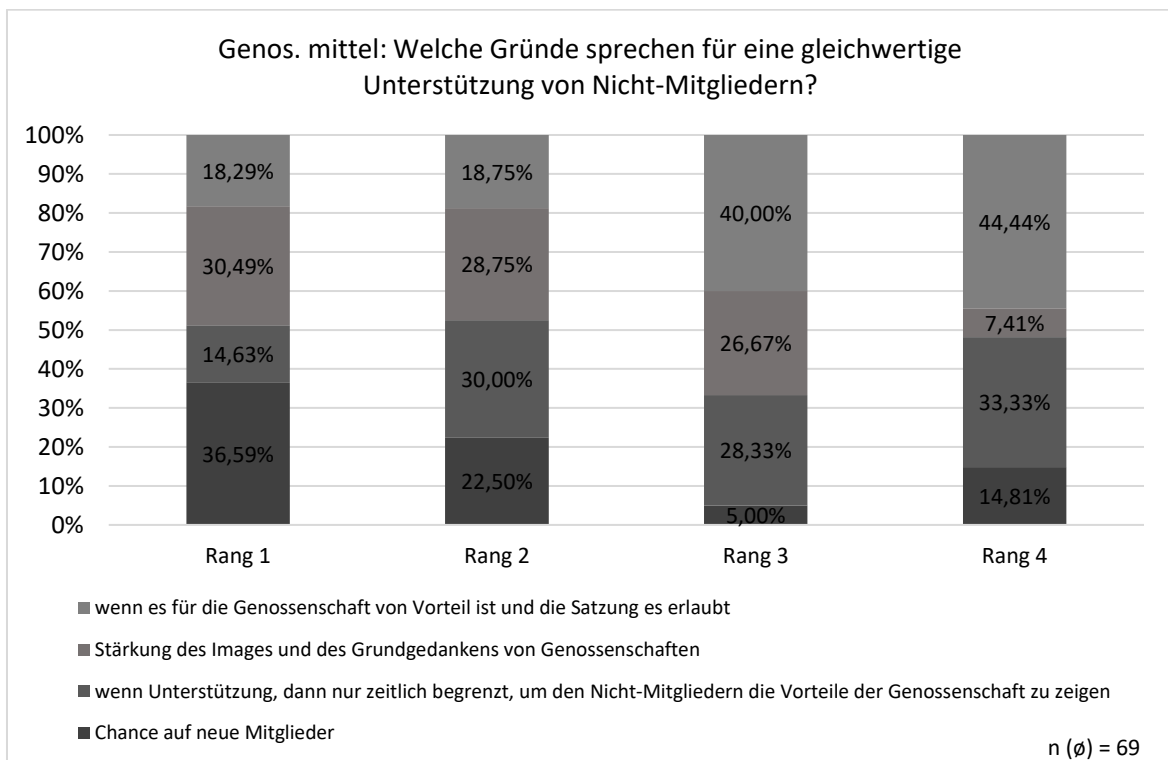


Abbildung 4.2 – 270: Größe Genossenschaft – Genos. mittel – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

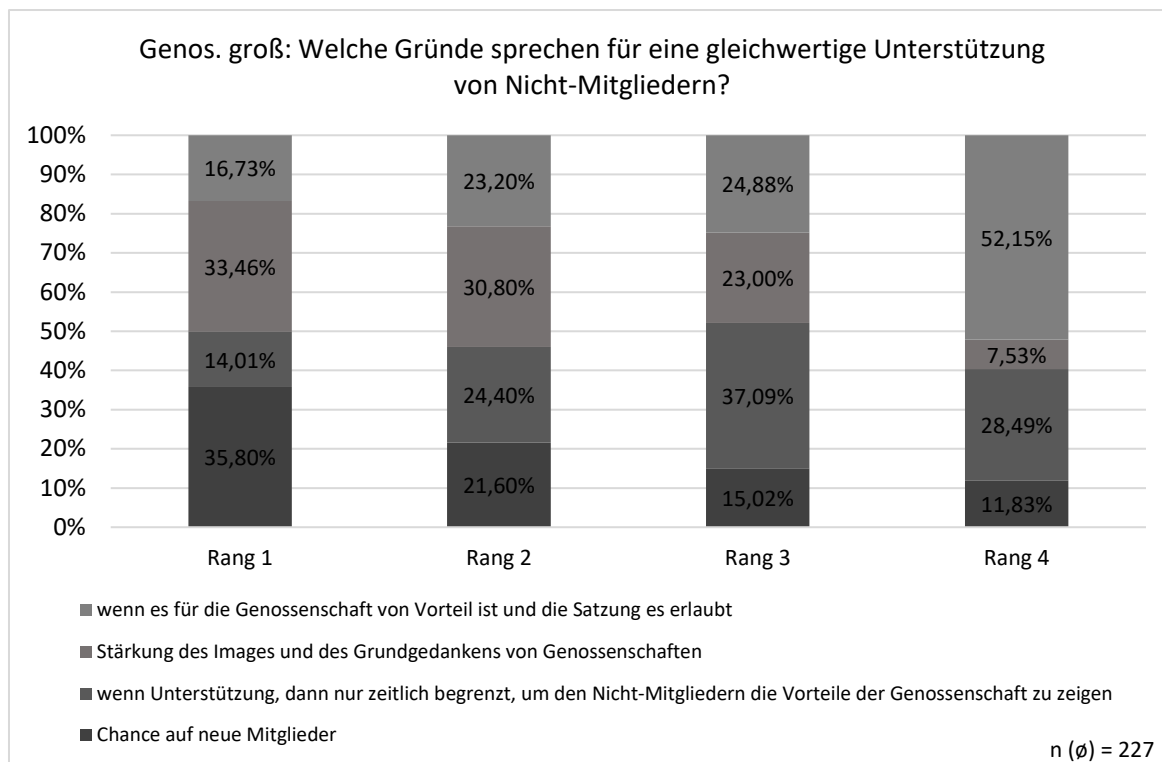


Abbildung 4.2 – 271: Größe Genossenschaft – Genos. groß – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

Während bei kleinen Genossenschaften das Argument „wenn es für die Genossenschaft von Vorteil ist und die Satzung es erlaubt“ mit einem prozentuellen Anteil von 47,4% auf dem ersten Platz im ersten Rang liegt, so ist es bei mittleren und großen Genossenschaften die Aussage bezüglich der „Chance auf neue Mitglieder“ (36,6% und 35,8%), die den ersten Platz im ersten Rang belegen. Die Aussage: „Stärkung des Images und des Grundgedankens von Genossenschaften“ folgt mit 30,5% und 33,5% auf dem zweiten Platz. Bei kleinen Genossenschaften kommt diese Aussage auf lediglich 21,05% und teilt sich damit den zweiten Platz mit der Aussage: „wenn Unterstützung, dann nur zeitlich begrenzt, um den Nicht-Mitgliedern die Vorteile der Genossenschaft zu zeigen“, die ebenfalls einen prozentuellen Anteil von 21,05% erreicht. In einer zusammenfassenden Einordnung ist darauf hinzuweisen, dass die Stichprobengröße des Clusters „kleine Genossenschaften“ gering ist, weshalb eine abschließende Bewertung über die tatsächlich andere Wahrnehmung der einzelnen Argumente nicht möglich ist. Die Platzierung hinsichtlich des vierten Ranges folgt insgesamt der Gesamtansicht.

Zusammenfassend ist bezüglich der Frage, welche Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern sprechen, festzustellen, dass die Chance auf neue Mitglieder und die generelle Stärkung des Images und des Grundgedankens von Genossenschaften für die befragten Mitglieder die treibenden Argumente sind, wenn es um eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern geht. Eher mahnende Aussagen, dass eine Förderung nur dann möglich sein soll, wenn es für die Genossenschaft von Vorteil ist und die Satzung es erlaubt, bzw. lediglich eine zeitlich begrenzte Unterstützung gewährleistet sein soll, um Nicht-Mitgliedern die Vorteile der Genossenschaft zu zeigen, werden als weniger wichtig angesehen.

Für Personen aus Westösterreich ist die Stärkung des Images und des Grundgedankens von Genossenschaften ausschlaggebend, wenn es um eine gleichwertige Unterstützung von Nicht-Mitgliedern geht, während es bei Personen aus Ostösterreich die Chance auf neue Mitglieder sind. Eine Steigerung der Mitgliederanzahl erhoffen sich vor allem jüngere Mitglieder, Mitglieder in nur einer Genossenschaft, AHS-Absolventinnen und -Absolventen sowie mittlere und große Genossenschaften. Eine bessere Verankerung der Genossenschaftsidee und des Images sehen vor allem ältere Mitglieder, Mitglieder in mehreren Genossenschaften, Mitglieder in kleinen Genossenschaften sowie Hauptschul- und Hochschulabsolventinnen und -absolventen.

Frage M.28 – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

Während sich die vorherige Frage M.27 an die Mitglieder richtet, die mit „ja“ oder „teils-teils“ geantwortet haben, um in Folge Argumente zu reihen, die für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern sprechen, richtet sich die hier gestellte Frage an Personen, die auf die Frage, ob Nicht-Mitglieder während einer Krise unterstützt werden sollen, mit „nein“ oder mit „teils-teils“ antworten.

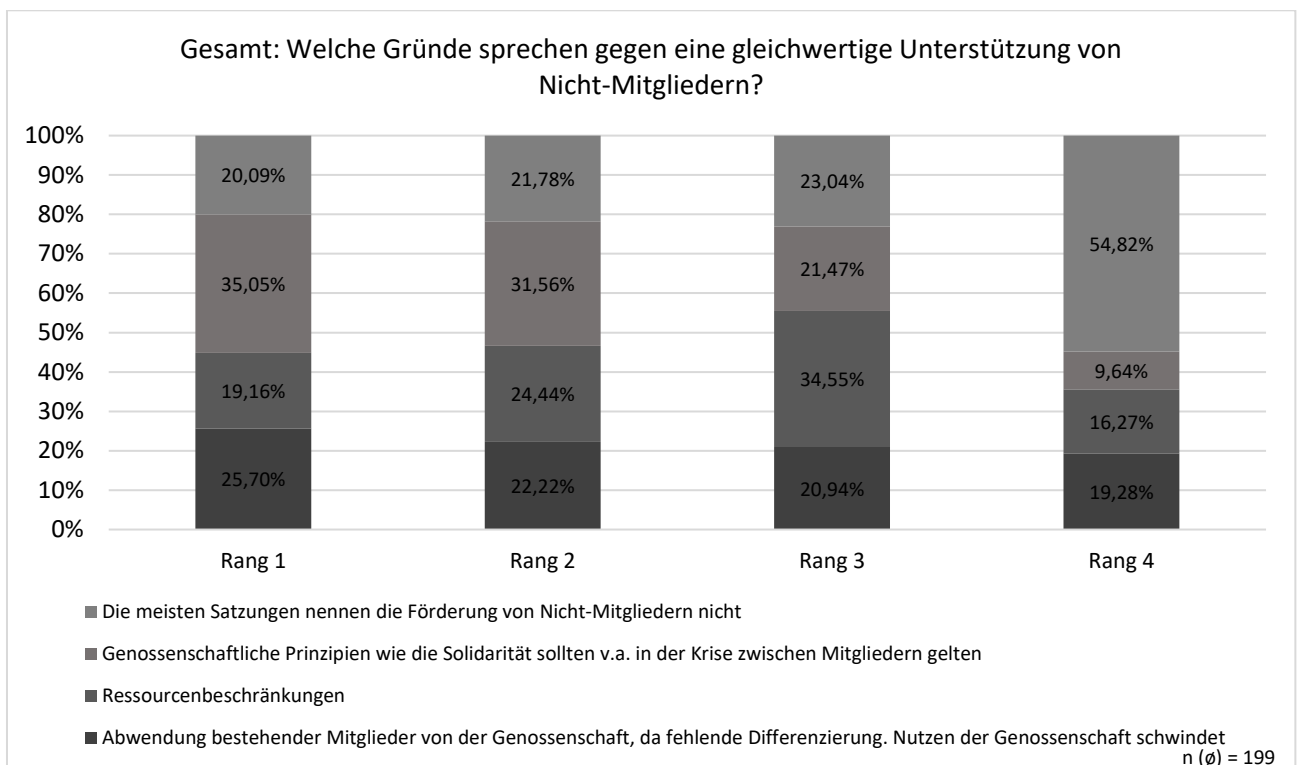


Abbildung 4.2 – 272: Gesamtansicht – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

Die Aussage „Genossenschaftliche Prinzipien wie die Solidarität sollten v.a. in der Krise zwischen Mitgliedern gelten“ macht mit 35,1% im ersten Rang den größten Anteil aus, gefolgt von der Aussage „Abwendung bestehender Mitglieder von der Genossenschaft, da fehlende Differenzierung. Nutzen der Genossenschaft schwindet“ mit 25,7%, wobei dieser Punkt sich ähnlich wie die Bewertung hinsichtlich der „Ressourcenbeschränkung“ über die gesamte Reihung stark verstreut ist. Mit großem Abstand reihen die Mitglieder die Aussage „Die meisten Satzungen nennen die Förderung von Nicht-Mitgliedern nicht“ auf den vierten Rang (54,8%).

B) Detailauswertung nach Branchen

a. Bank & Finanzdienstleistungen

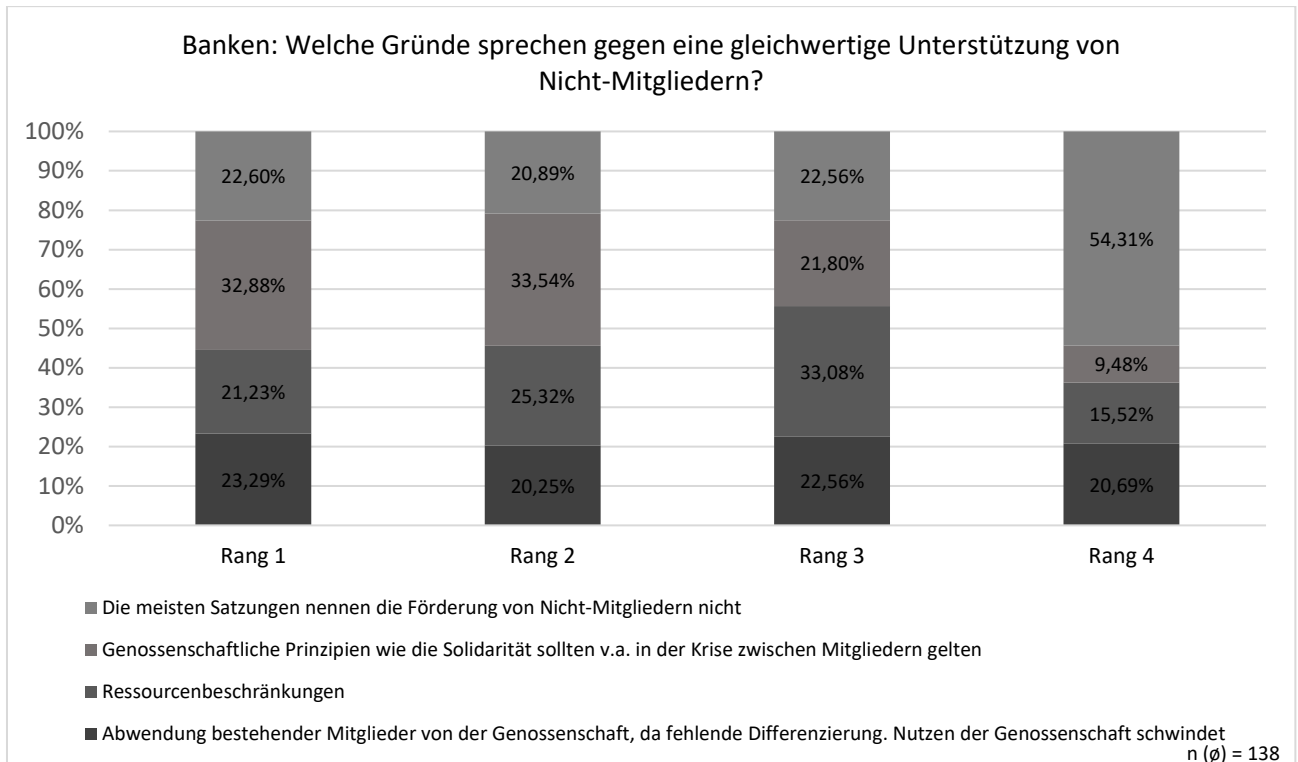


Abbildung 4.2 – 273: Branche – Banken – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

Aufgrund der hohen Stichprobenanzahl von Mitgliedern, deren Genossenschaft sich im Bereich Banken & Finanzdienstleistungen befindet, spiegeln die Aussagen der Mitglieder aus diesem Bereich weitestgehend die Aussagen der Gesamtansicht wider.

b. Wohnen und Bauen

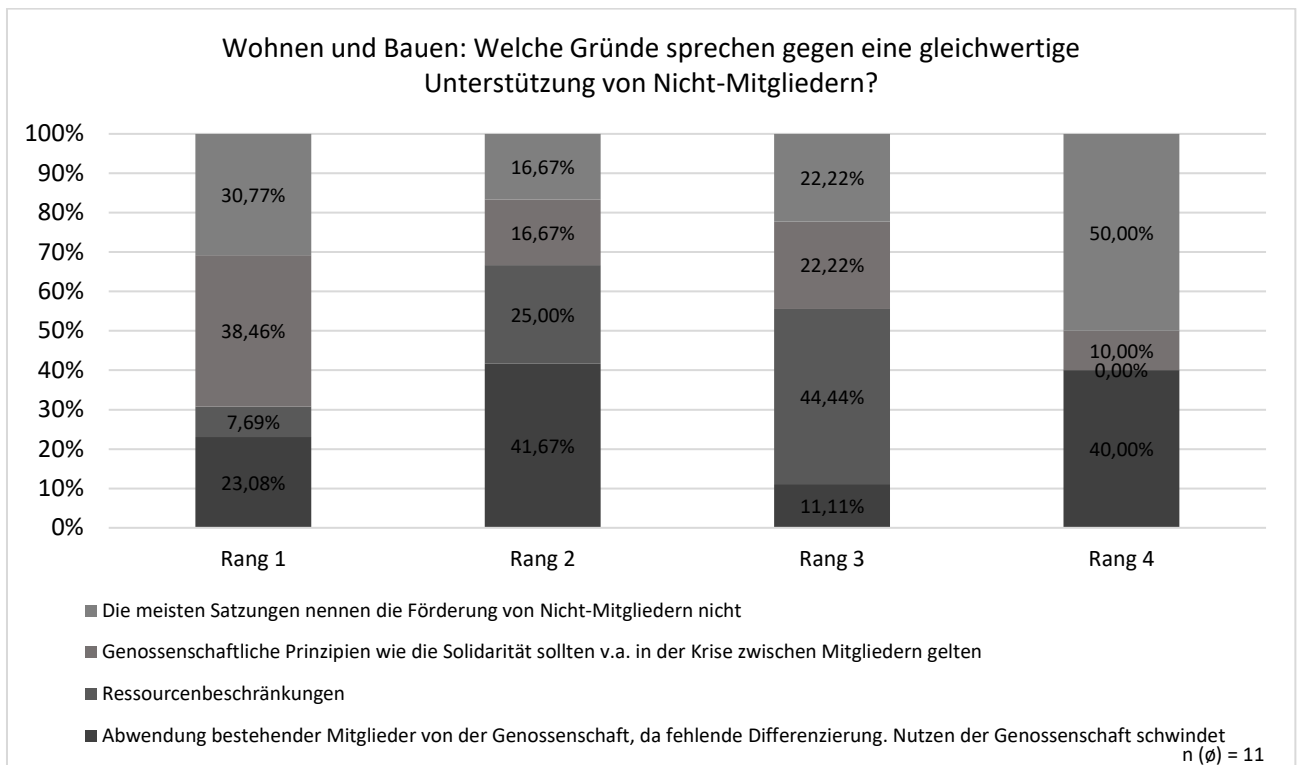


Abbildung 4.2 – 274: Branche – Wohnen – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

Bei einer Betrachtung der Personen, deren Genossenschaft sich im Bereich Wohnen und Bauen befindet, liegt die Aussage: „Genossenschaftliche Prinzipien wie die Solidarität sollten v.a. in der Krise zwischen Mitgliedern gelten“ mit einem Anteil von 38,5% auf dem ersten Platz des ersten Ranges, gefolgt von der Aussage: „Die meisten Satzungen nennen die Förderung von Nicht-Mitgliedern nicht“ mit 30,8%. Somit kommt es hier im Vergleich zur Gesamtansicht zu einer leichten Verschiebung, was insbesondere darauf zurückgeführt werden kann, dass die Mitgliedschaft im genossenschaftlichen Wohnbau Vorbedingung für eine Wohnung ist und Nicht-Mitglieder daher von den Leistungen der Genossenschaft per se ausgeschlossen sind. Interessanterweise wird die Aussage bezüglich einer möglichen „Abwendung bestehender Mitglieder von der Genossenschaft, da fehlende Differenzierung. Nutzen der Genossenschaft schwindet“ mit einem Anteil von 40% auf den vierten Rang gewählt. 50% macht die Aussage „Die meisten Satzungen nennen die Förderung von Nicht-Mitgliedern nicht“ aus. Die Aussagen der Mitglieder können auf eine abweichende Bewertung der Genossenschaftsmitglieder aus dem Bereich Wohnen und Bauen hindeuten, doch ist für eine abschließende Einschätzung die Stichprobengröße zu klein.

c. Landwirtschaft

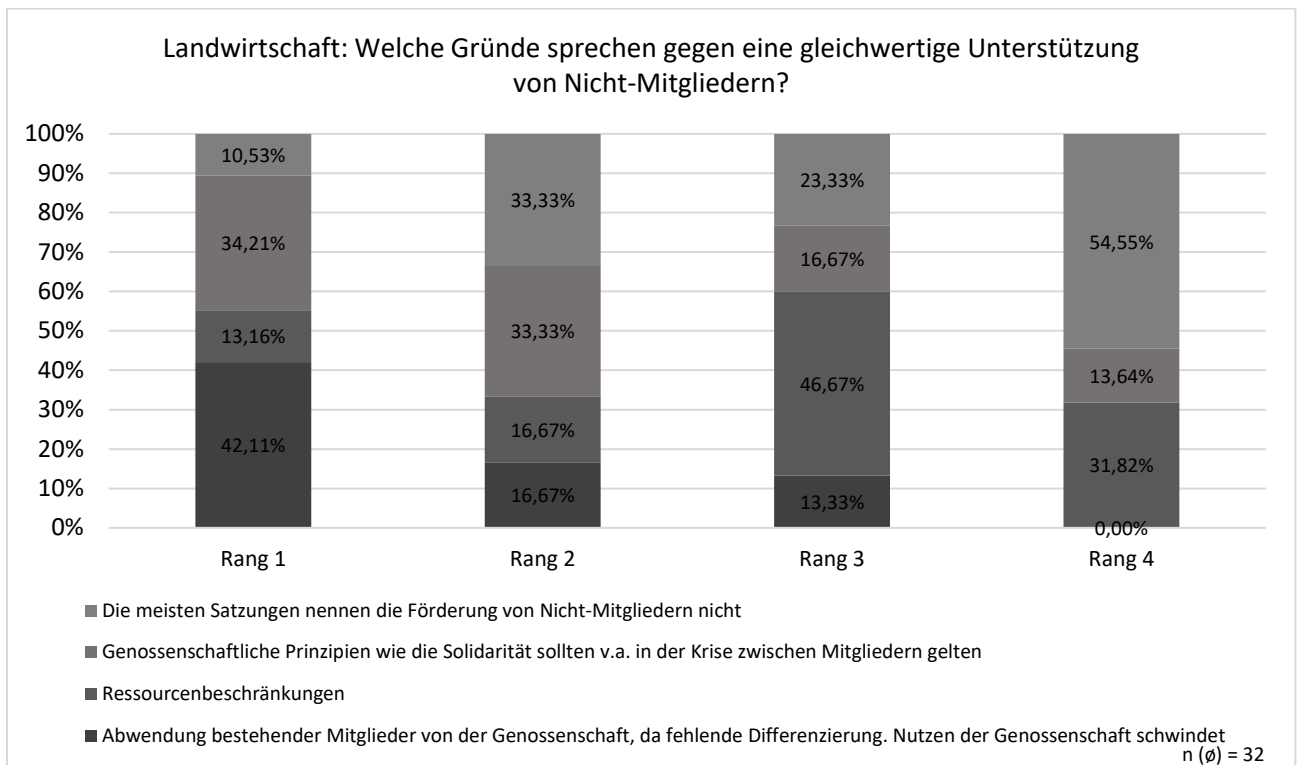


Abbildung 4.2 – 275: Branche – LW – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

Für Mitglieder aus dem Bereich der landwirtschaftlichen Genossenschaft wird mit einem Anteil von 42,1% die Aussage: „Abwendung bestehender Mitglieder von der Genossenschaft, da fehlende Differenzierung. Nutzen der Genossenschaft schwindet“ am häufigsten auf den ersten Rang gewählt. Die Aussage: „Genossenschaftliche Prinzipien wie die Solidarität sollten v.a. in der Krise zwischen Mitgliedern gelten“ folgt mit 34,2% auf dem zweiten Platz. Als am wenigsten wichtig wird mit 54,6% auf den vierten Rang die Aussage: „Die meisten Satzungen nennen die Förderung von Nicht-Mitgliedern nicht“ gewählt. Die Aussage bezüglich einer Abwendung wird von keinem der teilnehmenden Personen auf den vierten Rang gewählt, damit kommt ihr unter den Mitgliedern eine große Bedeutung zu.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

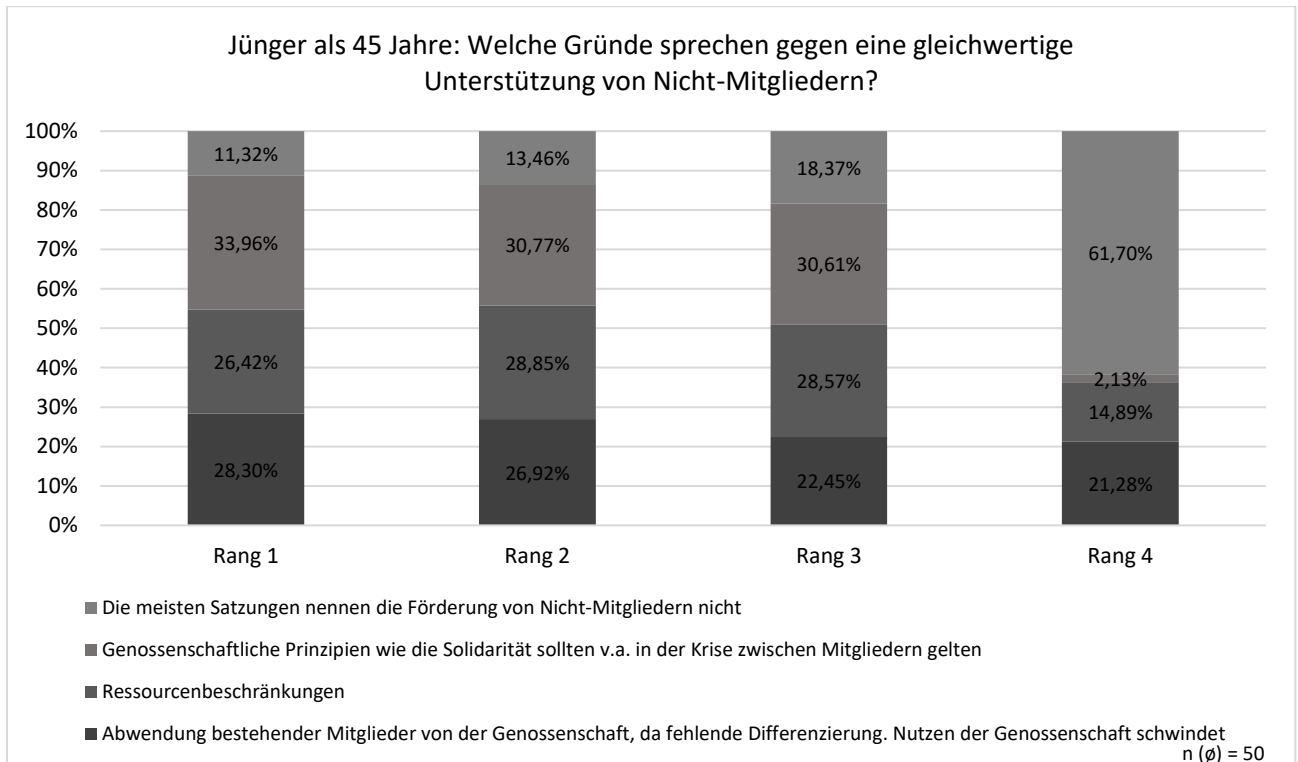


Abbildung 4.2 – 276: Alter – < 45 J. – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

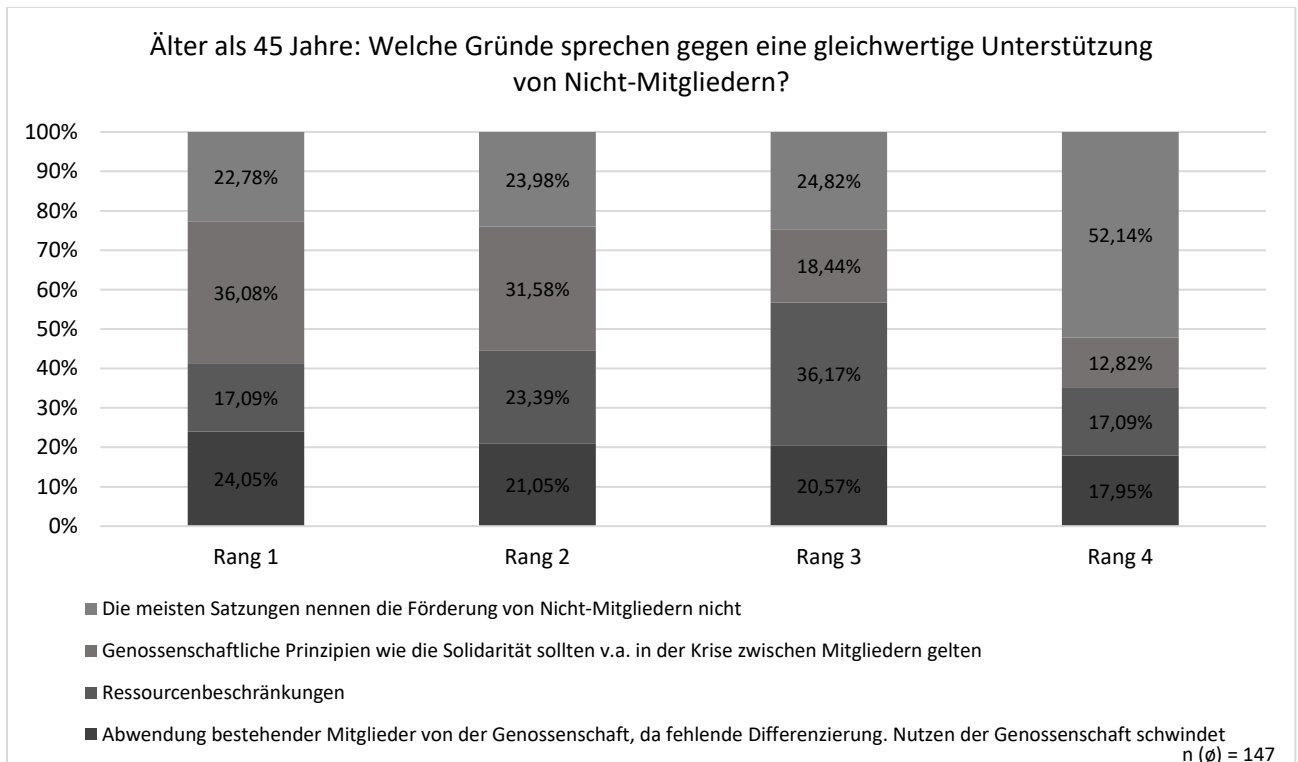


Abbildung 4.2 – 277: Alter – ≥ 45 J. – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

Innerhalb der Reihung der einzelnen Aussagen gibt es bei einer Unterscheidung nach Alter leichte Unterschiede. So ist für jüngere Genossenschaftsmitglieder das Argument

der Ressourcenbeschränkung wesentlich wichtiger (26,4%, erster Rang) als für ältere Mitglieder (17,1%, erster Rang). Dafür wird die Aussage hinsichtlich der Satzung von jüngeren Personen (11,3% erster und 61,7% vierter Rang) als weniger wichtig empfunden als von älteren (22,8% erster und 52,1% vierter Rang).

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

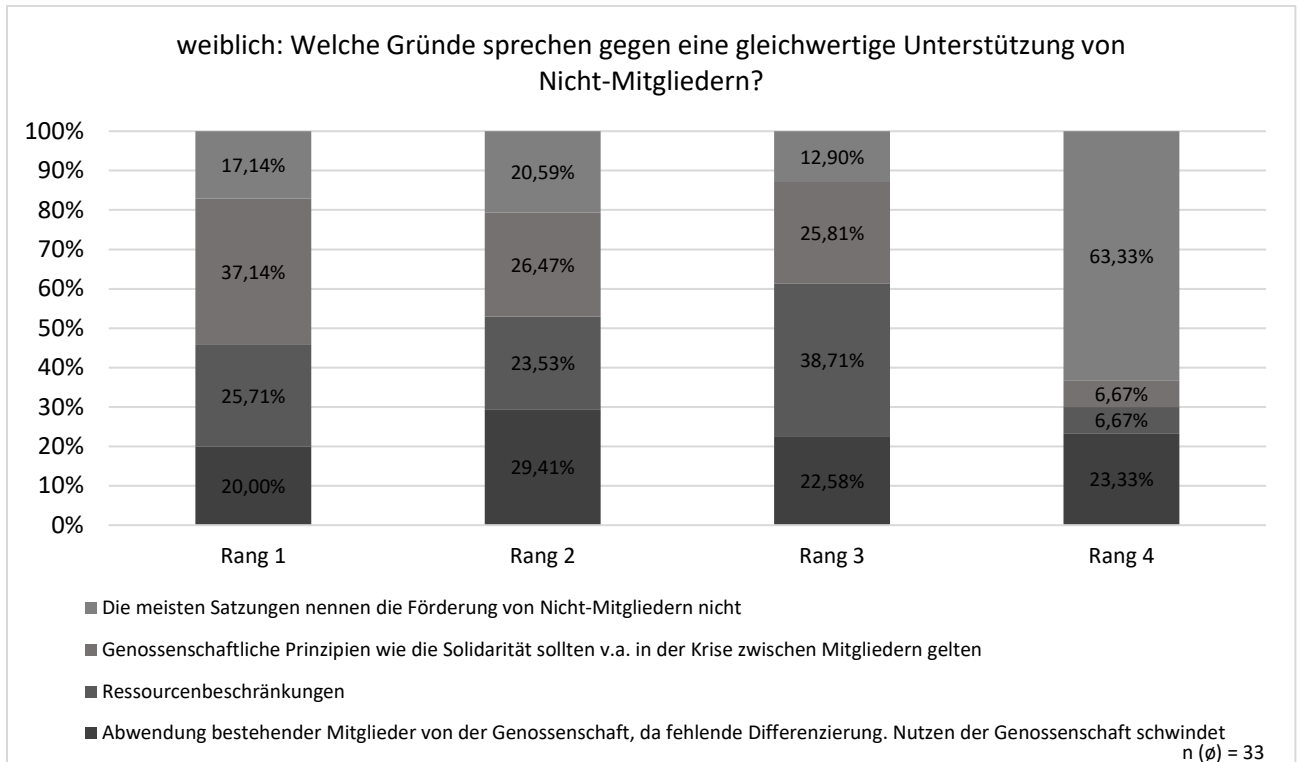


Abbildung 4.2 – 278: Geschlecht – weiblich – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

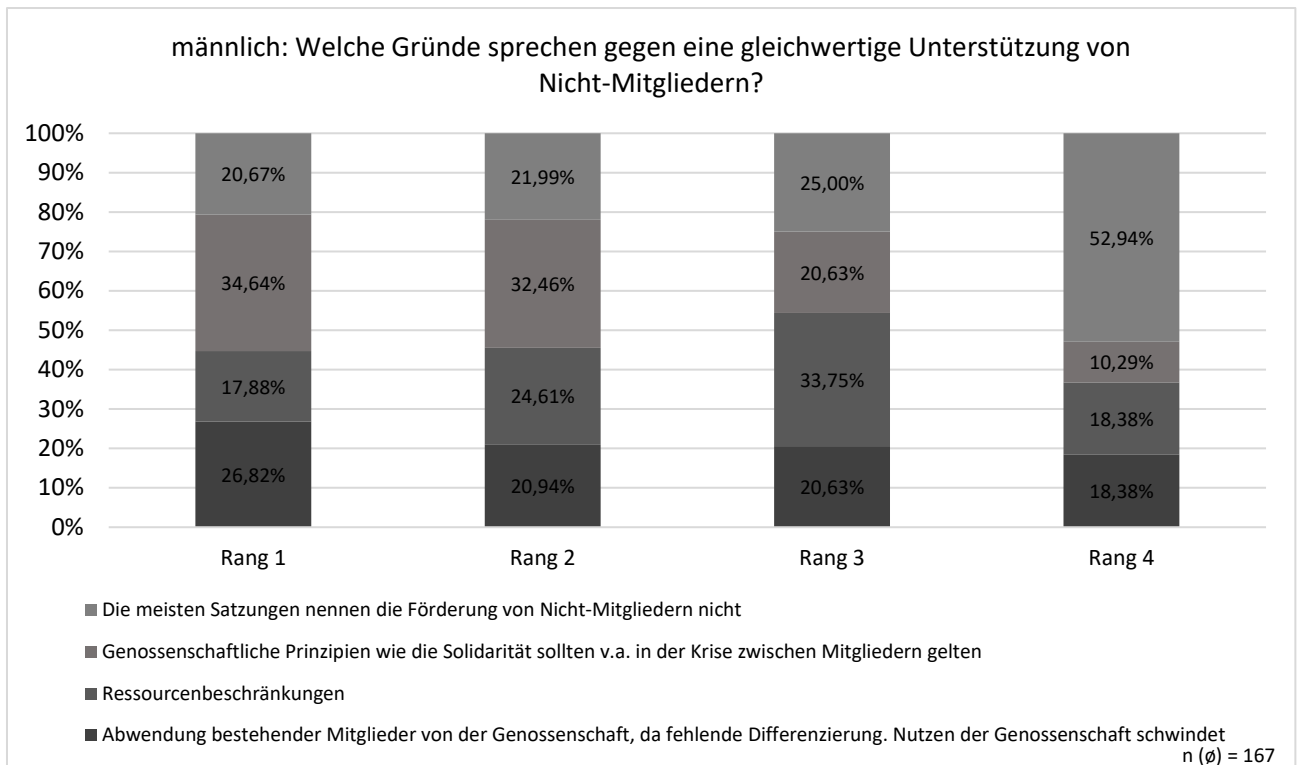


Abbildung 4.2 – 279: Geschlecht – männlich – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

Die Differenzierung nach Geschlecht zeigt gewisse Abweichungen zur Gesamtansicht. Für beide Gruppen steht der Solidaritätsgedanke untereinander an erster Stelle, doch variiert etwa die Aussage in Bezug auf das Argument der „Ressourcenbeschränkungen“. Frauen bewerten sie als deutlich wichtiger (25,7%, erster Rang) als Männer (17,9%, erster Rang). Männliche Genossenschaftsmitglieder bewerten dagegen die Aussage bezüglich „Abwendung bestehender Mitglieder von der Genossenschaft, da fehlende Differenzierung. Nutzen der Genossenschaft schwindet“ mit 26,8% auf dem ersten Rang als wichtiger als Frauen, hier macht die Aussage 20% aus.

Am wenigsten wichtig wird von beiden Clustern die Aussage in Bezug auf die Satzung gesehen. Sie macht auf dem vierten Rang bei den Frauen 63,3% aus, bei den Männern 52,9%.

c. Region der Genossenschaft

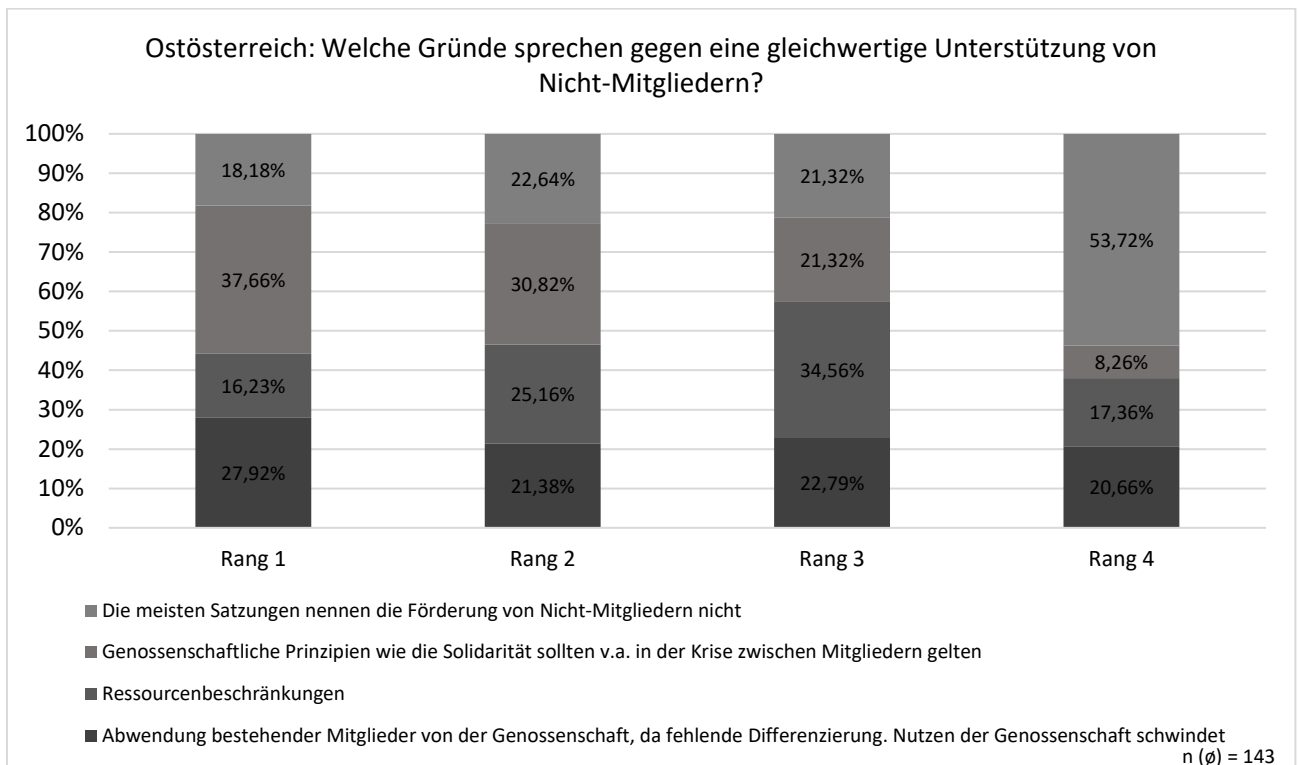


Abbildung 4.2 – 280: Region – Ostösterreich – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

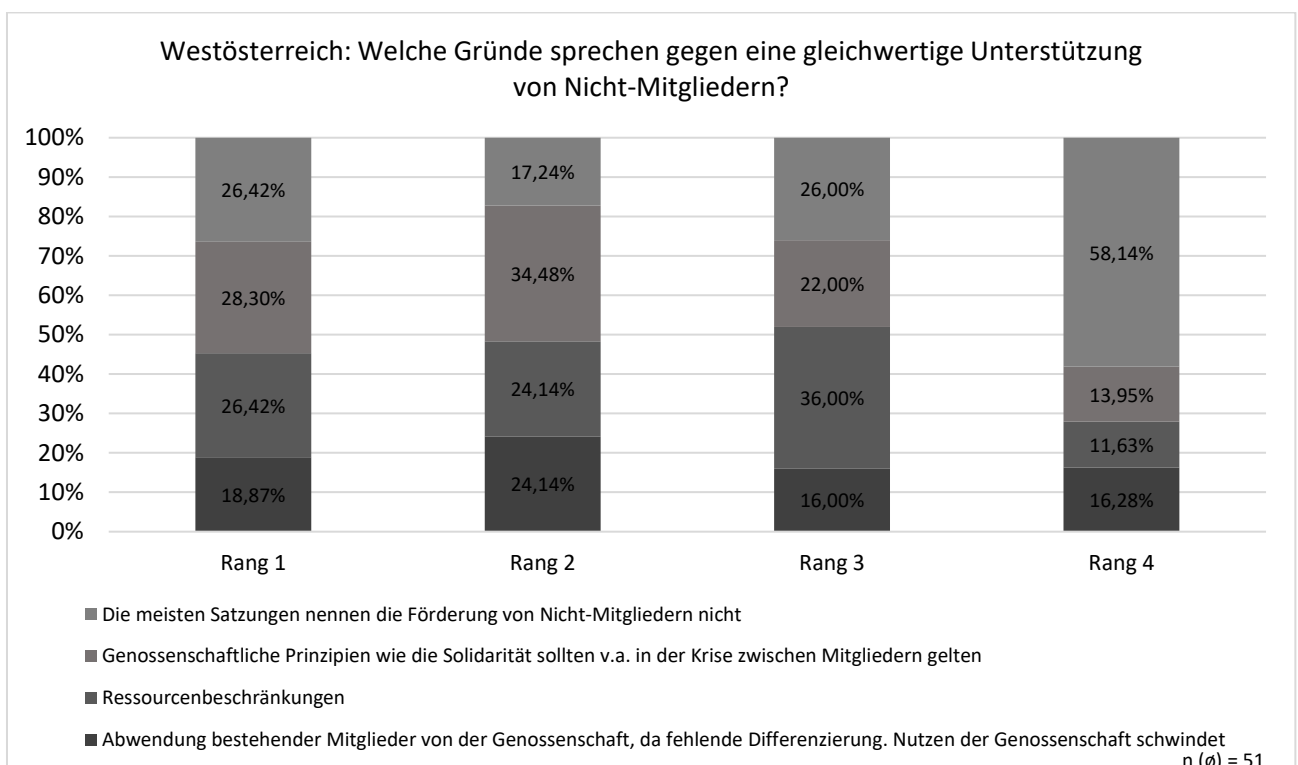


Abbildung 4.2 – 281: Region – Westösterreich – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

Bei einer Unterscheidung nach NUTS-1 Regionen variieren die Aussagen. So wird zwar sowohl von Genossenschaftsmitgliedern aus Ost- als auch aus Westösterreich die Aussage: „Genossenschaftliche Prinzipien wie die Solidarität sollten v.a. in der Krise zwischen Mitgliedern gelten“ am häufigsten auf den ersten Rang gereiht, doch

unterscheiden sie sich prozentuell. In Ostösterreich macht die Aussage 37,7% innerhalb des ersten Ranges aus, in Westösterreich 28,3%. In Westösterreich folgen die zwei Aussagen: „Die meisten Satzungen nennen die Förderung von Nicht-Mitgliedern nicht“ und „Ressourcenbeschränkungen“ mit je 26,4%. In Ostösterreich belegt die Aussage: „Abwendung bestehender Mitglieder von der Genossenschaft, da fehlende Differenzierung. Nutzen der Genossenschaft schwindet“ mit 27,9%, innerhalb des ersten Rangs, die zweite Stelle. Hinsichtlich der Gewichtung der hinteren Ränge ähneln sich die zwei Regionen und folgen der Gesamtansicht.

Auf eine gesonderte Betrachtung von Südösterreich musste aufgrund der sehr geringen Stichprobenanzahl verzichtet werden.

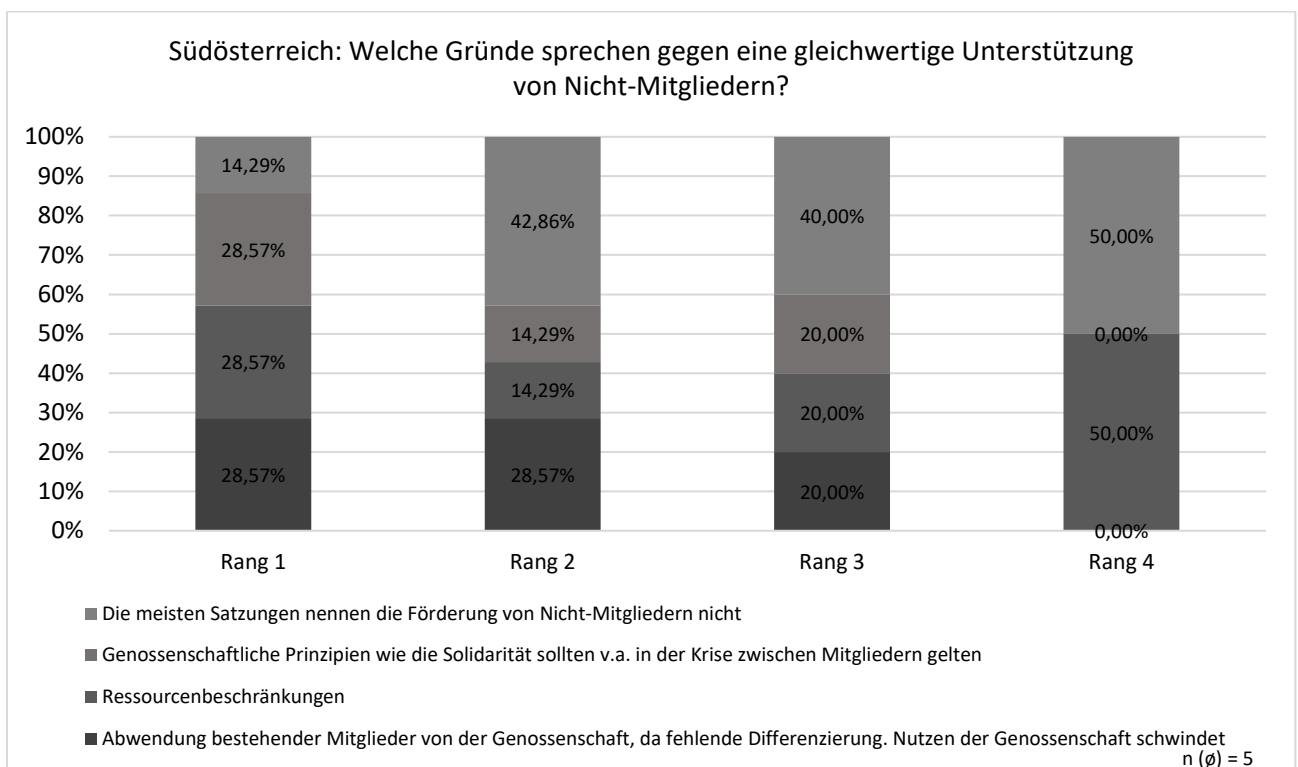


Abbildung 4.2 – 282: Region – Südösterreich – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

d. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

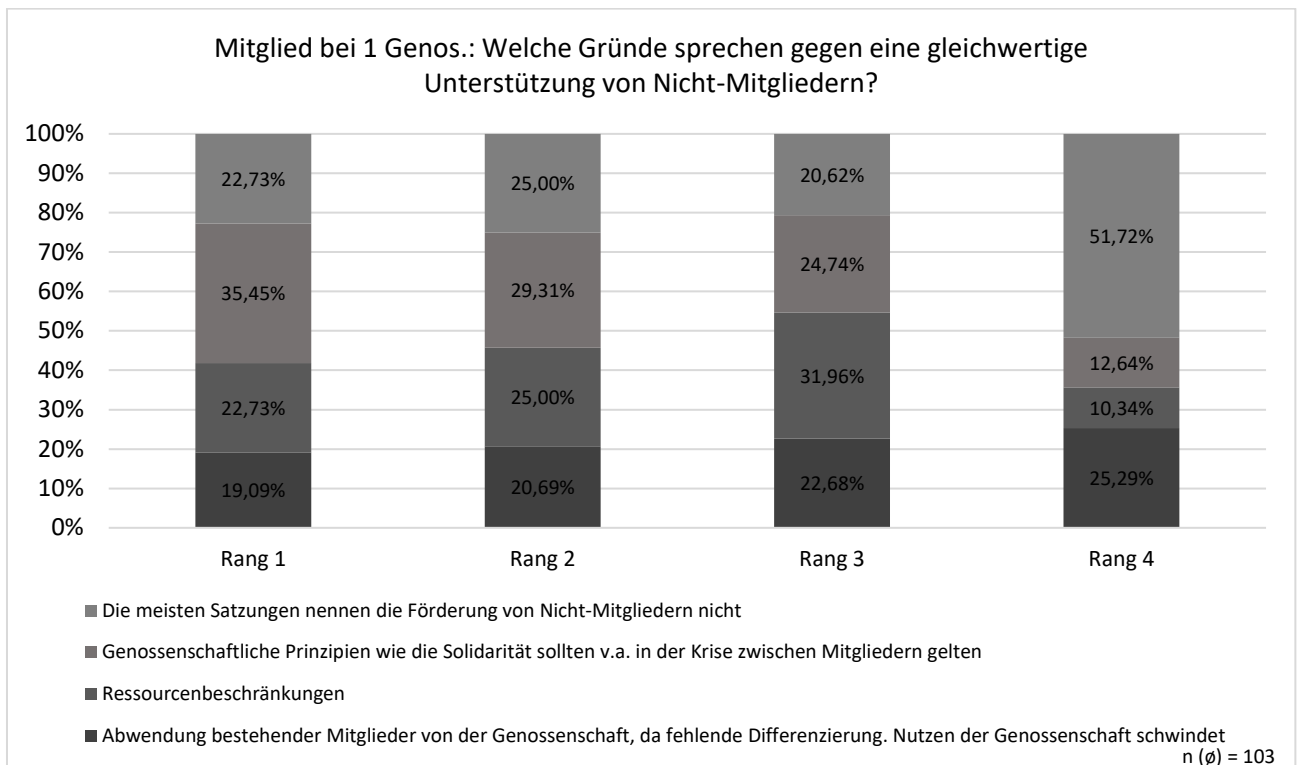


Abbildung 4.2 – 283: Anzahl Mitgliedschaften – 1 Genos. – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

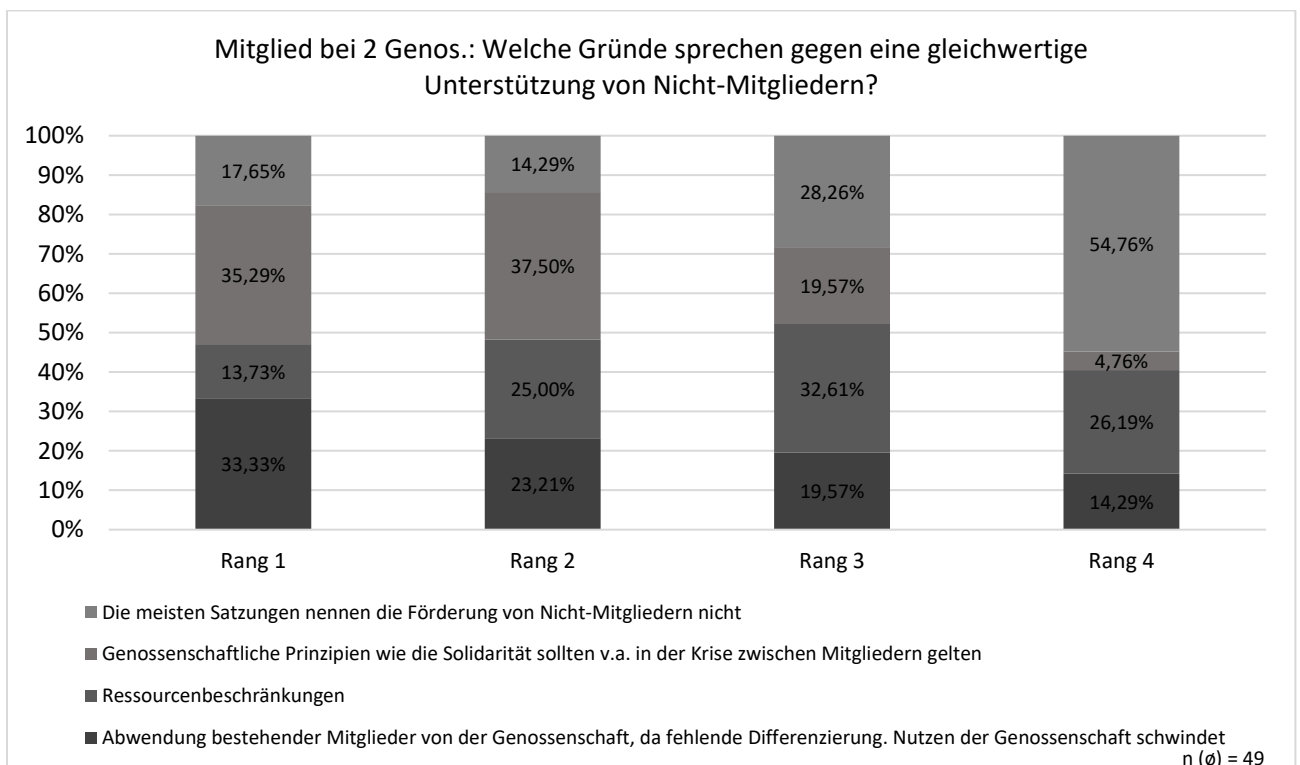


Abbildung 4.2 – 284: Anzahl Mitgliedschaften – 2 Genos. – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

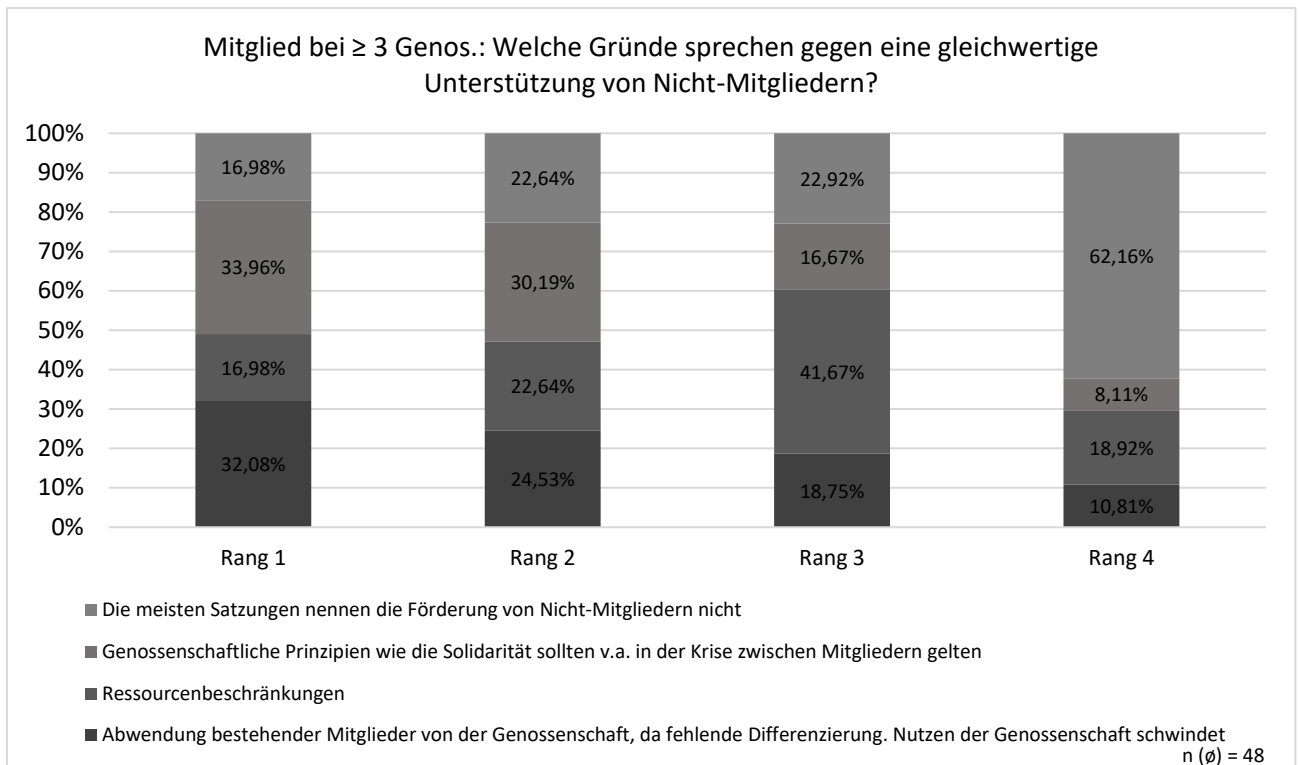


Abbildung 4.2 – 285: Anzahl Mitgliedschaften – ≥ 3 Genos. – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

Während unabhängig von der Anzahl an Genossenschaftsmitgliedschaften der einzelnen Personen die Aussage hinsichtlich der „genossenschaftliche Prinzipien wie die Solidarität sollten v.a. in der Krise zwischen Mitgliedern gelten“ innerhalb des ersten Ranges den größten Anteil ausmacht (35,3-34%), variiert die Zweitplatzierung.

Für Personen mit zwei und mehr Mitgliedschaften ist Aussage: „Abwendung bestehender Mitglieder von der Genossenschaft, da fehlende Differenzierung. Nutzen der Genossenschaft schwindet“ wichtiger als für Personen mit einer Mitgliedschaft, hier liegt der Wert innerhalb des ersten Rangs bei 19,1%, bei Personen mit zwei bzw. drei und mehr Genossenschaften steigt er auf 33,3% bzw. 32,1%.

Für Personen mit Mitgliedschaft bei einer Genossenschaft sind die Aussagen „Ressourcenbeschränkungen“ und „Die meisten Satzungen nennen die Förderung von Nicht-Mitgliedern nicht“ mit jeweils 22,7% zweitplatziert. Betrachtet man den letzten Rang, so macht bei allen Clustern die Aussage bezüglich der fehlenden Differenzierung den prozentuell größten Anteil aus. Eine Abwendung wird vor allem von Personen mit einer Mitgliedschaft befürchtet. Hier liegt der Anteil innerhalb des vierten Ranges bei 25%, bei Personen mit zwei und mehr Mitgliedschaften bei 14,3% bzw. 10,8%.

e. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

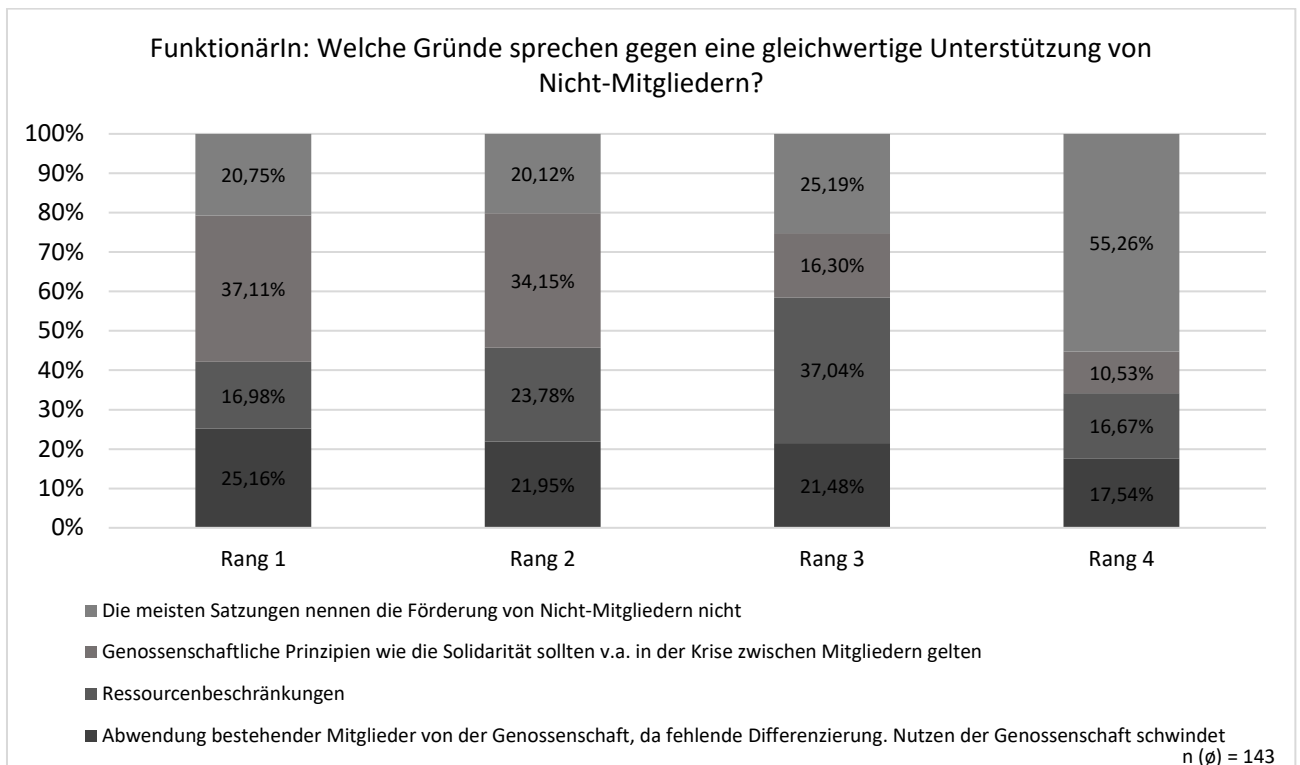


Abbildung 4.2 – 286: FunktionärIn – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

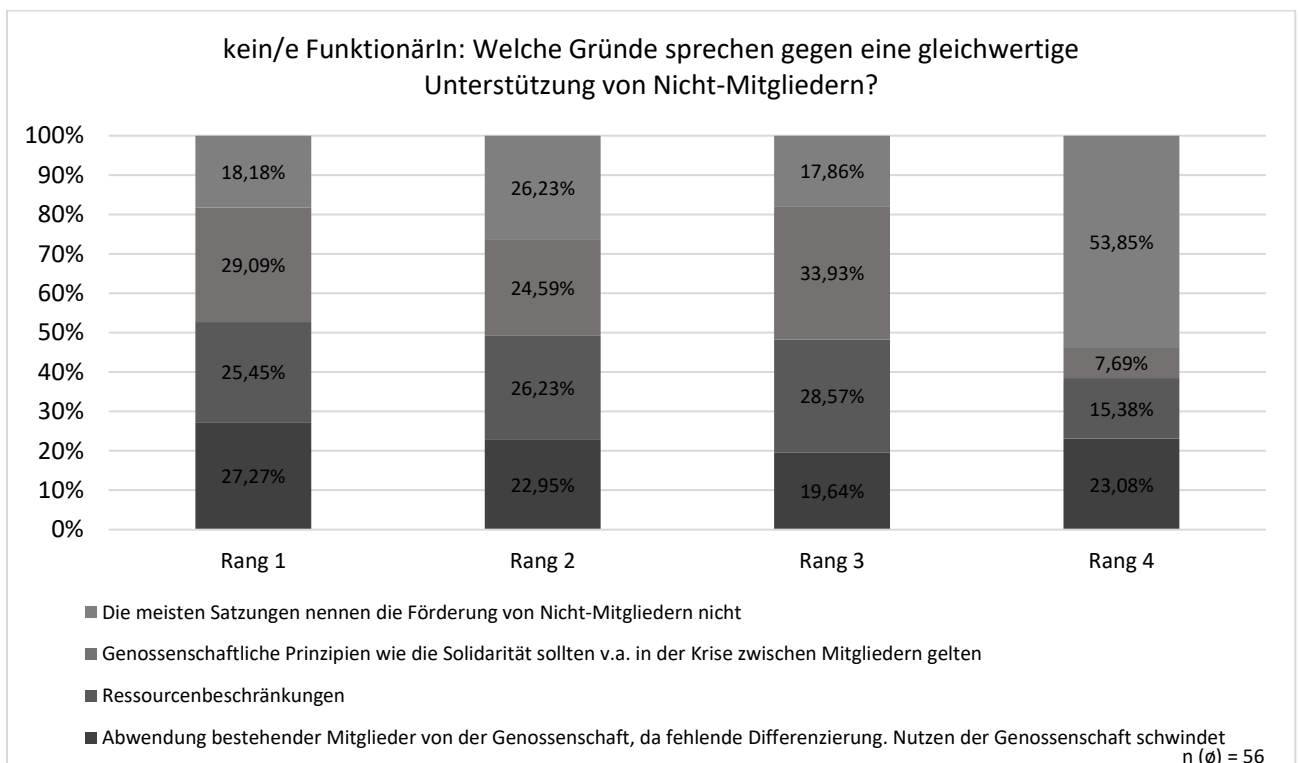


Abbildung 4.2 – 287: kein/e FunktionärIn – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

Bei einer Unterscheidung nach Funktionärin und Funktionär sowie reinen Mitgliedern fällt auf, dass Funktionärinnen und Funktionäre das Argument der Ressourcenbeschränkungen deutlich seltener (17%) auf den ersten Rang wählen als

Personen ohne offizielle Position (25,45%). Sie sehen als wesentliches Argument gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern den Solidaritätsgedanken unter den Mitgliedern als deutlich wichtiger an (37,1%) als Personen ohne offizielle Funktion. Hier liegt der prozentuelle Anteil innerhalb des ersten Rangs bei 29,1%.

f. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

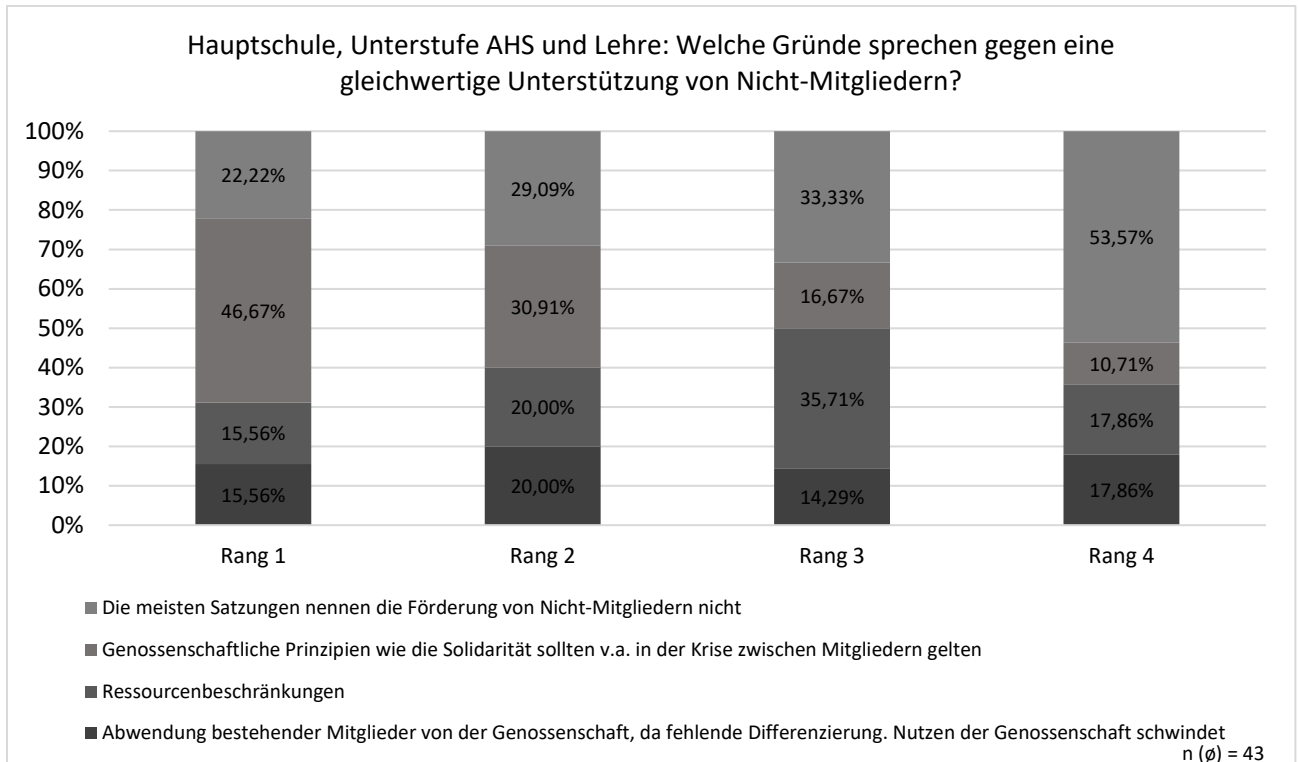


Abbildung 4.2 – 288: Bildung – HS, Unterstufe AHS, Lehre – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

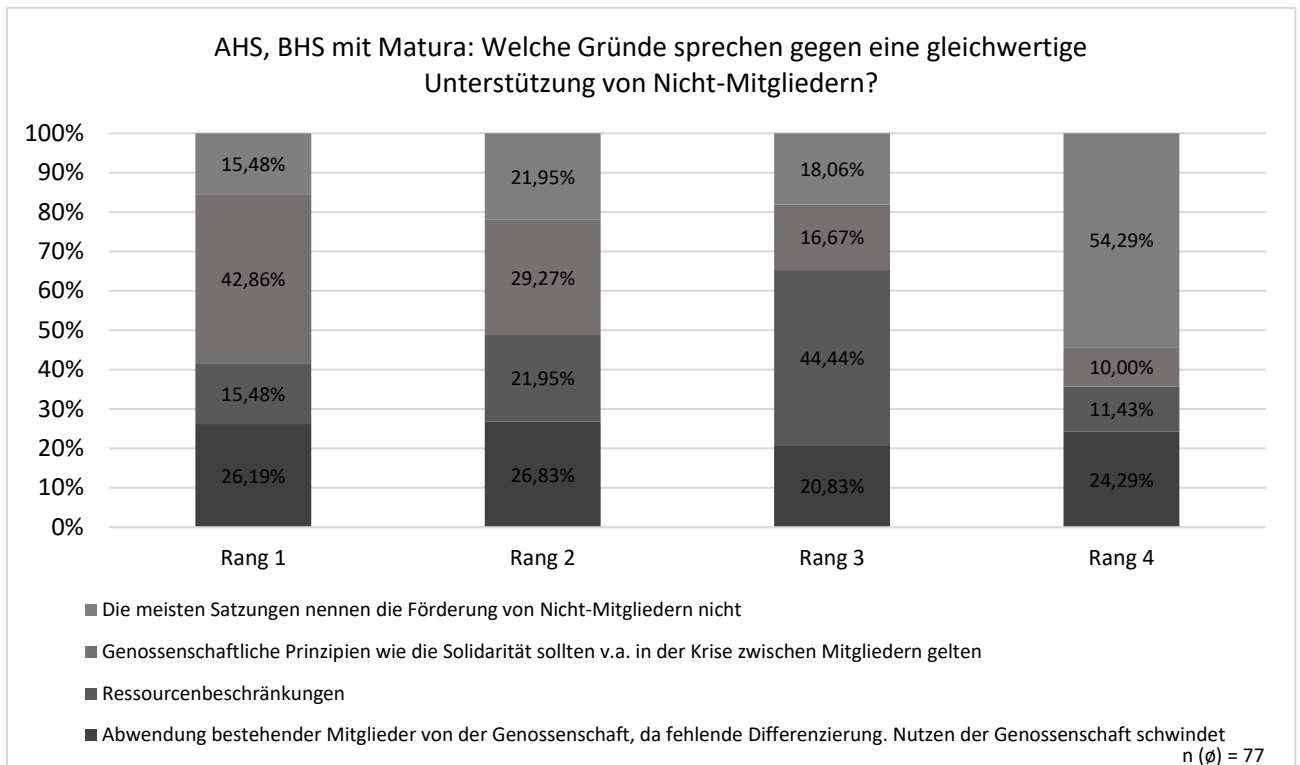


Abbildung 4.2 – 289: Bildung – AHS, BHS mit Matura – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

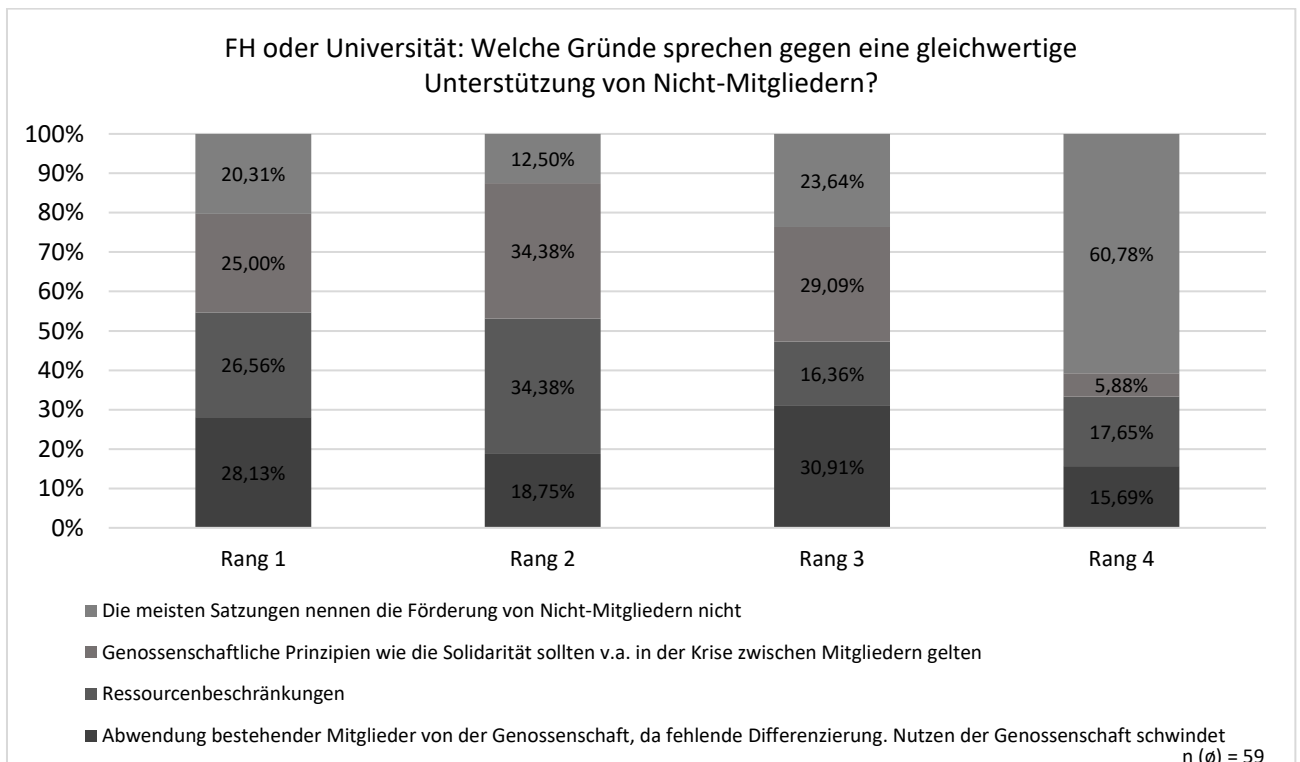


Abbildung 4.2 – 290: Bildung – FH oder Uni. – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

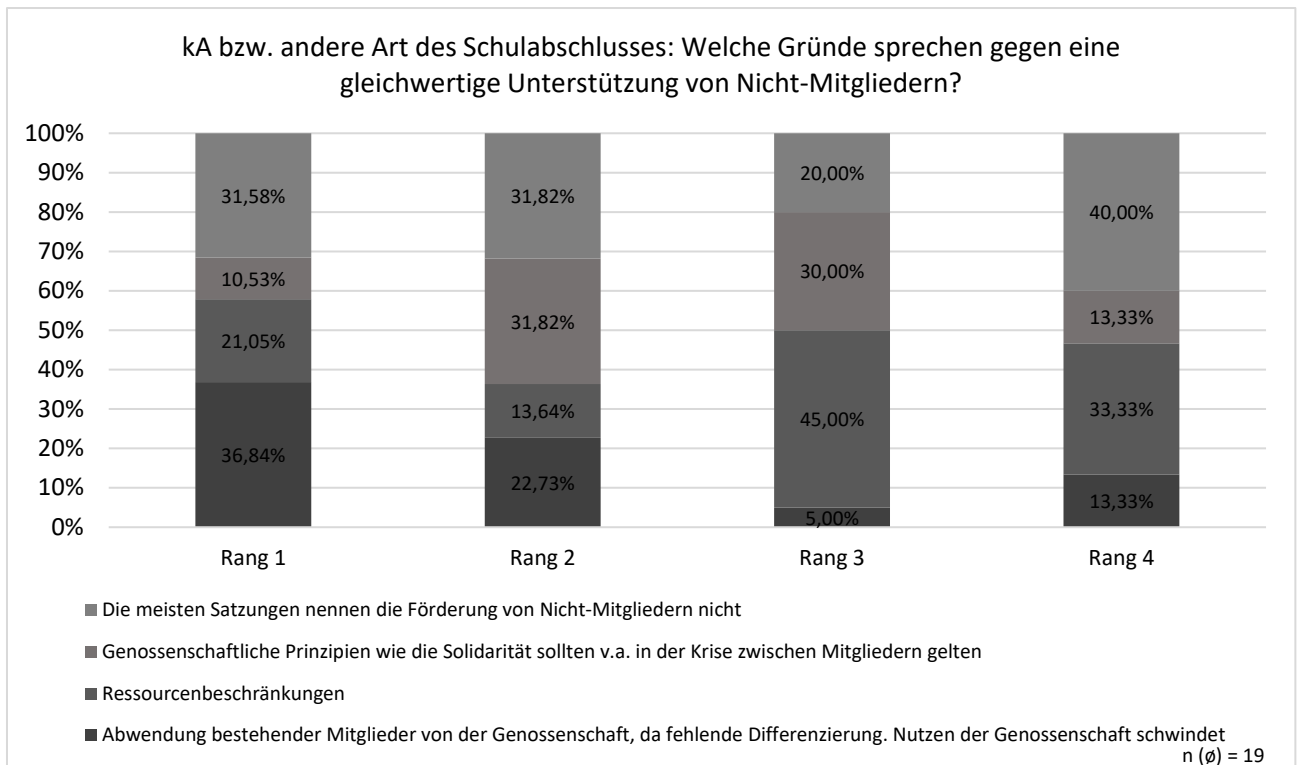


Abbildung 4.2 – 291: Bildung – kA bzw. anderer Schulabschluss – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

Betrachtet man die Aussagen bezüglich der Frage, welche Gründe gegen eine gleichwertige Unterstützung von Nicht-Mitgliedern sprechen, und unterscheidet man nach Art des formal höchsten Bildungsabschlusses, so fällt auf, dass Personen mit Hauptschulabschluss, Unterstufe AHS und Lehre die Aussage „Genossenschaftliche Prinzipien wie die Solidarität sollten v.a. in der Krise zwischen Mitgliedern gelten“ mit einem Anteil von über 40% (46,7%) auf den ersten Rang wählen. Mit 43,9% dominiert diese Aussage auch bei Personen mit AHS und BHS mit Matura.

Anders sieht es bei Personen mit Hochschulabschluss aus, hier liegt der prozentuelle Anteil im ersten Rang bei 25%. Die Gefahr der „Abwendung bestehender Mitglieder von der Genossenschaft, da fehlende Differenzierung. Nutzen der Genossenschaft schwindet“ wird mit 28,1% stärker gesehen. Dieser Reihenfolge entspricht auch die Bewertung der Personen, die keine Angabe machen bzw. eine andere Art des Schulabschlusses verfügen, hier macht die Gefahr der fehlenden Differenzierung 36,8% auf dem ersten Rang aus.

g. Größe der Genossenschaft

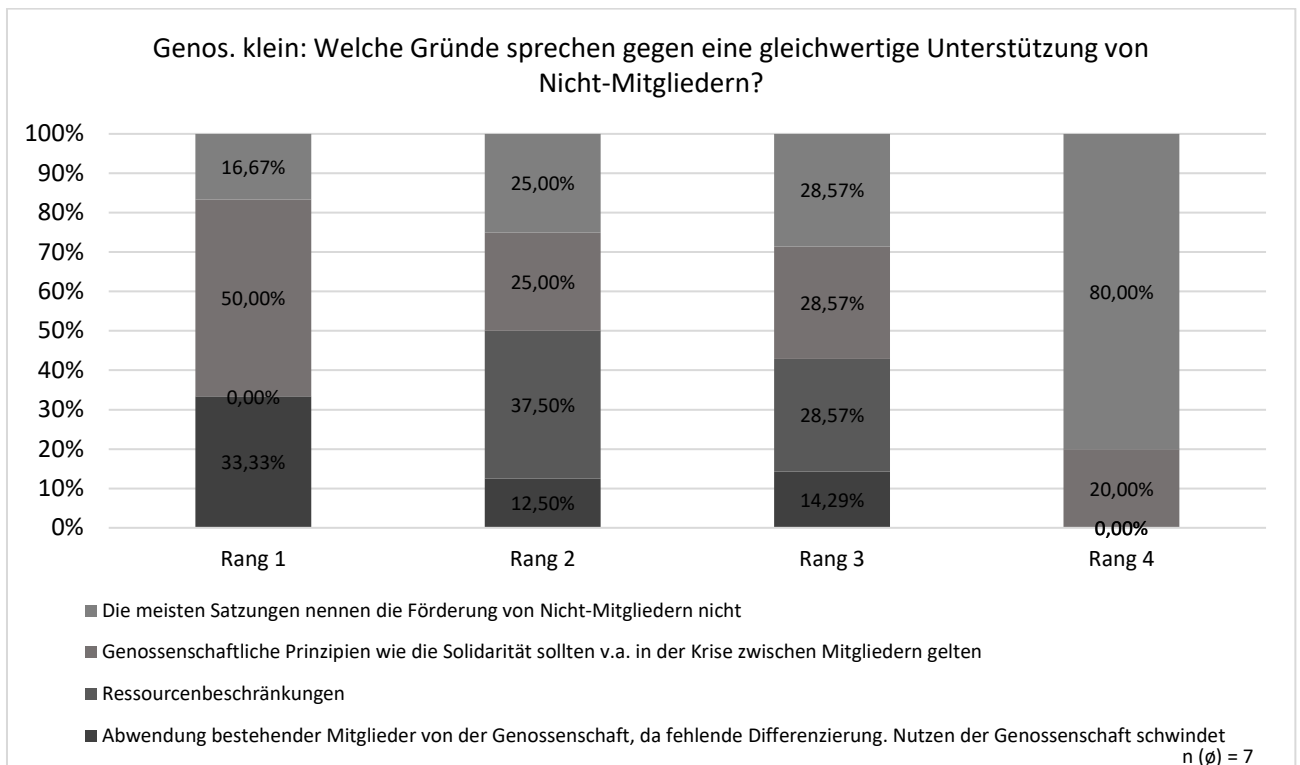


Abbildung 4.2 – 292: Größe Genossenschaft – Genos. klein – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

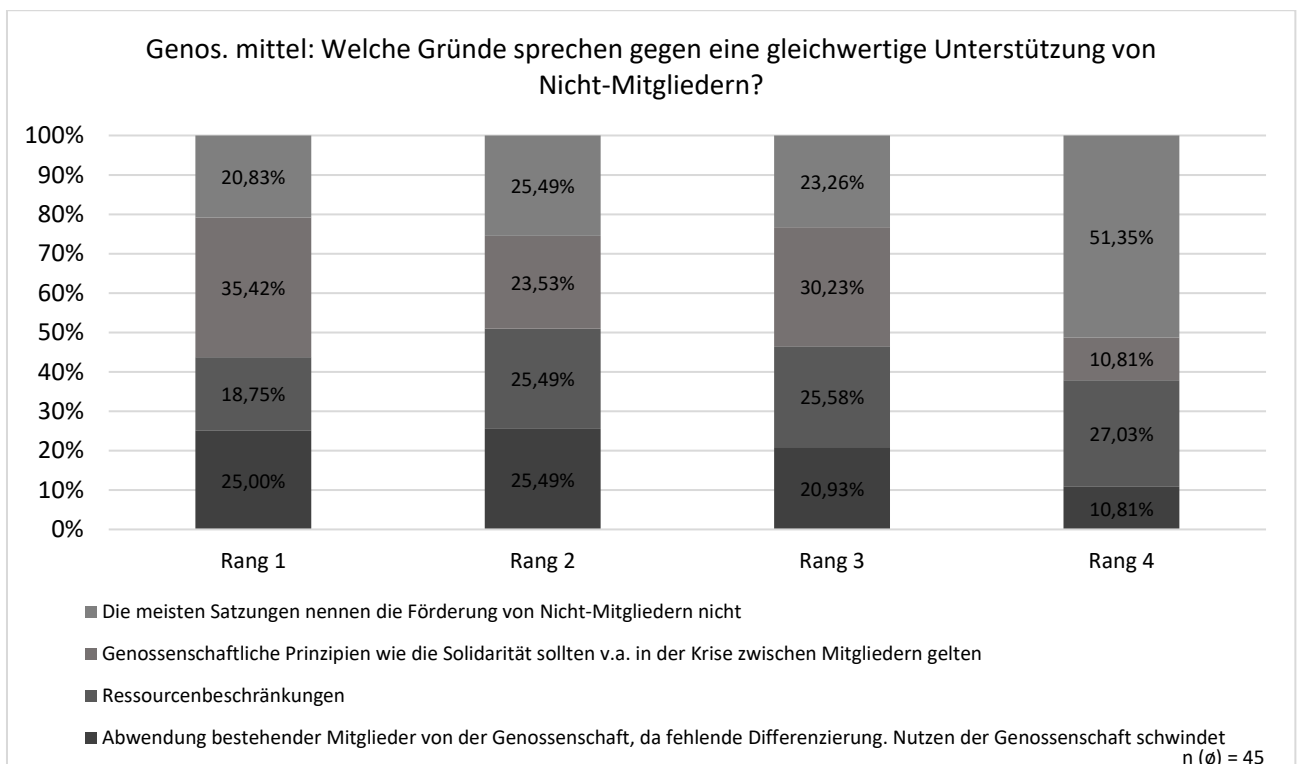


Abbildung 4.2 – 293: Bildung – Genos. mittel – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

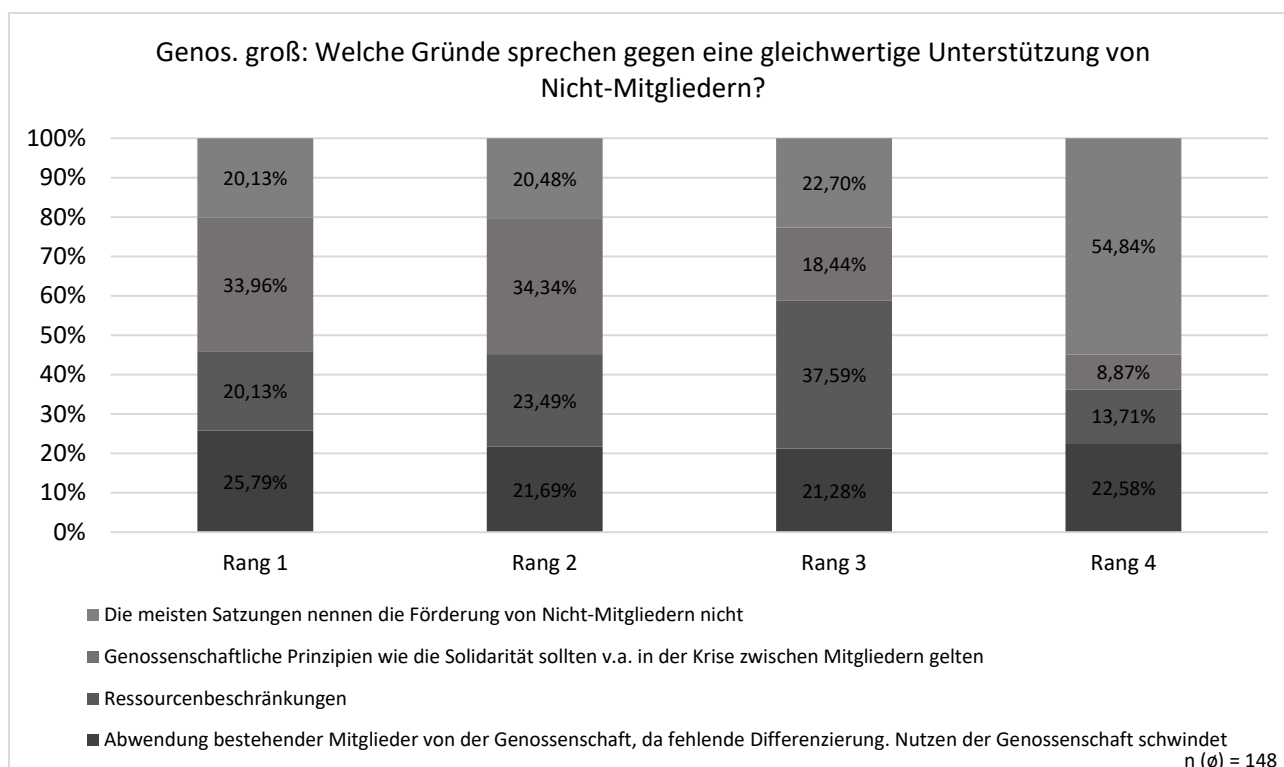


Abbildung 4.2 – 294: Größe Genossenschaft – Genos. groß – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

Eine gesonderte Betrachtung kleiner Genossenschaften ist aufgrund der geringen Anzahl an Personen, die diese Sub-Frage beantwortet haben, nicht möglich, weshalb in Folge lediglich mittlere und große Genossenschaften miteinander verglichen werden. Dort kommt es im Vergleich des ersten Rangs mit der Gesamtansicht bzw. untereinander zu keinen großen Veränderungen. Allerdings unterscheidet sich die Bewertung hinsichtlich der Letztplatzierung. Am wenigsten wichtig sehen zwar beide Cluster das Argument „die meisten Satzungen nennen die Förderung von Nicht-Mitgliedern nicht“, doch unterscheiden sich die Zweitplatzierungen. So liegt die Bewertung hinsichtlich der „Ressourcenbeschränkungen“ bei Personen, die Mitglied bei einer Genossenschaft mittlerer Größe sind, bei 27%, bei großen Genossenschaften sind es 13,7%. Dort macht die Aussage bezüglich der Abwendung bestehender Mitglieder 22,6% aus. 10,8% der Mitglieder mittlerer Genossenschaften wählen dieses Argument auf den vierten Rang.

Zusammenfassend ist bezüglich der Frage, welche Gründe gegen eine gleichwertige Unterstützung von Nicht-Mitgliedern sprechen, festzustellen, dass die Verletzung des Gegenseitigkeitsprinzips als wichtigster Punkt gesehen wird, der gegen eine gleichwertige Unterstützung von Nicht-Mitgliedern spricht, gefolgt von der Gefahr einer fehlenden Differenzierung von Genossenschaftsmitglied und Nicht-Mitglied und einem damit einhergehenden Verlust von bestehenden Mitgliedern. Bezüglich Branchen steht lediglich in der Landwirtschaft der Verlust bestehender Mitglieder an erster Stelle, bei den anderen zwei Branchenbetrachtungen dominiert die Solidarität nach innen. Eine mögliche Ressourcenknappheit wird vor allem von jüngeren Genossenschaftsmitgliedern, Frauen und Mitgliedern in mehr als zwei Genossenschaften sowie reinen Mitgliedern befürchtet. Solidarität unter den Mitgliedern wird vor allem von älteren Mitgliedern, in Ostösterreich und unter Funktionärinnen und Funktionären und Mitgliedern in einer Genossenschaft bzw. mit Hauptschule, Lehre, BHS und AHS als höchsten formalen Abschluss hochgehalten. Eine Abwendung bestehender

Mitglieder wird vor allem von Männern und Hochschulabsolventinnen und -absolventen antizipiert.

Die Gesamtschau des Clusters über Unterstützung der Mitglieder durch ihre Genossenschaft zeigt, dass die Mitglieder grundsätzlich finanzielle Unterstützung seitens ihrer Genossenschaft, Solidarität und Hilfe zur Selbsthilfe als am wichtigsten empfinden. Sie fühlen sich grundsätzlich gut unterstützt und schätzen die gute Information, wenig Bürokratie und rasche Kreditgewährung sowie die Tatsache, dass die Genossenschaften mitarbeiterfreundlich auf die Krise reagieren. Personelle Konsequenzen wie Entlassungen, Kurzarbeit oder Pflichturlaub wurden nur von einem geringen Anteil ergriffen. Der überwiegende Teil der Mitglieder sieht die vollständige oder teilweise Unterstützung von Nicht-Mitgliedern als Chance zur Gewinnung neuer Mitglieder und zur Imagestärkung von Genossenschaften und ihrer Prinzipien. Kritisch werden die Verletzung des Gegenseitigkeitsprinzips und fehlende Differenzierung gesehen. Insgesamt treten in diesem Cluster signifikante Unterschiede zwischen den einzelnen befragten Gruppen auf.

4.2.7. Organisationsform

Kapitel 4.2.7. fasst folgende Fragen der Mitgliederbefragung zusammen:

- Frage M.29: „Es gibt an der aktuellen Struktur der Genossenschaften Änderungsbedarf.“
- Frage M.30: „Haben sich Mehrfachfunktionen zwischen Verbund und/oder in einzelnen Genossenschaften während der Krise bewährt bzw. sehen Sie diese insgesamt als...“
- Frage M.31: „Sollten Mitglieder häufiger nach ihrer Meinung befragt werden?“

Das Ziel des Clusters ist eine Erhebung, ob bzw. welchen Bedarf an strukturellen Änderungen die Genossenschaftsmitglieder in Genossenschaften grundsätzlich sehen, worunter auch Mehrfachfunktionen und häufigere Umfragen zum Stimmungsbild der Mitglieder subsumiert werden. Die entsprechenden Fragen M.29, M.30 und M.32 korrespondieren dabei mit Fragen D.14 und D.15 der Delphi-Studie in Kapitel 4.1.7 und können auch in Zusammenhang mit Kapitel 4.2.5. interpretiert werden.

Frage M.29 – Änderungsbedarf an der Genossenschaftsstruktur

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

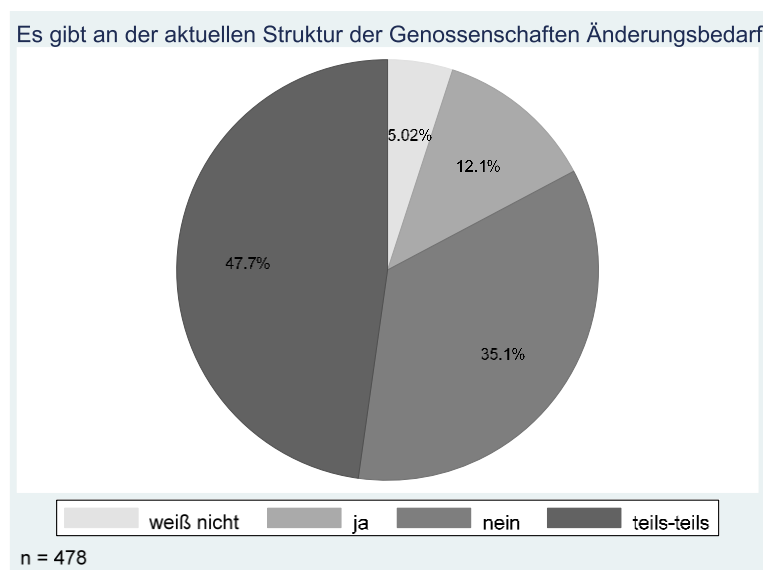


Abbildung 4.2 – 295: Gesamtansicht – Änderungsbedarf an der Genossenschaftsstruktur

Diese Frage bezieht sie auf die Aussage: „Es gibt an der aktuellen Struktur der Genossenschaften Änderungsbedarf“.

Der prozentuell größte Anteil fiel dabei mit 47,7% auf die Antwortoption „teils-teils“. 35,1% antworten mit „nein“, 12,1% mit „ja“. Mit „weiß nicht“ antworten 5%. Damit sehen 59,8% der befragten Mitglieder einen teilweisen oder großen Änderungsbedarf, 35,1% sehen keinen. Die anschließende Detailauswertung gibt darüber Aufschluss, wo und wer vor allem einen Änderungsbedarf sieht bzw. nicht sieht.

B) Detailauswertung nach Branchen

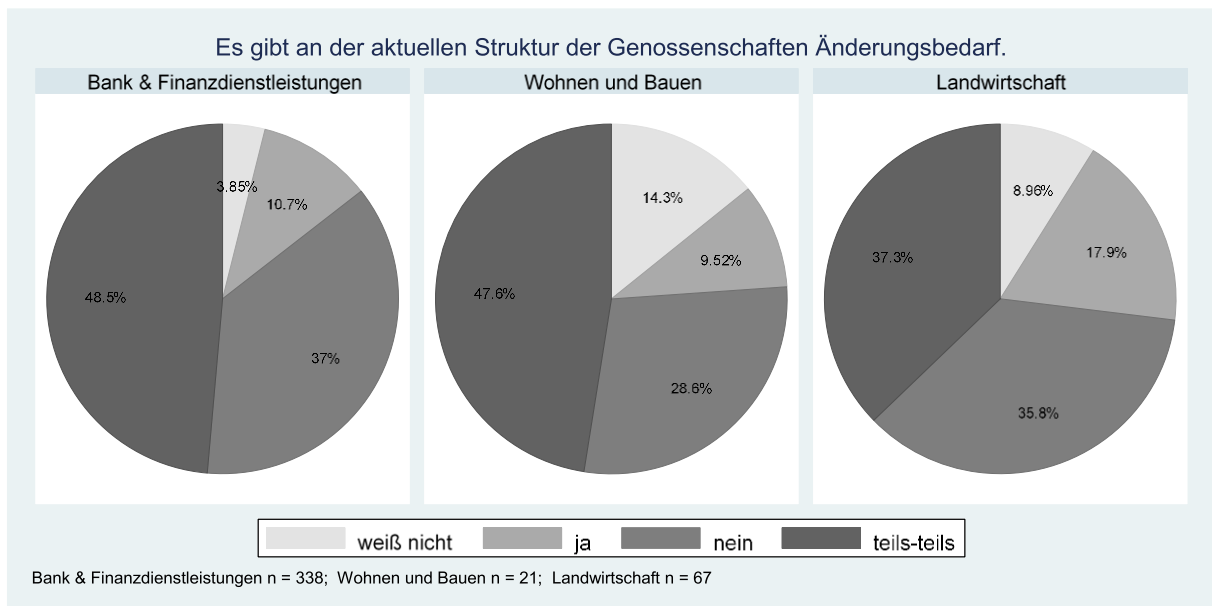


Abbildung 4.2 – 296: Branche – Änderungsbedarf an der Genossenschaftsstruktur

Unterscheidet man die Aussagen der Gesamtansicht nach Branchen, so entsprechen die Antworten der Mitglieder, deren Genossenschaft sich im Bereich der Bank & Finanzdienstleistungen befindet, weitestgehend der Gesamtansicht. 48,5% stimmen mit „teils-teils“, 37% mit „nein“, 10,7% mit „ja“. Innerhalb der Bereiche Wohnen und Bauen ist der Anteil an „nein“-Antworten verglichen mit der Gesamtansicht geringer, hier wird ein geringer Änderungsbedarf gesehen, wobei auf die geringe Stichprobengröße hinweisen werden muss. Im Bereich der landwirtschaftlichen Genossenschaften antworten die Mitglieder auf die Aussage zu 37,3% mit „teils-teils“, zu 35,8% mit „nein“. Der Anteil an „ja“ Stimmen ist im Vergleich zu den anderen Branchen, aber auch im Vergleich zur Gesamtansicht mit 17,9% prozentuell höher. Mit „weiß nicht“ antworten 3,85% aus dem Bereich Bank & Finanzdienstleistungen, welcher, verglichen mit den zwei anderen Branchen niedrig ist; vgl. Wohnen und Bauen: 14,3% „weiß nicht“; Landwirtschaft: 9% „weiß nicht“.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

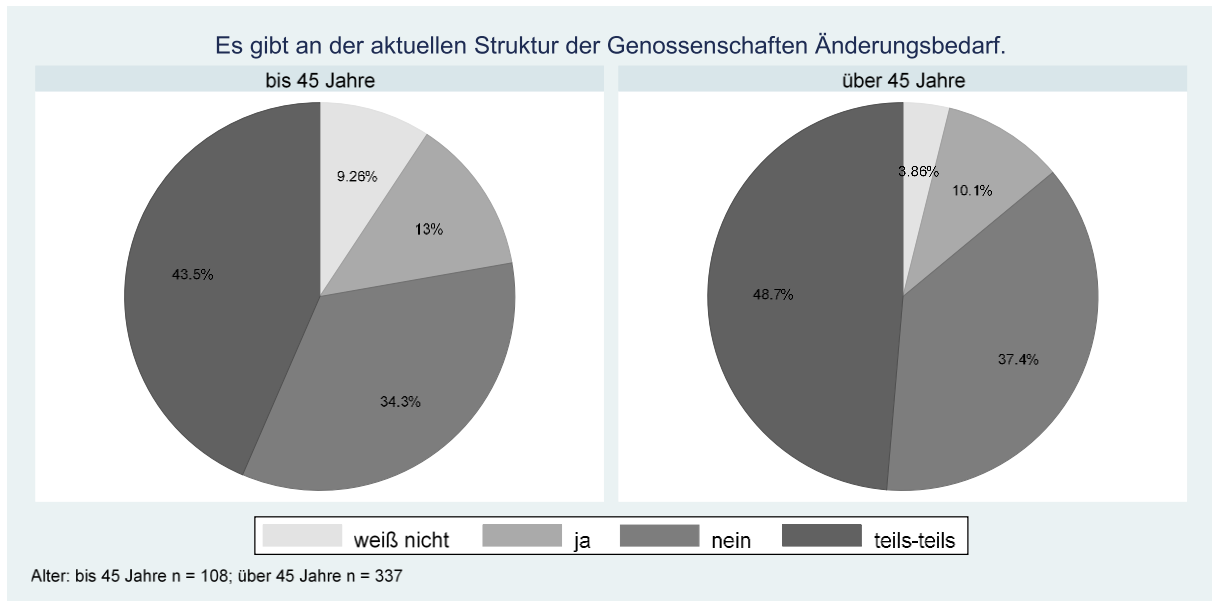


Abbildung 4.2 – 297: Alter – Änderungsbedarf an der Genossenschaftsstruktur

Betrachtet man die Aussage hinsichtlich eines Änderungsbedarfs an der aktuellen Genossenschaftsstruktur und unterscheidet nach Alter, so bewerten die jüngeren Genossenschaftsmitglieder die Frage etwas kritischer als die älteren. Hier stimmen 43,5% mit „teils-teils“, 34,3% mit „nein“ und 13% mit „ja“. Bei den Älteren sind es 48,7% „teils-teils“, 37,4% „nein“ und 10,1% „ja“-Antworten. Mit „weiß nicht“ antworten unter den jüngeren Mitgliedern mit 9,3% prozentuell deutlich mehr als unter den älteren (3,9%).

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

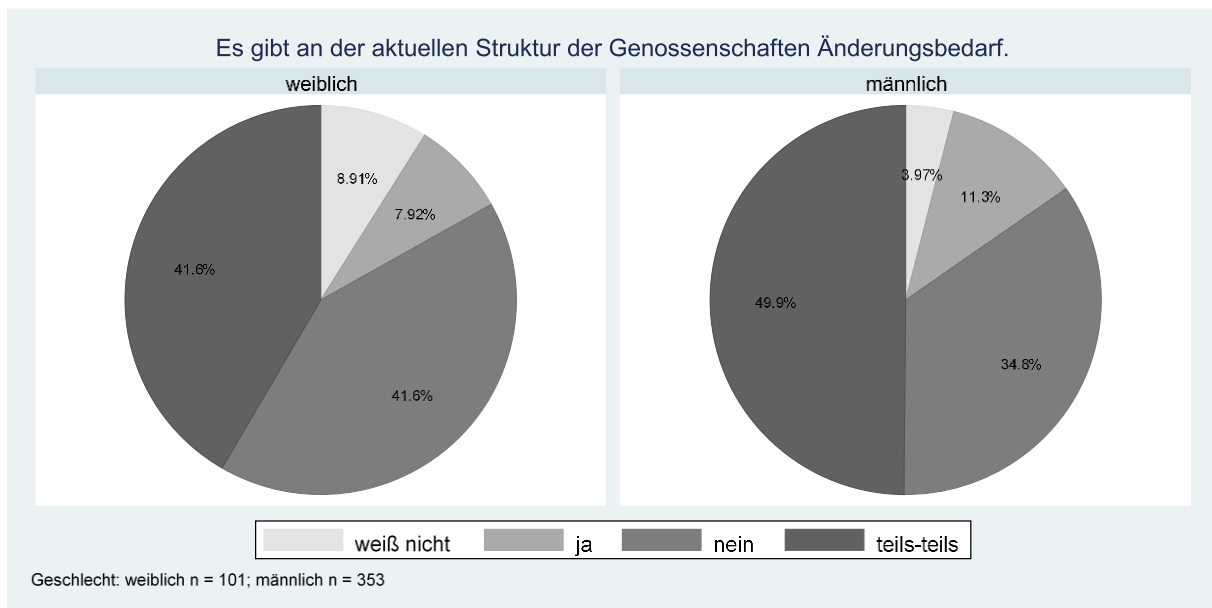


Abbildung 4.2 – 298: Geschlecht – Änderungsbedarf an der Genossenschaftsstruktur

Unterscheidet man nach Geschlecht, so fällt auf, dass Frauen eher keinen Änderungsbedarf sehen. Hier antworten 41,6% der Frauen mit einem klaren „nein“, während es bei den Männern 34,8% sind. Der Anteil an Personen, die mit „teils-teils“ antworten, liegt bei den weiblichen Genossenschaftsmitgliedern bei 41,6%, bei den männlichen Mitgliedern ist er höher und liegt bei 49,9%. Auch die „ja“-Antworten variieren, so sehen 7,9% der Frauen Änderungsbedarf, während es bei den Männern 11,3% sind. Mit „teils-teils“ antworten tendenziell mehr Frauen (8,9%) als Männer (4%).

c. Region der Genossenschaft

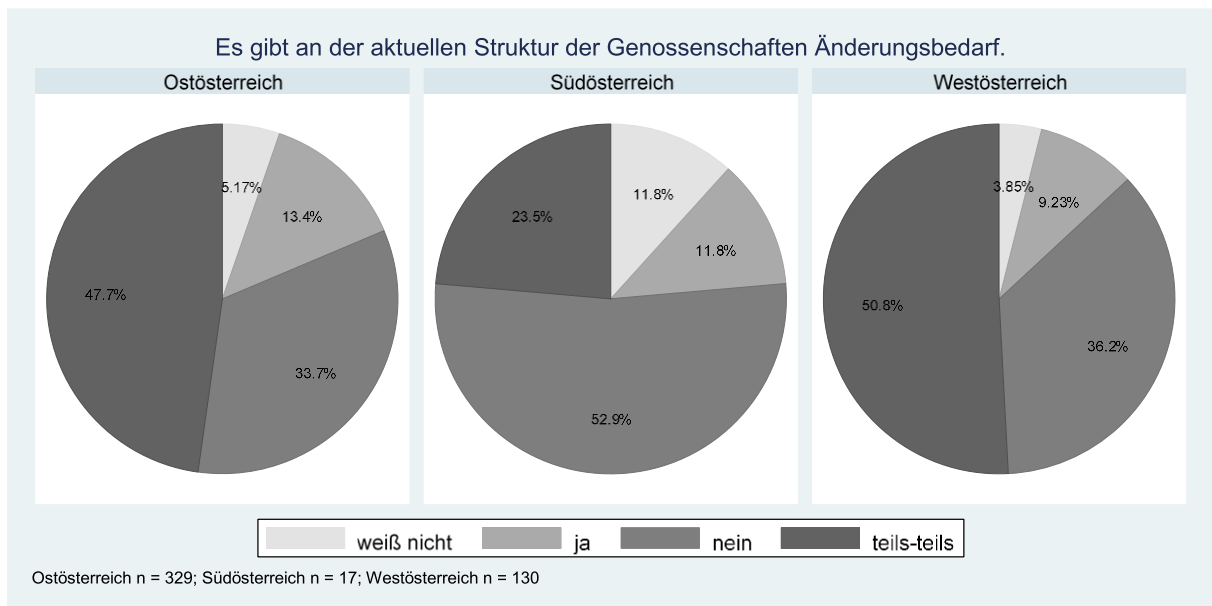


Abbildung 4.2 – 299: Region – Änderungsbedarf an der Genossenschaftsstruktur

Hinsichtlich einer Unterscheidung nach Regionen kommt es zu leichten Unterschieden. So sehen Genossenschaftsmitglieder aus Ostösterreich eher Änderungsbedarf als Personen aus Westösterreich (13,4% vs. 9,2% „ja“-Stimmen). Folgerichtig ist dort der Anteil an „nein“-Stimmen etwas niedriger.

d. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

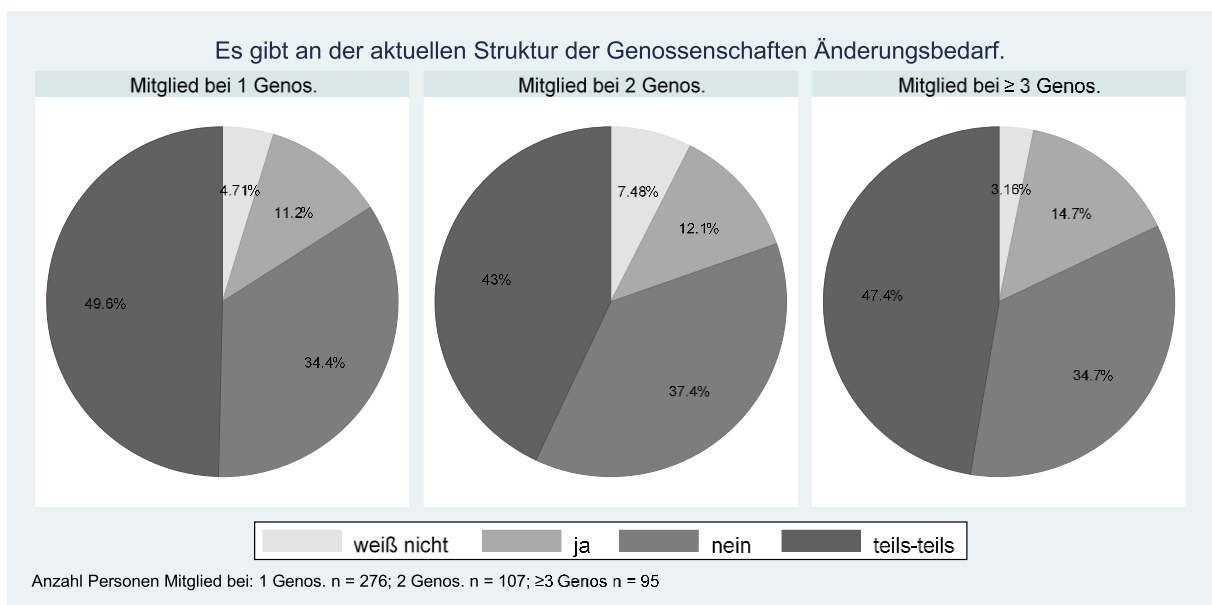


Abbildung 4.2 – 300: Anzahl Mitgliedschaften – Änderungsbedarf an der Genossenschaftsstruktur

Bei gesonderter Betrachtung der Ergebnisse anhand der Anzahl an Genossenschaftsmitgliedschaften fällt auf, dass je höher die Anzahl an Mitgliedschaften ist, desto eher steigt auch der Anteil an „ja“-Stimmen (vgl. 11,2%, 12,1% und 14,7%). Der Anteil an Personen, die mit „nein“-antworten, bleibt über die Mitgliedschaftszahl

hinweg weitestgehend konstant bei ca. 34,5%. Bei Personen mit zwei Genossenschaftsmitgliedschaften ist der Wert mit 37,4% etwas höher.

e. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

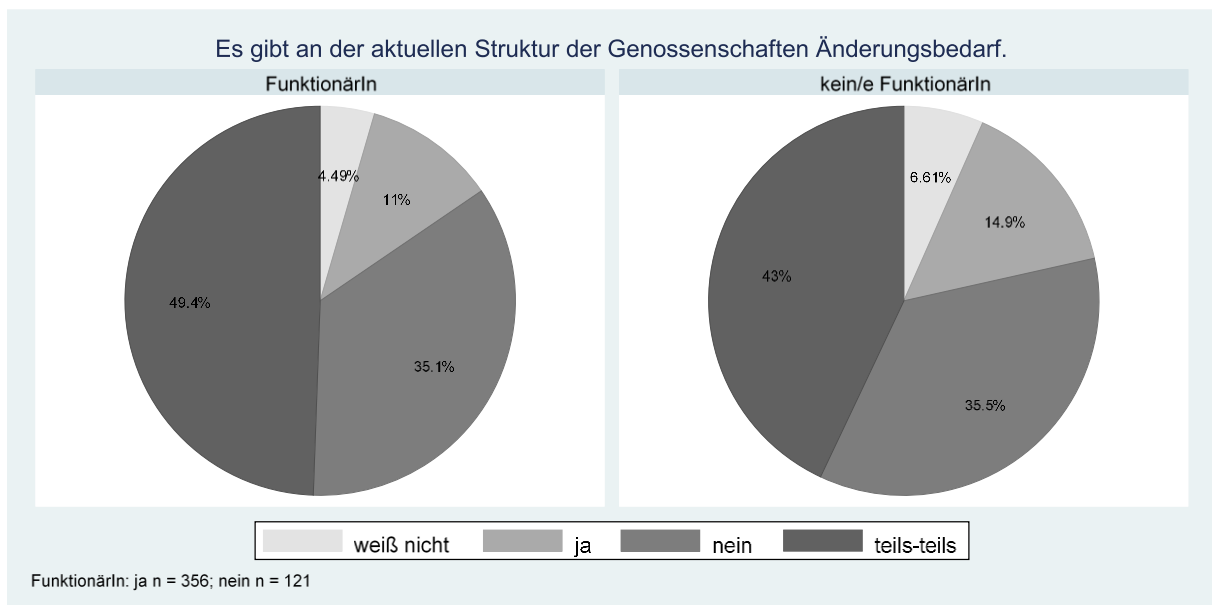


Abbildung 4.2 – 301: FunktionärIn – Änderungsbedarf an der Genossenschaftsstruktur

Unterscheidet man die Antworten der Funktionärinnen und Funktionären und der Mitglieder ohne offizielle Position, so ist der Anteil an „nein“-Stimmen mit jeweils ca. 35% gleich. Der Anteil an „teils-teils“-Antworten ist bei Funktionärinnen und Funktionären höher (vgl. 49,4% vs. 43%), wohingegen der Anteil an „ja“-Stimmen bei Personen mit offizieller Position mit 11% niedriger ist als bei reinen Mitgliedern. Dort liegt der Wert bei 14,9%. So sehen beide Gruppen Änderungsbedarf, wobei bei Funktionärinnen und Funktionären der Anteil an „ja“-Stimmen geringer ausfällt, allerdings ist der prozentuelle Anteil an „teils-teils“-Antworten mit knapp 50% höher als bei reinen Mitgliedern. Diese stimmen zwar häufiger mit „ja“, dafür ist der Anteil an „teils-teils“-Stimmen niedriger. So kann festgehalten werden, dass beide Gruppen mehrheitlich Änderungsbedarf sehen, wobei Funktionärinnen und Funktionäre eher mit teilweise stimmen, bei reinen Mitgliedern sind die klaren „ja“-Antworten höher.

f. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

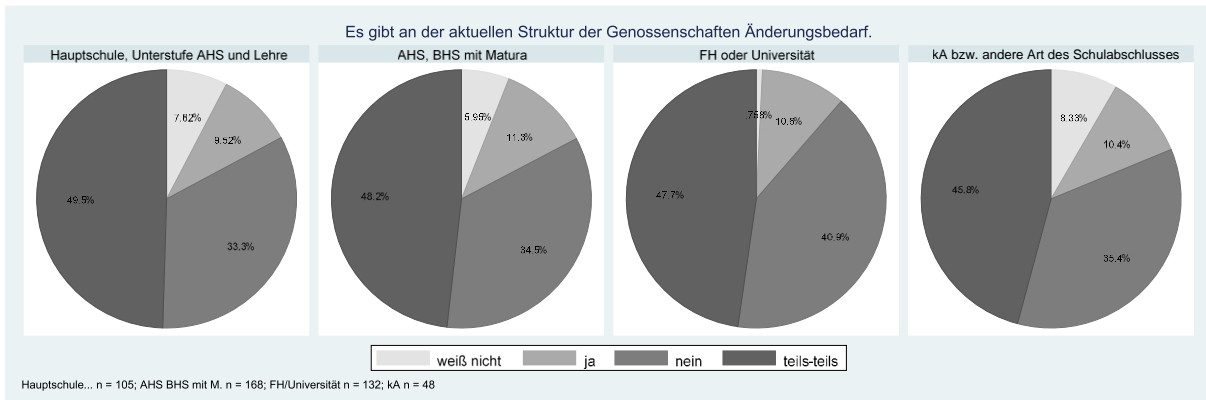


Abbildung 4.2 – 302: Bildung – Änderungsbedarf an der Genossenschaftsstruktur

Bei einer Differenzierung nach Bildungsabschluss fällt auf, dass Personen mit Hochschulabschluss auf die Frage nach einem Änderungsbedarf der aktuellen Struktur von Genossenschaften zu knapp 41% mit „nein“, antworten, ein Wert, der von keiner anderen hier betrachteten Gruppe erreicht wird. Diese Personengruppe ist damit mit der derzeitigen Struktur am zufriedensten und sieht keinen Änderungsbedarf. Der Anteil an „ja“-Stimmen liegt über die einzelnen Gruppen hinweg bei ca. 10%.

g. Größe der Genossenschaft

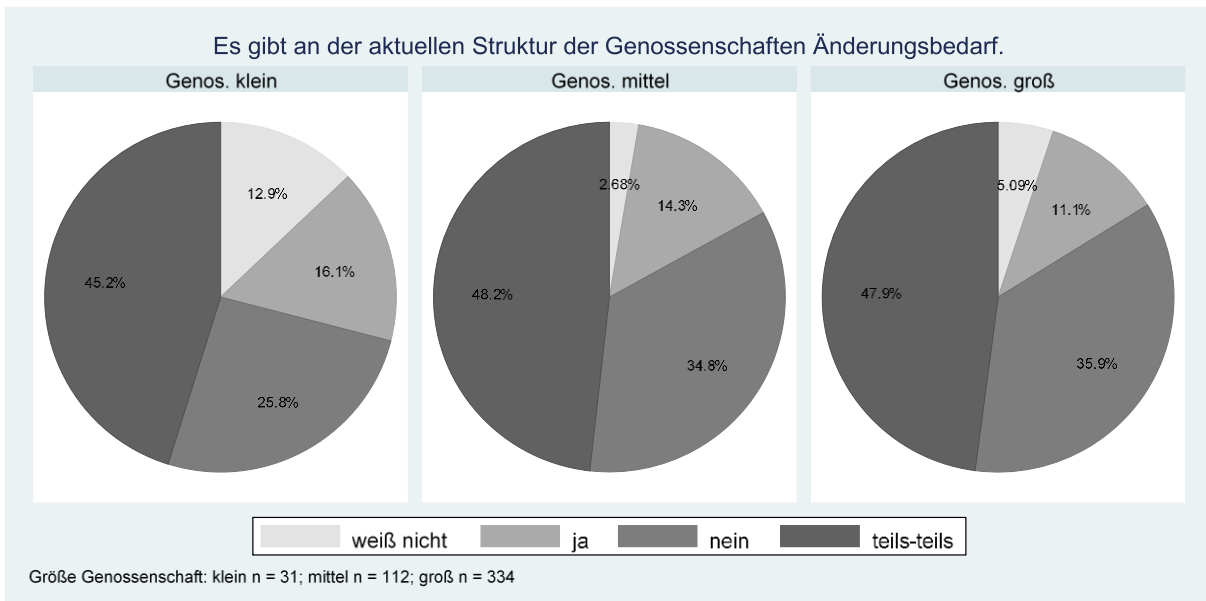


Abbildung 4.2 – 303: Größe Genossenschaft – Änderungsbedarf an der Genossenschaftsstruktur

Eine Unterscheidung nach Größe der Genossenschaft zeigt klare Unterschiede. So antworten Mitglieder kleiner Genossenschaften auf den Satz, dass es an der aktuellen Struktur von Genossenschaften Änderungsbedarf gibt, lediglich zu 25,8% mit „nein“. Personen, deren Genossenschaft eine mittlere Größe hat, antworten zu 34,8% mit „nein“, bei jenen, die Mitglied einer großen Genossenschaft sind, liegt der Wert sogar bei 35,9%. Der Anteil an „ja“-Stimmen ist bei großen Genossenschaften folgerichtig mit 11,1% am niedrigsten. Bei mittleren Genossenschaften liegt er bei 14,3%, bei kleinen Genossenschaften bei 16,1%. Der Anteil an Mitgliedern, die mit „weiß nicht“

geantwortet haben, ist bei Personen aus kleinen Genossenschaften mit 12,9% vergleichsweise hoch.

Zusammenfassend ist bezüglich der Aussage, es gibt an der aktuellen Struktur der Genossenschaften Änderungsbedarf, festzustellen, dass fast zwei Drittel der Genossenschaftsmitglieder einen grundsätzlichen Änderungsbedarf sehen, wobei der Bedarf an Veränderungen in der Landwirtschaft stärker gesehen wird als etwa im Bereich Wohnen und Bauen. Eine höhere Notwendigkeit zur Restrukturierung wird ebenso von jüngeren Mitgliedern, Männern, Personen ohne Hochschulabschluss, reinen Mitgliedern, Mitgliedern in mehreren Genossenschaften und in Ostösterreich wahrgenommen. Personen mittlerer und großer Genossenschaften sind mit der prinzipiellen Struktur der Genossenschaft zufriedener als Personen aus kleinen Genossenschaften.

Frage M.30 – Haben sich Mehrfachpositionen bewährt?

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

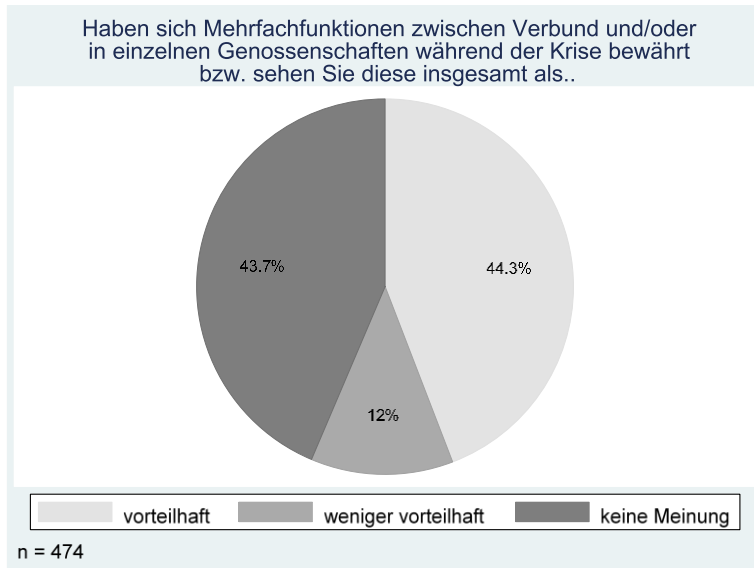


Abbildung 4.2 – 304: Gesamtansicht – Haben sich Mehrfachpositionen bewährt?

Auf die Frage hin, ob sich Mehrfachfunktionen zwischen Verbund und/oder in einzelnen Genossenschaften während der Krise bewährt haben bzw. ob diese Mehrfachfunktionen insgesamt als vorteilhaft oder weniger vorteilhaft wahrgenommen werden, antworten 44,3% der Mitglieder, sie sehen eine Mehrfachfunktion als vorteilhaft, 12% antworten mit „weniger vorteilhaft“. Viele Genossenschaftsmitglieder wählen die dritte Antwortoption: „keine Meinung“ (43,7%).

B) Detailauswertung nach Branchen

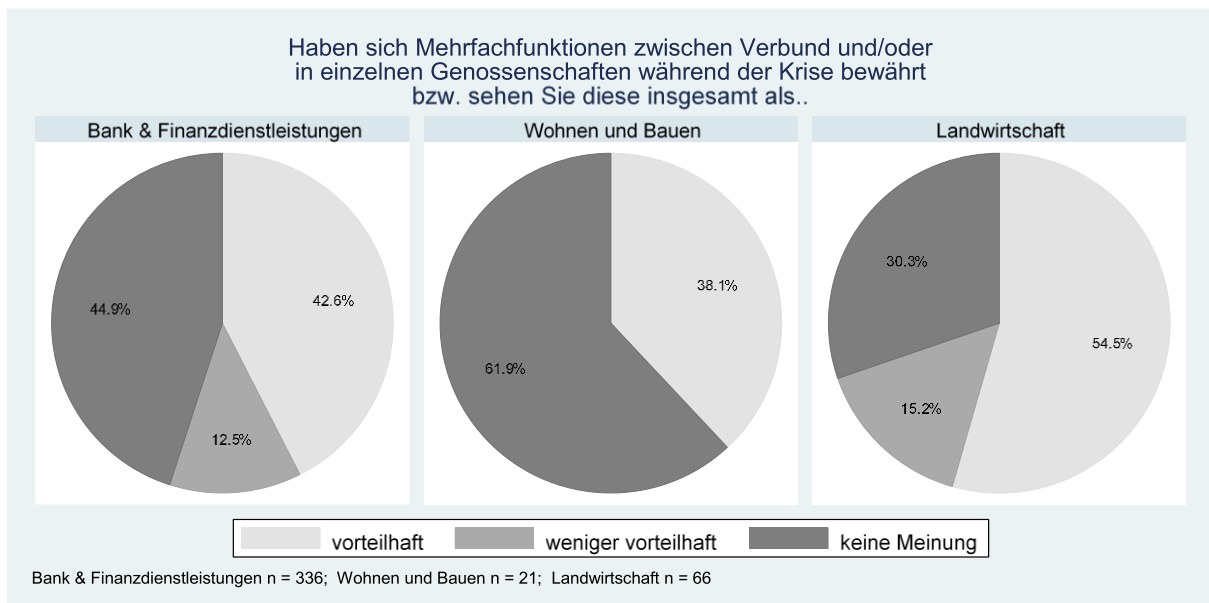


Abbildung 4.2 – 305: Branche – Haben sich Mehrfachpositionen bewährt?

Die prozentuelle Verteilung der Mitglieder, deren Genossenschaft im Sektor Bank & Finanzdienstleistungen liegt, spiegelt im Wesentlichen die Gesamtansicht wider. 44,9% antworten mit „keine Meinung“, 42,6% mit „vorteilhaft“ und 12,5% mit „weniger vorteilhaft“.

Im Bereich Wohnen und Bauen ist der prozentuelle Anteil an Personen, die mit „keine Meinung“ antworten, mit 61,9% noch einmal höher. 38,1% antworten mit „vorteilhaft“. Die Antwortoption „weniger vorteilhaft“ wird von keinem der Mitglieder aus diesem Sektor gewählt. Wie aussagekräftig die Aussage ist, lässt sich aufgrund der geringen Stichprobenanzahl nicht abschließend bewerten.

Im landwirtschaftlichen Genossenschaftsbereich sind die Antworten klarer. 54,5% sehen eine Bewährung von Mehrfachfunktionen und sind ihr positiv gegenüber eingestellt, mit „weniger vorteilhaft“ antworten 15,2%, ein Wert, der leicht über dem Gesamtdurchschnitt liegt. Der Anteil an Personen, die mit „keine Meinung“ antworten, ist hier mit 30,3% vergleichsweise niedrig.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

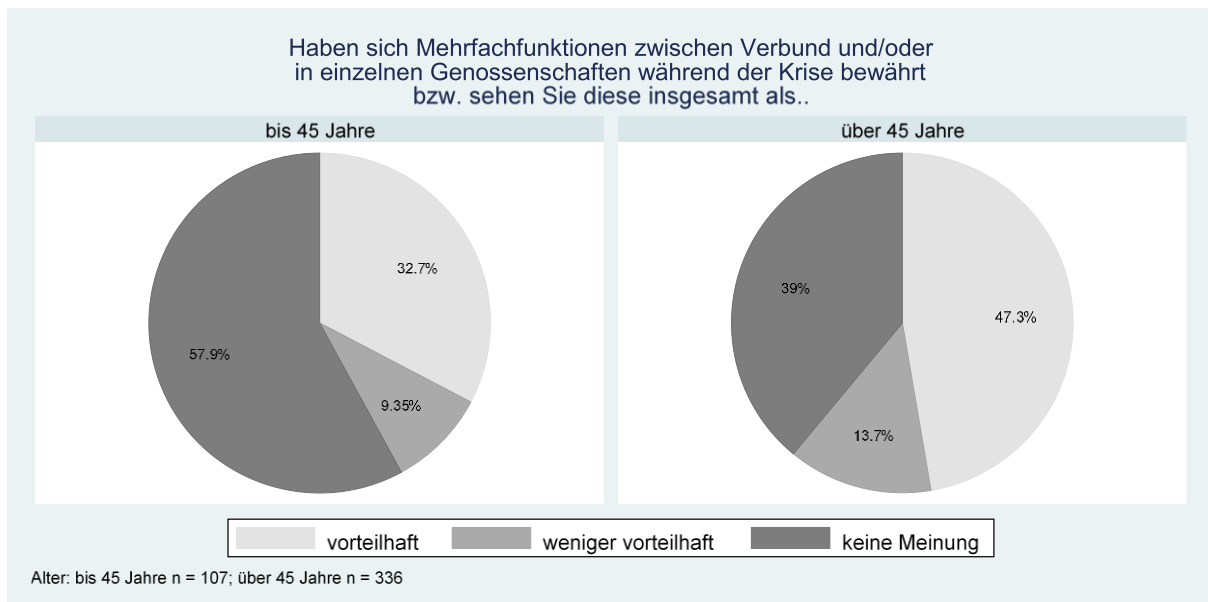


Abbildung 4.2 – 306: Alter – Haben sich Mehrfachpositionen bewährt?

Die Unterscheidung nach Alter zeigt ebenfalls eine gewisse Heterogenität innerhalb des Antwortverhaltens. Während jüngere Mitglieder zu ca. 58% die Antwortoption „keine Meinung“ wählen, sind es bei den Personen über 45 Jahre mit 39% vergleichsweise wenig. Ca. 33% der jüngeren Mitglieder sehen die Mehrfachfunktion als vorteilhaft, bei den älteren ist der Wert mit ca. 47% höher, allerdings ist dort der Anteil an Personen, die Mehrfachfunktionen als „weniger vorteilhaft“ sehen, mit 13,7% ebenfalls höher. Bei jüngeren Mitgliedern liegt der Wert bei 9,35%.

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

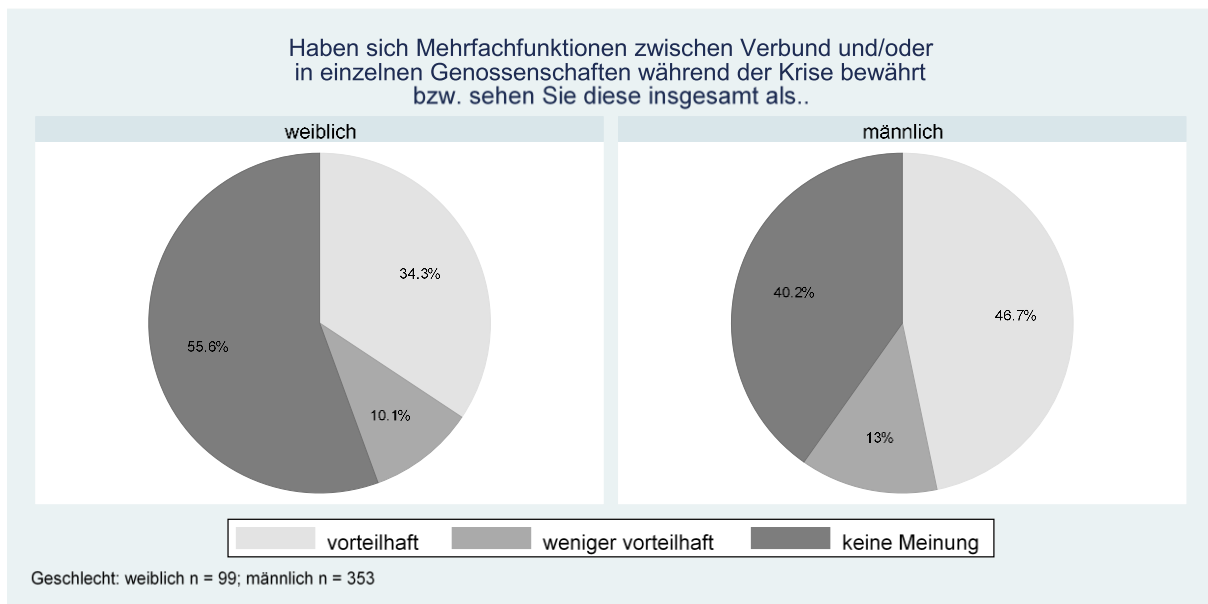


Abbildung 4.2 – 307: Geschlecht – Haben sich Mehrfachpositionen bewährt?

Weibliche Genossenschaftsmitglieder sehen Mehrfachfunktionen prozentuell deutlich seltener als „vorteilhaft“ als Männer. Sie stimmen zu 34,3% mit „vorteilhaft“, während es bei den Männern ca. 47% sind. Der Anteil an Personen, der „keine Meinung“ zu der Frage hat, liegt bei den Frauen bei 55,6%, bei den Männern bei 40,2%. Der Anteil an Personen, die eine Mehrfachfunktion als „weniger vorteilhaft“ bewerten, liegt bei den Männern bei 13%, während es bei den weiblichen Genossenschaftsmitgliedern ca. 10% sind.

c. Region der Genossenschaft

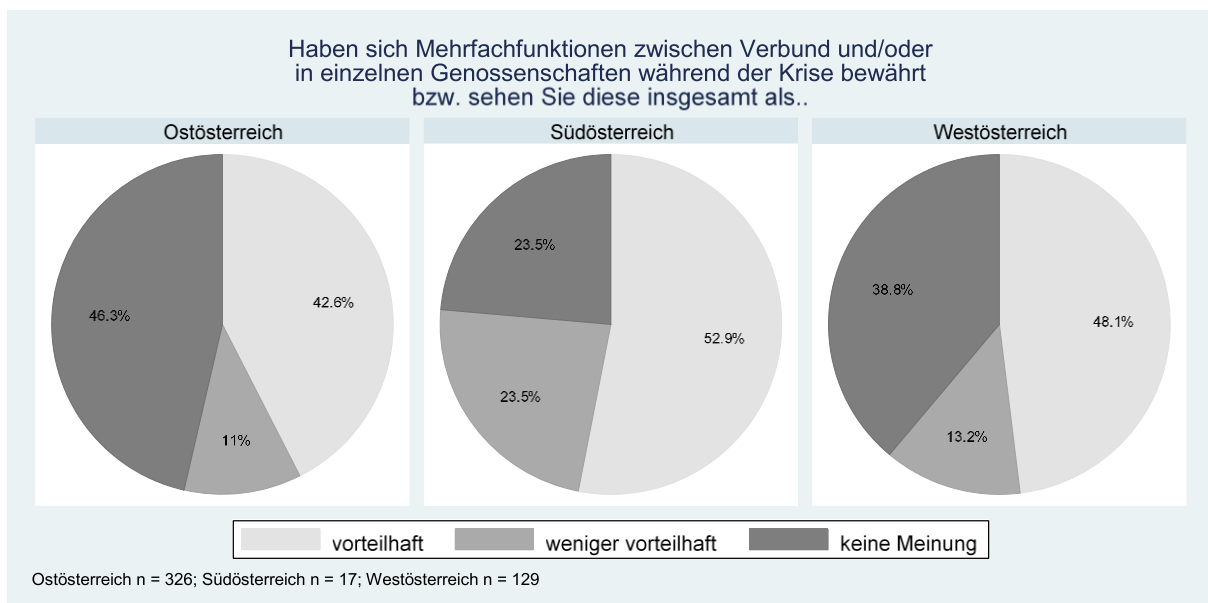


Abbildung 4.2 – 308: Region – Haben sich Mehrfachpositionen bewährt?

Bei einer Unterscheidung nach Region kommt es zu leichten Veränderungen. Genossenschaftsmitglieder aus Westösterreich haben insgesamt eine klarere Meinung

auf die Frage, ob sie Mehrfachfunktionen als „vorteilhaft“, oder „weniger vorteilhaft“ betrachten. Der Wert an Personen, die mit „keine Meinung“ antworten, liegt bei ca. 39%, während es bei Personen aus Ostösterreich 46,3% sind. Dementsprechend sind sowohl die prozentuellen Anteile derer, die mit „vorteilhaft“ (48,1%) als durch derer, die mit „weniger vorteilhaft“ (13,2%) gestimmt haben, in Westösterreich höher. In Ostösterreich liegen die Werte bei 42,6% und 11%. Die Abweichungen in Südösterreich lassen sich aufgrund der geringen Stichprobenanzahl nicht abschließend beurteilen.

d. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

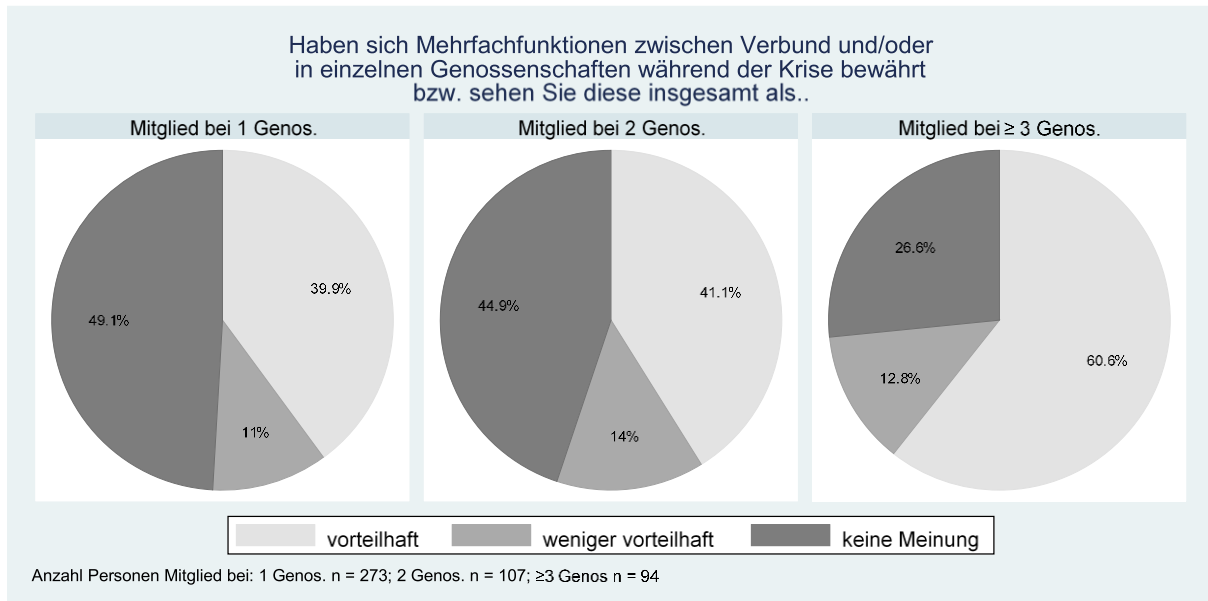


Abbildung 4.2 – 309: Anzahl Mitgliedschaften – Haben sich Mehrfachpositionen bewährt?

Mit der Anzahl an Genossenschaftsmitgliedschaften nimmt der prozentuelle Anteil an Personen, die mit „vorteilhaft“ stimmen, stark zu. Sind es bei Personen, die bei einer oder zwei Genossenschaften Mitglied sind, noch ca. 40% die mit „vorteilhaft“ stimmen, so sind es bei Personen, die bei \geq drei Genossenschaften engagiert sind, knapp 61%. Auch der Anteil an Personen, die auf die Frage mit „keine Meinung“ antworten, ist hier mit 26,6% im Vergleich am niedrigsten. Bei zwei Mitgliedschaften sind es ca. 45%, bei einer 49,1%. Der Anteil an Personen, die mit „nein“ stimmen, liegt bei den drei Clustern im Bereich zwischen 11% und 14%.

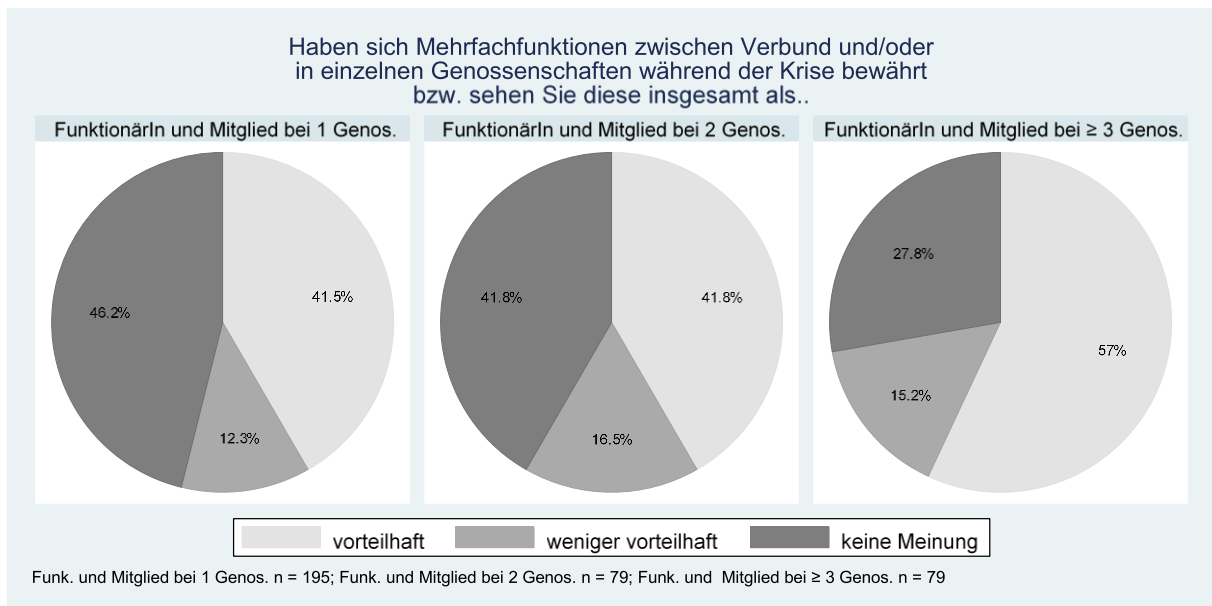


Abbildung 4.2 – 310: FunktionärIn und Anzahl Mitgliedschaften – Haben sich Mehrfachpositionen bewährt?

Eine weitere Differenzierung nach Anzahl der Mitgliedschaften und Funktion innerhalb der Genossenschaft zeigt keine großen Veränderungen. Funktionärinnen und Funktionären beantworten die Aussage weitestgehend in Übereinstimmung mit den in Abb 4.2 – 285 präsentierten Meinungsbild, wobei sie tendenziell häufiger die Antwortoption „weniger vorteilhaft“ wählen.

e. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

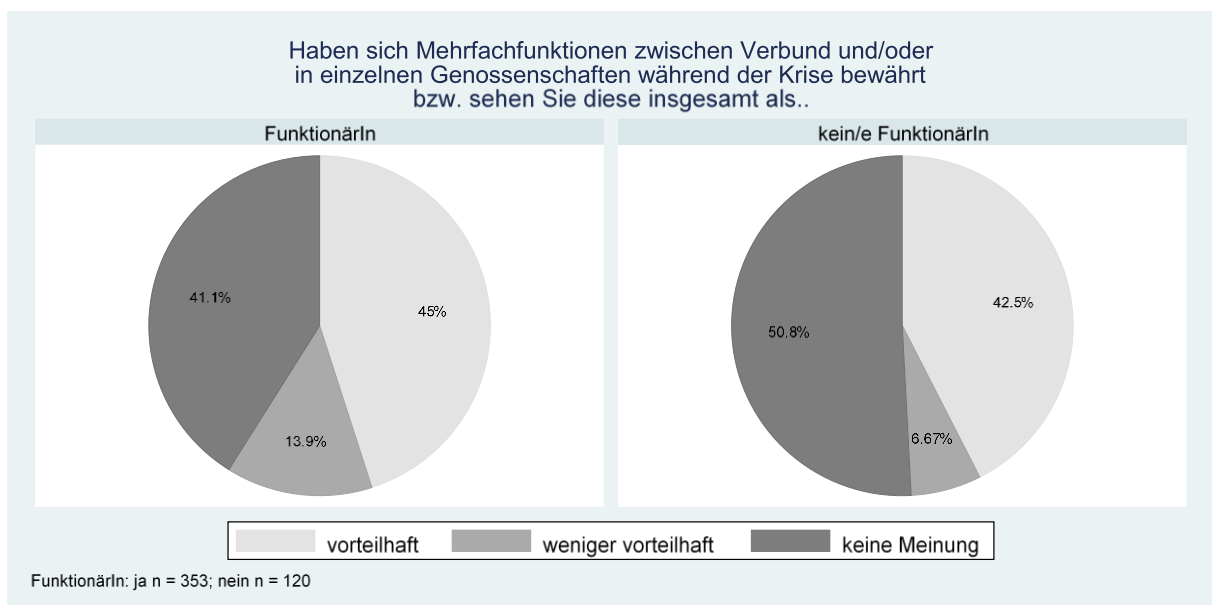


Abbildung 4.2 – 311: FunktionärIn – Haben sich Mehrfachpositionen bewährt?

Eine Unterscheidung zwischen Funktionärinnen und Funktionären sowie reinen Mitgliedern zeigt in Bezug auf den Anteil an Stimmen, die mit „vorteilhaft“ antworten, nur einen geringen Unterschied. 45% der Funktionärinnen und Funktionäre antworten mit „vorteilhaft“, bei den reinen Mitgliedern sind es 42,5%. Interessant ist, dass der Stimmenanteil an Personen, die die Option „weniger vorteilhaft“ wählen, bei

Funktionärinnen und Funktionären mit 13,9% doppelt so hoch ist als bei den reinen Mitgliedern (6,7%). Der Anteil an Personen, die „keine Meinung“ haben, ist bei Funktionärinnen und Funktionären mit ca. 41% geringer als bei reinen Mitgliedern (ca. 51%).

f. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

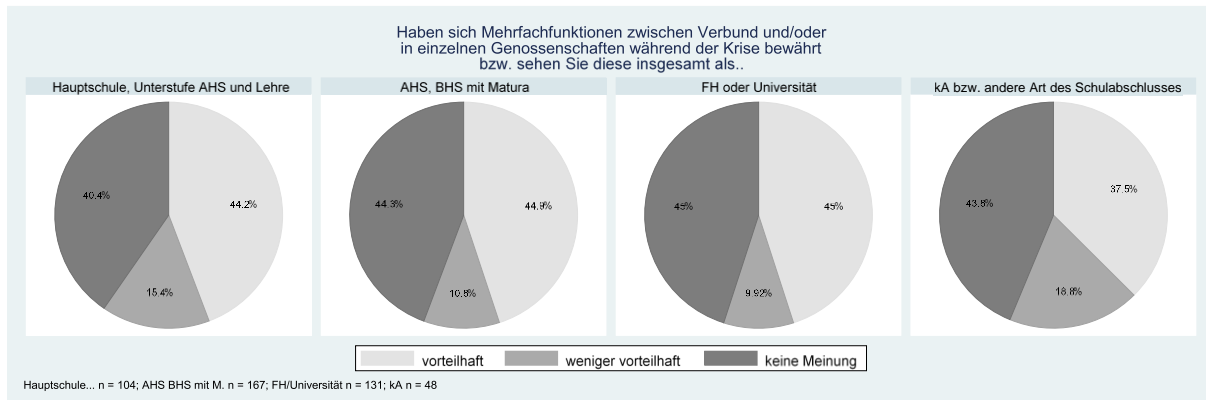


Abbildung 4.2 – 312: Bildung – Haben sich Mehrfachpositionen bewährt?

Eine Unterscheidung nach Höhe des Bildungsabschlusses hat ebenfalls eine Auswirkung auf das Antwortverhalten. So sehen Personen mit formal niedrigerem Bildungsabschluss die Frage nach Mehrfachfunktionen tendenziell kritischer als Personen mit formal hohem Bildungsabschluss. Stimmen Genossenschaftsmitglieder mit Hochschulabschluss oder AHS, BHS mit Matura zu ca. 10% der Aussage, Mehrfachfunktionen sind „weniger vorteilhaft“ zu, sind es bei Personen mit Hauptschulabschluss, Unterstufe AHS und Lehre 15,4%. Bei Personen, die über die Art ihres Schulabschlusses keine Angabe machen oder eine andere Art des Schulabschlusses besitzen, sind es sogar knapp 19%. Der prozentuelle Anteil an Personen, die mit „vorteilhaft“ stimmen, liegt hier bei 37,5%; bei den drei anderen Bildungsclustern sind es je ca. 45%.

g. Größe der Genossenschaft

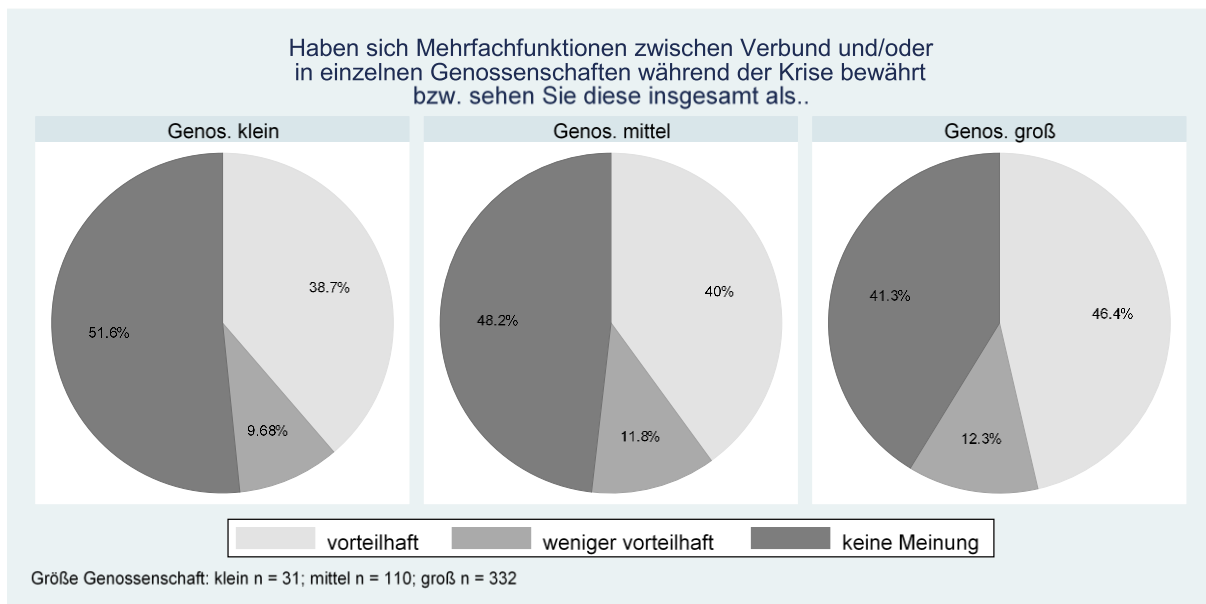


Abbildung 4.2 – 313: Größe Genossenschaft – Haben sich Mehrfachpositionen bewährt?

Die Größe der Genossenschaft hat ebenfalls einen Einfluss auf die gegebenen Antworten. Bei Mitgliedern von kleinen Genossenschaften liegt der Anteil an Personen, die mit „keine Meinung“ auf die Frage antworten, ob Mehrfachfunktionen eher „vorteilhaft“ oder „weniger vorteilhaft“ zu bewerten sind, bei ca. 52%, bei Personen, die bei Genossenschaften mittlerer Größe Mitglied sind, liegt der Wert bei ca. 48%, bei großen Genossenschaften bei ca. 41%. Dort und bei Genossenschaften mittlerer Größe ist zudem der Anteil an Personen, die mit „weniger vorteilhaft“ antworten, leicht höher. Der Anteil an „vorteilhaft“-Stimmen nimmt mit der Größe der Genossenschaft zu. Bei kleinen Genossenschaften sind es ca. 39%, bei mittleren 40% und bei großen Genossenschaften ca. 46%.

Zusammenfassend ist bezüglich der Frage, ob sich Mehrfachfunktionen zwischen Verbund und/oder in einzelnen Genossenschaften während der Krise bewähren bzw. wie sie insgesamt zu bewerten sind, festzustellen, dass entgegen der ursprünglichen Erwartung ein Großteil der antwortenden Personen über keine dezidierte Meinung darüber verfügt. Ein annähernd ebenso großer Prozentsatz befürwortet Mehrfachfunktionen. Nach Branche betrachtet finden Mehrfachfunktionen in der Landwirtschaft die größte Zustimmung, andererseits, jedoch deutlich geringer, auch die größte Ablehnung. Männer, Mitglieder in nur einer Genossenschaft und Absolventinnen und Absolventen mit Hochschulabschluss sowie Mitglieder großer Genossenschaften sehen stärkere Vorteile bei Mehrfachfunktionen. Interessant ist, dass Funktionärinnen und Funktionäre Mehrfachfunktionen kritischer sehen als reine Mitglieder.

Frage M.31 – Befürwortung häufigerer Befragung von Mitgliedern

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

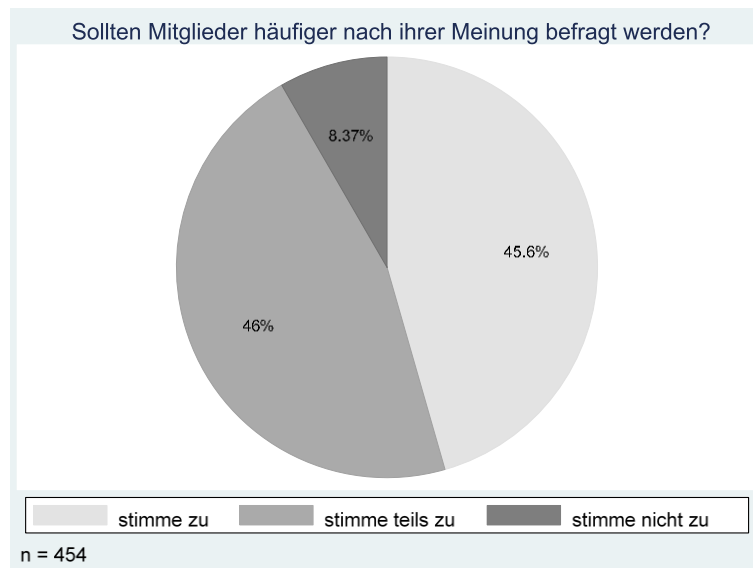


Abbildung 4.2 – 314: Gesamtansicht – Befürwortung häufigerer Befragung von Mitgliedern

Die Antwort auf die Frage, ob Mitglieder häufiger nach ihrer Meinung gefragt werden sollten, fällt eindeutig aus: Lediglich 8,4% aller Befragten lehnen ab. 45,6% stimmen der Frage zu, 46% stimmen ihr teils zu. Damit sind 91,6% der befragten Genossenschaftsmitglieder der Meinung, sie sollten zumindest häufiger als jetzt be- und gefragt werden.

B) Detailauswertung nach Branchen

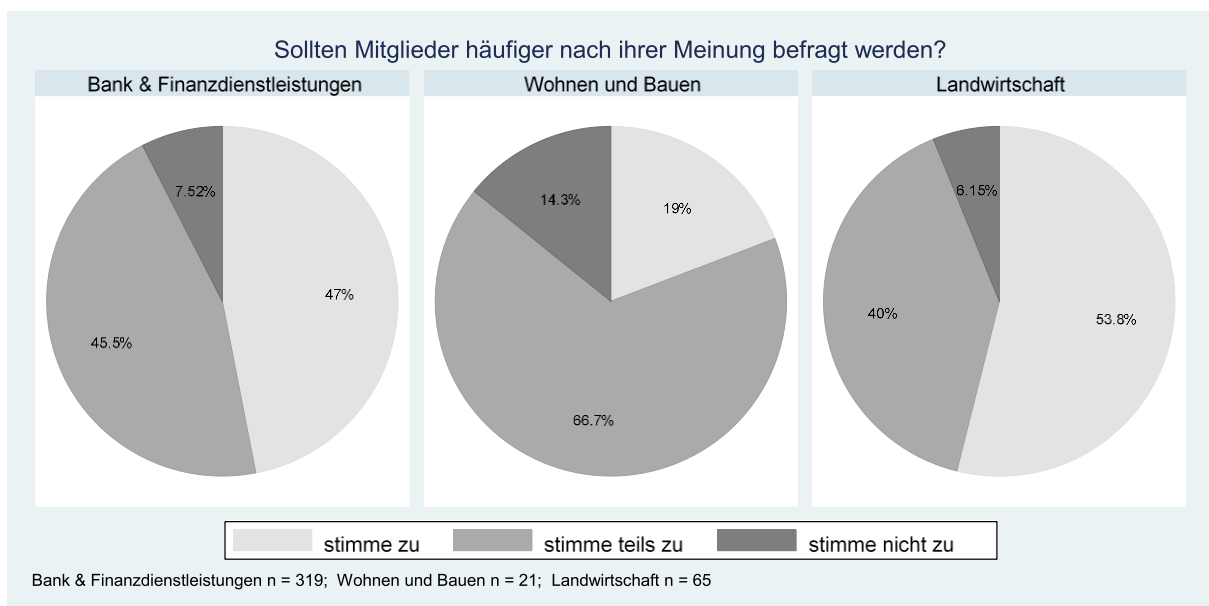


Abbildung 4.2 – 315: Branche – Befürwortung häufigerer Befragung von Mitgliedern

Unterscheidet man nach Branche, in der sich die Genossenschaft des jeweiligen Mitglieds befindet, so stimmen Personen aus dem Bereich Bank &

Finanzdienstleistungen zu 47% der Frage nach einer häufigeren Befragung zu, 45,5% stimmen teils zu, 7,5% stimmen der Frage nicht zu. Bei Personen aus landwirtschaftlichen Genossenschaften fällt die Antwort noch eindeutiger aus. So stimmen 53,8% der Frage zu, 40% stimmen ihr teils zu. Damit sind knapp 94% der Personen aus landwirtschaftlichen Genossenschaften der Meinung, dass ihre Meinung stärker gehört werden soll. Personen aus dem genossenschaftlichen Wohn- und Bausektor bewerten die Frage abweichend. So stimmen lediglich 19% der Frage vollkommen zu („stimme zu“), 66,7% teilweise, 14,3% nicht. Ob sich dieses abweichende Frageverhalten tatsächlich auf die Branche zurückführen lässt oder an der geringen Stichprobe liegt, kann in dieser Befragung nicht abschließend geklärt werden.

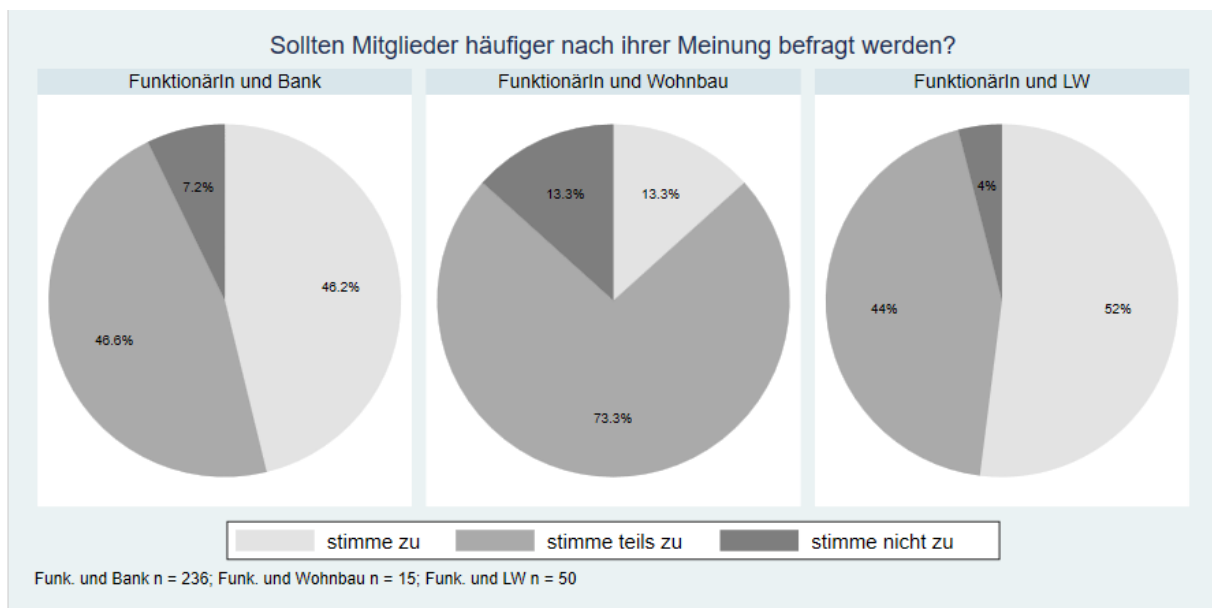


Abbildung 4.2 – 316: FunktionärIn und Branche – Befürwortung häufigerer Befragung von Mitgliedern

Bei einer weiteren Unterscheidung nach Funktionärinnen und Funktionären und der Branche, in der ihre Genossenschaft aktiv ist, zeigt sich, dass die branchenspezifischen Gewichtungen bestehen bleiben. Der Anteil an Funktionärinnen und Funktionären im Bereich Wohnen und Bauen, die mit „stimme teils zu“ antworten, steigt sogar noch einmal von 66,7% auf 73,2%. Der Anteil an „nein“-Stimmen bleibt weitestgehend konstant.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

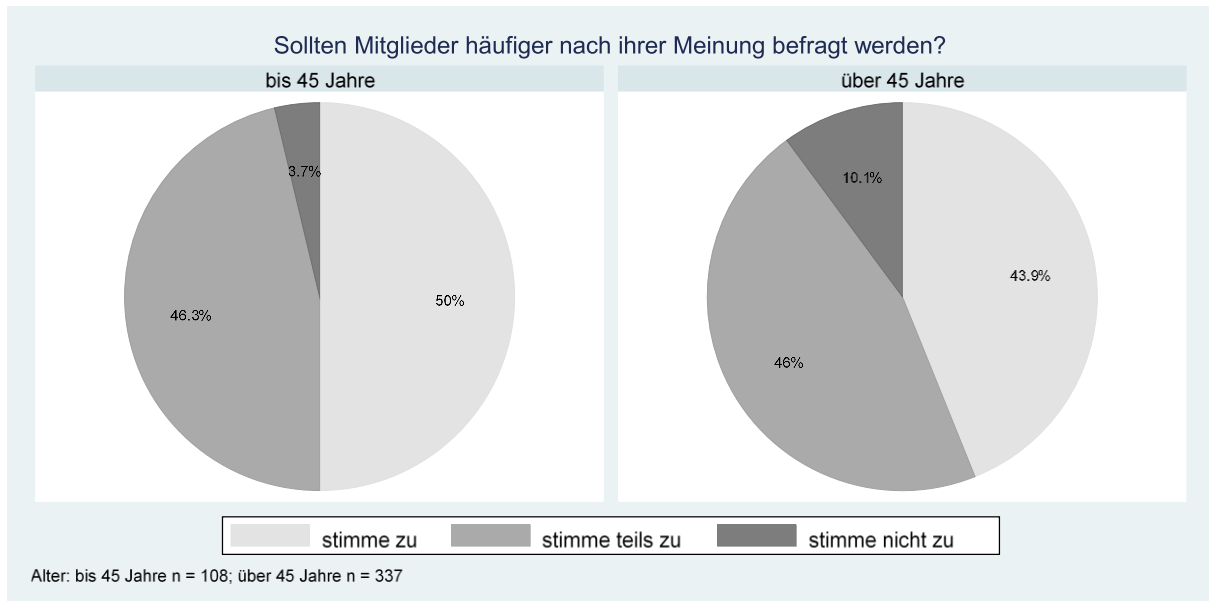


Abbildung 4.2 – 317: Alter – Befürwortung häufigerer Befragung von Mitgliedern

Beim Alter zeigen sich ebenfalls gewisse Unterschiede in der Beantwortung der Frage, ob Genossenschaftsmitglieder häufiger nach ihrer Meinung gefragt werden sollen. 50% der jüngeren Mitglieder stimmen der Aussage zu, 46,3% stimmen ihr teils zu. Bei den älteren Genossenschaftsmitgliedern sind es knapp 43%, die der Frage zustimmen, 46% stimmen ihr teils zu. Der Anteil an Personen, die hier mit „stimme nicht zu“ antworten, liegt bei 10%, bei den jüngeren Mitgliedern lediglich bei 3,7%.

Jüngere und ältere Mitglieder wünschen sich damit beide einen stärkeren Dialog, doch sehen jüngere Mitglieder die Notwendigkeit deutlich stärker.

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Hinsichtlich einer Unterscheidung nach Geschlecht kommt es zu keinen großen Unterschieden. Frauen stimmen der Aussage etwas häufiger zu (48% Frauen vs. 44,8% Männer), Männer antworten etwas häufiger mit „stimme teils zu“ (43% Frauen vs. 47% Männer).

c. Region der Genossenschaft

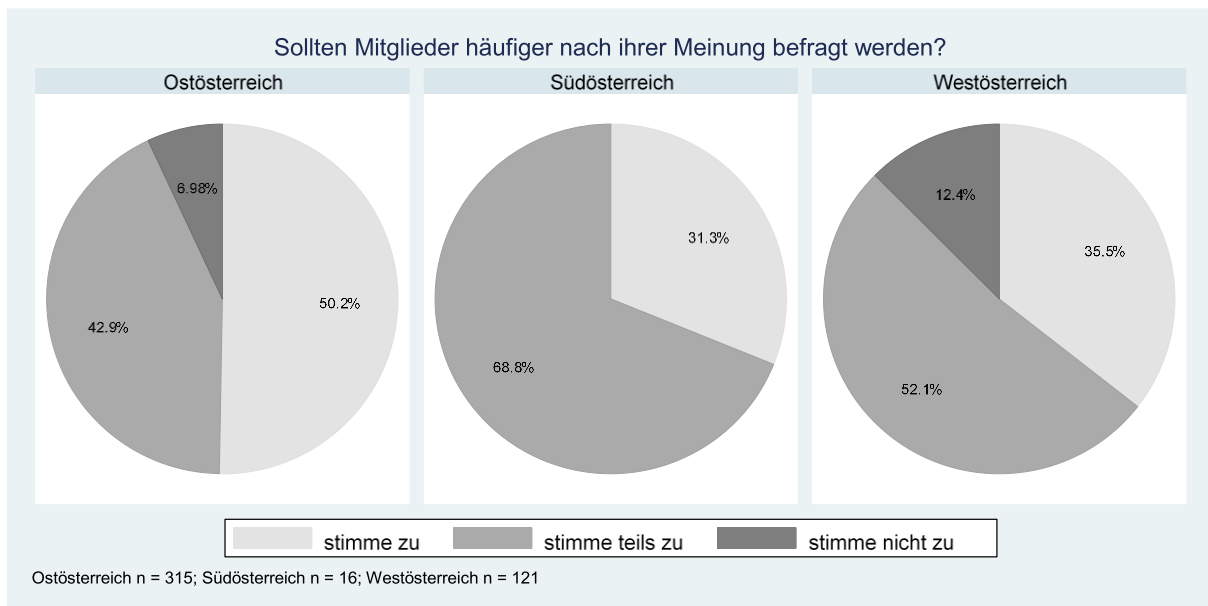


Abbildung 4.2 – 318: Region – Befürwortung häufigerer Befragung von Mitgliedern

Eine Unterscheidung nach Region gibt deutliche Unterschiede im Frageverhalten zwischen West- und Ostösterreich wieder. Südösterreich kann aufgrund der geringen Stichprobengröße nicht abschließend bewertet werden. So stimmen Genossenschaftsmitglieder aus Ostösterreich der Frage, ob Mitglieder häufiger nach ihrer Meinung befragt werden sollen, zu 50,2% zu, während es bei den Mitgliedern aus Westösterreich lediglich 35,5% sind. Hier stimmen 52,1% der Frage teils zu, in Ostösterreich sind es ca. 43%. Der Anteil an Personen, die auf die Frage mit „stimme nicht zu“ antworten, ist in Westösterreich mit 12,4% fast doppelt so hoch wie in Ostösterreich (ca. 7%)

d. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

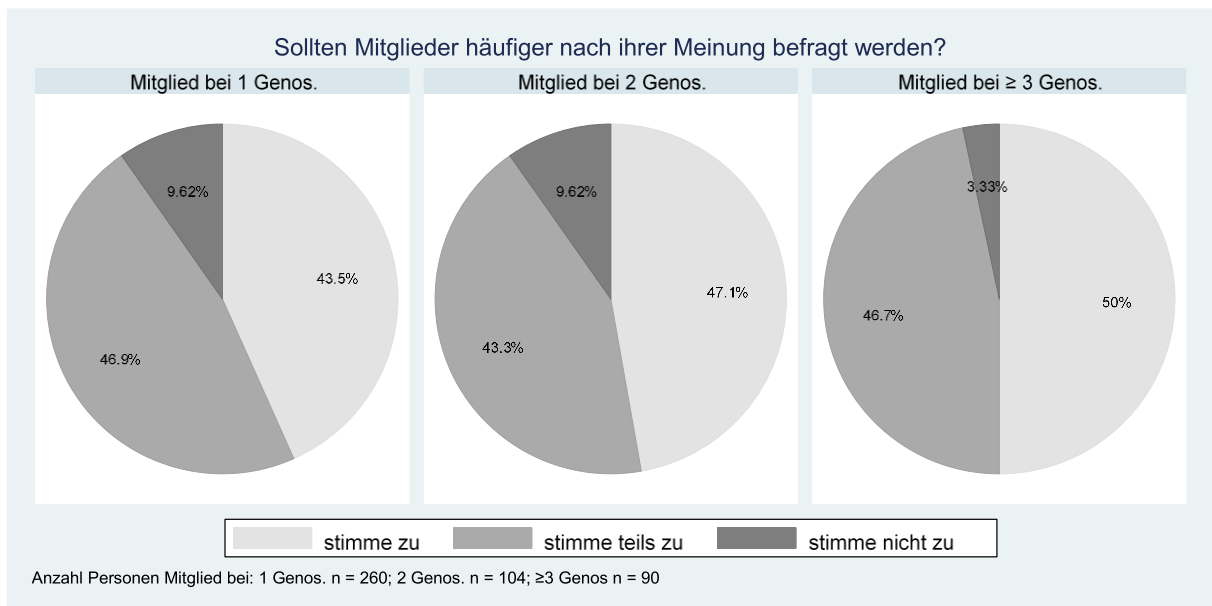


Abbildung 4.2 – 319: Anzahl Mitgliedschaften – Befürwortung häufigerer Befragung von Mitgliedern

Die Anzahl an Genossenschaftsmitgliedschaften hat ebenfalls eine Auswirkung auf das Frageverhalten. So antworten Personen, die bei drei oder mehr Genossenschaften Mitglied sind, häufiger mit „stimme zu“. 50% befürworten eine häufigere Konsultation der Mitglieder, bei Personen, die bei einer Genossenschaft Mitglied sind, sind es 43,5%. Bei Personen mit zwei Genossenschaftsmitgliedschaften liegt der Wert bei 47,1%, Der prozentuelle Anteil von Personen, die mit „stimme nicht zu“ antworten, ist bei Personen mit drei und mehr Genossenschaftsmitgliedschaften mit 3,3% am geringsten.

e. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

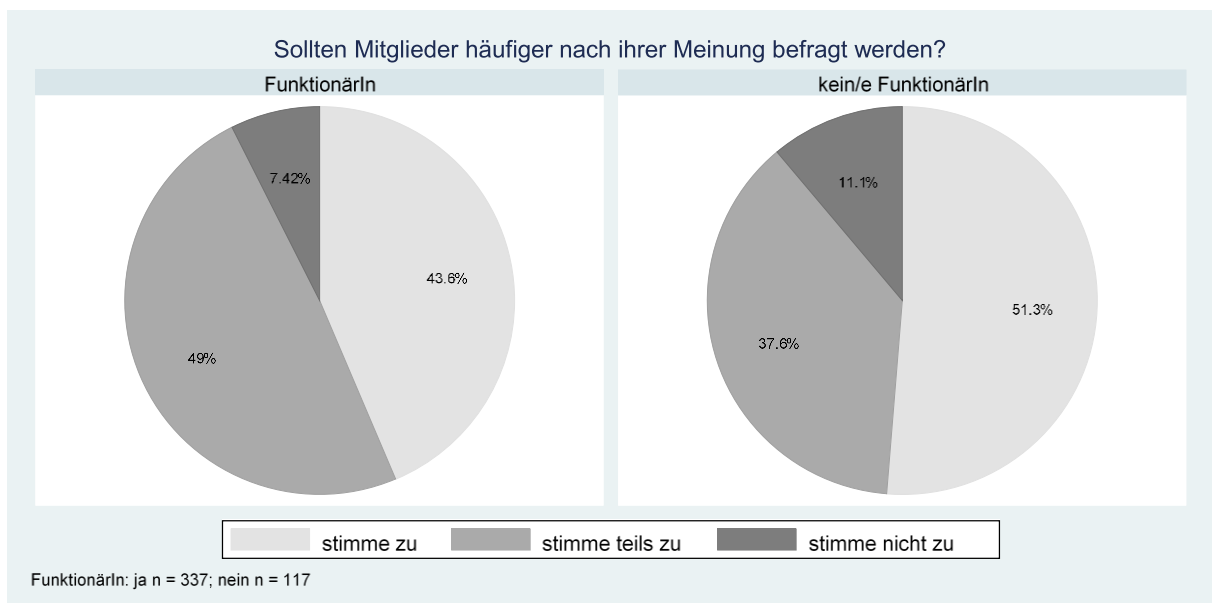


Abbildung 4.2 – 320: FunktionärIn – Befürwortung häufigerer Befragung von Mitgliedern

Sowohl Funktionärinnen und Funktionäre als auch reine Mitglieder wünschen sich mehrheitlich eine häufigere Befragung. Dabei ist der kombinierte Wert bei

Funktionärinnen und Funktionären mit 92,6% etwas höher als bei reinen Mitgliedern (88,9%). Allerdings stimmen reine Mitglieder mit 52,3% voll zu, während es bei Personen mit offizieller Funktion 43,6% sind. Hier ist dafür der Anteil an Personen, die der Frage teils zustimmen, mit 49% deutlich höher als bei den reinen Mitgliedern (37,6%). 11,1% der reinen Mitglieder lehnen eine häufigere Befragung ab, bei den Funktionärinnen und Funktionären sind es 7,4%.

f. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Die Höhe des formalen Bildungsabschlusses hat ebenfalls eine Auswirkung auf das Frageverhalten, doch ist die Varianz, verglichen mit anderen Fragen, eher gering.

g. Größe der Genossenschaft

Hinsichtlich einer Unterscheidung nach Größe der Genossenschaften kommt es nur zu unwesentlichen Abweichungen.

Zusammenfassend ist bezüglich der Frage, ob Genossenschaftsmitglieder häufiger nach ihrer Meinung gefragt werden sollen, festzustellen, dass der überwiegende Teil der Mitglieder stärker in eine Entscheidungsfindung einbezogen werden möchte. Am intensivsten wünschen sich Mitglieder aus landwirtschaftlichen Genossenschaften gehört zu werden. Jedenfalls möchten Funktionärinnen und Funktionäre befragt werden, ebenso jüngere Mitglieder und Genossenschafter aus dem Osten sowie von mehreren Genossenschaften.

Die Gesamtschau des Clusters über Unterschiede von Änderungsbedarf bei Genossenschaften zeigt, dass eine Mehrheit der Mitglieder eine Notwendigkeit zur Restrukturierung des Genossenschaftswesens sieht, Mehrfachfunktionen werden als nicht kritisch betrachtet, wobei ein Großteil der Mitglieder hier keine dezidierte Meinung hat. Jedenfalls wird eine häufigere Konsultierung der Mitglieder als wünschenswert genannt. Die Ergebnisse zeigen zwar einen eindeutigen Trend, divergieren aber zwischen einzelnen Gruppen.

4.2.8. Digitalisierung

Kapitel 4.2.8. fasst folgende Fragen der Mitgliederbefragung zusammen:

- Frage M.32: „Ich begrüße, dass Mitgliederversammlungen aufgrund der aktuellen Situation digital durchgeführt werden können“
- Frage M.33: „Die Möglichkeit digitaler Sitzungen / Abstimmungen bei Genossenschaften soll auch nach der Krise beibehalten werden“
- Frage M.34: „Ich werde an der digitalen Mitgliederversammlung teilnehmen“
- Frage M.35: „Ich nahm in der Vergangenheit regelmäßig an den physischen Mitgliederversammlungen teil“
- Frage M.36: „Ziehen Sie die Verschiebung der ordentlichen Mitgliederversammlung auf einen späteren Zeitpunkt, an dem man sich wieder regulär treffen kann, der virtuellen Versammlung vor?“
- Frage M.37: „Warum ziehen Sie die Verschiebung der ordentlichen Mitgliederversammlung auf einen späteren Zeitpunkt, an dem man sich wieder regulär treffen kann, der virtuellen Versammlung vor?“
- Frage M.38: „In welchen Bereichen sehen Sie die Digitalisierung als besonders wichtig?“
- Frage M.39: „Kreuzen Sie die für Sie 5 wichtigsten Vorteile der Digitalisierung für Ihre Genossenschaft an!“
- Frage M.40: „Kreuzen Sie die für Sie 5 wichtigsten Nachteile der Digitalisierung für Ihre Genossenschaft an!“

Das Ziel des Clusters vertieft die Nachfrage nach Veränderung und konzentriert sich auf Detailfragen hinsichtlich Digitalisierung. Sie wurden aus den Ergebnissen der der Fragen D.16 und D.17 der Delphi-Studie in Kapitel 4.1.8. abgeleitet.

Frage M.32 – Zustimmung temporärer digitaler Mitgliederversammlungen

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

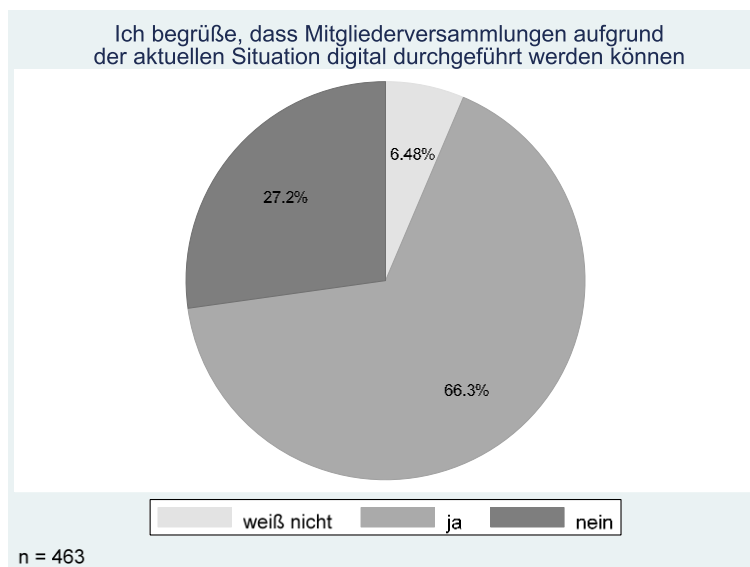


Abbildung 4.2 – 321: Gesamtansicht – Zustimmung temporärer digitaler Mitgliederversammlungen

Die hier angeführte Frage nach der Akzeptanz digitaler Mitgliederversammlungen, die durch die COVID-19 Situation notwendig geworden sind, zeigt, dass die Mitglieder mit der virtuellen Durchführung einverstanden sind. 66,3% stimmen auf die Frage: „Ich begrüße, dass Mitgliederversammlungen aufgrund der aktuellen Situation digital durchgeführt werden können“, mit „ja“. 27,2% sagen, dass sie digitale Mitgliederversammlungen nicht begrüßen, 6,5% stimmen mit „weiß nicht“.

B) Detailauswertung nach Branchen

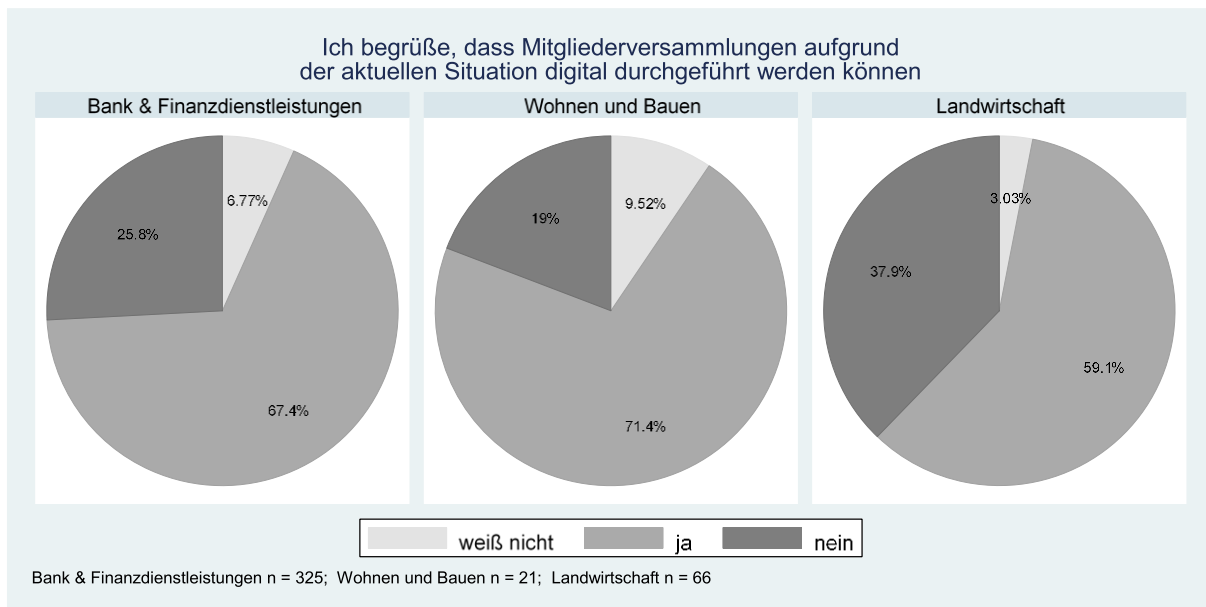


Abbildung 4.2 – 322: Branche – Zustimmung temporärer digitaler Mitgliederversammlungen

Das in der Gesamtansicht gezeigte Bild setzt sich bei einer Betrachtung nach Branchen im Sektor Bank & Finanzdienstleistungen fort. Zwei Drittel begrüßen die aufgrund der aktuellen Situation digital durchgeführten Mitglieder-versammlungen, 25,8% sind dagegen. Bei Personen aus dem Sektor Landwirtschaft ist eine größere ablehnende Haltung gegenüber virtuellen Mitgliederversammlungen auszumachen. 37,9% stimmen hier mit „nein“, 59,1% mit „ja“. Die Branche Wohnen und Bauen zeigt die größte Affinität gegenüber digitalen Mitgliederversammlungen. Hier stimmen 71,4% mit „ja“, 19% mit „nein“, wobei die Aussagekraft dieses Sektors aufgrund der geringen Stichprobenanzahl begrenzt ist.

D) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

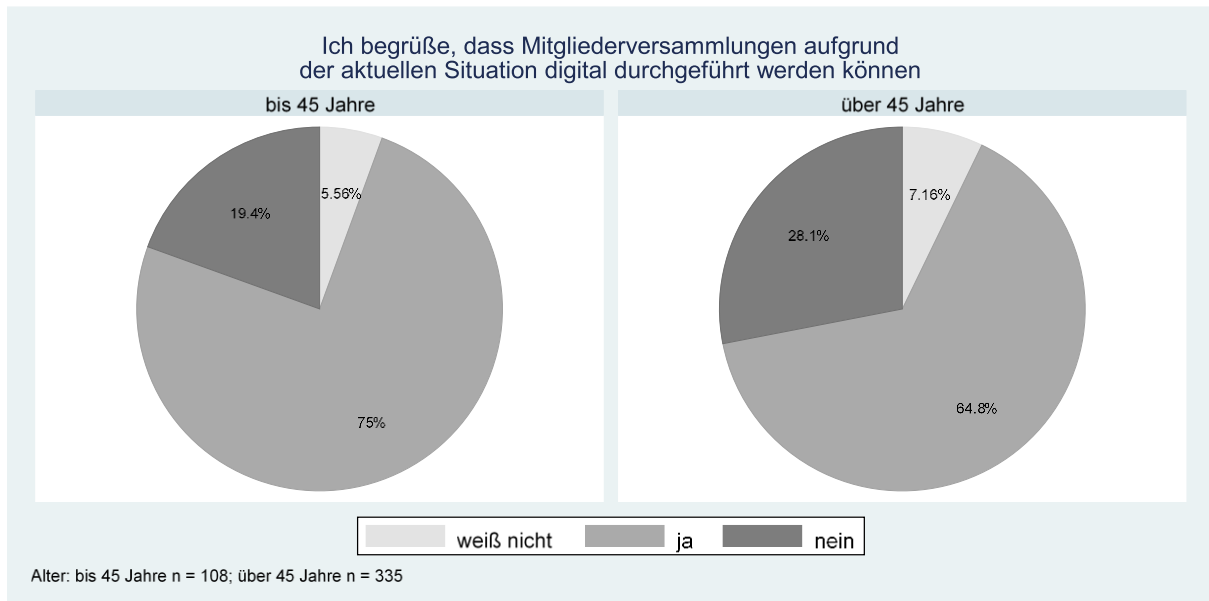


Abbildung 4.2 – 323: Alter – Zustimmung temporärer digitaler Mitgliederversammlungen

Hinsichtlich einer Differenzierung nach Alter sind ebenfalls Unterschiede auszumachen. So begrüßen jüngere Genossenschaftsmitglieder eher, dass Mitgliederversammlungen aufgrund der aktuellen Situation digital durchgeführt werden können. Sie stimmen zu 75% mit „ja“, während es bei den Mitgliedern über 45 Jahre ca. 65% sind. Der Anteil an „nein“-Stimmen ist entsprechend niedriger. Bei den Personen unter 45 Jahren sind es 19,4%, die mit „nein“ stimmen, bei den älteren Genossenschaftsmitgliedern sind es 28,1%.

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

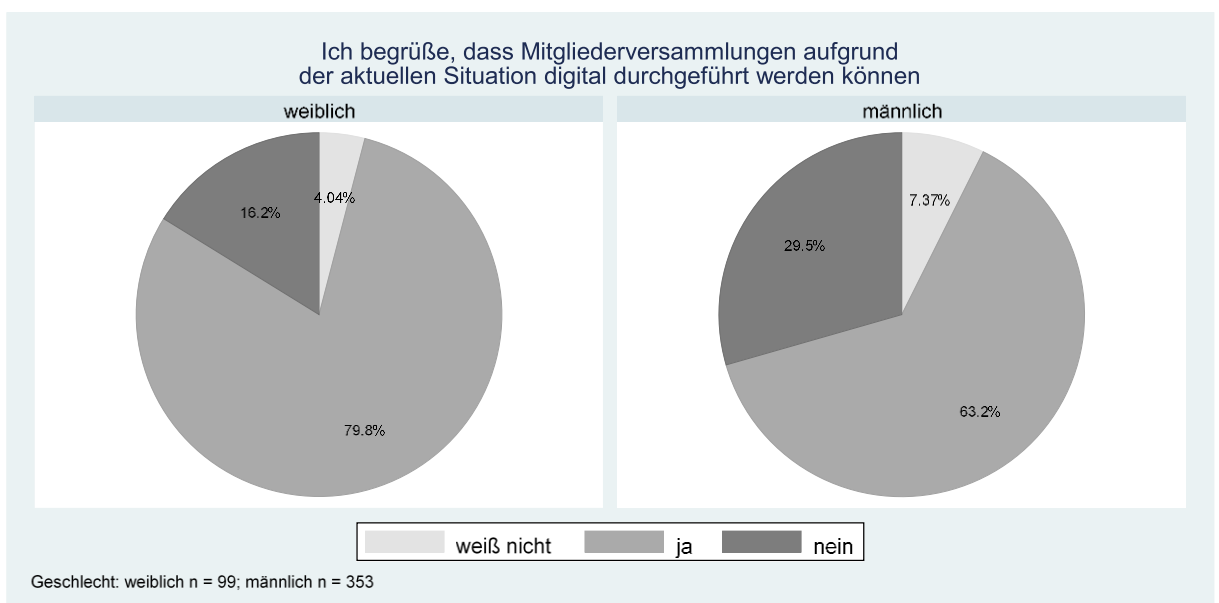


Abbildung 4.2 – 324: Geschlecht – Zustimmung temporärer digitaler Mitgliederversammlungen

Das Geschlecht hat ebenfalls eine Auswirkung auf das Antwortverhalten. So begrüßen Frauen die Möglichkeit der Durchführung digitaler Mitgliederversammlungen aufgrund der COVID-19 Situation zu ca. 80%, während es bei den Männern mit 63,2% deutlich weniger sind. 16,2% der Frauen äußern sich negativ gegenüber der Möglichkeit digitaler Mitglieder-versammlungen, bei den Männern sind es mit knapp 30% prozentuell gesehen fast doppelt so viele.

c. Region der Genossenschaft

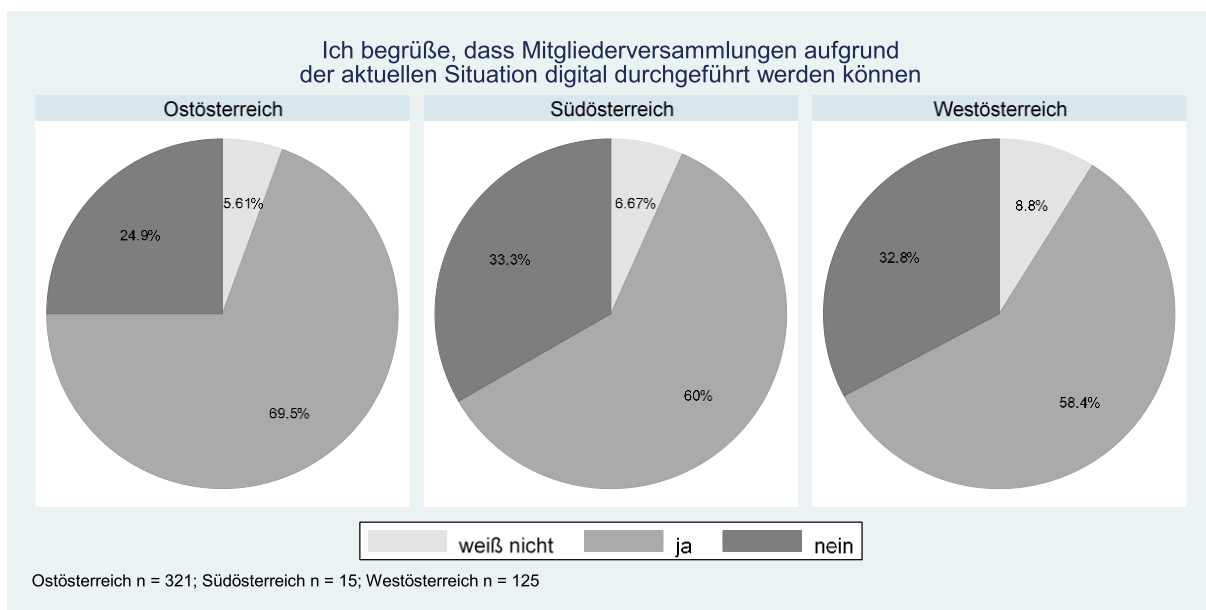


Abbildung 4.2 – 325: Region – Zustimmung temporärer digitaler Mitgliederversammlungen

Eine Unterscheidung nach Region hat ebenfalls Auswirkungen auf das Antwortverhalten. So begrüßen Personen aus Ostösterreich die Möglichkeit digitaler Mitgliederversammlung prozentuell gesehen stärker (ca. 70%) als Personen aus Westösterreich (58,4%). Personen aus Südösterreich kommen auf einen Wert von 60%, doch ist die Stichprobenanzahl hier zu gering, um generalisierbare Aussagen treffen zu können. 32,8% der Personen aus Westösterreich wählen die Antwortoption „nein“ und begrüßen somit die Möglichkeit der Durchführung virtueller Mitgliederversammlungen dezidiert nicht, bei Personen, deren Genossenschaft sich in Ostösterreich befindet, sind es ca. 25%.

d. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

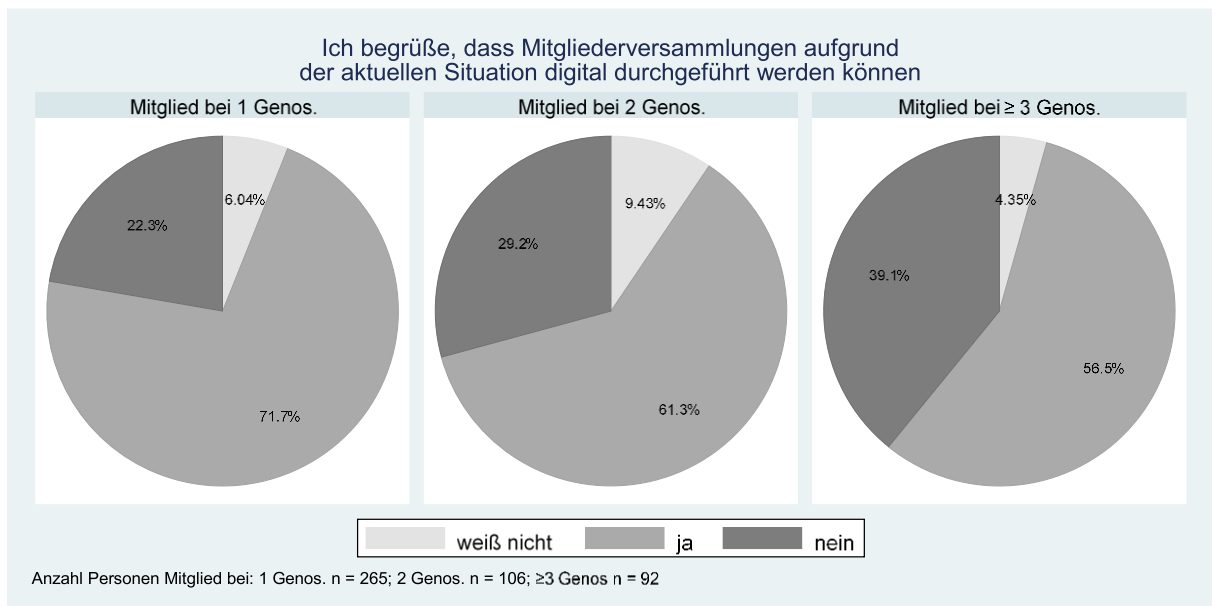


Abbildung 4.2 – 326: Anzahl Mitgliedschaften – Zustimmung temporärer digitaler Mitgliederversammlungen

Die Differenzierung nach Anzahl an Mitgliedschaften der befragten Genossenschaftsmitglieder führt ebenfalls zu unterschiedlichen Bewertungen. Personen, die bei einer Genossenschaft Mitglied sind, antworten zu 71,7% mit „ja“. Die prozentuelle Zustimmung schwindet mit der Anzahl an Mitgliedschaften. So sind es bei Personen, die bei zwei Genossenschaften Mitglied sind, 61,3%. Personen, die bei drei oder mehr Genossenschaften aktiv sind, bewerten die Aussage im Vergleich noch einmal ablehnender, hier sind es lediglich 56,5%, die mit „ja“ stimmen. Entsprechend steigt der Anteil an „nein“-Stimmen, der hier mit knapp 40% am höchsten ist. Bei Personen mit zwei Mitgliedschaften stimmen 29,2% mit „nein“, bei Personen mit einer Genossenschaftsmitgliedschaft 22,3%.

e. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

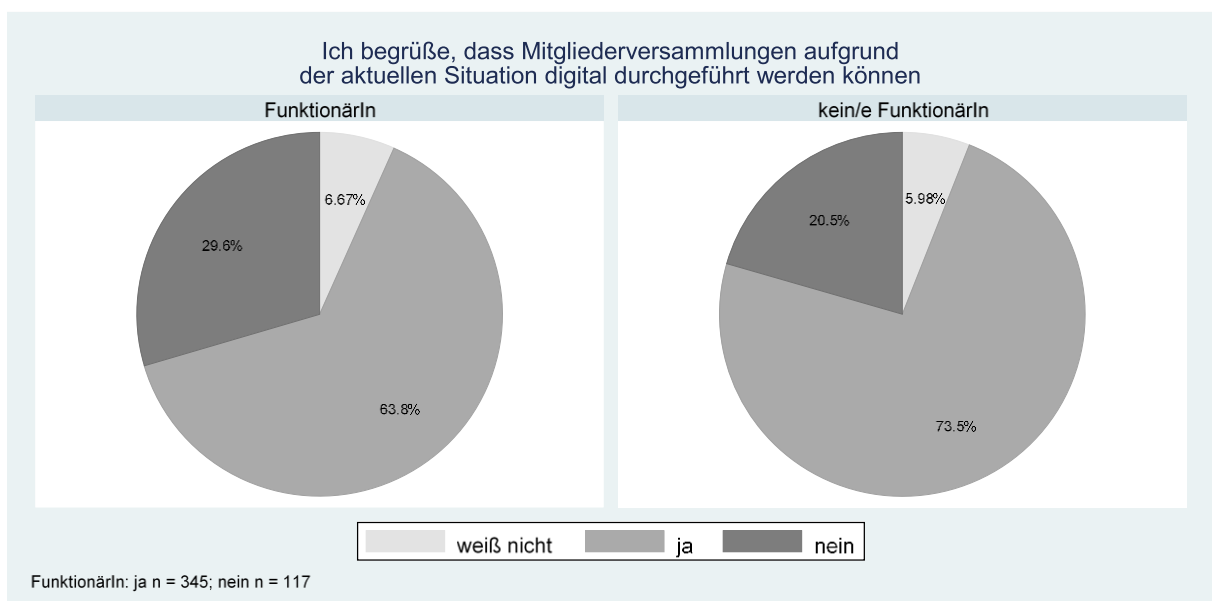


Abbildung 4.2 – 327: FunktionärIn – Zustimmung temporärer digitaler Mitgliederversammlungen

Betrachtet man die Ergebnisse getrennt nach den Aussagen von Personen mit offizieller Funktion in der Genossenschaft und jenen ohne offizielle Funktion, so begrüßen die reinen Mitglieder die Möglichkeit der Durchführung digitaler Mitgliederversammlungen mit einem prozentuellen Anteil an „ja“-Stimmen von 73,5% deutlicher als Funktionärinnen und Funktionäre. Hier liegt der Anteil bei 63,8%. Der Anteil an „nein“-Stimmen ist dort mit 29,6% entsprechend höher als bei Personen ohne offizielle Funktion (20,5%).

f. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

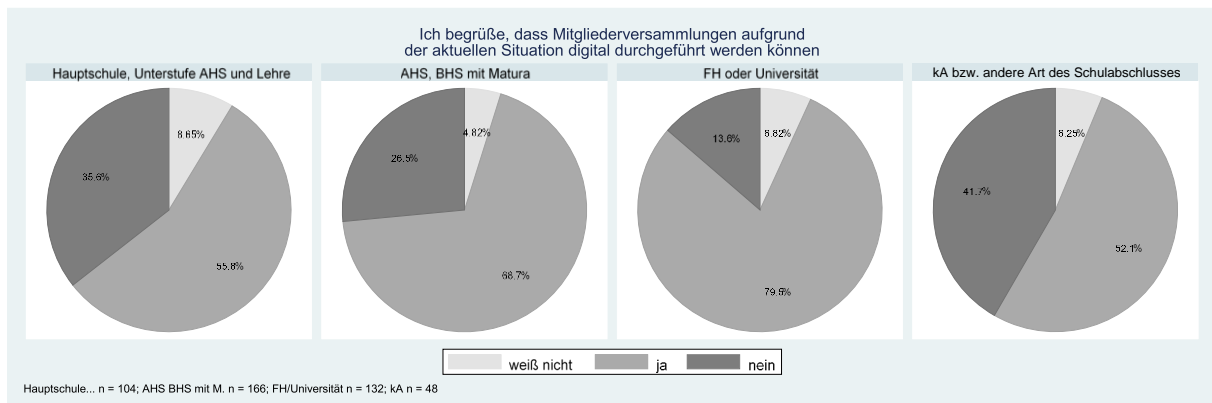


Abbildung 4.2 – 328: Bildung – Zustimmung temporärer digitaler Mitgliederversammlungen

Die Differenzierung nach formalem Schulabschluss zeigt ebenfalls Unterschiede. So begrüßen Personen mit AHS, BHS mit Matura und jene mit Hochschulabschluss die Möglichkeit der digitalen Durchführung von Mitgliederversammlungen deutlich stärker (66,7% bzw. 79,5%) als Personen mit Hauptschulabschluss, Unterstufe AHS und Lehre bzw. Personen, die keine Angabe zur Art ihres Schulabschlusses machen (55,8% bzw. 52,1%). Der Anteil an „nein“-Stimmen ist dort entsprechend höher.

g. Größe der Genossenschaft

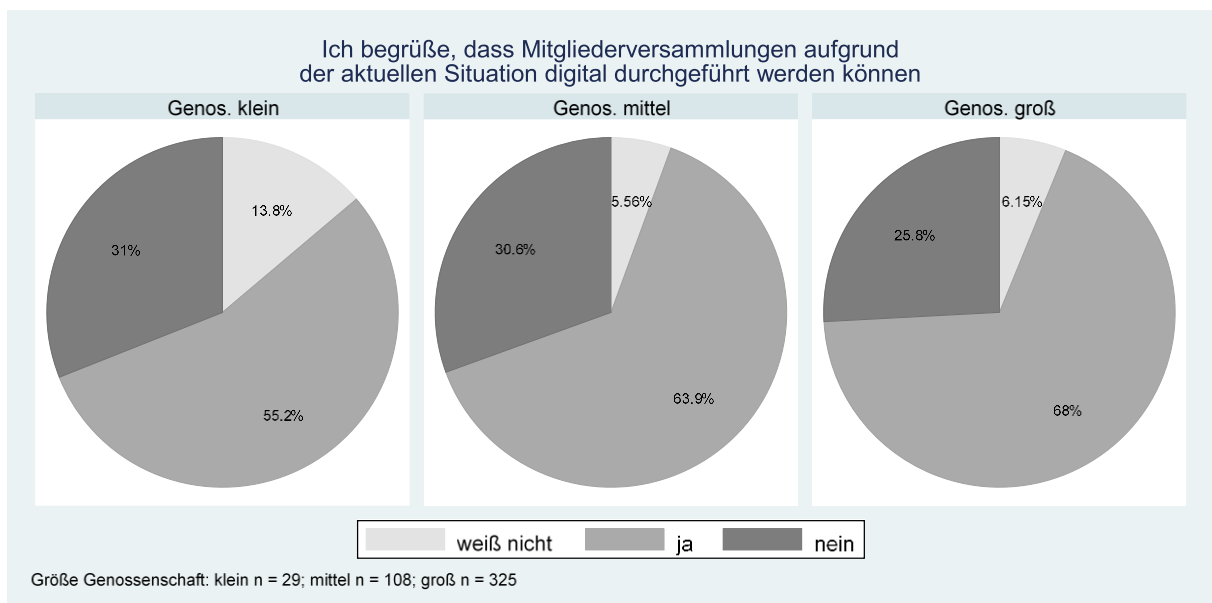


Abbildung 4.2 – 329: Größe Genossenschaften – Zustimmung temporärer digitaler Mitgliederversammlungen

Die Größe der Genossenschaft hat ebenfalls einen Einfluss auf das Antwortverhalten. So stimmen Personen aus kleinen Genossenschaften der Frage, ob sie es begrüßen, dass Mitgliederversammlungen digital durchgeführt werden, zu lediglich 55,2% zu. Der Zustimmungswert steigt mit der Größe der Genossenschaft. So sind es bei Personen, die bei Genossenschaften mittlerer Größe aktiv sind, 63,9%. 68% der Personen, die bei großen Genossenschaften Mitglied sind, begrüßen die digitale Durchführung von Mitgliederversammlungen. Die ablehnende Haltung ist bei Personen von kleinen und mittleren Genossenschaften mit ca. 30% ähnlich hoch, während sie bei großen Genossenschaften mit 25,8% etwas geringer ist.

Zusammenfassend ist bezüglich der Zustimmung zu der Aussage: „Ich begrüße, dass Mitgliederversammlungen aufgrund der aktuellen Situation digital durchgeführt werden können“ festzustellen, dass eine große Mehrheit der Mitglieder in Krisenzeiten digitale Treffen befürworten. Jüngere Genossenschaftsmitglieder, Frauen, Genossenschaften aus Ostösterreich und Personen mit hoher formaler Bildung äußern sich noch offener zur Nutzung digitaler Mitgliederveranstaltungen in Krisenzeiten. Bei je mehr Genossenschaften man Mitglied ist bzw. je kleiner die Genossenschaft ist, desto mehr werden persönliche Treffen bevorzugt.

Frage M.33 – Beibehaltung digitaler Abstimmungen auch nach der Krise

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

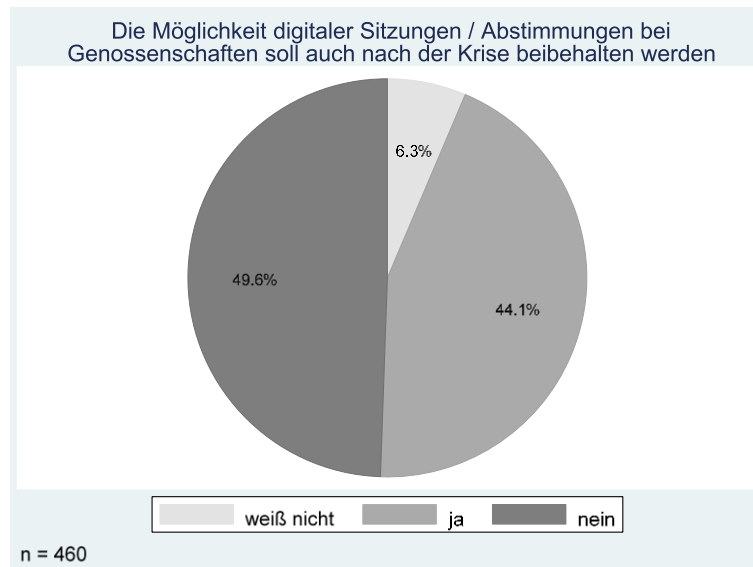


Abbildung 4.2 – 330: Gesamtansicht – Beibehaltung digitaler Abstimmungen

Die Frage nach der Zustimmung, ob die Möglichkeit digitaler Sitzungen / Abstimmungen bei Genossenschaften auch nach der Krise beibehalten werden soll, zeigt in der Gesamtübersicht eine Aufteilung in zwei fast gleichgroße Lager. So antworten knapp 50% mit „nein“, die Möglichkeit digitaler Sitzungen solle nicht beibehalten werden, 44,1% antworten mit „ja“, sie solle beibehalten werden. 6,3% stimmen mit „weiß nicht“.

B) Detailauswertung nach Branchen

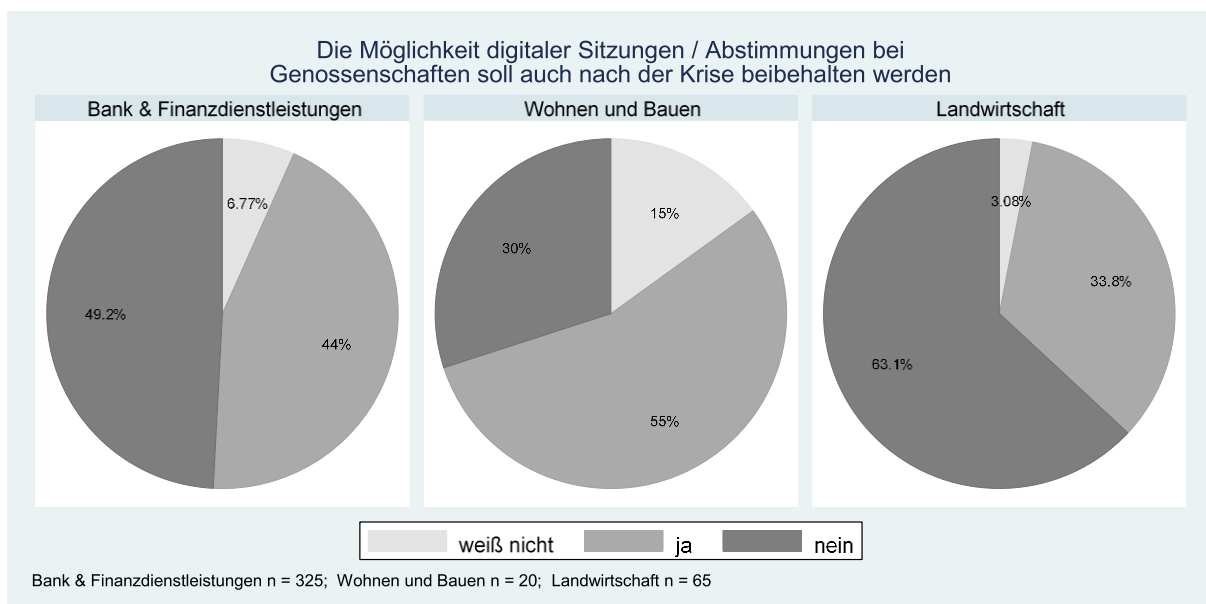


Abbildung 4.2 – 331: Branche – Beibehaltung digitaler Abstimmungen

Differenziert man die Aussage weiter nach Branche, so ergeben sich hier unterschiedliche Mehrheiten. Die Aussage der Personen, deren Genossenschaft sich im

Bereich Bank & Finanzdienstleistungen befindet, spiegelt im Wesentlichen die Verteilung aus der Gesamtansicht wieder. Personen aus der genossenschaftlichen Landwirtschaft äußern sich in Bezug auf die Beibehaltung der Möglichkeit digitaler Abstimmungen / Sitzungen mit 63,1% mehrheitlich ablehnend. Lediglich 33,8% stimmen der Aussage zu. Ein anders Bild zeigt sich bei der Betrachtung der Personen aus dem Bereich Wohnen und Bauen. Hier sind 55% für die Beibehaltung der Möglichkeit, Sitzungen und Abstimmungen auch digital durchführen zu können. 30% sind dagegen, wobei hier erneut auf den geringen Stichprobenanteil hingewiesen werden muss, der eine Generalisierung der Aussage schwierig macht.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

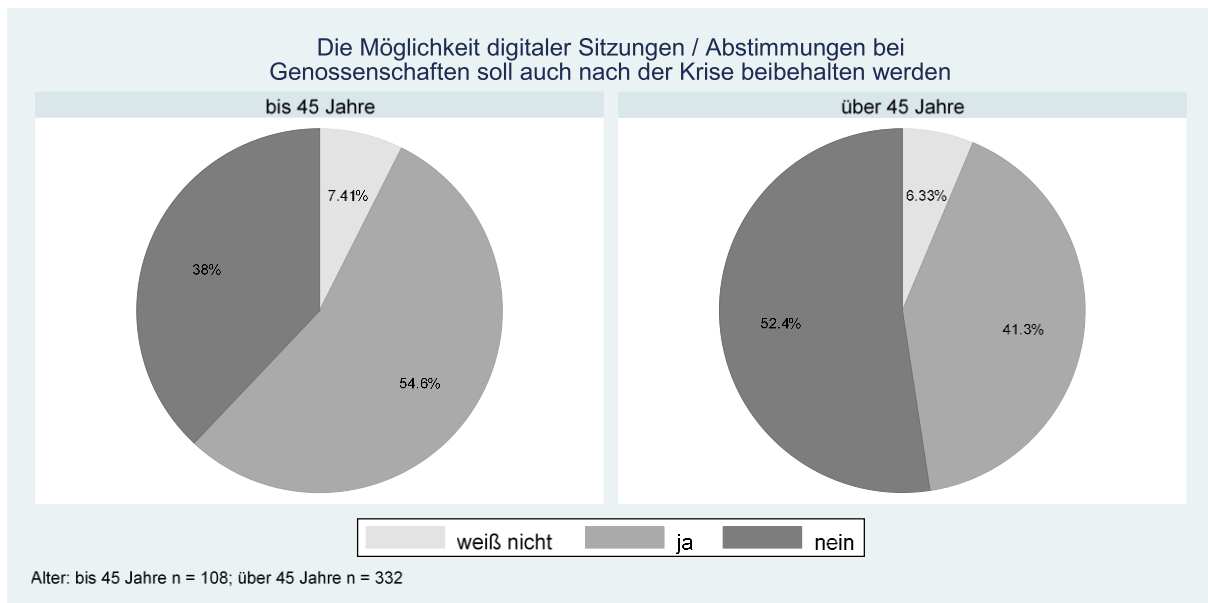


Abbildung 4.2 – 332: Alter – Beibehaltung digitaler Abstimmungen

Das Alter der Genossenschaftsmitglieder hat erwartungsgemäß eine Auswirkung auf das Antwortverhalten. So äußern sich 54,6% der jüngeren Genossenschaftsmitglieder positiv über die Beibehaltung der Möglichkeit digitaler Sitzungen und Abstimmungen. 38% äußern sich ablehnend. Bei älteren Genossenschaftsmitgliedern ist das Bild beinahe umgekehrt. 52,4% äußern sich ablehnend, während 41,3% die Beibehaltung präferieren.

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

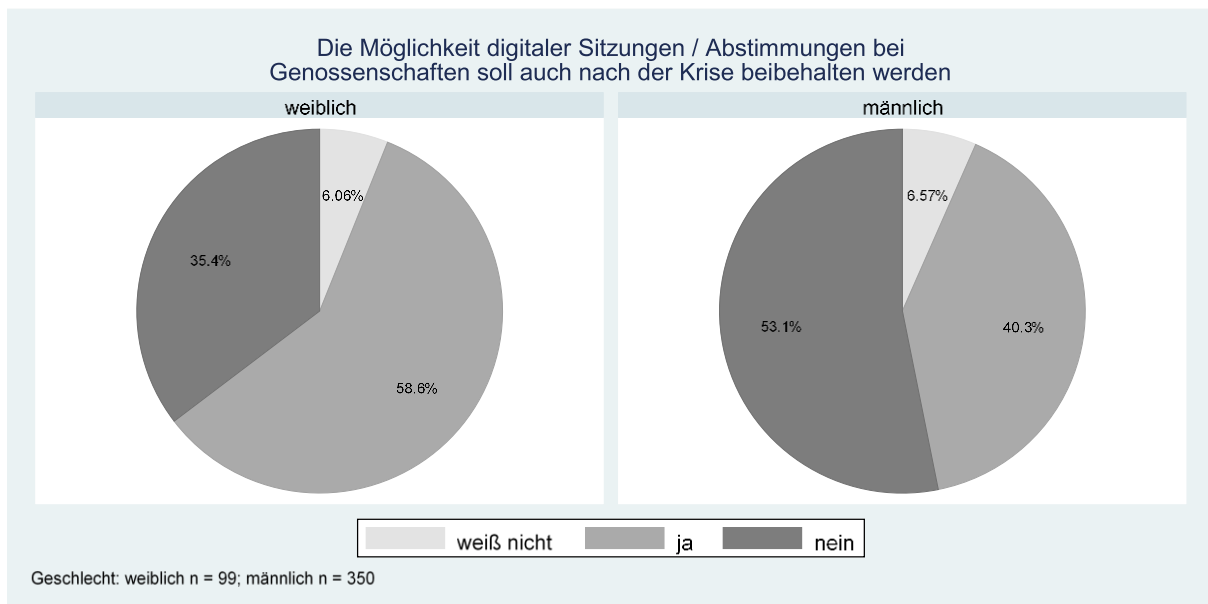


Abbildung 4.2 – 333: Geschlecht – Beibehaltung digitaler Abstimmungen

Ein ähnliches Bild zeigt sich bei einer Unterscheidung nach Geschlecht. Frauen stimmen der Beibehaltung der Möglichkeit, Sitzungen und Abstimmungen auch digital durchführen zu können, zu 58,6% zu, 35,4% äußern sich ablehnend. Männer stimmen zu 53,1% mit „nein“. Damit ist eine Mehrheit gegen die Beibehaltung, 40,3% äußern sich positiv.

c. Region der Genossenschaft

Die Region hat keine großen Auswirkungen auf das Antwortverhalten. Lediglich Südösterreich weicht von der Betrachtung etwas ab, doch ist hier die Stichprobe zu klein, um zu klären, ob diese Abweichung genereller Natur ist oder lediglich an der geringen Stichprobenanzahl liegt.

d. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

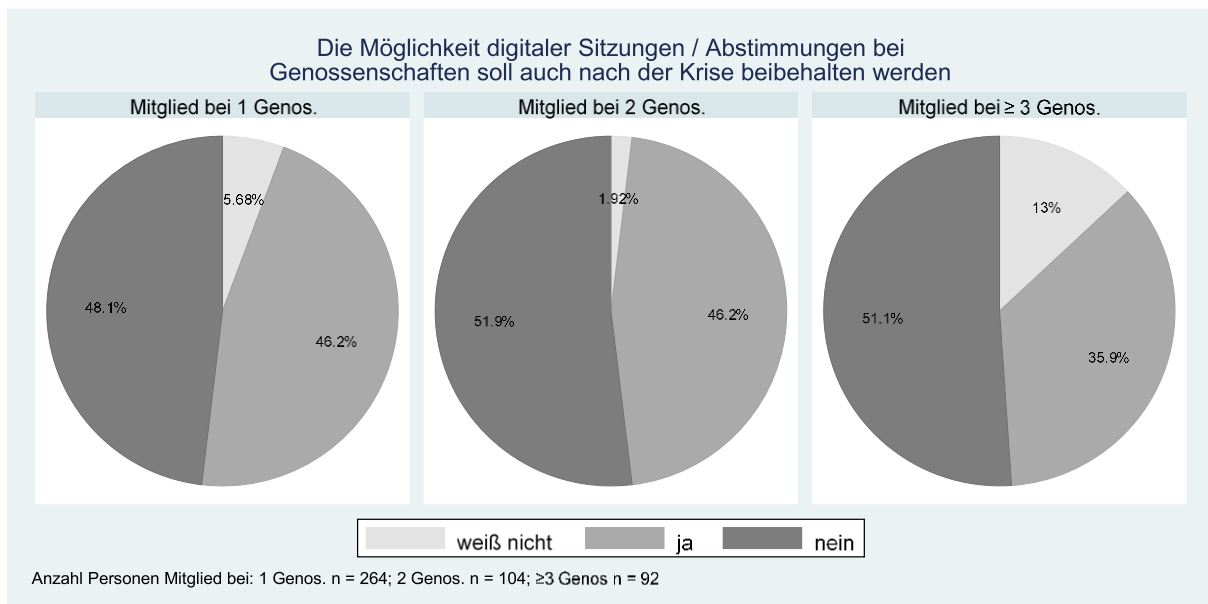


Abbildung 4.2 – 334: Anzahl Mitgliedschaften – Beibehaltung digitaler Abstimmungen

Die Anzahl der Mitgliedschaften hat ebenfalls Einfluss auf das Antwortverhalten, doch sind die Unterschiede, was die negative Antwort betrifft, verglichen mit anderen Detailauswertungen, nicht so ausgeprägt. So stimmen Personen, die Mitglied bei einer Genossenschaft sind, zu 48,1% mit „nein“, bei Personen, die Mitglied bei zwei Genossenschaften sind, sind es 51,9%, bei Personen mit drei und mehr Mitgliedschaften 51,9%. Der Anteil an „ja“-Antworten variiert etwas stärker. So stimmen Personen mit ein oder zwei Mitgliedschaften zu jeweils 46,2% mit „ja“, die Möglichkeit der Durchführung digitaler Sitzungen / Abstimmungen soll auch nach der Krise beibehalten werden, bei Personen mit drei und mehr Mitgliedschaften sind es 35,9%. Hier ist der Anteil an Personen, die mit „weiß nicht“ antworten, mit 13% am höchsten.

e. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

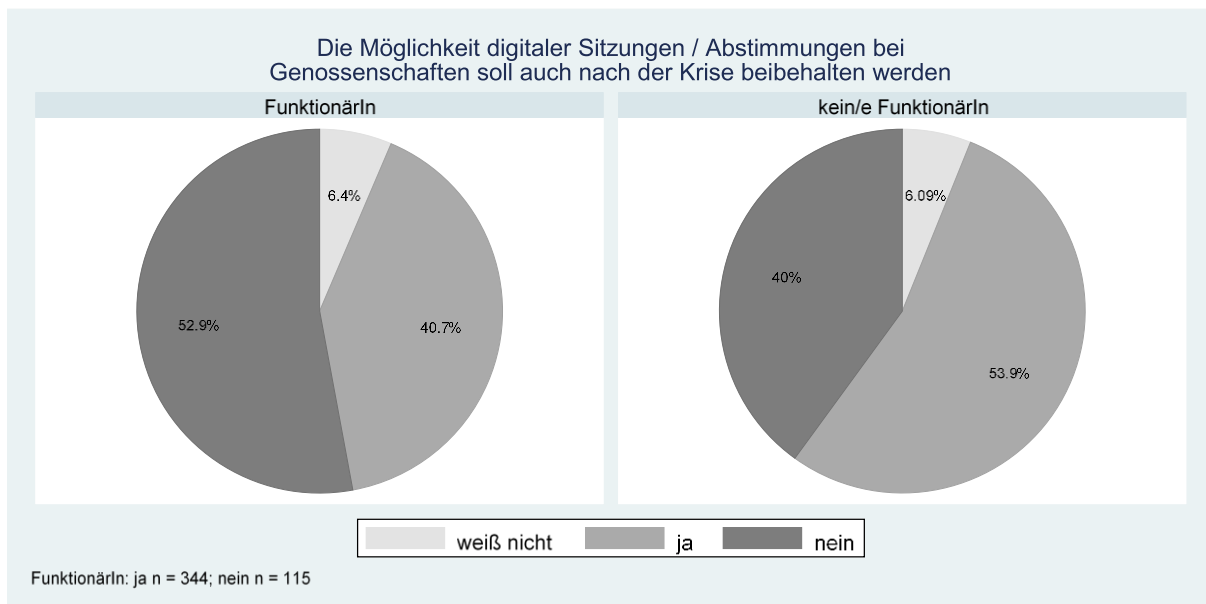


Abbildung 4.2 – 335: FunktionärIn – Beibehaltung digitaler Abstimmungen

Eine Unterscheidung nach der Funktion, die die Person innerhalb der Genossenschaft einnimmt, zeigt ebenfalls ein divergierendes Antwortverhalten auf die Frage, ob die Möglichkeit digitaler Sitzungen / Abstimmungen bei Genossenschaften auch nach der Krise beibehalten werden soll. So antworten Personen mit offizieller Funktion in der Genossenschaft mehrheitlich ablehnend. 52,9% stimmen mit „nein“, lediglich 40,7% mit „ja“. Bei reinen Mitgliedern ist das Antwortverhalten genau umgekehrt. 53,9% begrüßen eine Beibehaltung, während sich 40% ablehnend äußern.

f. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

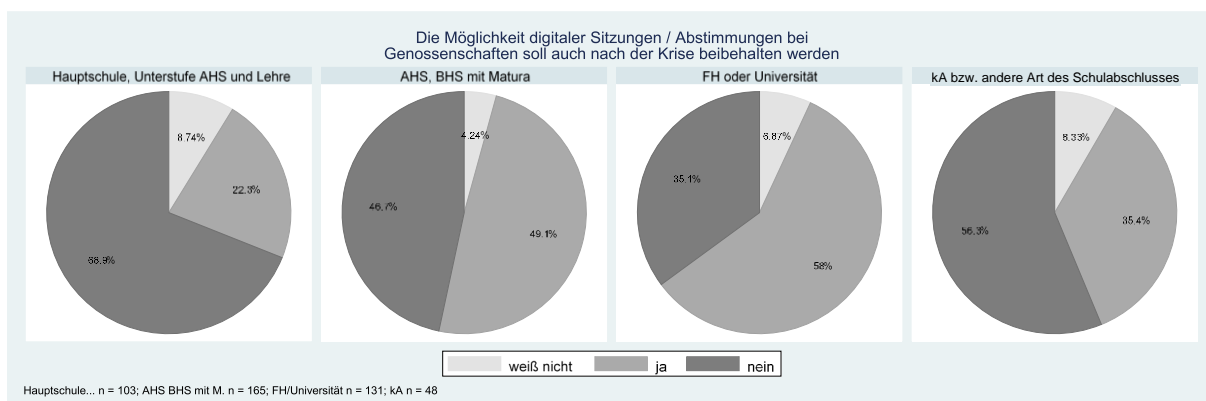


Abbildung 4.2 – 336: Bildung – Beibehaltung digitaler Abstimmungen

Differenziert man nach dem formal höchsten Bildungsabschluss der befragten Personen, so zeigen sich auch hier Unterschiede. Personen mit höherem formalem Bildungsabschluss äußern sich eher zustimmend bezüglich der Aussage, ob die Möglichkeit digitaler Sitzungen / Abstimmungen auch nach der Krise beibehalten werden soll, Personen mit niedrigerem Bildungsabschluss eher ablehnend. So stimmen Personen mit Hochschulabschluss zu 56% mit „ja“ und zu 35,1% mit „nein“. Personen

mit Hauptschulabschluss, Unterstufe AHS und Lehre stimmen dagegen zu 66,9% mit „nein“ und lediglich 22,3% mit „ja“. Personen mit AHS und BHS mit Matura liegen in der Mitte. Sie äußern sich zu 49,1% zustimmend, zu 46,7% ablehnend. Personen, die keine Angaben über die Art ihres Schulabschlusses machen, äußern sich ebenfalls ablehnend. 56,3% stimmen mit „nein“, 35,4% mit „ja“.

g. Größe der Genossenschaft

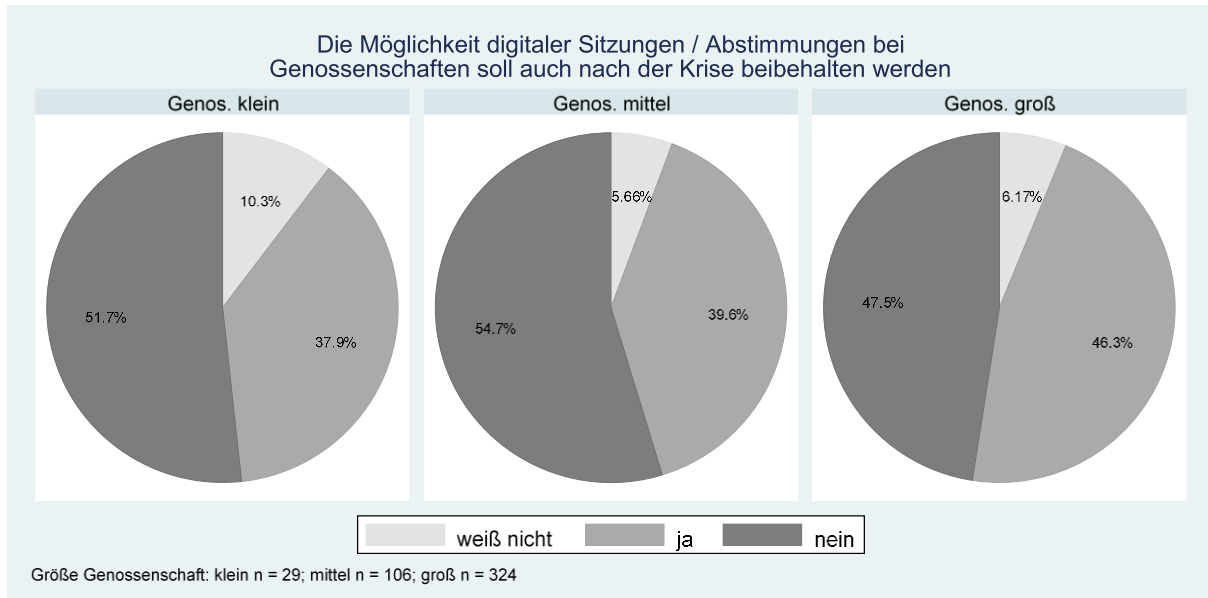


Abbildung 4.2 – 337: Größe Genossenschaft – Beibehaltung digitaler Abstimmungen

Die Größe der Genossenschaft hat ebenfalls einen Einfluss auf das Antwortverhalten, doch fällt die Auswirkung verglichen mit anderen Detailauswertungen weniger stark aus, wobei sich die Mitglieder mit zunehmender Größe der Genossenschaft positiver äußern. Personen, die Mitglieder kleiner Genossenschaften sind, stimmen zu 51,7% mit „nein“, zu 37,9% mit „ja“. Bei Personen, die Mitglied von Genossenschaften mittlerer Größe sind, fällt die ablehnende Haltung mit 54,7% etwas stärker aus, wobei auch der Anteil an Personen, die mit „ja“ antworten, mit 39,6% etwas höher ist. Personen, die Mitglied großer Genossenschaften sind, sind der Aussage gegenüber relativ indifferent. 47,5% antworten mit „nein“, 46,3% mit „ja“.

Zusammenfassend ist bezüglich der Aussage, dass die Möglichkeit digitaler Sitzungen / Abstimmungen bei Genossenschaften auch nach der Krise beibehalten werden soll, festzustellen, dass entgegen den Krisenzeiten keine eindeutige Präferenz mehr zu erkennen ist. Besonders Mitglieder aus landwirtschaftlichen Genossenschaften und kleinen Genossenschaften, ältere Mitglieder, Männer und Funktionärinnen und Funktionäre sowie Mitglieder mit geringerer formaler Ausbildung sprechen sich gegen eine Beibehaltung digitaler Sitzungen aus.

Frage M.34 – Teilnahmebereitschaft (digital)

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

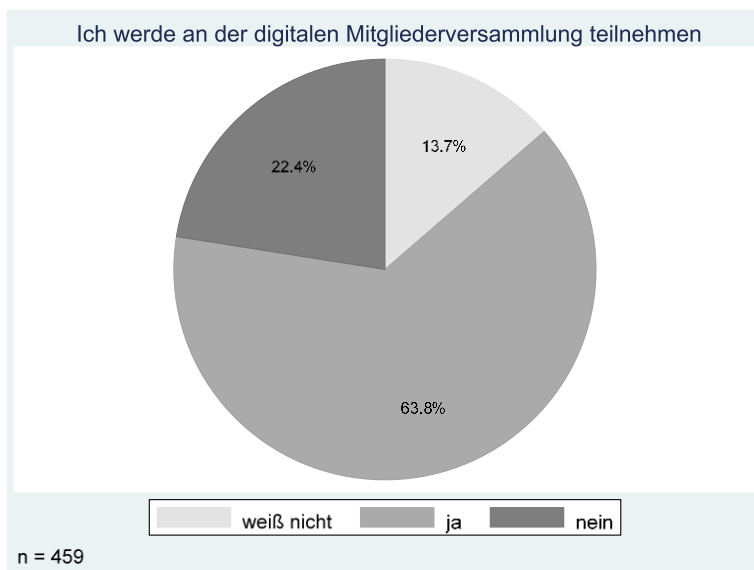


Abbildung 4.2 – 338: Gesamtansicht – Teilnahmebereitschaft (digital)

Die hier abgefragte Meinung zielt auf die generelle Teilnahmebereitschaft der Mitglieder bei digitalen Mitgliederversammlungen ab. 63,8% der befragten Mitglieder antworten auf die Aussage: „Ich werde an der digitalen Mitgliederversammlung teilnehmen“, mit „ja“ 22,4% mit „nein“, 13,7% sind unentschieden und antworten mit „weiß nicht“. Warum etwas über ein Fünftel der hier befragten Personen mit „nein“ antwortet, lässt sich nicht abschließend bewerten, doch zeigt gerade der Vergleich mit Frage M.33, dass sich wohl ein gewisser Anteil auf eine generelle Ablehnung der digitalen Durchführung zurückführen lässt.

B) Detailauswertung nach Branchen

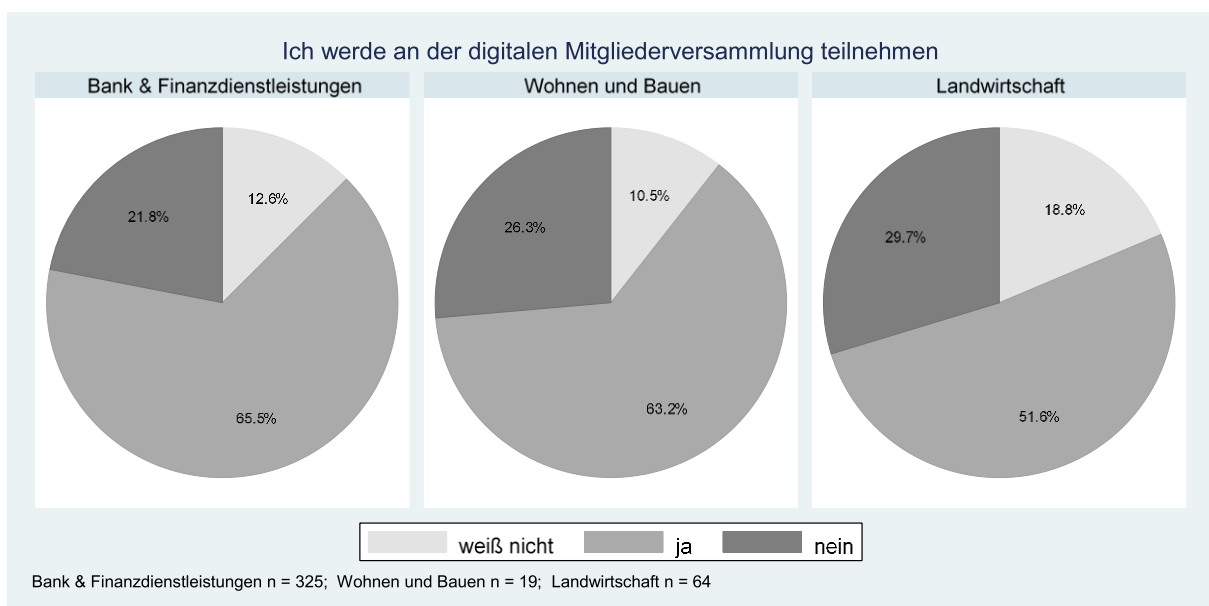


Abbildung 4.2 – 339: Branche – Teilnahmebereitschaft (digital)

Die Unterscheidung nach Branche zeigt Unterschiede. So spiegelt das Antwortverhalten der Mitglieder aus dem Bereich Bank & Finanzdienstleistungen im Wesentlichen das Gesamtbild wider. Auch Personen, deren Genossenschaft aus dem Sektor Wohnen und Bauen stammt, antworten weitestgehend in Übereinstimmung mit der Gesamtansicht. Personen, die Mitglied einer landwirtschaftlichen Genossenschaft sind, weichen von den Antworten der anderen zwei hier vorgestellten Branchen ab. So sagt zwar nach wie vor eine Mehrheit, dass sie an der digitalen Mitgliederversammlung teilnehmen wird, doch sind es hier lediglich 51,6%, die mit „ja“ stimmen. Ca. 30% sagen, sie werden an der digitalen Mitgliederversammlung nicht teilnehmen, ca. 19% antworten mit „weiß nicht“.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

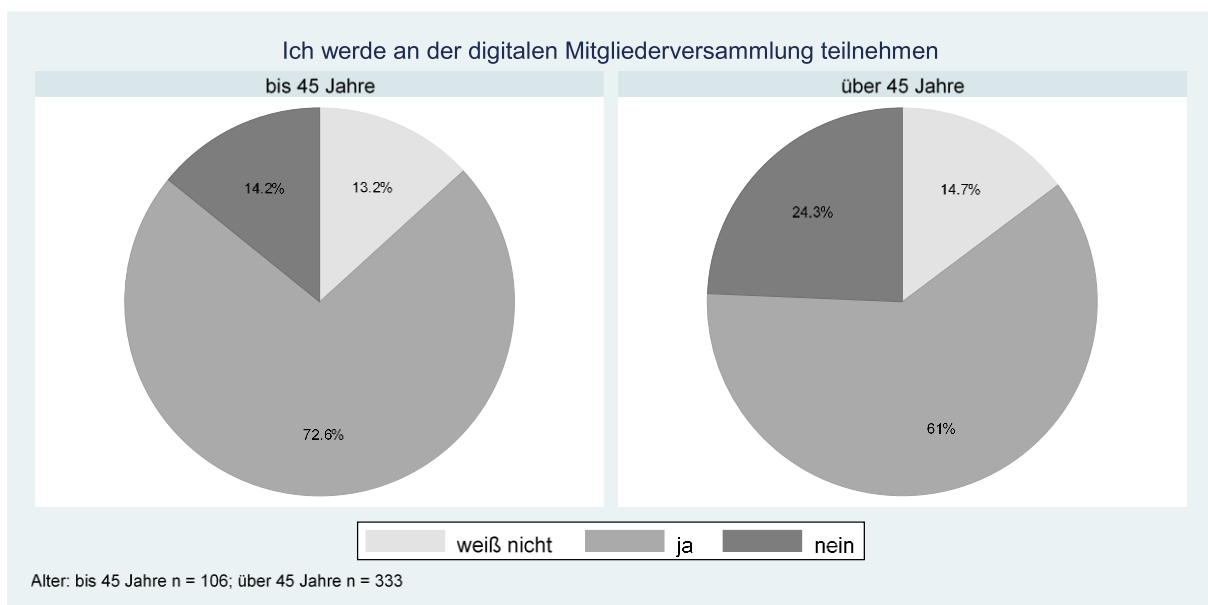


Abbildung 4.2 – 340: Alter – Teilnahmebereitschaft (digital)

Das Alter hat ebenfalls Einfluss auf das Antwortverhalten. 72,6% der Genossenschaftsmitglieder unter 45 Jahren sagen, sie werden an der digitalen Mitgliederversammlung teilnehmen, bei den Personen über 45 Jahren sind es 61%. Die Tendenz an „nein“-Antworten ist entsprechend umgekehrt. Bei den jüngeren Genossenschaftsmitgliedern sagen 14,2%, dass sie nicht an der digitalen Versammlung teilnehmen werden, bei den Personen über 45 Jahren sind es 24,3%.

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

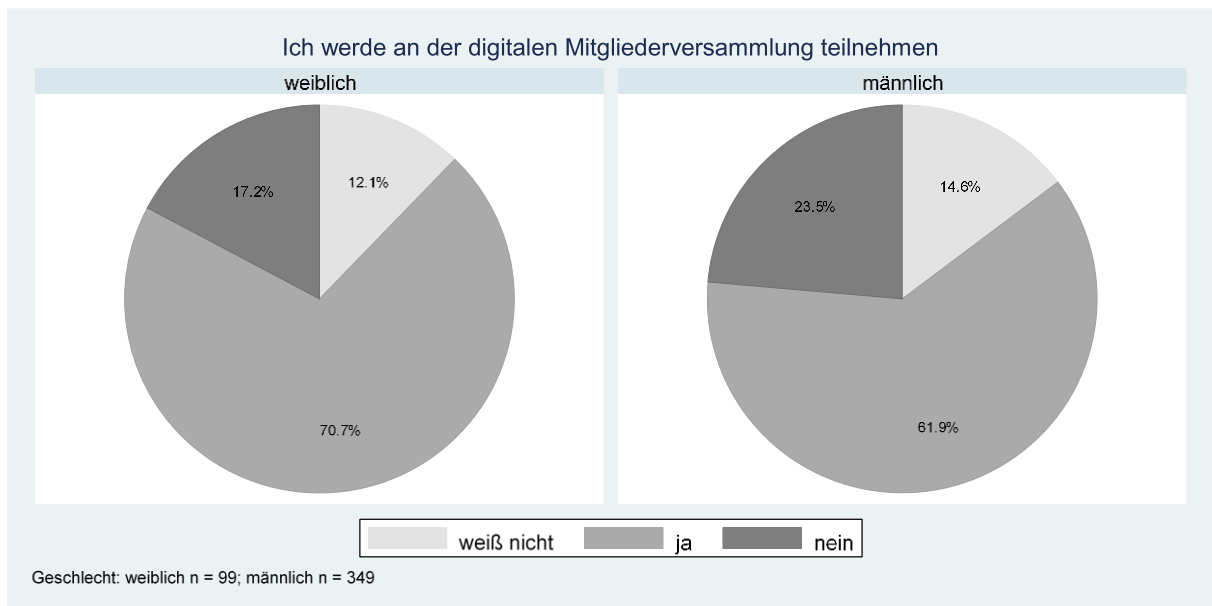


Abbildung 4.2 – 341: Geschlecht – Teilnahmebereitschaft (digital)

Eine Unterscheidung nach Geschlecht zeigt ebenfalls gewisse Unterschiede. So sagen 70,7% der Frauen, dass sie an der digitalen Mitgliederversammlung teilnehmen werden, bei den Männern sind es lediglich 61,9%. Auch der Anteil an „nein“-Antworten ist hier mit 23,5% (vgl. Frauen 17,2%) höher. Somit stehen Frauen digitalen Mitgliederversammlungen positiver gegenüber als ihre männlichen Genossenschaftskollegen.

c. Region der Genossenschaft

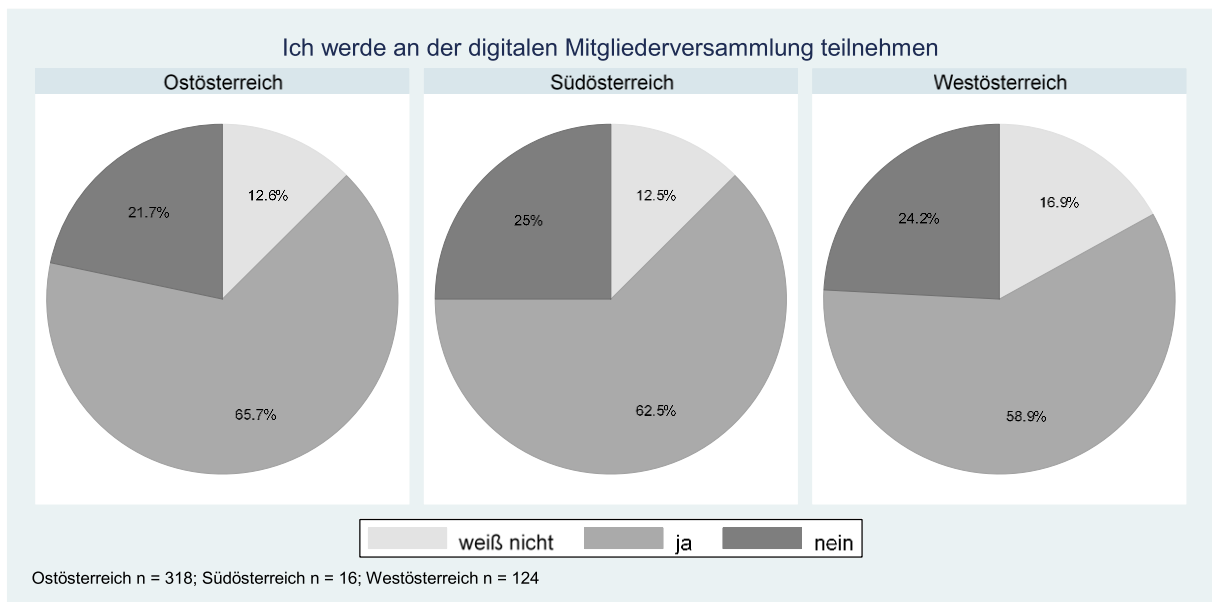


Abbildung 4.2 – 342: Region – Teilnahmebereitschaft (digital)

Interessanterweise hat auch die Region einen gewissen Einfluss auf das Antwortverhalten. So sagen 65,7% der Personen, deren Genossenschaft sich in Ostösterreich befindet, dass sie an der digitalen Mitgliederversammlung teilnehmen. Bei

Personen, deren Genossenschaft in Westösterreich liegt, sind es mit 58,9% etwas weniger. Der Anteil an „nein“-Stimmen ist dagegen mit 24,2% etwas höher als in Ostösterreich (21,7%). Für Südösterreich ist eine abschließende Bewertung aufgrund der geringen Stichprobenanzahl nicht möglich.

d. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

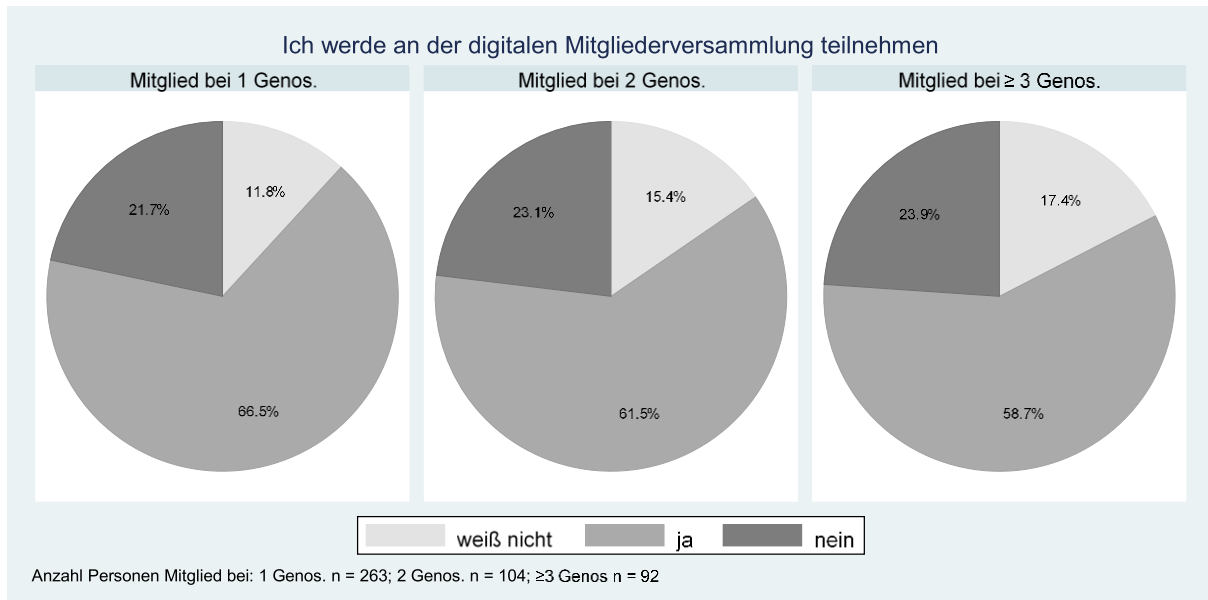


Abbildung 4.2 – 343: Anzahl Mitgliedschaften – Teilnahmebereitschaft (digital)

Die Anzahl an Mitgliedschaften hat ebenfalls eine Auswirkung auf das Antwortverhalten, doch ist die Varianz der Antworten verglichen mit anderen Detailauswertungen weniger prägnant. 66,5% der Personen, die Mitglied bei einer Genossenschaft sind, sagen, dass sie an der digitalen Mitgliederversammlung teilnehmen werden, bei Personen mit zwei Mitgliedschaften sind es 61,5%, bei Personen mit \geq drei Mitgliedschaften 58,7%. Die Verteilung dieser Werte erstaunt etwas, da insgesamt eine höhere Involvierung in das Geschehen der Genossenschaft bei Personen mit mehreren Genossenschaftsmitgliedschaften zu erwarten wäre.

Der Anteil an „nein“-Stimmen ist verglichen mit den Personen, die bei einer Genossenschaft Mitglied sind, bei Personen mit drei und mehr Mitgliedschaften nicht sehr viel höher (vgl. 21,7% vs. 23,9%). Allerdings liegt der Anteil an Personen, die mit „weiß nicht“ geantwortet haben und sich daher noch unentschieden sind, etwas höher (vgl. 17,4% vs. 11,8%).

e. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

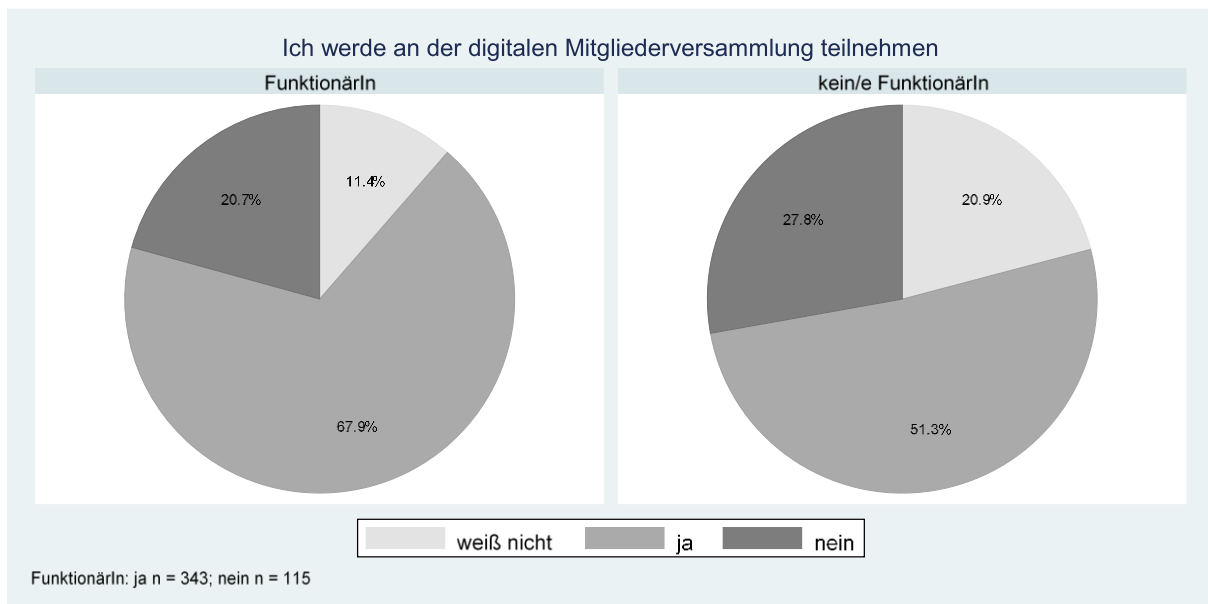


Abbildung 4.2 – 344: FunktionärIn – Teilnahmebereitschaft (digital)

Das Antwortverhalten der Funktionärinnen und Funktionäre auf die Aussage, ob sie an der digitalen Mitgliederversammlung teilnehmen, fällt weniger positiv aus als erwartet. Lediglich 67,9% von ihnen sagen, dass sie an der virtuellen Versammlung teilnehmen werden. Zudem antworten 20,7% der Personen mit offizieller Funktion, dass sie einer digitalen Mitgliederversammlung fernbleiben werden. 11,4% antworten mit „weiß nicht“. Bei Personen, die keine offizielle Funktion innerhalb der Genossenschaft ausüben, ist der Anteil an „ja“-Antworten noch einmal geringer. 51,3% von ihnen sagen, dass sie an der virtuellen Versammlung teilnehmen werden. 27,8% antworten mit „nein“, 20,9% mit „weiß nicht“. Gründe, die gegen eine virtuelle Versammlung sprechen, werden in Frage M.37 thematisiert.

f. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

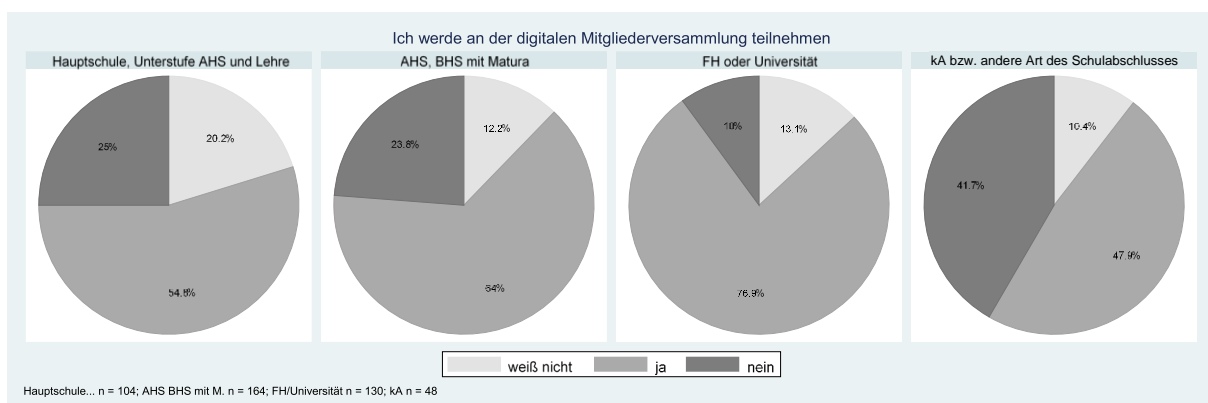


Abbildung 4.2 – 345: Bildung – Teilnahmebereitschaft (digital)

Eine Unterscheidung nach formal höchstem Bildungsabschluss zeigt ebenfalls Unterschiede. So sind Personen mit höherem Bildungsabschluss eher dazu bereit, an einer digitalen Mitgliederversammlung teilzunehmen. Bei Personen mit Hochschulabschluss sind es sogar 75,9%, mit AHS und BHS mit Matura 64%. Bei

Personen mit Hauptschulabschluss, Unterstufe AHS und Lehre sind es 54,8%. Personen, die keine Angabe zu ihrem Bildungsabschluss machen bzw. eine andere Art des Schulabschlusses besitzen, sind digitalen Versammlungen am negativsten gegenüber eingestellt. Lediglich 47,9% von ihnen sagen, dass sie daran teilnehmen werden, 41,7% antworten mit „nein“.

g. Größe der Genossenschaft

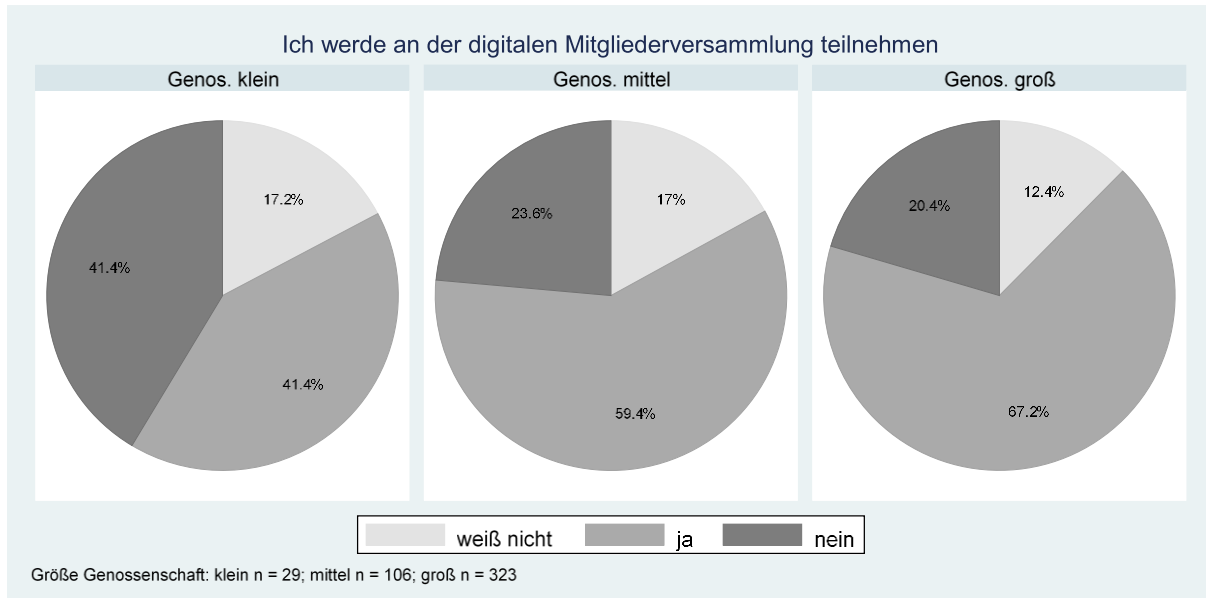


Abbildung 4.2 – 346: Größe Genossenschaft – Teilnahmebereitschaft (digital)

Die Größe hat ebenfalls Auswirkungen auf das Antwortverhalten. So sagen lediglich 41,4% der Personen, die Mitglied einer kleinen Genossenschaft sind, dass sie an der digitalen Mitgliederversammlung teilnehmen werden. 41,4% antworten mit „nein“. Die Bereitschaft, an der virtuellen Mitglieder-versammlung teilzunehmen steigt mit der Größe der Genossenschaft. 59,4% der Personen, die Mitglied einer Genossenschaft mittlerer Größe sind, antworten mit „ja“, bei Personen, die Mitglied großer Genossenschaften sind, sind es sogar 67,2%. Der Anteil an Personen, die eine Teilnahme ausschließen, ist hier mit 20,4% vergleichsweise gering.

Zusammenfassend ist bezüglich der Aussage: „Ich werde an den digitalen Mitgliederversammlungen teilnehmen“ festzuhalten, dass im Unterschied zur grundsätzlichen Einstellung gegenüber digitalen Treffen (siehe Frage M.33) dennoch zwei Drittel digital teilnehmen würden, allerdings stößt die digitale Durchführung bei einem Fünftel der befragten Mitglieder auf erheblichen Widerstand, sie geben an, an einer digitalen Mitgliederversammlung nicht teilnehmen zu wollen. Besonders kritisch stehen digitalen Zusammenkünften Mitglieder aus landwirtschaftlichen Genossenschaften, Männer, Mitglieder aus kleinen Genossenschaften sowie Mitglieder mit geringerer formaler Bildung gegenüber. Der Anteil von Funktionärinnen und Funktionären die an der digitalen Versammlung teilnehmen werden, ist zwar höher als bei reinen Mitgliedern, doch geben interessanterweise noch immer über ein Fünftel der befragten Funktionärinnen und Funktionäre an, an einer digitalen Mitgliederversammlung nicht teilnehmen zu wollen.

Der hohe Anteil an Personen, die auf die Aussage, ob sie an der digitalen Mitgliederversammlung mit „nein“ oder „weiß nicht“ geantwortet haben, ist insofern bemerkenswert, da die Umfrage digital durchgeführt wurde.

Frage M.35 – Teilnahmebereitschaft in der Vergangenheit (analog)

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

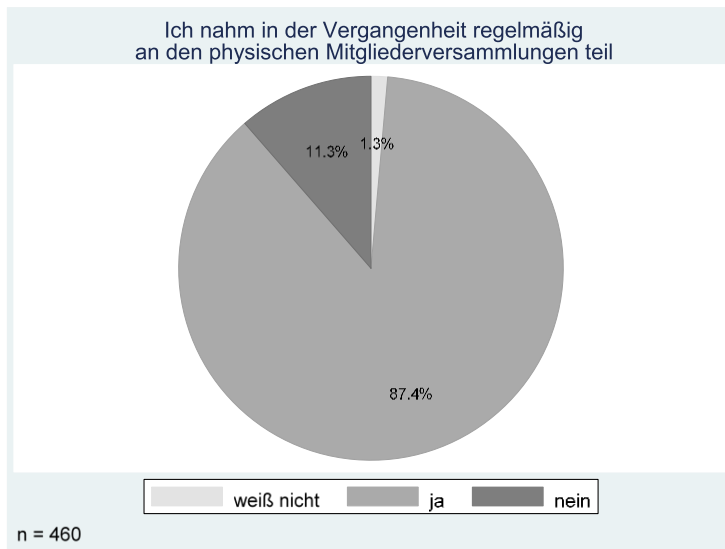


Abbildung 4.2 – 347: Gesamtansicht – Teilnahmebereitschaft in der Vergangenheit (analog)

Die Beantwortung der hier gestellten Frage evaluiert die generelle Bereitschaft zur Teilnahme an vergangenen, analog durchgeführten Mitgliederversammlungen. Hier zeigt sich in der Gesamtauswertung, dass dies in der überwiegenden Anzahl der Fall ist. 87,4% aller Mitglieder geben an, regelmäßig an den physischen Mitgliederversammlungen teilgenommen zu haben. So ist hier allgemein von einer großen Bereitschaft unter den befragten Personen auszugehen, sich in ihrer Genossenschaft einzubringen. 11,3% der befragten Personen geben an, in der Vergangenheit nicht regelmäßig an physischen Mitgliederversammlungen teilgenommen zu haben.

B) Detailauswertung nach Branchen

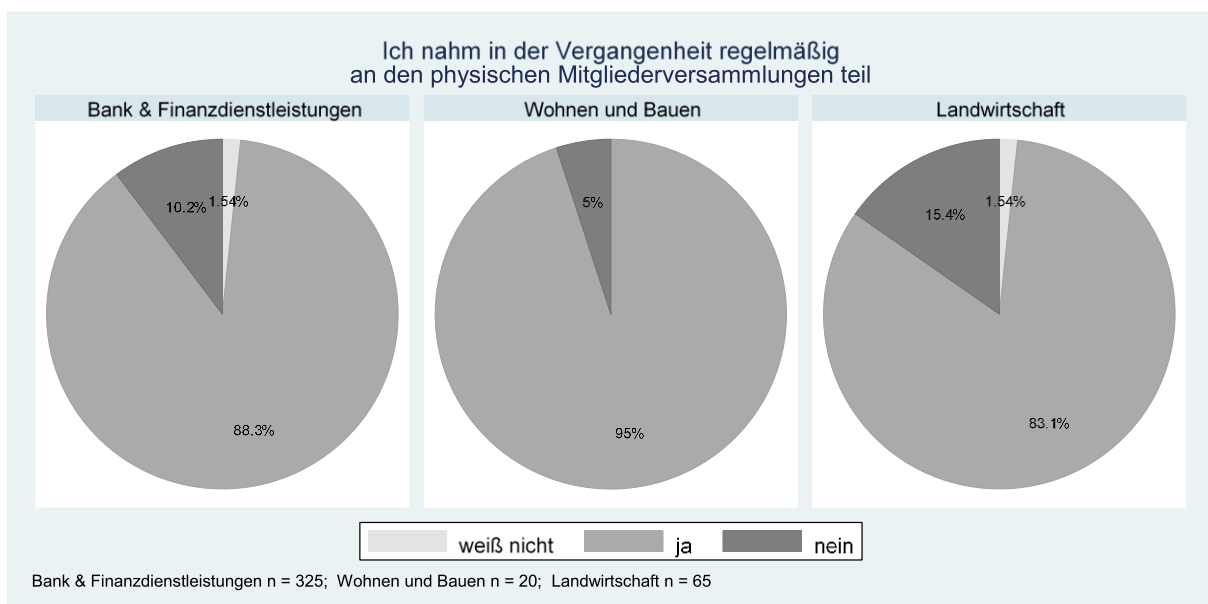


Abbildung 4.2 – 348: Branche – Teilnahmebereitschaft in der Vergangenheit (analog)

Eine Auswertung nach Branche zeigt bei Personen, deren Genossenschaft sich im Bereich Bank & Finanzdienstleistungen befindet, im Vergleich zur Gesamtbewertung keine großen Abweichungen. 88,3% geben an, dass sie in der Vergangenheit regelmäßig an der physischen Mitgliederversammlung teilnahmen, bei 10,2% war dies nicht der Fall. Interessanterweise gibt es ebenfalls einen geringen Anteil an Personen, die mit „weiß nicht“ antworten (1,54%).

Bei Personen aus dem Bereich Landwirtschaft ist der Anteil an Personen, die in der Vergangenheit regelmäßig an den physischen Mitgliederversammlungen teilgenommen haben, mit 83,1% etwas niedriger. Der Anteil an Personen, die mit „nein“ antworten, liegt bei 15,4%. Auch hier gibt es eine gewisse Anzahl an Mitgliedern, die mit „weiß nicht“ antworten (1,54%).

Der höchste Aktivierungsgrad zeigt sich im Sektor Wohnen und Bauen. Hier geben 95% an, regelmäßig an den physischen Mitgliederversammlungen teilgenommen zu haben. 5% stimmen mit „nein“. Dieser sehr hohe Wert lässt sich jedoch nicht abschließend bewerten, da hier die Stichprobenanzahl gering ist.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

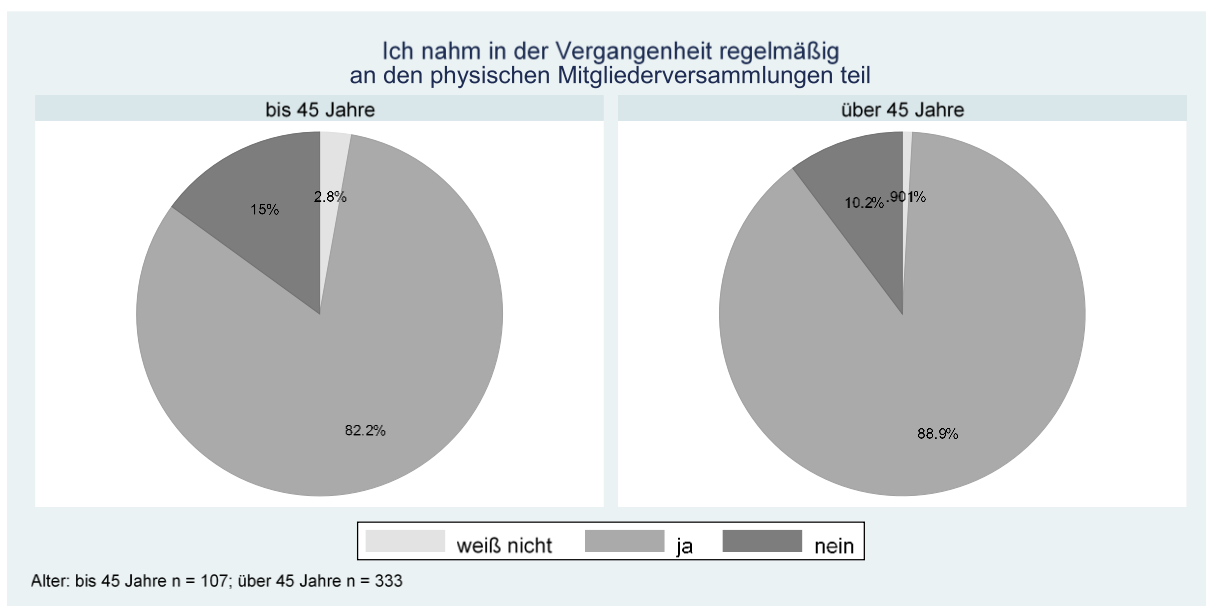


Abbildung 4.2 – 349: Alter – Teilnahmebereitschaft in der Vergangenheit (analog)

Eine Unterscheidung nach Alter zeigt, dass ältere Genossenschaftsmitglieder etwas stärker in der Genossenschaft involviert sind als jüngere (vgl. 88,9% vs. 82,2%). Der Anteil an „nein“-Antworten ist dementsprechend unter den jüngeren Mitgliedern mit 15% höher als bei den älteren (10,2%). Der Anteil an Personen, die mit „weiß nicht“ antworten, ist bei den jüngeren Mitgliedern mit 2,8% deutlich höher als bei Personen über 45 Jahre. Hier liegt der Wert bei 0,9%.

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

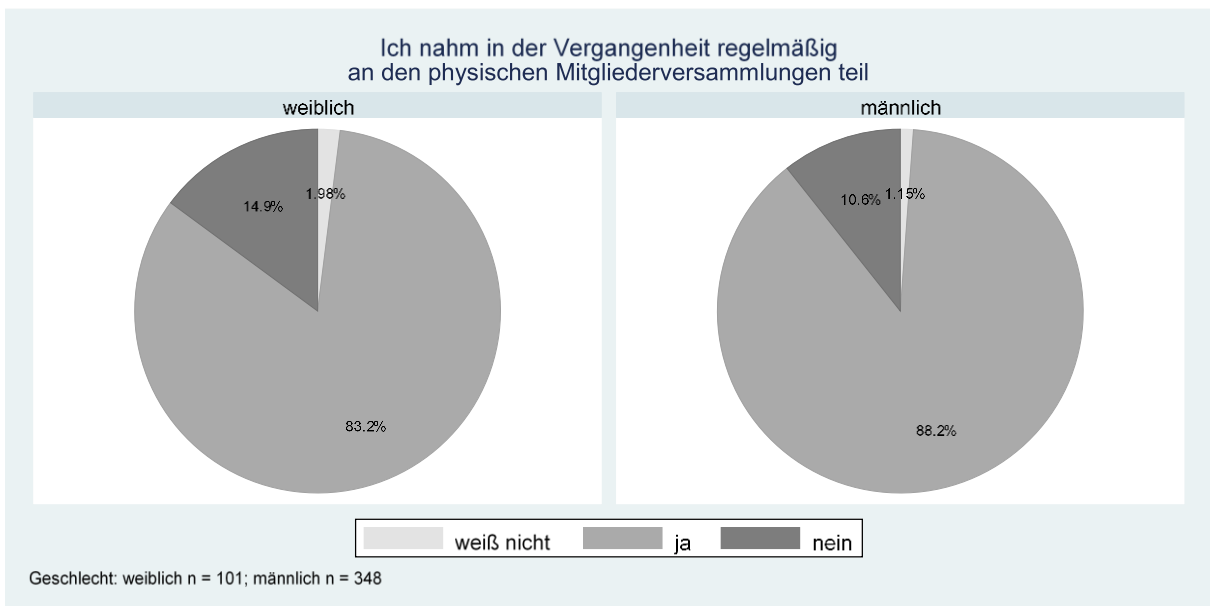


Abbildung 4.2 – 350: Geschlecht – Teilnahmebereitschaft in der Vergangenheit (analog)

Differenziert man nach Geschlecht der antwortenden Personen, so ist auch hier eine Abweichung auszumachen. 88,2% der Männer geben an, in der Vergangenheit regelmäßig an den physischen Mitgliederversammlungen teilgenommen zu haben, bei den Frauen sind es 83,2%. Der Anteil an Personen, die mit „nein“ antworten, ist dementsprechend bei den Frauen mit 14,9% höher als bei den Männern (10,6%).

c. Region der Genossenschaft

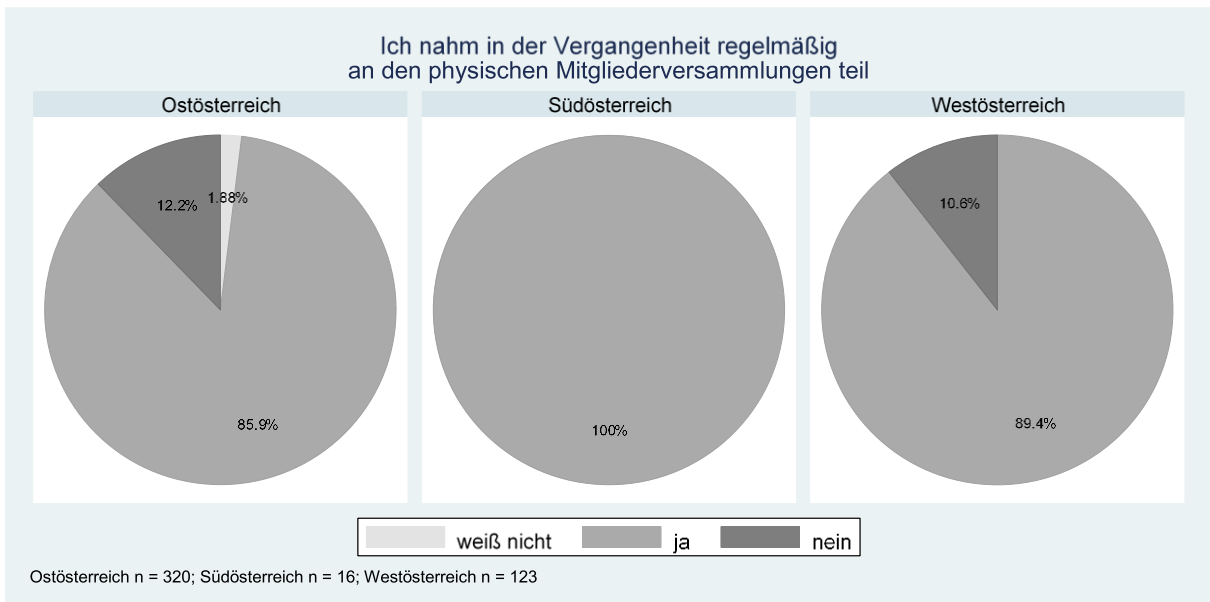


Abbildung 4.2 – 351: Region – Teilnahmebereitschaft in der Vergangenheit (analog)

Eine Unterscheidung nach Region zeigt leichte Differenzen. So geben ca. 90% der Personen, deren Genossenschaft sich in Westösterreich befindet, an, in der Vergangenheit regelmäßig an den Mitgliederversammlungen teilgenommen zu haben, etwas 10% verneinen dies. In Ostösterreich ist der Wert mit 86% etwas geringer. Hier

antworten zudem 1,9% mit „weiß nicht“. In Südösterreich geben 100% der befragten Personen an, regelmäßig an den Mitgliederversammlungen teilgenommen zu haben, allerdings ist dieser Wert aufgrund der geringen Stichprobenanzahl nicht abschließend einzuordnen.

d. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

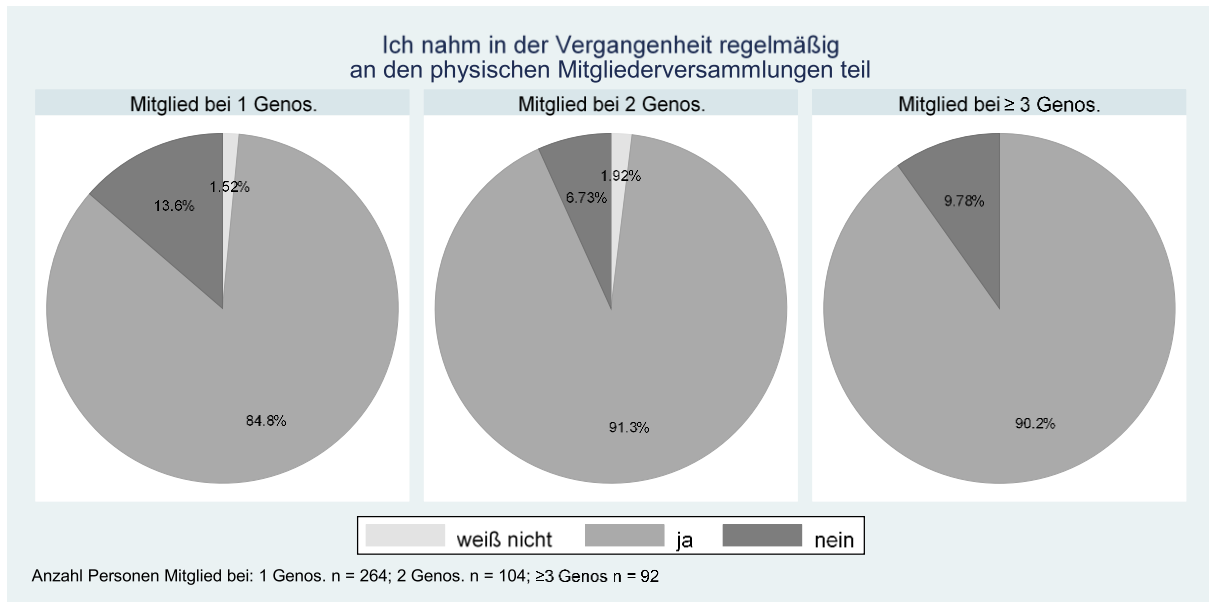


Abbildung 4.2 – 352: Anzahl Mitgliedschaften – Teilnahmebereitschaft in der Vergangenheit (analog)

Die Anzahl an Genossenschaftsmitgliedschaften hat ebenfalls einen leichten Einfluss auf den Involvierungsgrad. So geben ca. 85% der Personen, die bei einer Genossenschaft Mitglied sind, an, regelmäßig in der Vergangenheit an den Mitgliederversammlungen teilgenommen zu haben. Bei Personen mit zwei Mitgliedschaften sind es 91,3%, bei Personen mit drei oder mehr Mitgliedschaften sind es 90,2%.

e. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

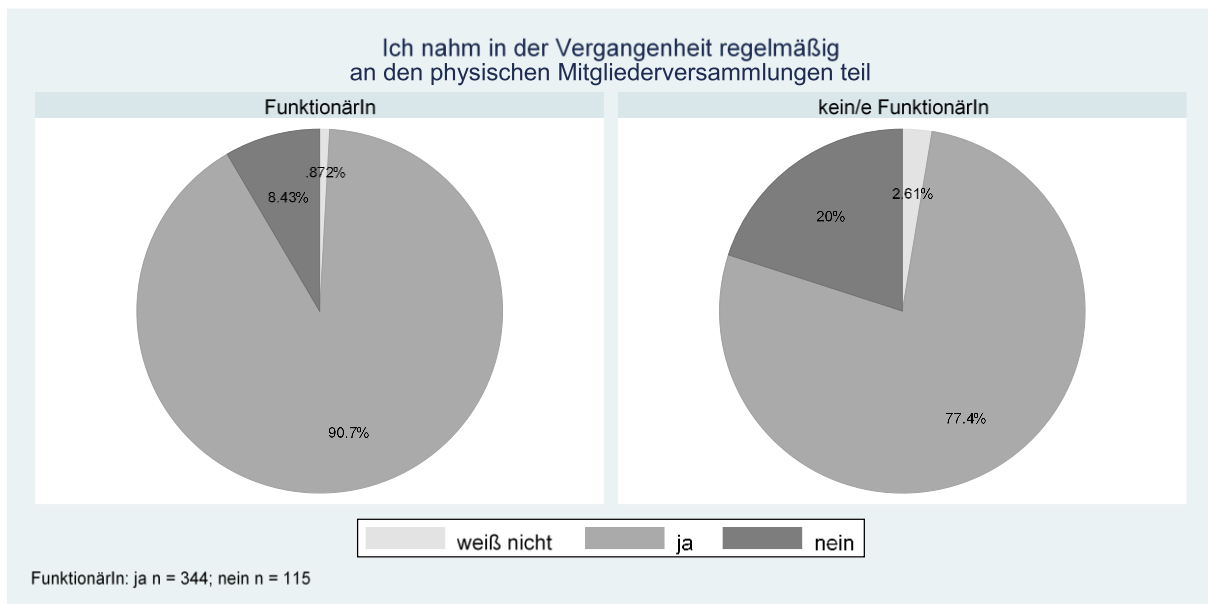


Abbildung 4.2 – 353: FunktionärIn – Teilnahmebereitschaft in der Vergangenheit (analog)

Eine Differenzierung nach der Funktion innerhalb der Genossenschaft zeigt verhältnismäßig große Unterschiede. So geben 90,7% der Personen mit offizieller Funktion an, in der Vergangenheit regelmäßig an den Mitgliederversammlungen teilgenommen zu haben, bei den reinen Mitgliedern sind es lediglich 77,4%. Interessanterweise antworten 8,4% der Funktionärinnen und Funktionäre mit „nein“. Hier wäre ein geringerer Wert erwartet worden, da die Funktionärinnen und Funktionäre Verantwortung für ihre jeweilige Genossenschaft übernehmen. 20% der Personen ohne offizielle Funktion geben an, nicht regelmäßig an den Mitgliederversammlungen teilgenommen zu haben. 2,6% der reinen Mitglieder antworten mit „weiß nicht“, bei den Funktionärinnen und Funktionären sind es 0,9%.

f. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

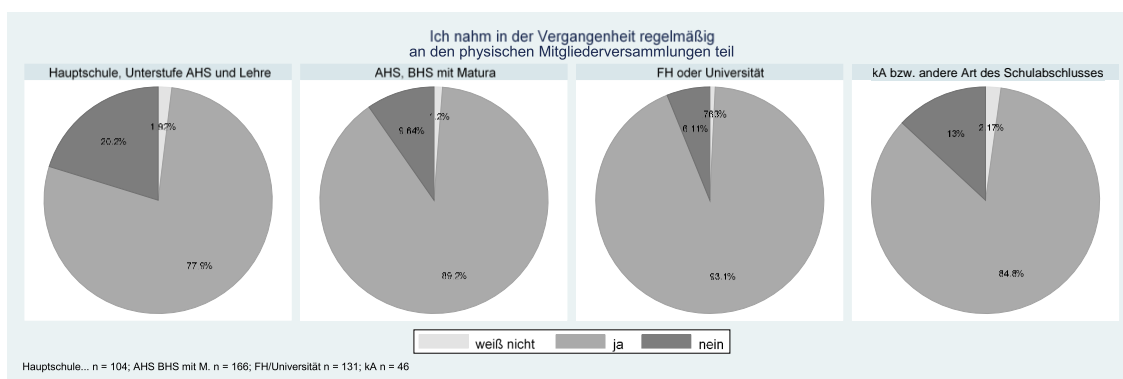


Abbildung 4.2 – 354: Bildung – Teilnahmebereitschaft in der Vergangenheit (analog)

Der formal höchste Bildungsabschluss zeigt ebenfalls Unterschiede im Antwortverhalten. So sagen ca. 90% der Personen mit AHS, BHS mit Matura oder mit Hochschulabschluss, dass sie regelmäßig an den physischen Mitgliederversammlungen teilnahmen. Bei Personen mit formal niedrigerem Abschluss sind es ca. 78% bzw. ca.

85% bei Personen ohne Angabe bzw. einer anderen Art des Schulabschlusses. Der Anteil an Personen, die hier mit „nein“ antworten, ist entsprechend höher.

g. Größe der Genossenschaft

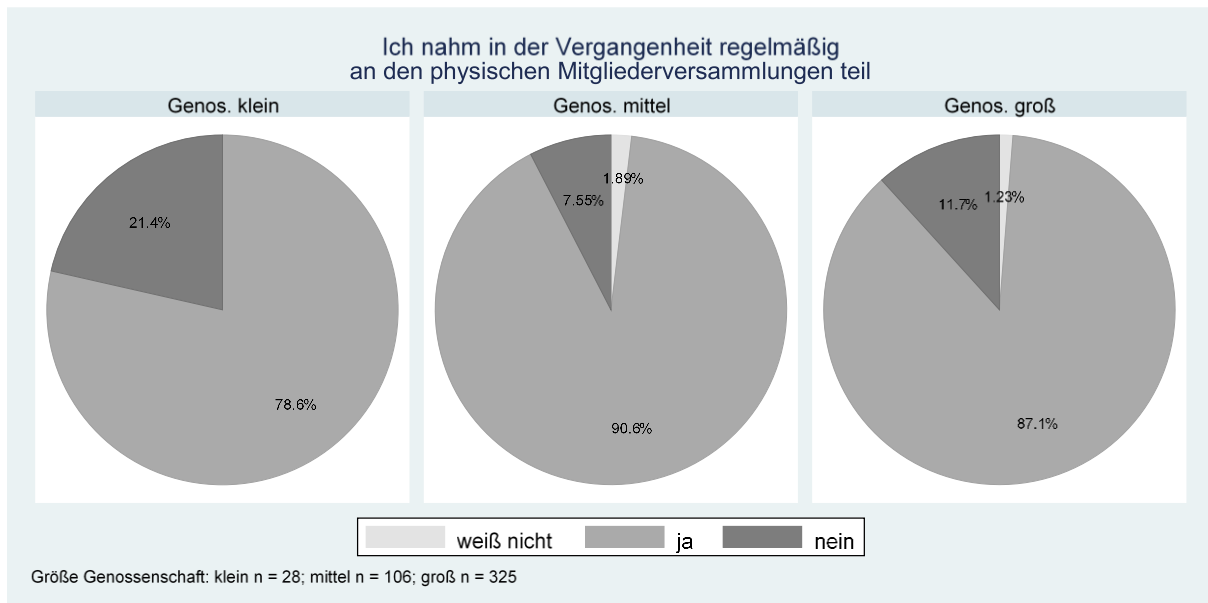


Abbildung 4.2 – 355: Größe Genossenschaft – Teilnahmebereitschaft in der Vergangenheit (analog)

Die Größe hat ebenfalls einen Einfluss auf die Involviertheit der befragten Mitglieder, interessanterweise aber anders als erwartet. So geben 21,4% der Mitglieder kleiner Genossenschaften an, in der Vergangenheit nicht regelmäßig an den Mitgliederversammlungen teilgenommen zu haben. 78,6% antworten mit „ja“. Bei den Personen, die Mitglied bei Genossenschaften mittlerer Größe sind, antworten 90,6% mit „ja“, sie haben in der Vergangenheit regelmäßig an den Mitgliederversammlungen teilgenommen, 7,6% verneinen dies. Die prozentuelle Verteilung liegt bei Personen, die Mitglied großer Genossenschaften sind und regelmäßig an den Versammlungen teilnehmen, liegt bei 87,1%. 11,7% antworten mit „nein“.

Zusammenfassend ist bezüglich der Aussage: „Ich nahm in der Vergangenheit regelmäßig an den physischen Mitgliederversammlungen teil“ festzustellen, dass fast alle an der Studie teilnehmenden Personen an vergangenen, analog abgehaltenen Mitgliederversammlungen teilnahmen, wobei unerwartet unterschiedliches Engagement aufgezeigt werden kann. Je kleiner die Genossenschaft ist sowie bei je weniger Genossenschaften man Mitglied ist, desto weniger hoch war der bisherige Anteil an Teilnahmen bei einer Mitgliederversammlung. Ebenso zeigt von allen Branchen die Landwirtschaft das geringste Engagement bei offiziellen Treffen. Knapp zehn Prozent aller Funktionärinnen und Funktionäre erscheinen nicht bei den Versammlungen der Genossenschaften, bei denen sie Verantwortung übernommen haben.

Vor allem auch jüngere Genossenschaftsmitglieder waren weniger bei analogen Versammlungen anwesend, ihre Bereitschaft zu digitalen Treffen wäre wesentlich höher.

Frage M.36 – Verschiebung der Mitgliederversammlung

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

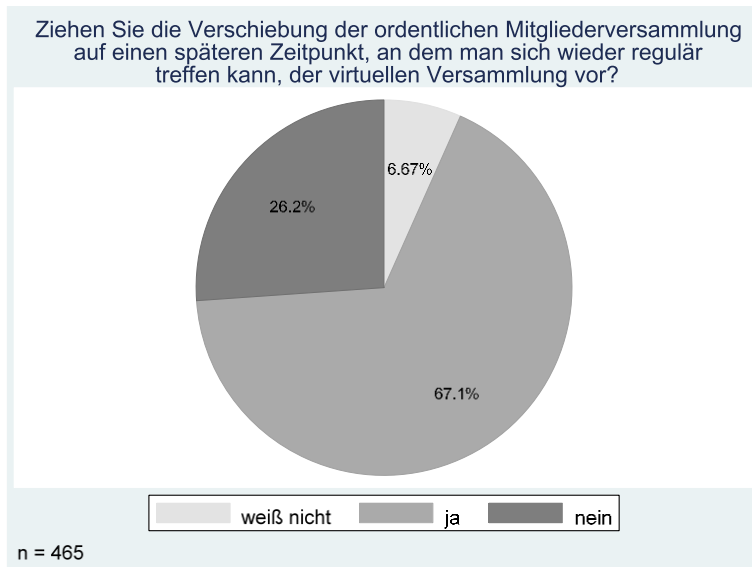


Abbildung 4.2 – 356: Gesamtansicht – Verschiebung der Mitgliederversammlung

Auf die Frage, ob das jeweilige Genossenschaftsmitglied die Verschiebung der ordentlichen Mitgliederversammlung auf einen späteren Zeitpunkt der virtuellen Versammlung vorzieht, gibt es mit 67,1% ein recht eindeutiges „ja“. Sprich, von den einzelnen Mitgliedern wird eine virtuelle Versammlung gegenüber einer analogen Versammlung nicht als gleichwertig empfunden. 26,2% antworten mit „nein“, die Versammlung solle nicht auf einen späteren Zeitpunkt verschoben werden, sondern digital stattfinden. 6,7% haben zu der Frage keine spezifische Meinung und antworten mit „weiß nicht“.

B) Detailauswertung nach Branchen

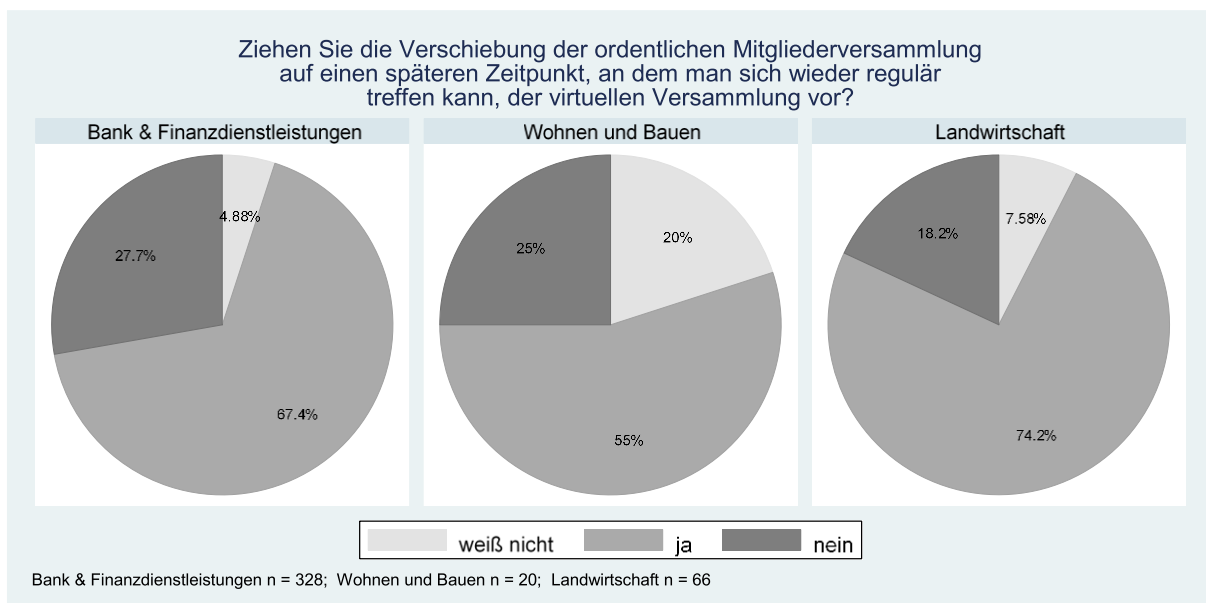


Abbildung 4.2 – 357: Branche – Verschiebung der Mitgliederversammlung

Bei einer Unterscheidung nach Branche wird ersichtlich, dass vor allem Genossenschaftsmitglieder aus der Landwirtschaft der digitalen Versammlung kritisch gegenüberstehen. 74,2% und damit knapp Dreiviertel ziehen eine Verschiebung dem Abhalten einer digitalen Generalversammlung vor. Bei Personen, deren Genossenschaft im Bereich der Bank & Finanzdienstleistungen liegt, sind es 67,4% die mit „ja“ antworten, im Bereich Wohnen und Bauen sind es 55%. Hier ist zudem der Anteil an Personen, die mit „weiß nicht“ antworten mit 20% vergleichsweise hoch. Zudem ist die Stichprobengröße gering, weshalb eine generelle Aussage nicht möglich ist.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

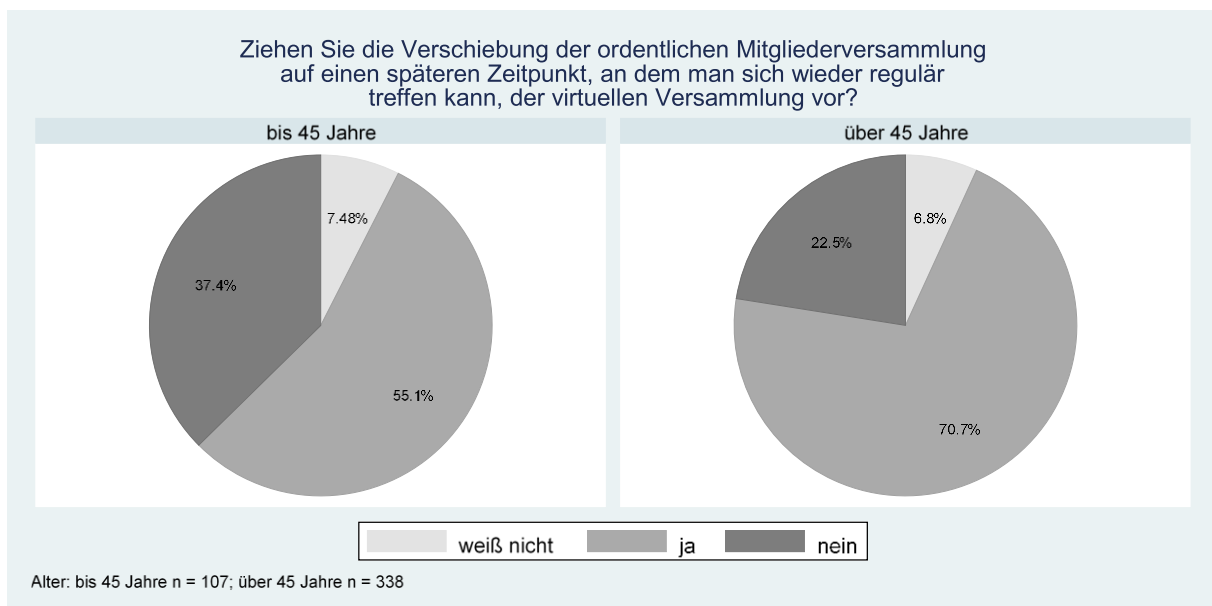


Abbildung 4.2 – 358: Alter – Verschiebung der Mitgliederversammlung

Bei einer Unterscheidung nach Alter wird die digitale Affinität der jüngeren Genossenschaftsmitglieder sichtbar. So sind zwar sowohl jüngere als auch ältere Mitglieder mehrheitlich für eine Verschiebung der Mitgliederversammlung auf einen Zeitpunkt, an dem man sich wieder regulär treffen kann, doch variiert die Deutlichkeit. So sind es unter den älteren Mitgliedern 70,7% die eine Verschiebung präferieren, bei den jüngeren sind es 55,1%. 37,4% der jüngeren antworten mit „nein“, sprich, sie möchten die Mitgliederversammlung nicht verschieben, sondern digital durchführen; unter den älteren Mitgliedern sind es 22,5%.

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

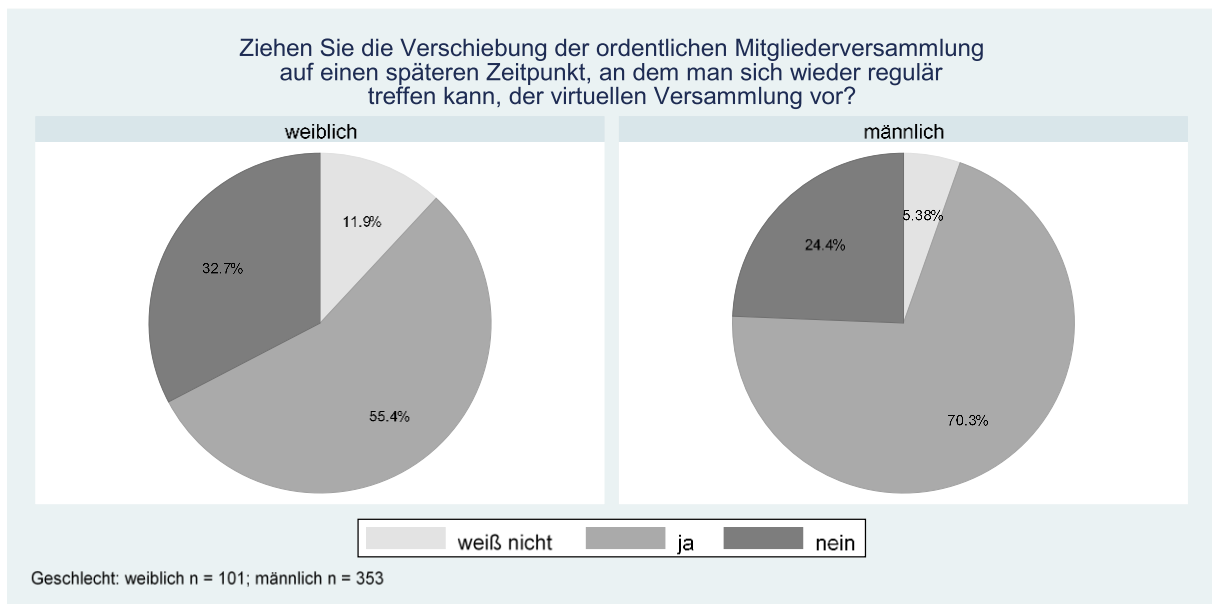


Abbildung 4.2 – 359: Geschlecht – Verschiebung der Mitgliederversammlung

Die Darstellung zwischen Alter und Geschlecht ähnelt sich recht. So sind Männer tendenziell eher dazu bereit, die Mitgliederversammlung auf einen Zeitpunkt zu verschieben, an dem man sich wieder regulär treffen kann, 70,3% stimmen mit „ja“. Bei den Frauen ist zwar ebenfalls eine Mehrheit für eine Verschiebung, allerdings sind es hier lediglich 55,4%. 32,7% antworten mit „nein“, sie ziehen keine Verschiebung vor. Unter den männlichen Mitgliedern sind es 24,4%.

c. Region der Genossenschaft

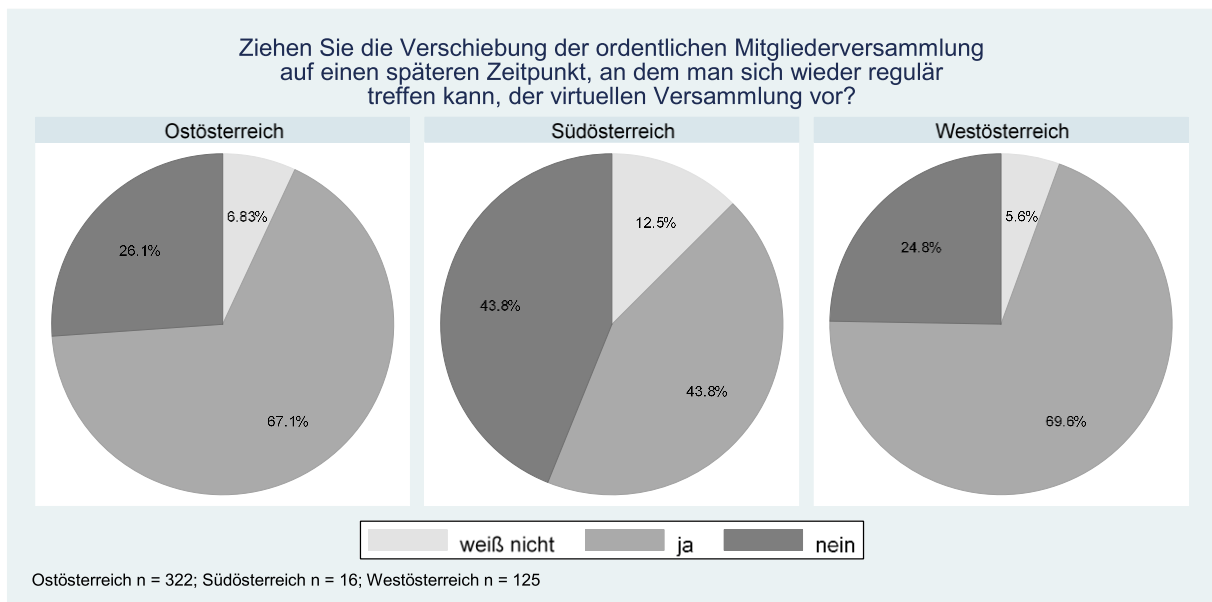


Abbildung 4.2 – 360: Region – Verschiebung der Mitgliederversammlung

Bei einer Unterscheidung nach Region kommt es zwischen Ost- und Westösterreich nur geringen Unterschieden. Lediglich die Antworten der Personen aus Südösterreich

weichen ab, doch ist hier die Stichprobe zu gering, um eine generelle Aussage treffen zu können.

d. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

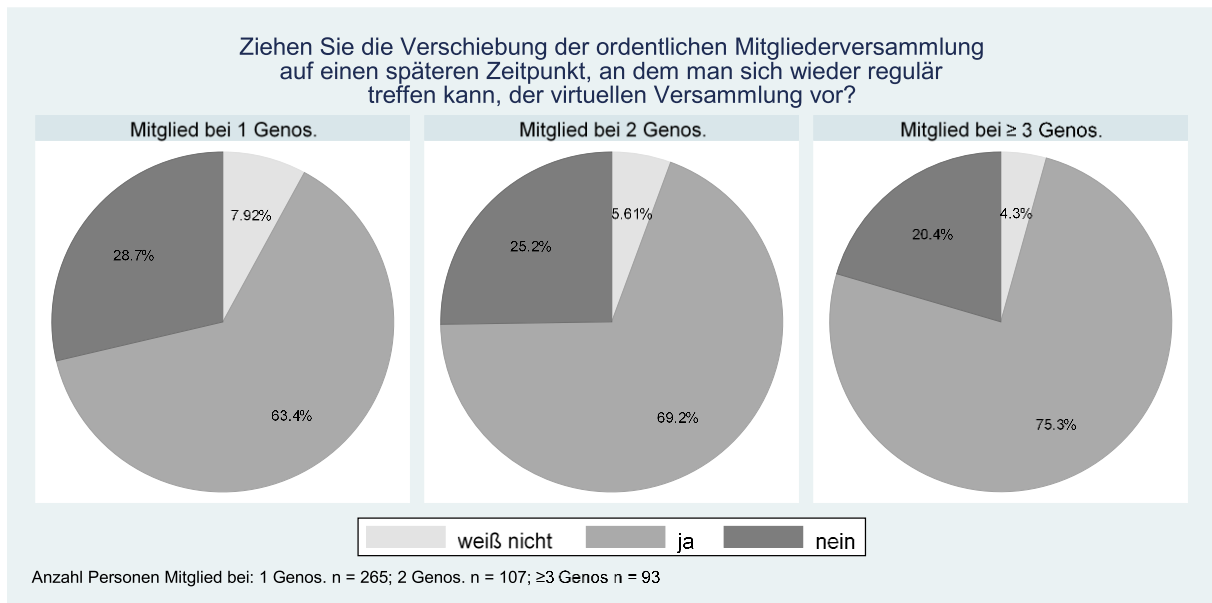


Abbildung 4.2 – 361: Anzahl Mitgliedschaften – Verschiebung der Mitgliederversammlung

Hinsichtlich der Anzahl an genossenschaftlichen Mitgliedschaften ist ein Trend abzulesen: je höher die Anzahl an Mitgliedschaften, desto mehr sind die Personen für eine Verschiebung der ordentlichen Mitgliederversammlung auf einen Zeitpunkt, an dem man sich wieder regulär treffen kann. Bei Personen, die Mitglied bei einer Genossenschaft sind, stimmen 63,4% mit „ja“, sie ziehen eine Verschiebung vor, 28,7% mit „nein“. Personen, die zwei genossenschaftliche Mitgliedschaften besitzen, votieren zu 69,2% für eine Verschiebung, 25,2% sind dagegen. Personen mit drei oder mehr Mitgliedschaften stimmen zu über dreiviertel (75,3%) für eine Verschiebung, 20,4% sind dagegen.

e. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

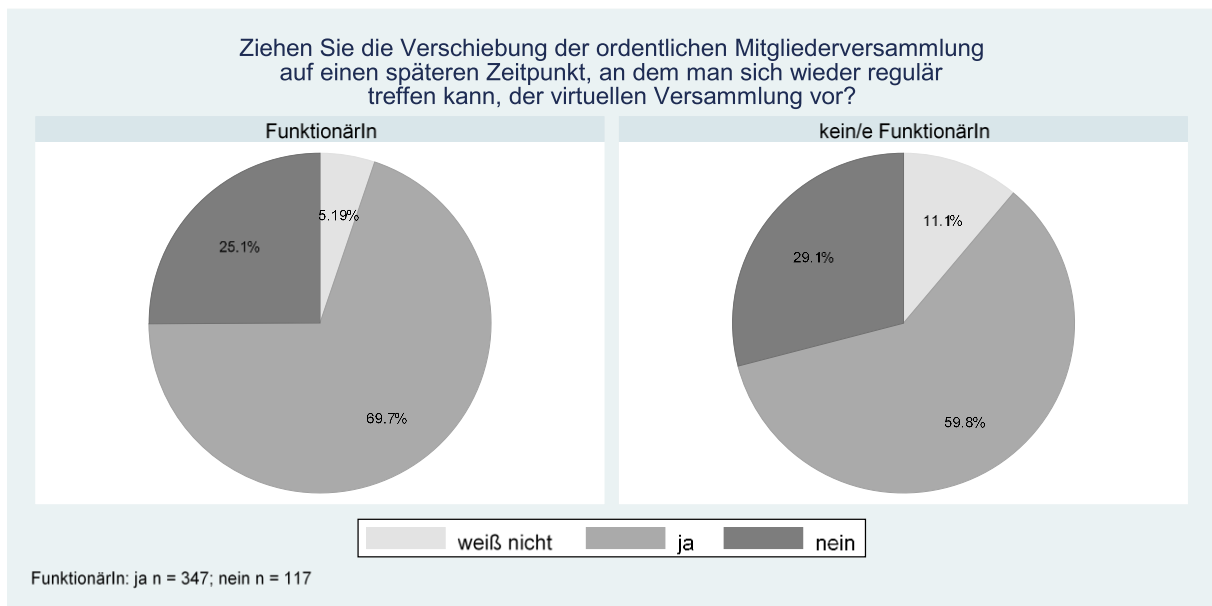


Abbildung 4.2 – 362: FunktionärIn – Verschiebung der Mitgliederversammlung

Funktionärinnen und Funktionäre und reine Mitglieder unterscheiden sich ebenfalls hinsichtlich ihres Antwortverhaltens, doch fällt der Unterschied verglichen mit anderen Detailauswertungen nicht ganz so deutlich aus. So sind ca. 70% der Funktionärinnen und Funktionäre für eine Verschiebung. Bei den Personen ohne offizielle Funktion sind es ca. 60%. 29,1% beantworten die Frage mit „nein“. Unter den Funktionärinnen und Funktionäre sind es 25,1%.

f. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

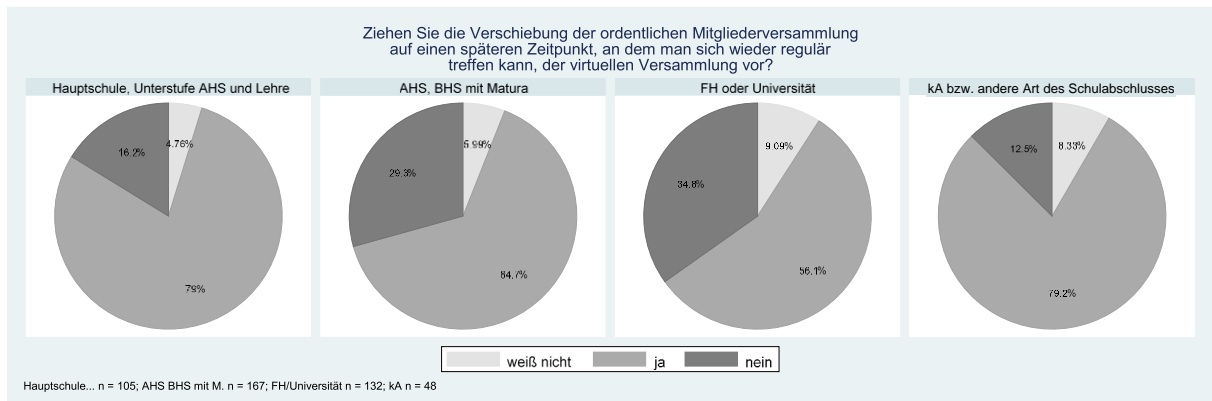


Abbildung 4.2 – 363: Bildung – Verschiebung der Mitgliederversammlung

Eine Differenzierung nach Bildungsabschluss ergibt ebenfalls interessante Ergebnisse. So sind Personen mit formal höherem Bildungsabschluss wie AHS, BHS mit Matura oder Hochschulstudium eher bereit, eine Mitgliederversammlung digital durchzuführen. Es stimmen zwar ebenfalls über 50% für eine Verschiebung, doch ist der Anteil an Personen, die mit „nein“ antworten, deutlich höher. Bei Personen mit AHS, BHS mit Matura liegt er bei 29,3%, bei Personen mit Hochschulabschluss bei 34,8%. Personen mit Hauptschulabschluss, Unterstufe AHS und Lehre antworten lediglich zu 16,2% mit „nein“ (79% „ja“-Stimmen). Bei Personen, die keine Angabe machen bzw. eine andere

Art des Schulabschlusses besitzen, sind es 12,5% „nein“-Antworten und 79,2%, die mit „ja“ antworten und somit eine Verschiebung präferieren.

g. Größe der Genossenschaft

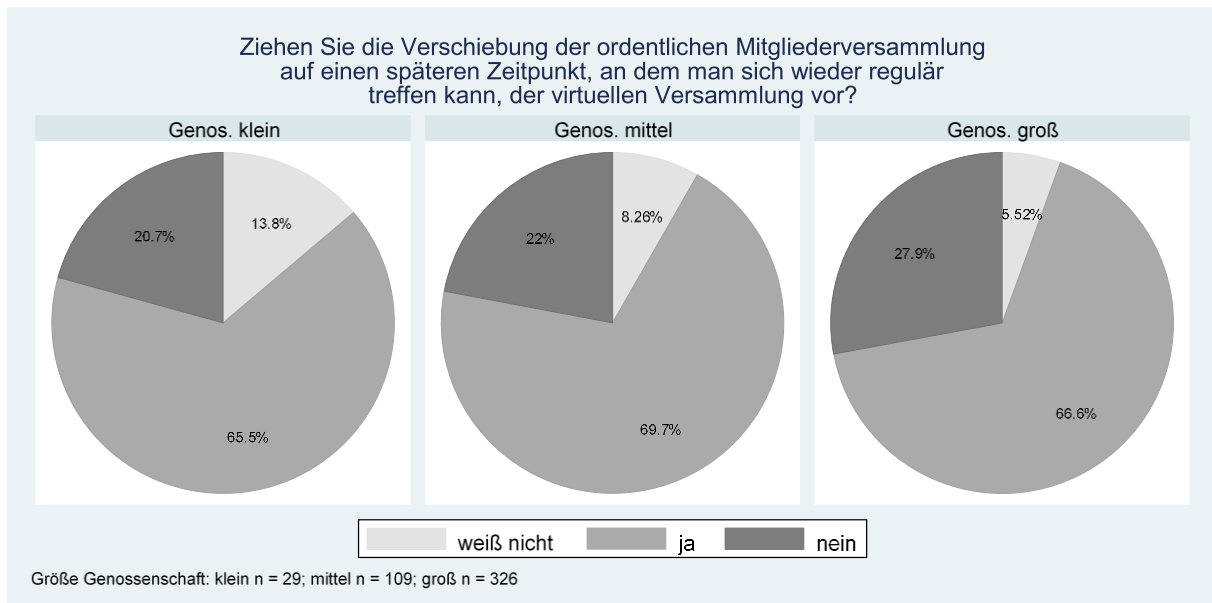


Abbildung 4.2 – 364: Größe Genossenschaft – Verschiebung der Mitgliederversammlung

Die Größe der Genossenschaft hat ebenfalls einen gewissen Einfluss auf das Antwortverhalten, allerdings fallen die Unterschiede weniger drastisch aus als bei anderen Detailauswertungen. Der prozentuelle Anteil an „ja“-Stimmen ist mit 65,5% bei kleinen, 69,7% bei mittleren und 66,6% bei großen Genossenschaften vergleichsweise konstant. Doch gibt es einen leicht zunehmenden Anteil an „nein“-Stimmen. Sind es bei kleinen Genossenschaften noch 20,7%, die mit „nein“ stimmen, so steigt der Anteil bei mittleren Genossenschaften auf 22%, bei großen Genossenschaften liegt er bei 27,9%.

Zusammenfassend ist hinsichtlich der Frage, ob eine Verschiebung der ordentlichen Mitgliederversammlung auf einen späteren Zeitpunkt der virtuellen Versammlung vorzuziehen ist, festzustellen, dass trotz großer Zustimmung zu digitalen Lösungen über alle Detailauswertungen ein analoges Treffen bevorzugt wird. Persönliche Treffen werden vor allem aus der Landwirtschaft, von Männern, älteren Mitgliedern, Mitgliedern in mehreren Genossenschaften sowie mit geringerer formaler Ausbildung präferiert. Aufgrund dieser Aussagen wird sichtbar, dass digitale Mitgliederversammlungen in Krisenzeiten zwar akzeptiert werden, doch wird grundsätzlich eine Mitgliederversammlung mit physischer Anwesenheit präferiert.

Frage M.37 – Warum wird Verschiebung präferiert?

Die offene Frage, warum das jeweilige Mitglied die Verschiebung der ordentlichen Mitgliederversammlung auf einen späteren Zeitpunkt, an dem man sich wieder regulär treffen kann, der virtuellen Versammlung vorzieht? wird von 91,4% der 269 gegebenen Antworten mit persönlichem Kontakt beantwortet. Beispielhafte Antworten sind dabei: *„Die Mitgliederversammlung ist auch ein wichtiger Termin zum Netzwerken. Dies geht digital völlig verloren“*; *„Eine reguläre Mitgliederversammlung stärkt das Zusammengehörigkeitsgefühl der Mitglieder!“*; *„Persönlich ist einfach persönlich, zudem sind die Vor- und Nachbesprechungen und Small-Talks etwas was eine ordentliche Mitgliederversammlung zusätzlich ausmachen.“*. Weitere Gründe waren etwa das Sicherheitsargument bzw. die Möglichkeit technischer Probleme bei Abstimmungen, die Überprüfung der Anwesenheit der Mitglieder, aber auch die fehlende technische Affinität der Mitglieder. Weiters wurde darauf eingegangen, dass Mitgliederversammlungen gleichzeitig auch eine PR-Veranstaltung seien und es sich dabei um ein gesellschaftliches Ereignis handle.

Frage M.38 – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

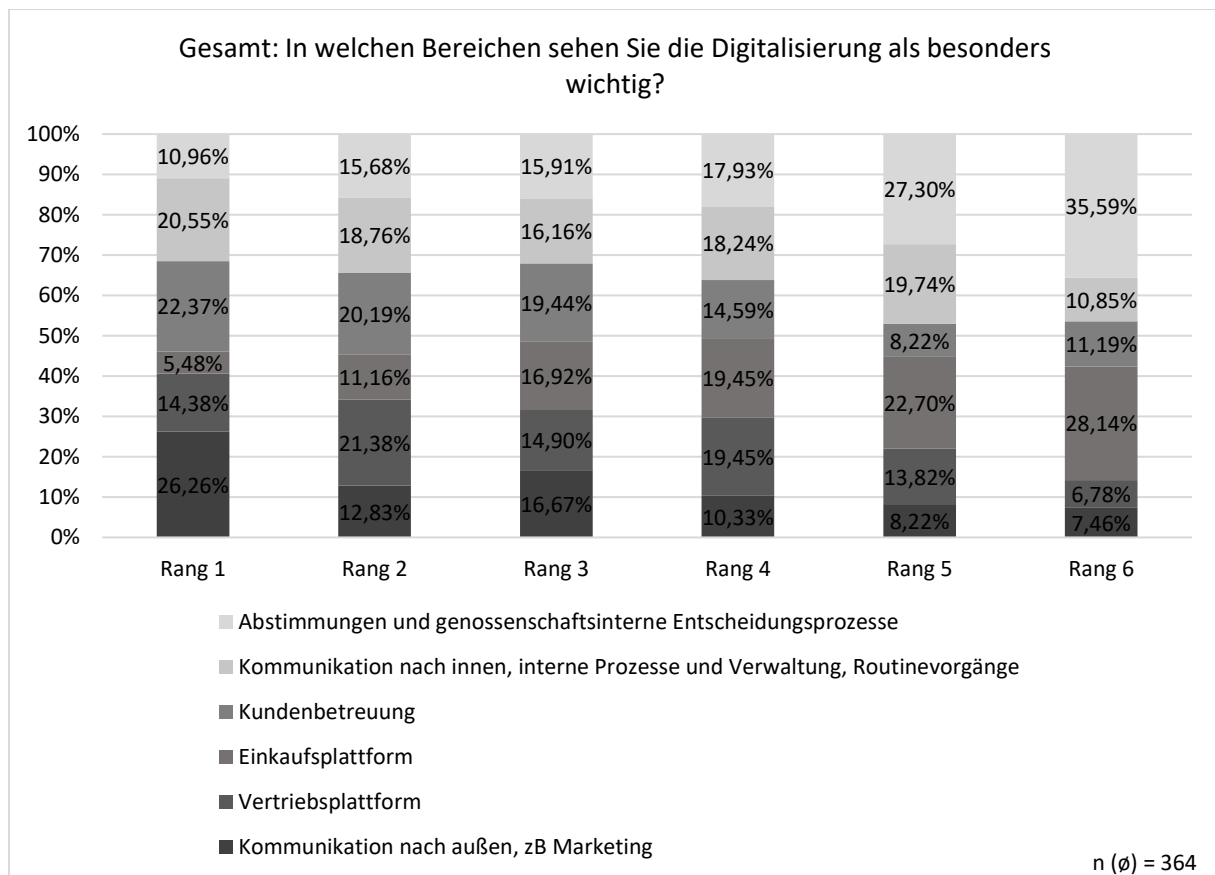


Abbildung 4.2 – 365: Gesamtansicht – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen

Bei Gesamtbetrachtung aller Antworten ergeben sich auf dem ersten Rang drei Bereiche, in denen die Genossenschaftsmitglieder die Digitalisierung als besonders wichtig ansehen bzw. die innerhalb des ersten Rangs mehr als ein Fünftel der Stimmen auf sich vereinen: Mit 26,3% wird der Bereich der „Kommunikation nach außen z.B. Marketing“ als am wichtigsten wahrgenommen, gefolgt von einer „digitalen Kundenbetreuung“ mit einem prozentuellen Anteil von 22,4% und schließlich der „Kommunikation nach innen, interne Prozesse und Verwaltung, Routinevorgänge“ (20,55%). Am wenigsten wichtig werden auf dem letzten Rang mit einem Anteil von über 35% der Bereich der „Abstimmungen und genossenschaftsinterner Entscheidungsprozesse“ gesehen. Dieser Punkt dürfte insbesondere so häufig auf den letzten Rang gewählt worden sein, da es grundsätzlich eine ablehnende Haltung gegenüber einer digital abgehaltenen Mitgliederversammlung gibt (vgl. Frage M.33). Ebenfalls häufig wird mit einem Anteil von 28,1% der Punkt „Einkaufsplattformen“ gewählt. Der Punkt „Vertriebsplattformen“ macht innerhalb des letzten Rangs nur 6,8% aus. Den Mitgliedern ist daher eine Digitalisierung der Vertriebsplattformen deutlich wichtiger als digitale Einkaufsplattformen.

B) Detailauswertung nach Branchen

a. Bank & Finanzdienstleistungen

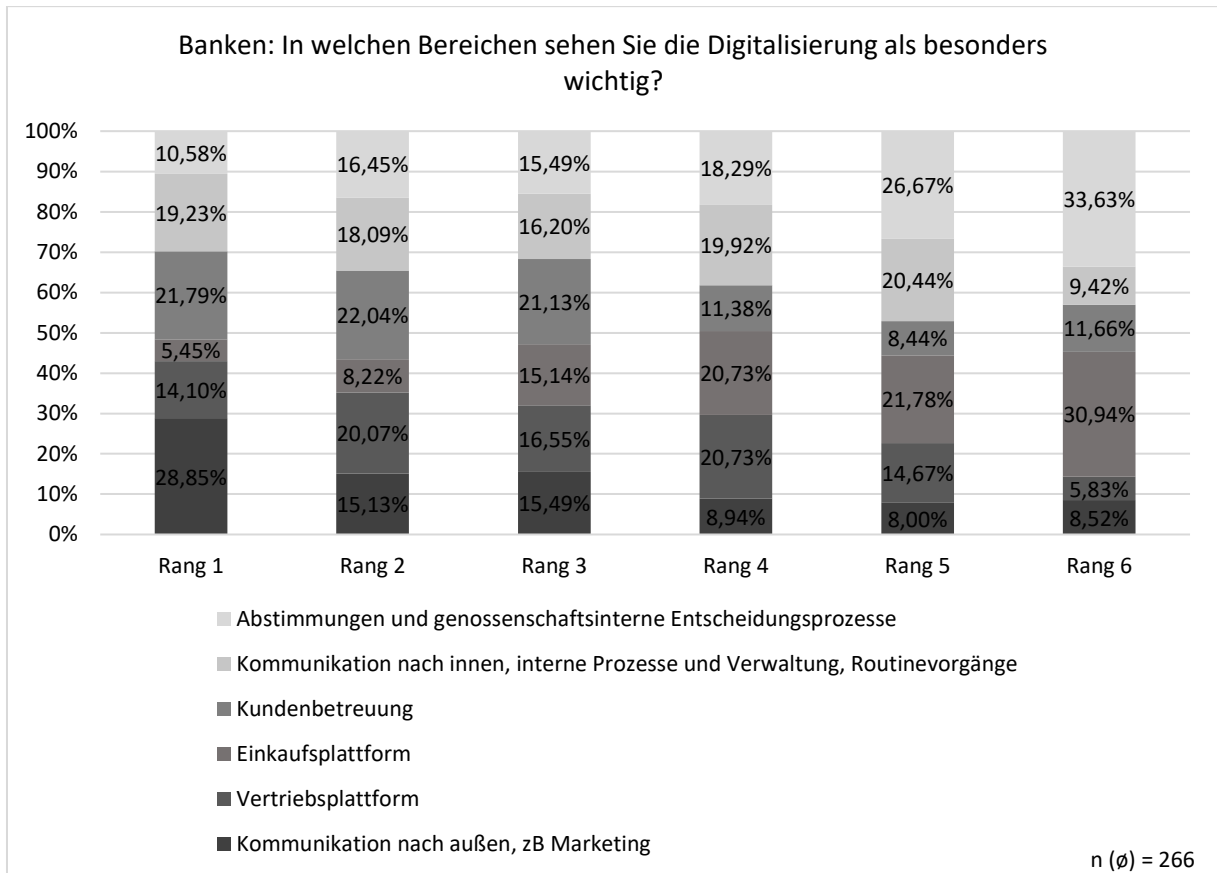


Abbildung 4.2 – 366: Branche – Banken – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen

Für Personen, deren Genossenschaft sich im Bereich Banken & Finanzdienstleistungen befindet, ist eine Digitalisierung im Bereich der Kommunikation nach außen, im Vergleich zur Gesamtschau, noch einmal wichtiger und macht auf dem ersten Rang einen prozentuellen Anteil von 28,85% aus. In Bezug auf die anderen Bereiche sind die Aussagen der Genossenschaftsmitglieder im Vergleich zur Gesamtansicht weitestgehend kongruent. Einkaufsplattform machen mit 30,9% einen etwas größeren prozentuellen Anteil auf dem sechsten und letzten Rang aus.

b. Wohnen und Bauen

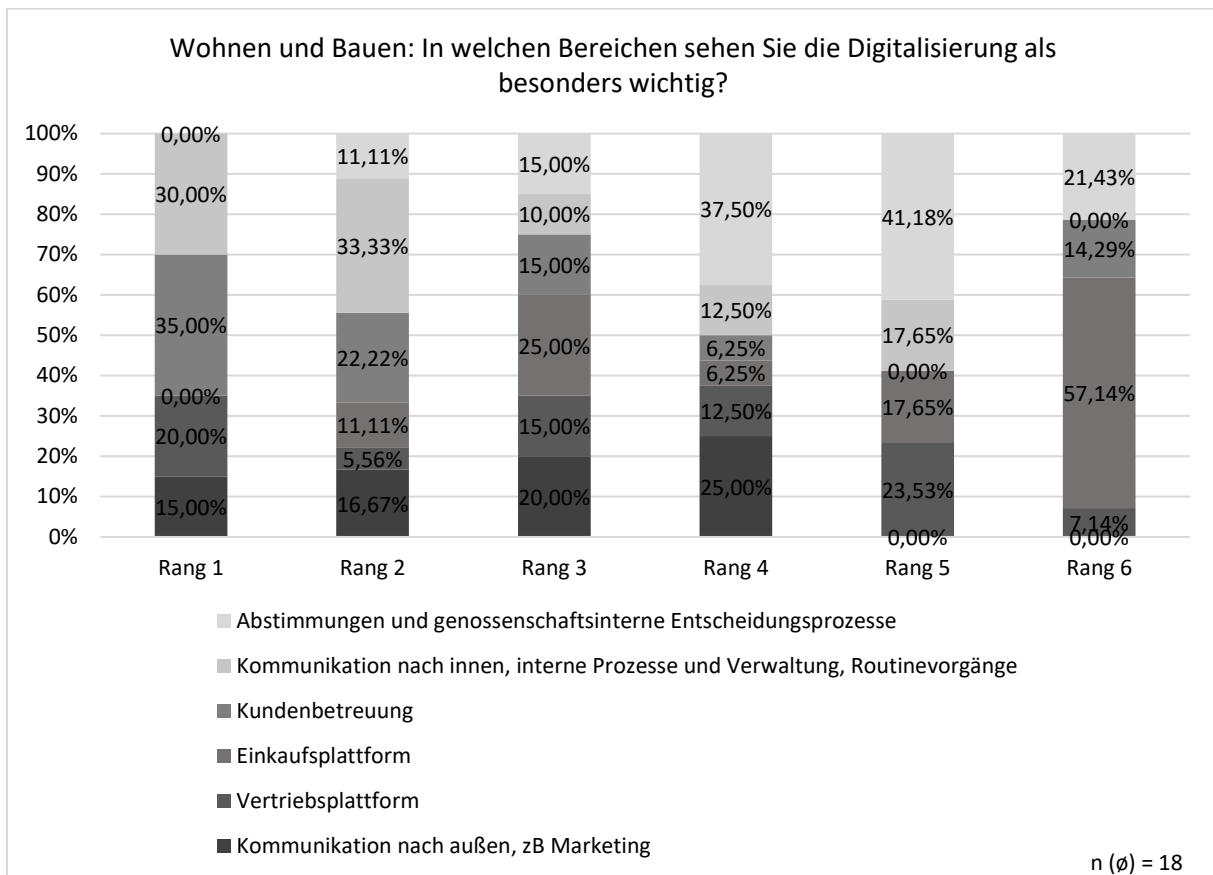


Abbildung 4.2 – 367: Branche – Wohnen – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen

Personen, deren Genossenschaften aus dem Bereich Wohnen und Bauen stammen, weichen teils deutlich von der Gesamtansicht ab, doch lässt sich aufgrund der geringen Stichprobe nicht abschließend klären, ob die hier abgebildete Meinung auf Ausreißer zurückzuführen ist, oder generelle Unterschiede vorliegen.

So wird beispielsweise eine digitale Kundenbetreuung mit einem prozentuellen Anteil von 35% auf dem ersten Rang als am wichtigsten erachtet, gefolgt von einer digitalisierten Kommunikation nach innen (20%). Interessanterweise macht die die Kommunikation nach außen lediglich einen Anteil von 15% auf den ersten Rang aus. Mit einem Anteil von über 57% werden digitale Vertriebsplattformen auf den letzten Platz des letzten Rangs gewählt. Auch digitale Abstimmungen und genossenschaftsinterne Entscheidungsprozesse werden als weniger wichtig angesehen.

c. Landwirtschaft



Abbildung 4.2 – 368: Branche – Landwirtschaft – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen

Die Verteilung der prozentuellen Anteile innerhalb des ersten Rangs ist sehr einheitlich. Mit 20,3% landet zwar eine stärkere Digitalisierung der „Kommunikation nach außen“ auf dem ersten Platz, doch folgen mit jeweils 18,6% gleich drei weitere Bereiche: „Kommunikation nach innen“, „Kundenbetreuung“ und „Vertriebsplattformen“. Eine digitalisierte Form von Abstimmungen und genossenschaftsinternen Entscheidungsprozessen wird von den Mitgliedern landwirtschaftlicher Genossenschaften mit 46,7% ebenfalls als am wenigsten wichtig erachtet. Interessanterweise macht die Kommunikation nach innen, trotz deutlicher Zustimmung auf Rang eins, ebenfalls einen vergleichsweise großen prozentuellen Anteil von 26,7% auf dem letzten Rang aus.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

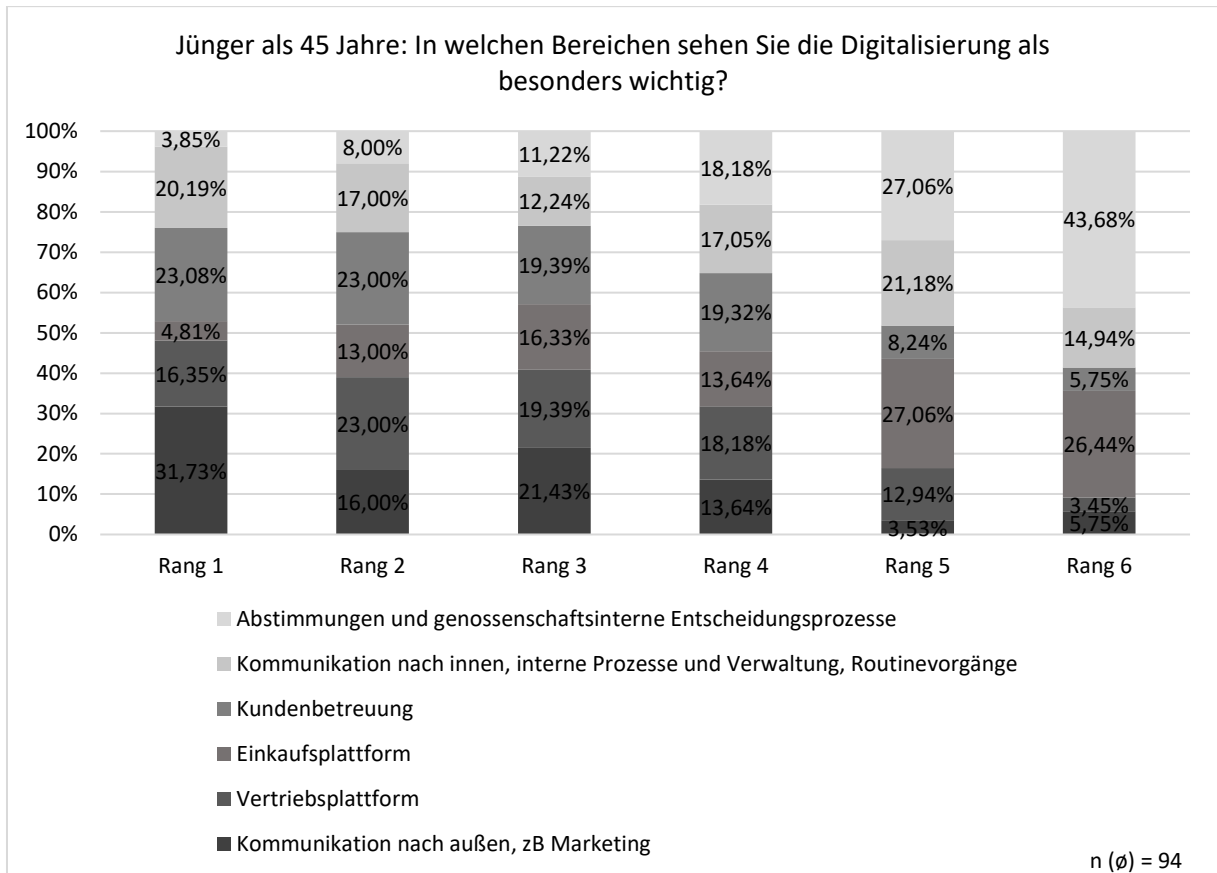


Abbildung 4.2 – 369: Alter – < 45 J. – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen

Unterscheidet man die Aussagen nach Alter, so macht bei jüngeren Genossenschaftsmitgliedern die Aussage hinsichtlich der „Kommunikation nach außen“ mit 31,7% den prozentuell größten Anteil auf dem ersten Rang aus. Damit sehen jüngere Mitglieder hier einen der wesentlichen Bereiche, in dem eine Digitalisierung besonders wichtig ist. Mit einem Anteil von 23,1% auf dem ersten Rang wird eine digitalisierte Kundenbetreuung als ebenfalls sehr wichtig angesehen. Digitalisierte „Abstimmungen und genossenschaftsinterne Entscheidungsprozesse“ werden von den jüngeren Mitgliedern mit einem Anteil von 43,7% auf dem letzten Rang klar als am wenigsten wichtig gesehen, gefolgt von Einkaufsplattformen mit einem Anteil von 26,4%.

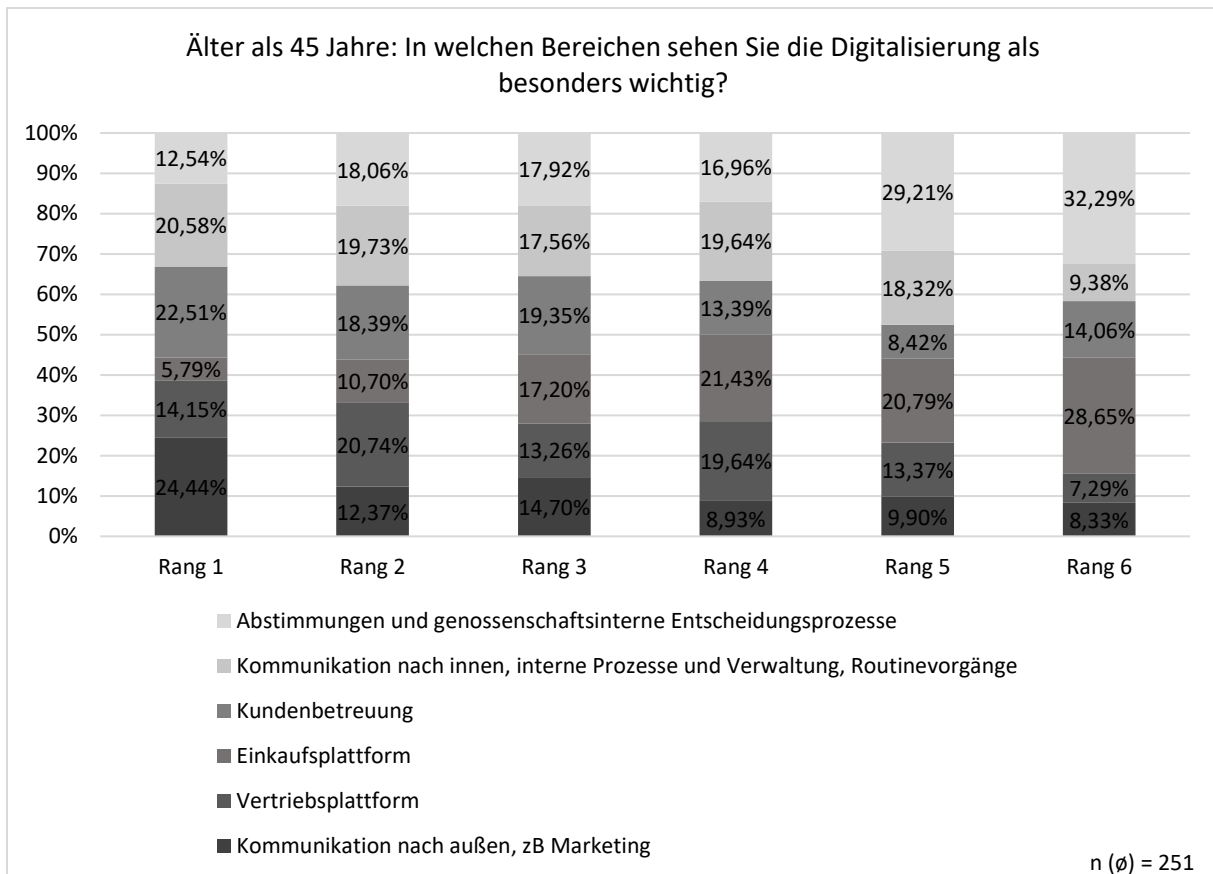


Abbildung 4.2 – 370: Alter – ≥ 45 J. – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen

Die Antworten der älteren Genossenschaftsmitglieder ähneln der Einschätzung der jüngeren Mitglieder, allerdings ist die Eindeutigkeit der Antworten weniger klar. So wird die „Kommunikation nach außen“ ebenfalls am häufigsten auf den ersten Rang gewählt, allerdings mit einem prozentuellen Anteil von 24,4% und damit deutlich seltener als bei den jüngeren Mitgliedern. Mit nur geringem Abstand wird mit einem Anteil von 22,5% eine digitale „Kundenbetreuung“ am zweithäufigsten auf den ersten Rang gewählt.

Die Aussagen bezüglich des letzten Rangs sind ebenfalls mit dem der jüngeren Mitglieder übereinstimmend, allerdings ebenfalls weniger deutlich. So wird das digitale Abhalten von „Abstimmungen und genossenschaftsinternen Entscheidungsprozessen“ hier weniger häufig auf den letzten Rang gewählt (vgl. 32,3% ältere Mitglieder vs. 43,7% jüngere Mitglieder). Junge Mitglieder stehen digitalen Entscheidungsprozessen von dem her positiver gegenüber als ältere Mitglieder. Einkaufsplattformen machen auf dem sechsten Rang bei den älteren Mitgliedern einen Anteil von 28,65% aus, bei den jüngeren sind es 26,4%.

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

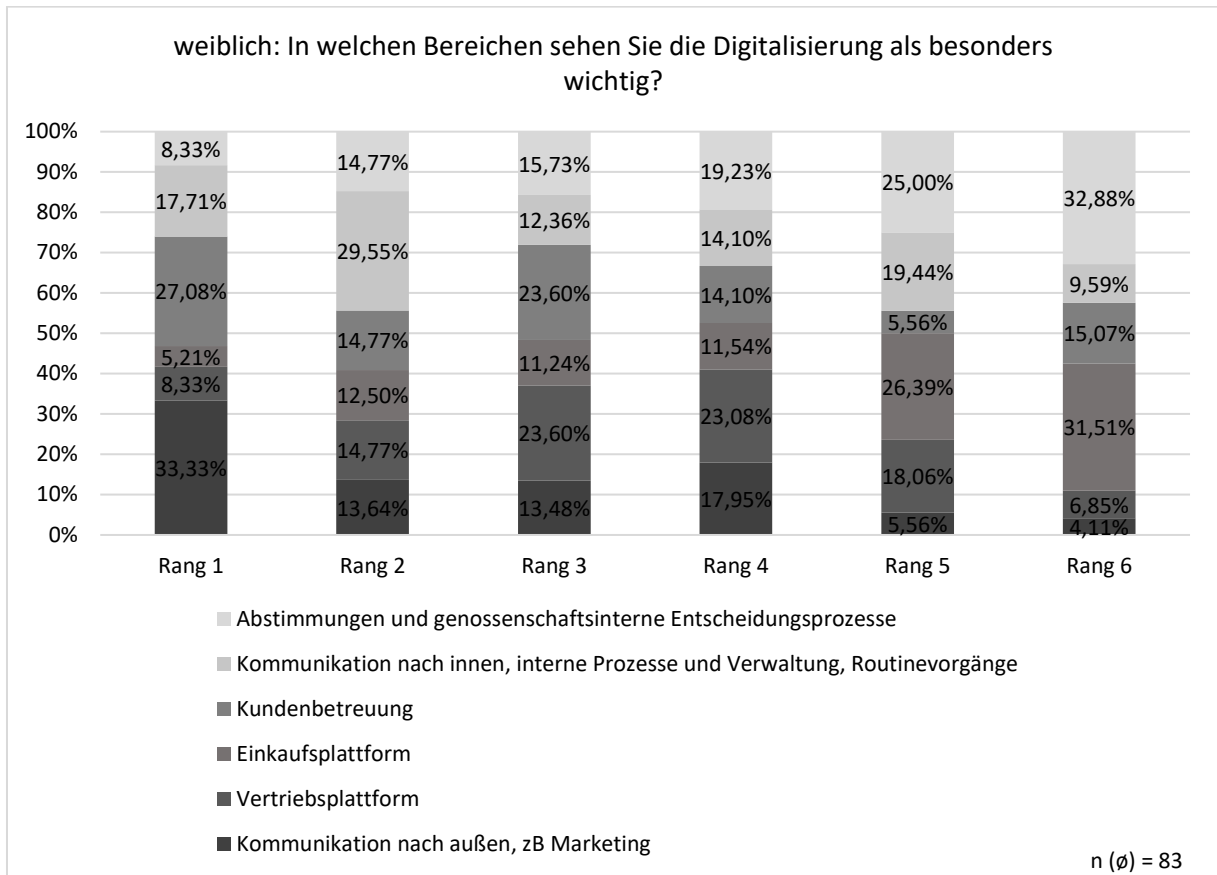


Abbildung 4.2 – 371: Geschlecht – weiblich – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen

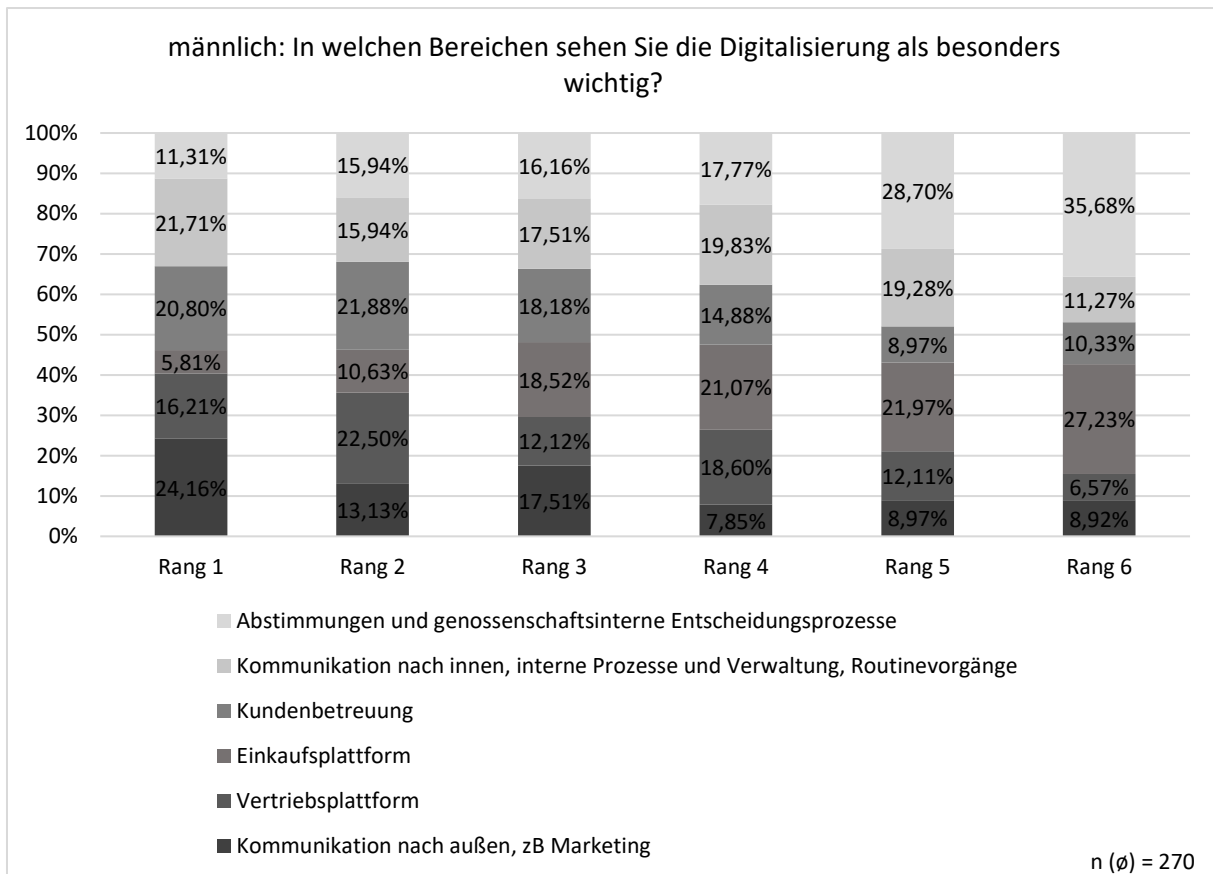


Abbildung 4.2 – 372: Geschlecht – männlich – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen

Für Frauen ist eine digitalisierte „Kommunikation nach außen“ mit einem prozentuellen Anteil von 33,3% auf dem ersten Rang sehr viel wichtiger als für männliche Genossenschaftsmitglieder (24,2%). Auch eine stärkere Digitalisierung der „Kundenbetreuung“ ist für sie mit einem Anteil von 27,1% auf dem ersten Rang wichtiger als für Männer (20,8%). Einen weiteren Unterschied gibt es in Bezug auf „Vertriebsplattformen“. Hier wird eine Digitalisierung von Männern (16,1%) als wichtiger erachtet als von Frauen (8,3%). Eine stärkere Digitalisierung von „Abstimmungen und genossenschaftsinternen Entscheidungsprozessen“ landet sowohl bei den weiblichen als auch bei den männlichen Genossenschaftsmitgliedern mit einem prozentuellen Anteil von 32,9% bzw. 35,7% klar auf den ersten Platz im sechsten Rang. „Einkaufsplattformen“ folgen auf dem zweiten Platz mit einem Anteil von 31,5% bei den Frauen und 27,2% bei den Männern.

c. Region der Genossenschaft

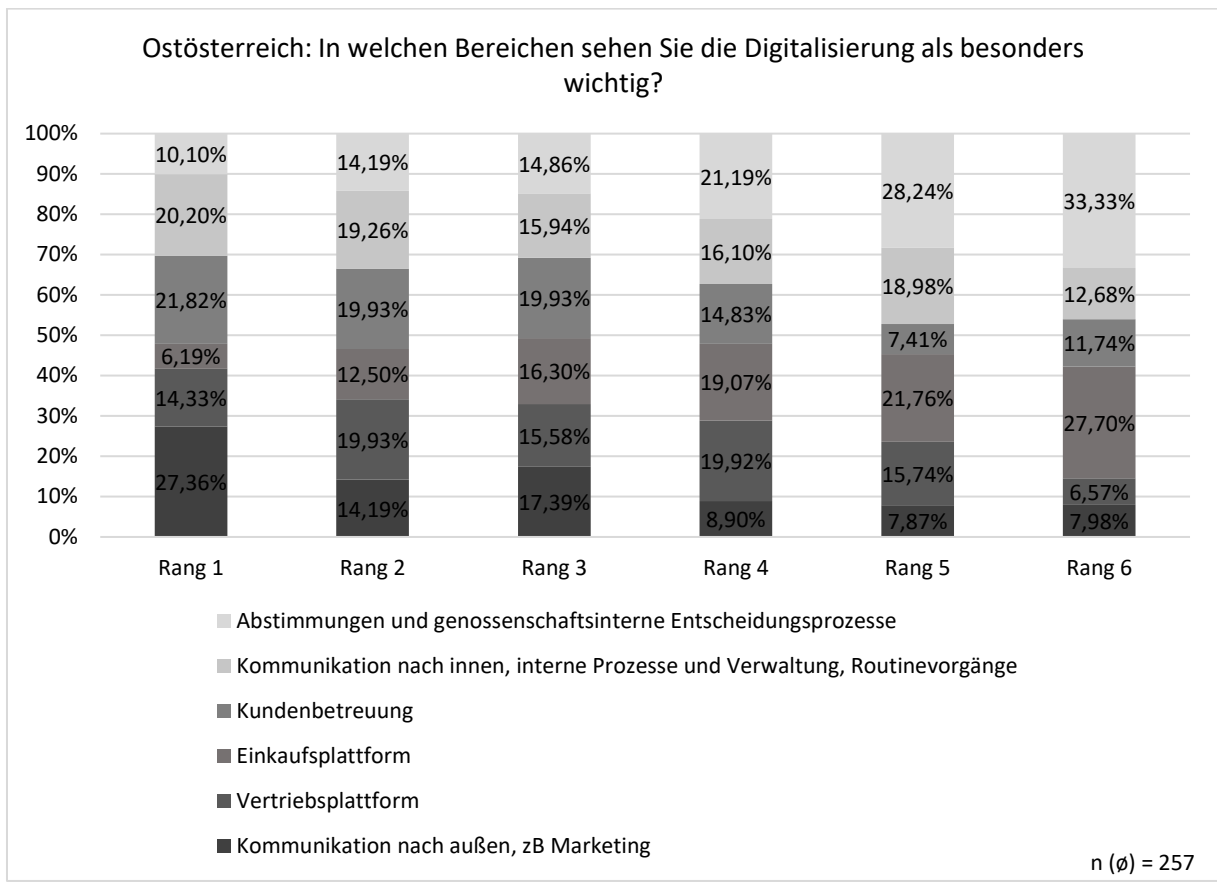


Abbildung 4.2 – 373: Region – Ostösterreich – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen

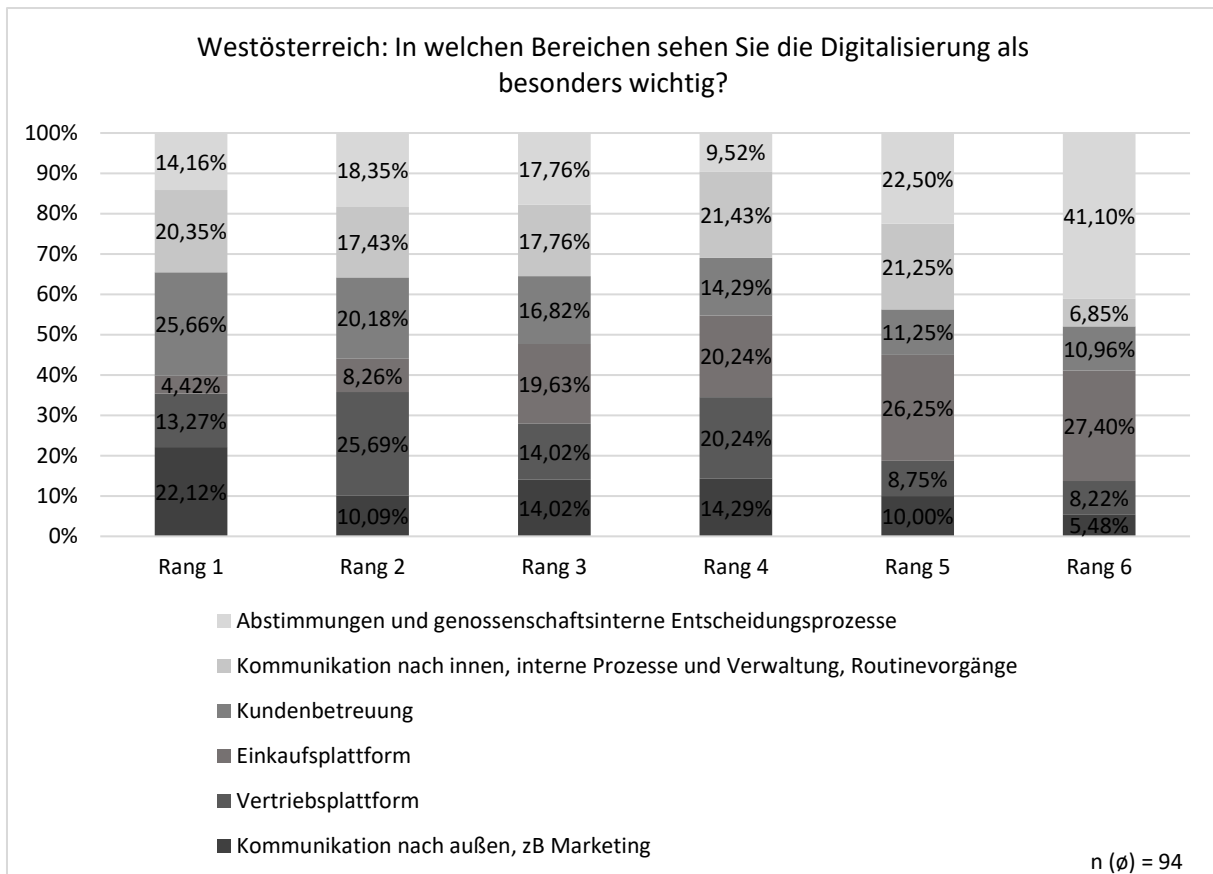


Abbildung 4.2 – 374: Region – Westösterreich. – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen

Unterscheidet man nach der Region, in der die Genossenschaft des befragten Mitglieds ihren Sitz hat, so kommt es zu teilweise unterschiedlichen Bewertungen. Für Genossenschaftsmitglieder aus Ostösterreich nimmt die „Kommunikation nach außen“ mit einem prozentuellen Anteil von 27,4% auf dem ersten Rang den ersten Platz ein, gefolgt von einer stärker digitalisierten „Kundenbetreuung“ mit 21,8%. In Westösterreich wird die Reihung dieser zwei Punkte jeweils unterschiedlich gesehen. Hier kommt die Wichtigkeit einer stärkeren Digitalisierung in der „Kundenbetreuung“ auf 25,7%, die „Kommunikation nach außen“ auf 22,1%.

Die Bewertung der hinteren Ränge ist relativ einheitlich bzw. entspricht im Wesentlichen der Gesamtansicht.

Für eine genaue Betrachtung von Südösterreich ist die Stichprobenanzahl zu gering. Generalisierbare Aussagen lassen sich hier nicht treffen.

d. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

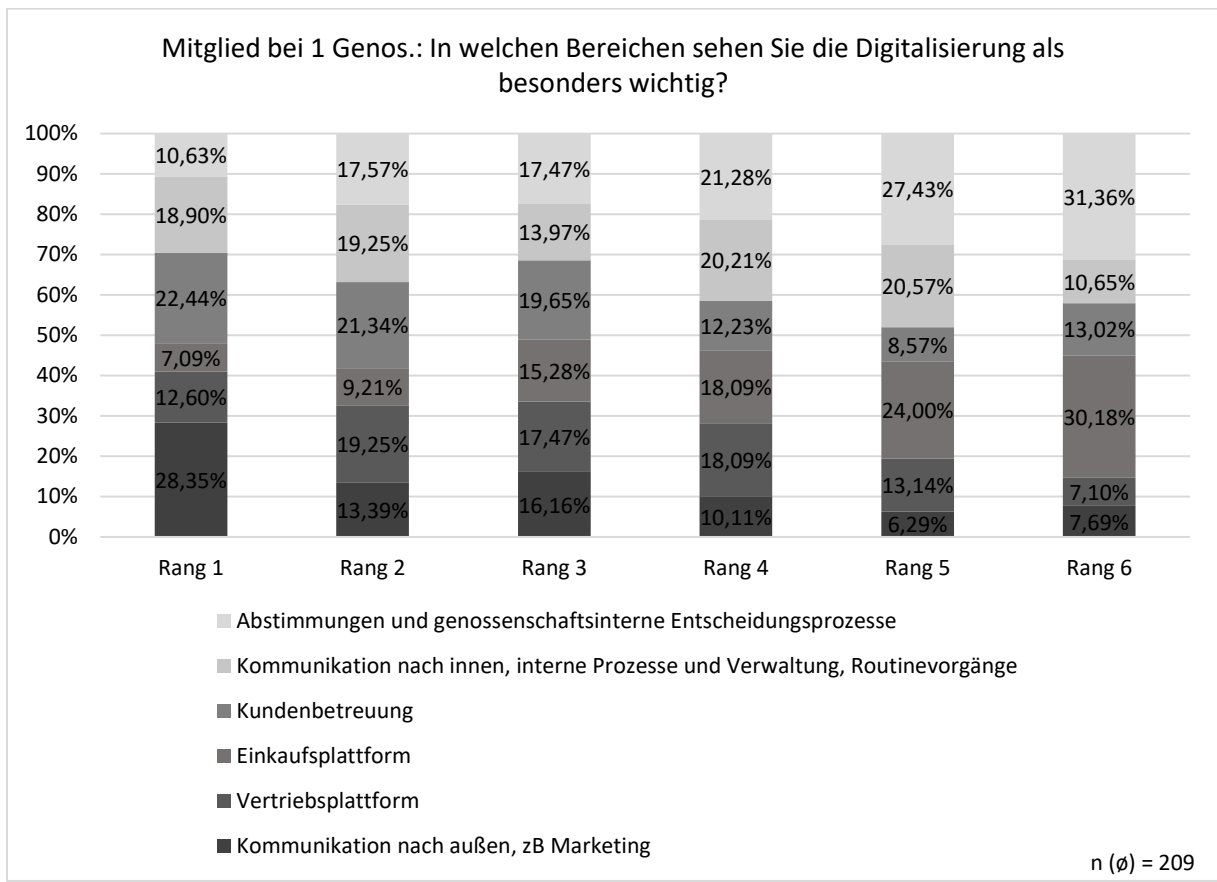


Abbildung 4.2 – 375: Anzahl Mitgliedschaften – 1 Genos. – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen

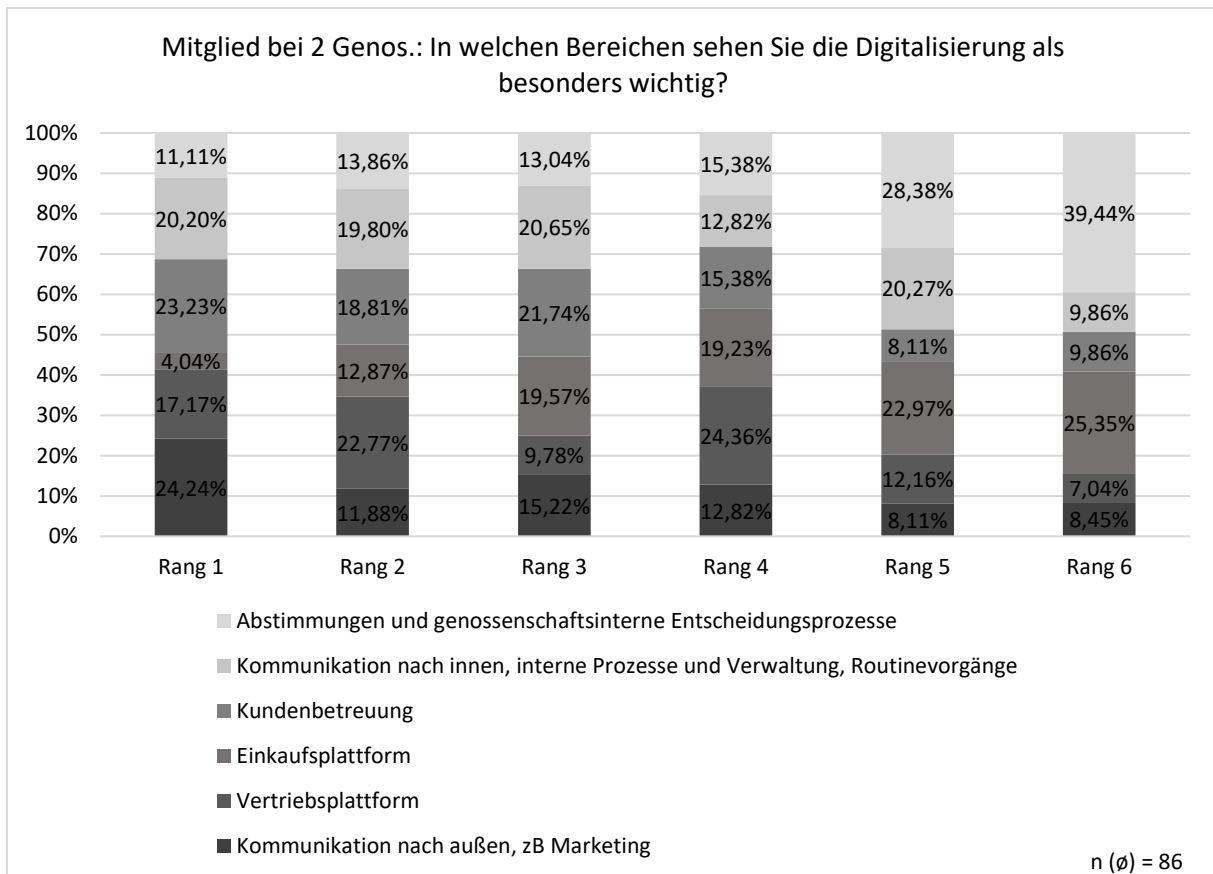


Abbildung 4.2 – 376: Anzahl Mitgliedschaften – 2 Genos. – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen

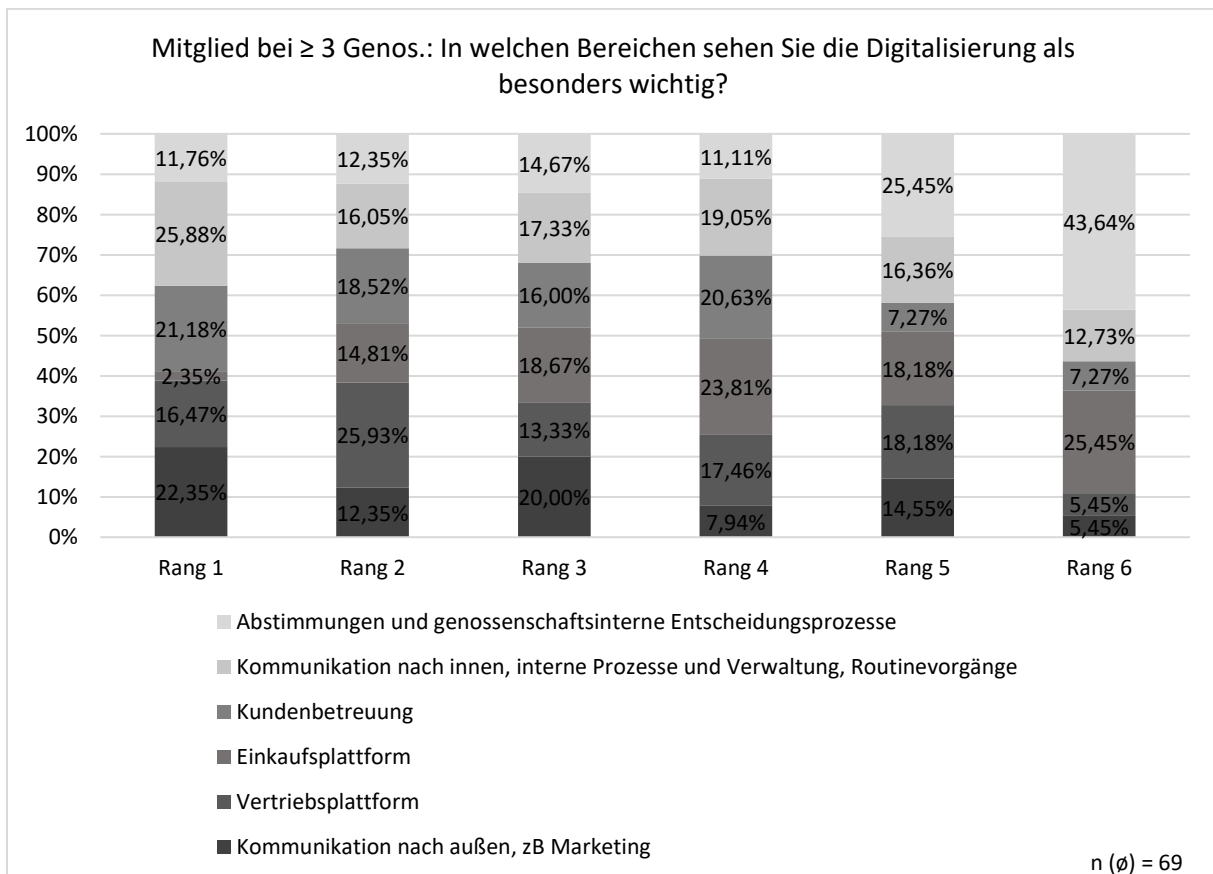


Abbildung 4.2 – 377: Anzahl Mitgliedschaften – ≥ 3 Genos. – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen

Betrachtet man die Aussagen der Genossenschaftsmitglieder getrennt nach Anzahl der Genossenschaftsmitgliedschaften, so sind sie sich, von prozentuellen Unterschieden abgesehen, in den Platzierungen relativ ähnlich. Lediglich Personen, die bei drei oder mehr Genossenschaften Mitglied sind, bewerten die Wichtigkeit der „Kommunikation nach innen“ mit einem Anteil von 25,9% auf dem ersten Rang deutlich höher als Personen mit zwei (20,2%) oder einer (18,9%) Genossenschaftsmitgliedschaft.

e. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

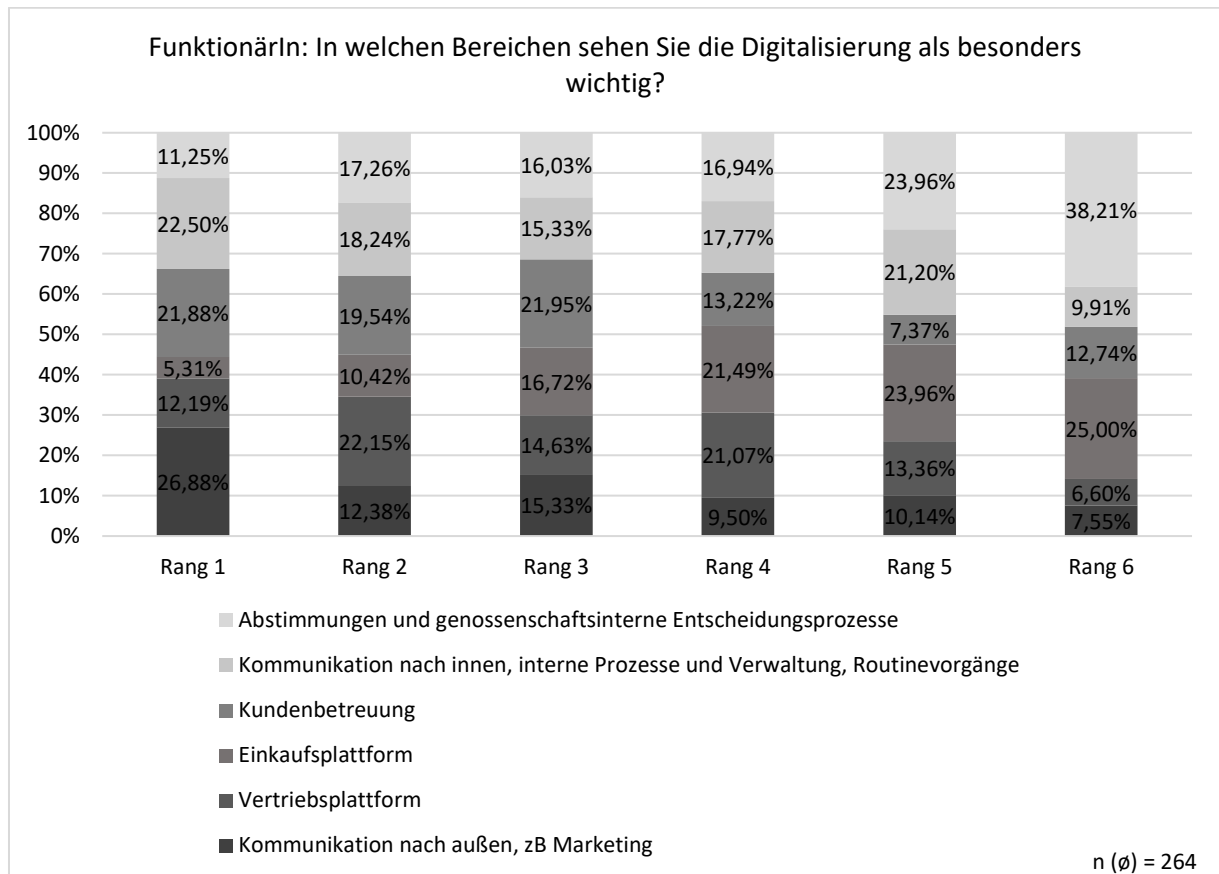


Abbildung 4.2 – 378: FunktionärIn – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen

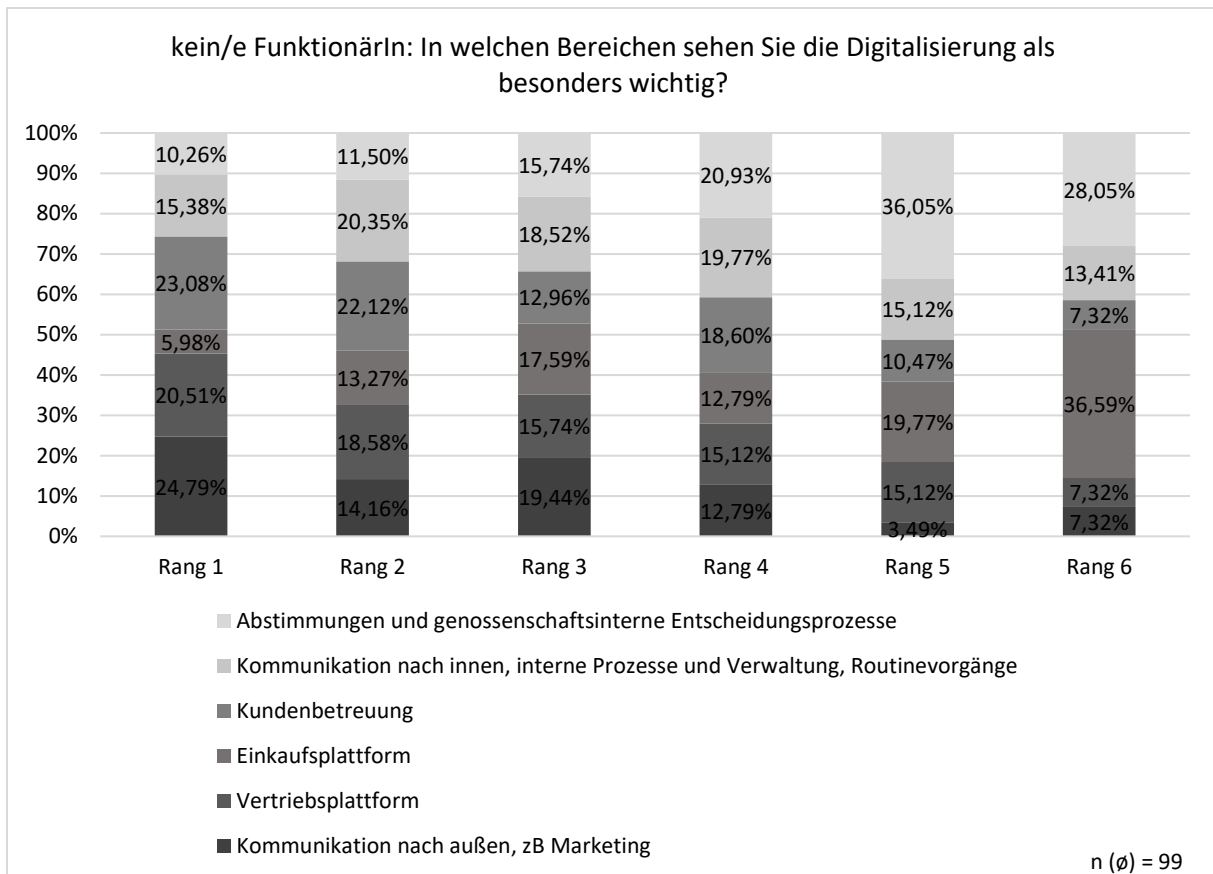


Abbildung 4.2 – 379: kein/e FunktionärIn – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen

Funktionärinnen und Funktionäre sowie reine Mitglieder bewerten die angeführten Bereiche recht ähnlich, doch gibt es gewisse Unterschiede. So sind für reine Mitglieder „Vertriebsplattformen“ mit einem Anteil von 20,5% auf dem ersten Rang wichtiger als für Funktionärinnen und Funktionäre (12,2%). Für diese ist dagegen eine stärker digitalisierte „Kommunikation nach innen“ mit 22,5% drängender als für Personen ohne offizielle Funktion (15,4%). Auch in der Bewertung der hinteren Ränge kommt es zu Unterschieden. So wird eine stärkere Digitalisierung von „Abstimmungen und genossenschaftsinterner Entscheidungsprozesse“ von Funktionärinnen und Funktionären mit 38,2% auf den letzten Rang gesehen, eine Digitalisierung ist für sie damit in diesem Bereich deutlich unwichtiger als für reine Mitglieder. Hier macht der Bereich 28,1% aus. „Einkaufsplattformen“ werden dagegen von reinen Mitgliedern im Vergleich zu Funktionärinnen und Funktionären mit einem Anteil von 36,6% auf dem letzten Rang als wesentlich wahrgenommen (Funktionärinnen und Funktionäre 25%).

f. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

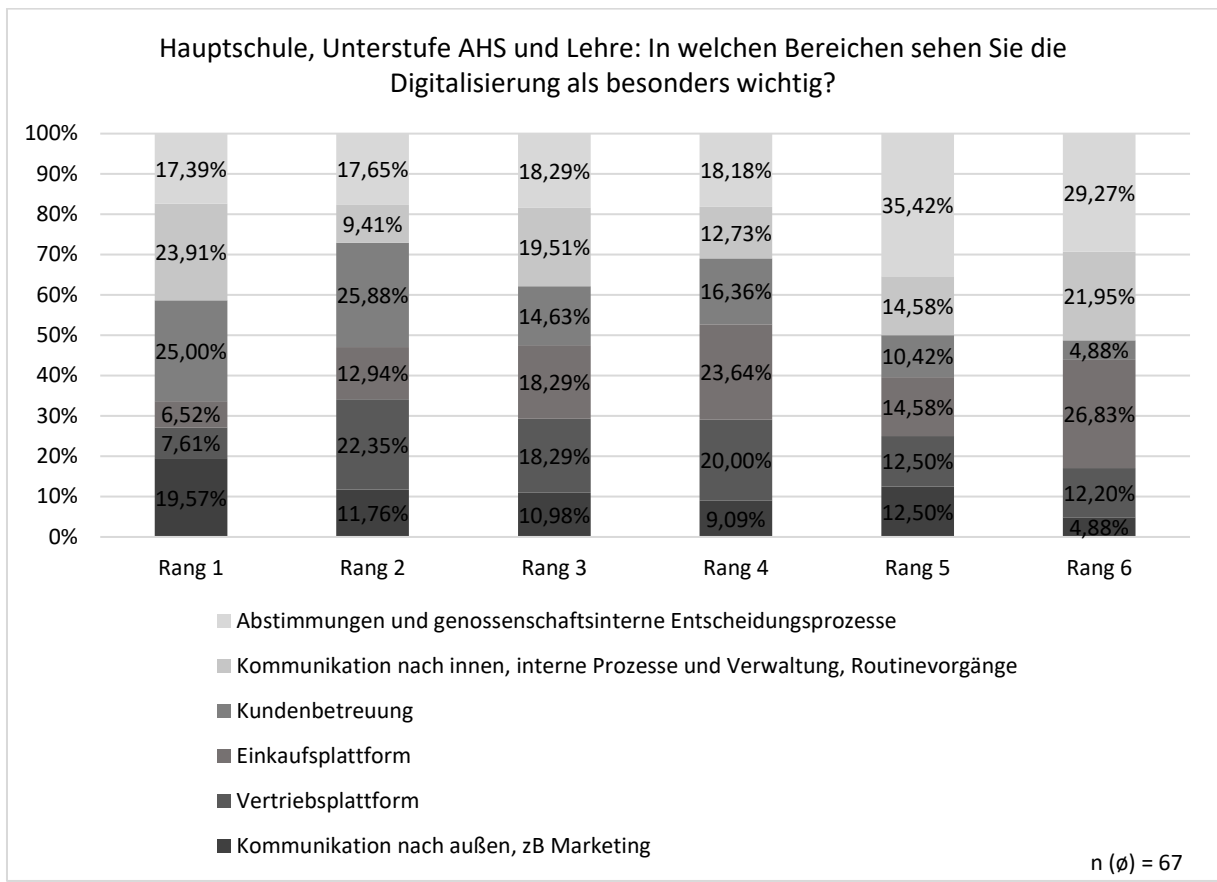


Abbildung 4.2 – 380: Bildung – HS, AHS und Lehre – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen

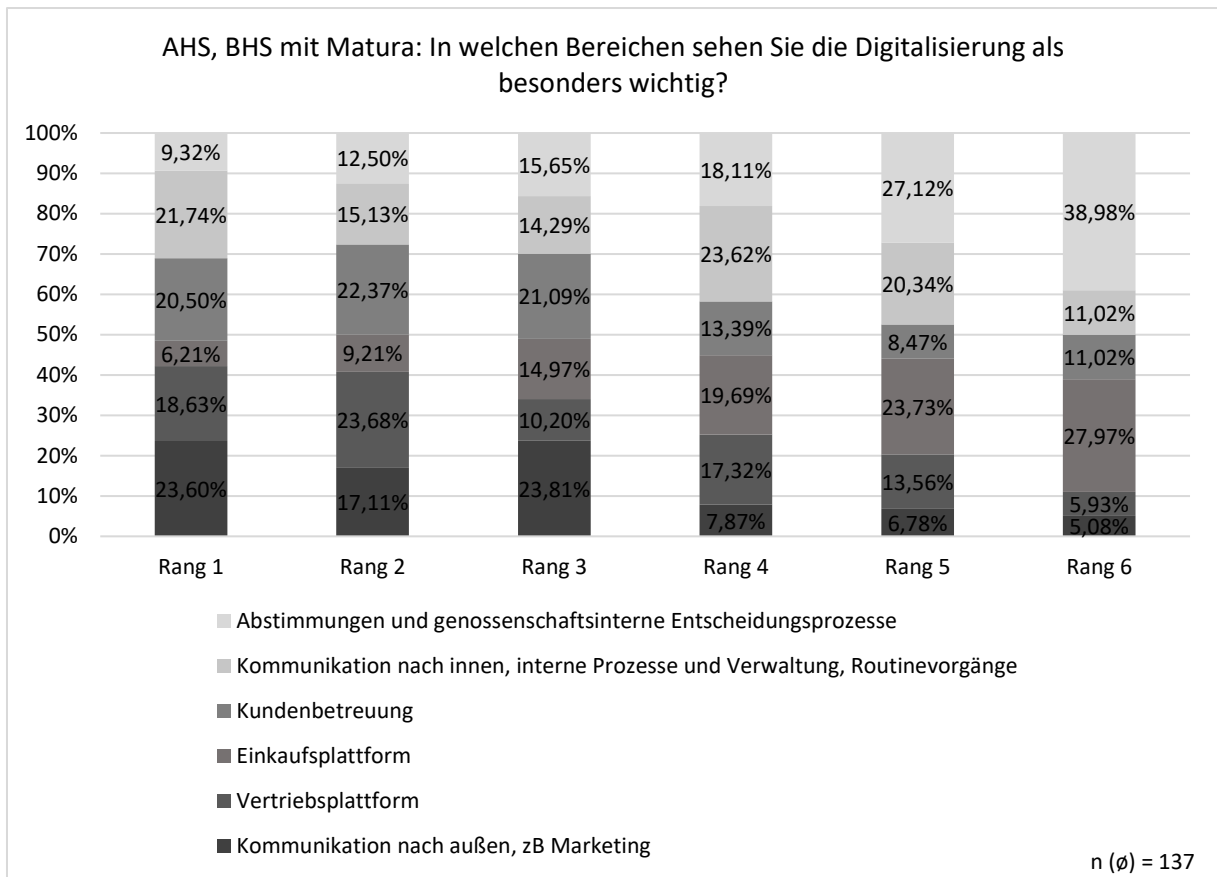


Abbildung 4.2 – 381: Bildung – AHS, BHS m. Matura – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen

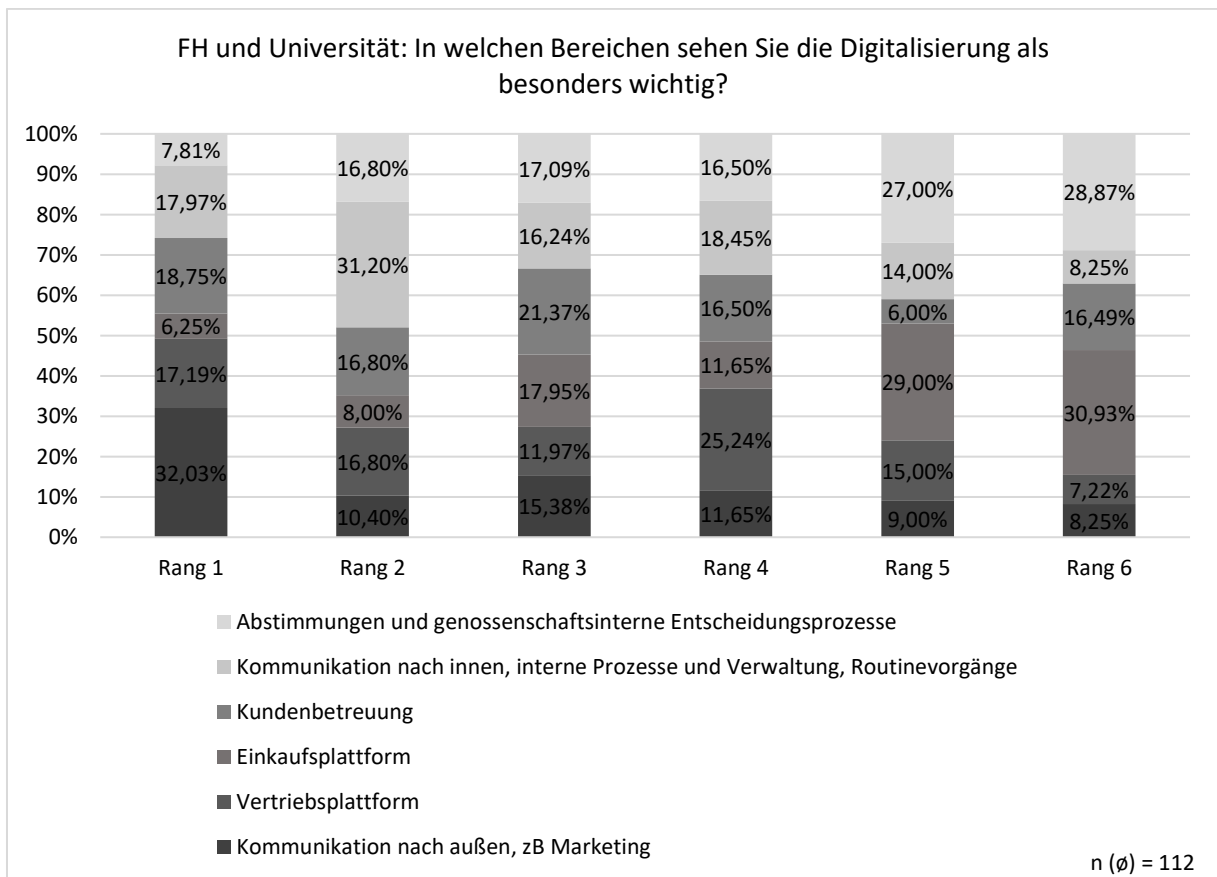


Abbildung 4.2 – 382: Bildung – FH oder Uni. – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen

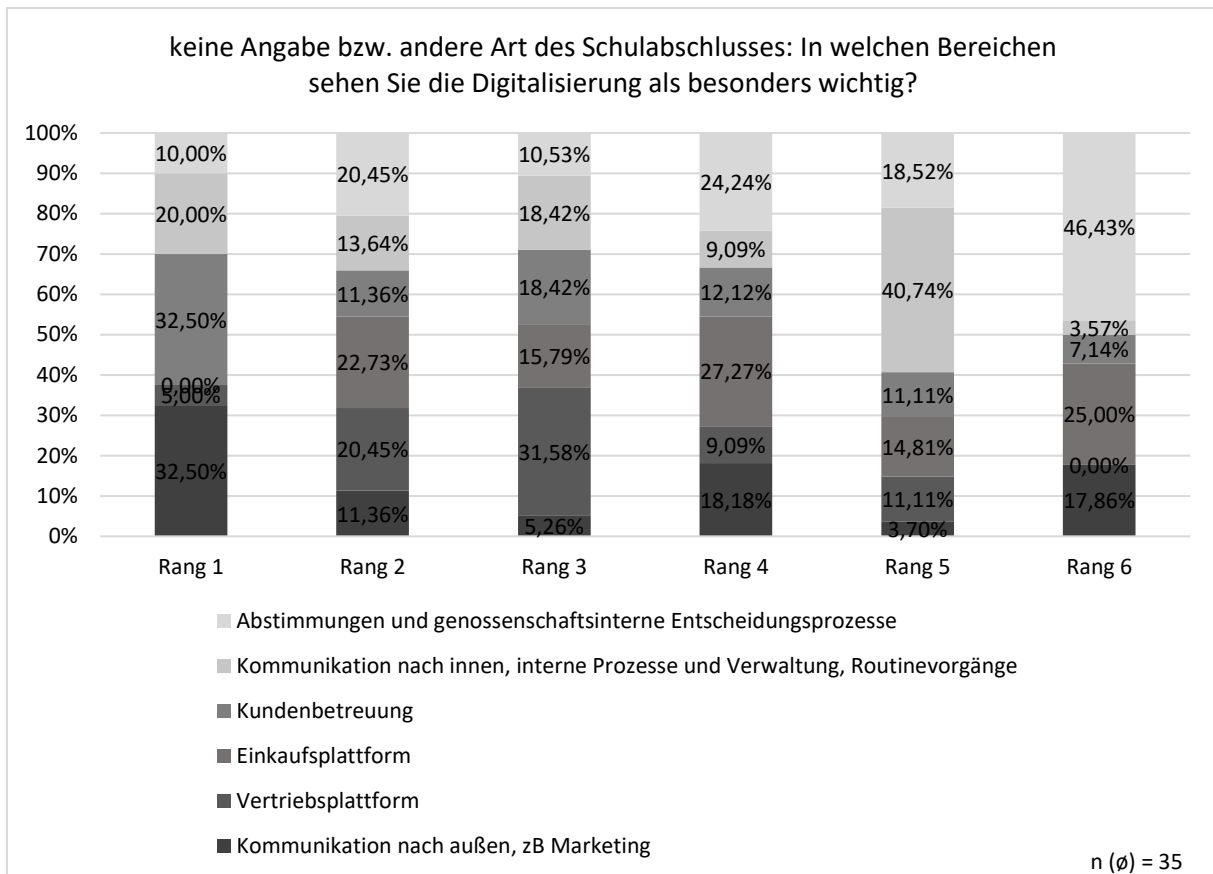


Abbildung 4.2 – 383: Bildung – kA bzw. anderer Schulabschluss – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen

Die Höhe des formalen Bildungsabschlusses hat ebenfalls einen Einfluss auf die Bewertung hinsichtlich der Frage, wie wichtig die Digitalisierung in den angegebenen Bereichen für die einzelnen Mitglieder ist.

Für Personen mit Hauptschulabschluss, Unterstufe AHS und Lehre sowie bei Personen ohne Angaben zu ihrem Schulabschluss bzw. einer anderen Art ist der Bereich der digitalisierten „Kundenbetreuung“ mit 25% bzw. 32,5% auf dem ersten Rang sehr viel höher gewichtet als bei Personen mit AHS, BHS mit Matura (20,5%) oder Personen mit Hochschulabschluss (18,8%). Für sie kommt die „Kommunikation nach außen“ mit 23,6% bzw. 32% an erste Stelle. Für Personen mit Hauptschulabschluss, Unterstufe AHS und Lehre sind es hier 19,6%. Bei den Personen ohne Angaben zu ihrem Schulabschluss bzw. einer anderen Art macht dieser Punkt, wie auch bei der „Kundenbetreuung“, 32,5% aus.

In Bezug auf die Platzierung innerhalb des letzten Ranges werden bei allen vier Bildungsclustern der Bereich „Abstimmungen und genossenschaftsinterne Entscheidungsprozesse“ am häufigsten gewählt. Eine Digitalisierung wird dort von allen als am wenigsten wichtig gesehen, doch unterscheiden sich die prozentuellen Werte. Für Personen mit Hauptschulabschluss, Unterstufe AHS und Lehre sowie jenen mit Hochschulabschluss liegt der Wert bei ca. 29%, bei Personen mit AHS, BHS mit Matura und Personen ohne Angaben zu ihrem Schulabschluss bzw. einer anderen Art liegt der Wert bei 39% bzw. 46,4%.

g. Größe der Genossenschaft

Bei einer Unterscheidung nach Größe der Genossenschaft kommt es zu kleineren Unterschieden zwischen der Bewertung von Personen, die Mitglied mittlerer oder großer Genossenschaften sind, doch ist die Rangordnung weitestgehend gleich bzw. die Unterschiede gering. Die Sichtweise von Mitgliedern kleiner Genossenschaften kann aufgrund der geringen Stichprobengröße nicht abschließend beantwortet werden.

Zusammenfassend ist bezüglich der Frage, in welchen Bereichen eine Digitalisierung von den Genossenschaftsmitgliedern als besonders wichtig bzw. unwichtig gesehen wird, festzustellen, dass Kommunikation nach außen vor Kundenbetreuung und Einkaufsplattformen als wichtigste Digitalisierungsprojekte gesehen werden. Abweichend davon wird in der Landwirtschaft keine eindeutige Präferenz bezüglich digitaler Strategien geäußert. Jüngere Mitglieder sowie Frauen präferieren Kommunikation und Kundenbindung, reine Mitglieder erkennen die Notwendigkeit von Vertriebsplattformen deutlicher als Funktionärinnen und Funktionäre, die Digitalisierung nach innen als wichtiger ansehen. Auffallend ist, dass vor allem jüngere Mitglieder internen digitalen Entscheidungsprozessen keine große Bedeutung zumessen, obwohl sie sich bezüglich digitaler Kommunikation grundsätzlich sehr offen gezeigt haben. Je höher der formale Bildungsstand, desto eher wird digitale Kommunikation nach außen als wesentlich erachtet, je geringer der formale Bildungsstand, desto mehr die Kommunikation nach innen. Grundsätzlich wird digitalen Abstimmungsprozessen die geringste Bedeutung zugemessen.

Frage M.39 – 5 wichtigste Vorteile von Digitalisierung für Genossenschaften

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

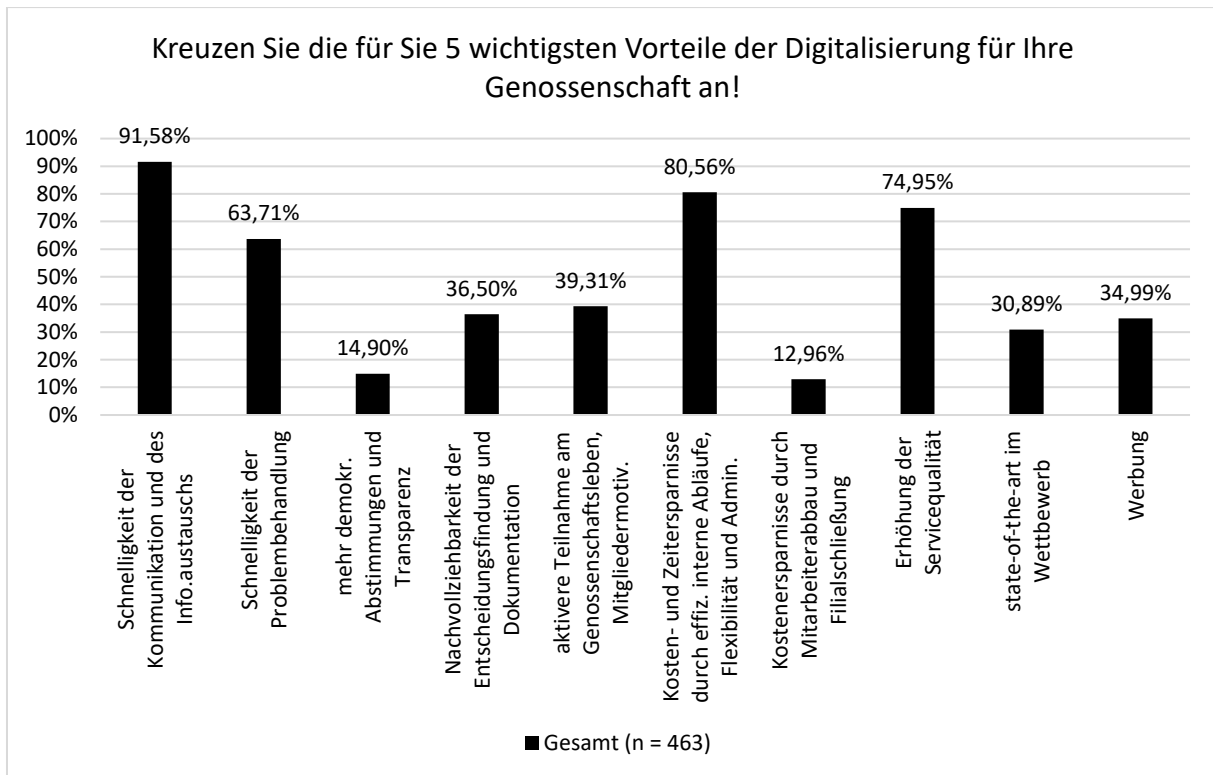


Abbildung 4.2 – 384: Gesamtansicht – 5 wichtigste Vorteile von Digitalisierung für Genossenschaften

Mögliche Vorteile der Digitalisierung wurden der vorgelagerten Delphi-Befragung entnommen. Auf die Frage, welche fünf Vorteile der eigenen Genossenschaft durch eine verstärkte Digitalisierung entstehen, kristallisieren sich in der Gesamtansicht vier Aussagen heraus.

Mit einer Zustimmungsrate von über 90% wird als wichtigster Vorteil die „Schnelligkeit der Kommunikation und des Informationsaustauschs“ genannt. Mit einer Zustimmungsrate von über 80% folgt die Aussage: „Kosten- und Zeitersparnisse durch effizientere interne Abläufe, Flexibilität und Administration“. Knapp 75% sehen als einen weiteren Vorteil der Digitalisierung eine „Erhöhung der Servicequalität“. Für 63,7% steht die „Schnelligkeit der Problembehandlung“ im Vordergrund, die ebenfalls zu einer Steigerung der Qualität führt.

Als weniger wichtig werden die Punkte „mehr demokratische Abstimmungen und Transparenz“ (14,9%) und „Kostensparnisse durch Mitarbeiterabbau und Filialschließung“ (3%) gesehen.

B) Detailauswertung nach Branchen

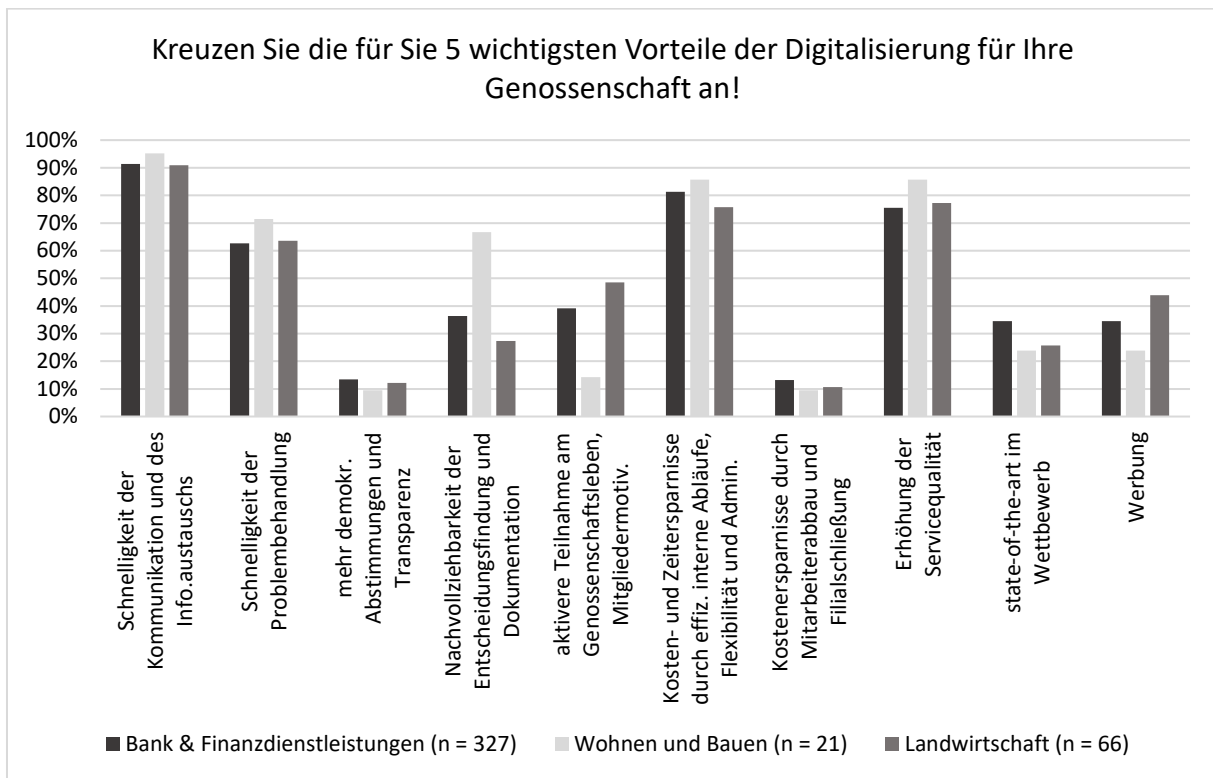


Abbildung 4.2 – 385: Branche – 5 wichtigste Vorteile von Digitalisierung für Genossenschaften

Die in der Gesamtschau genannten Punkte setzen sich auch bei einer Branchenbetrachtung durch. Es kommt zwar zu gewissen prozentuellen Verschiebungen, doch bleibt die Rangfolge der wichtigsten Vorteile der Digitalisierung für die Genossenschaft der einzelnen Mitglieder bestehen. Interessanterweise bewerten Personen aus dem Sektor Wohnen und Bauen den Punkt: „Nachvollziehbarkeit der Entscheidungsfindung und Dokumentation“ als deutlich wichtiger als die anderen zwei hier vorgestellten Branchen. Jedoch ist die Stichprobengröße dieser Branche eher gering, weshalb eine Generalisierung nicht möglich ist.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Das Alter hat keine Auswirkungen auf die absolute Platzierung der einzelnen Punkte.

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Das Geschlecht hat keine Auswirkungen auf die absolute Platzierung der einzelnen Punkte.

c. Region der Genossenschaft

Eine Unterscheidung nach Regionen hat keine Auswirkung auf die absolute Platzierung der einzelnen Punkte.

d. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Die Anzahl an Genossenschaftsmitgliedschaften hat keine Auswirkung auf die absolute Platzierung der einzelnen Punkte.

e. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Eine Unterscheidung nach Funktionärinnen und Funktionären und Personen ohne offizielle Position in ihrer Genossenschaft führt ebenfalls zu keinen Auswirkungen auf die Rangfolge der am häufigsten gewählten Punkte.

f. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Die Höhe des Bildungsabschlusses hat keine Auswirkungen auf die Rangfolge der am häufigsten gewählten Vorteile der Digitalisierung für Genossenschaften.

g. Größe der Genossenschaft

Eine Unterscheidung nach Größe der Genossenschaft, aus der heraus das einzelne Mitglied den Fragebogen beantwortet, führt zu keinen Auswirkungen auf die Rangfolge der am häufigsten gewählten Vorteile der Digitalisierung für Genossenschaften.

Zusammenfassend ist bezüglich der Nennung der fünf wichtigsten Vorteile der jeweiligen Genossenschaft festzustellen, dass sich klar vier Vorteile herauskristallisiert haben, die über alle Detailauswertungen hinweg konstant sind. Erstens Schnelligkeit der Kommunikation, zweitens Kosten / Zeitersparnis hinsichtlich eines effizienteren Ablaufs, drittens Servicequalität und viertens Schnelligkeit der Problembehandlung. Als relativ uninteressant erachtet werden demokratische Abstimmungen und Transparenz sowie Kostenersparnis durch Filialschließungen.

Frage M.40 – 5 wichtigste Nachteile von Digitalisierung für Genossenschaften

A) Gesamtauswertung des Fragenclusters

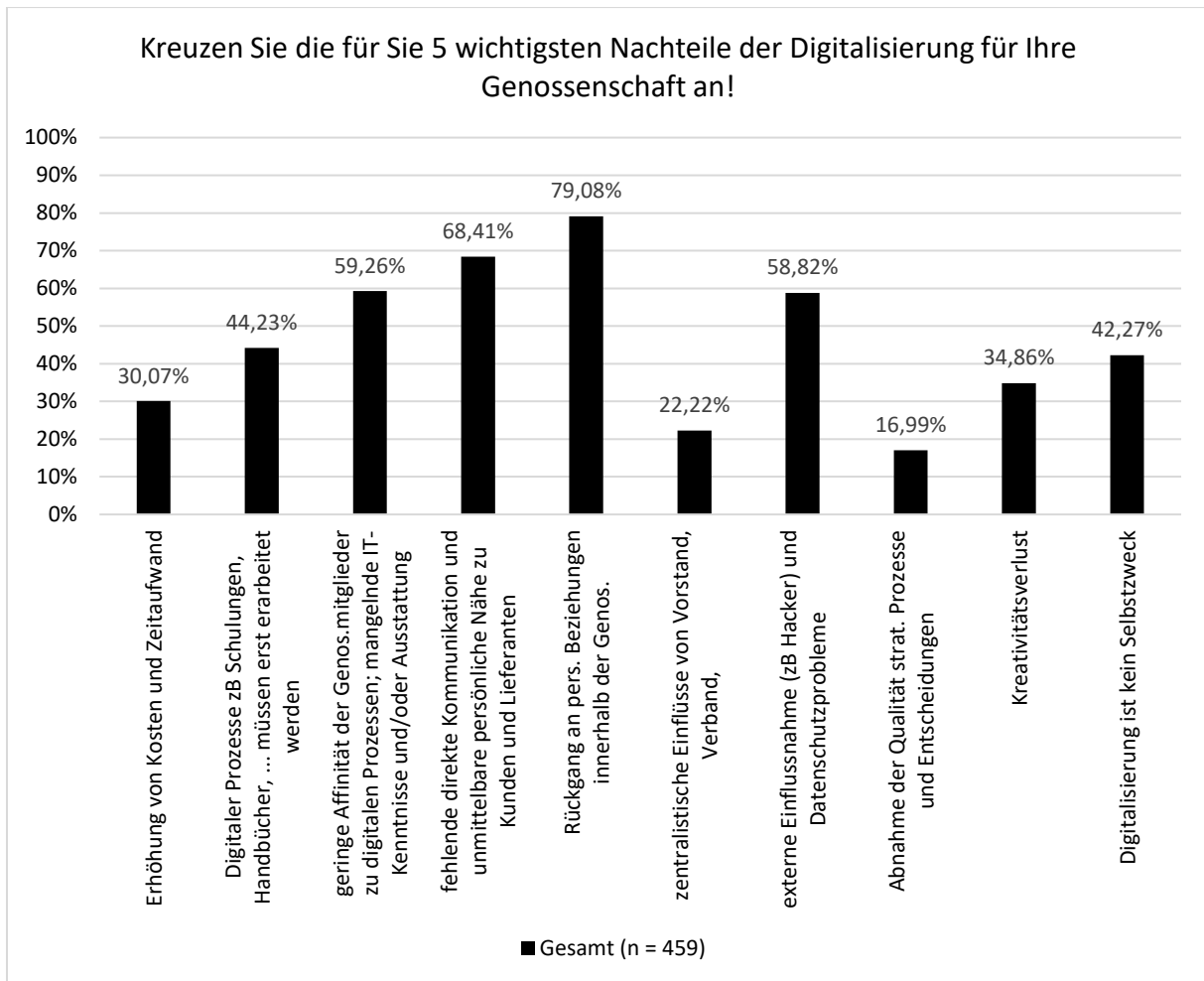


Abbildung 4.2 – 386: Gesamtansicht – 5 wichtigste Nachteile von Digitalisierung für Genossenschaften

Mögliche Nachteile der Digitalisierung wurden der vorgelagerten Delphi-Befragung entnommen. Bei der Bewertung hinsichtlich der größten Nachteile, die mit einer stärkeren Digitalisierung in der eigenen Genossenschaft einhergehen würden, nennen knapp 80% der befragten Mitglieder den „Rückgang an persönlichen Beziehungen innerhalb der Genossenschaft“. In eine ähnliche Richtung geht der folgende Punkt, der mit knapp 70% am zweithäufigsten gewählt wurde: „fehlende direkte Kommunikation und unmittelbare persönliche Nähe zu Kunden und Lieferanten“. Sprich, es wird befürchtet, dass nicht nur die Beziehungen innerhalb der Genossenschaft durch eine stärkere Digitalisierung leiden, sondern auch gegenüber Kunden und Lieferanten. Mit jeweils knapp 60% werden die zwei Punkte: „geringe Affinität der Genossenschaftsmitglieder zu digitalen Prozessen; mangelnde IT-Kenntnisse und/oder Ausstattung“ (59,3%) und „externe Einflussnahme (zB Hacker) und Datenschutzprobleme“ (58,8%) genannt. Interessanterweise werden eine stärkere Zentralisierung bzw. Abnahme der Qualität strategischer Prozesse und Entscheidungen nur von 22,2% bzw. 17% als einer der wichtigsten Nachteile angeführt.

B) Detailauswertung nach Branchen

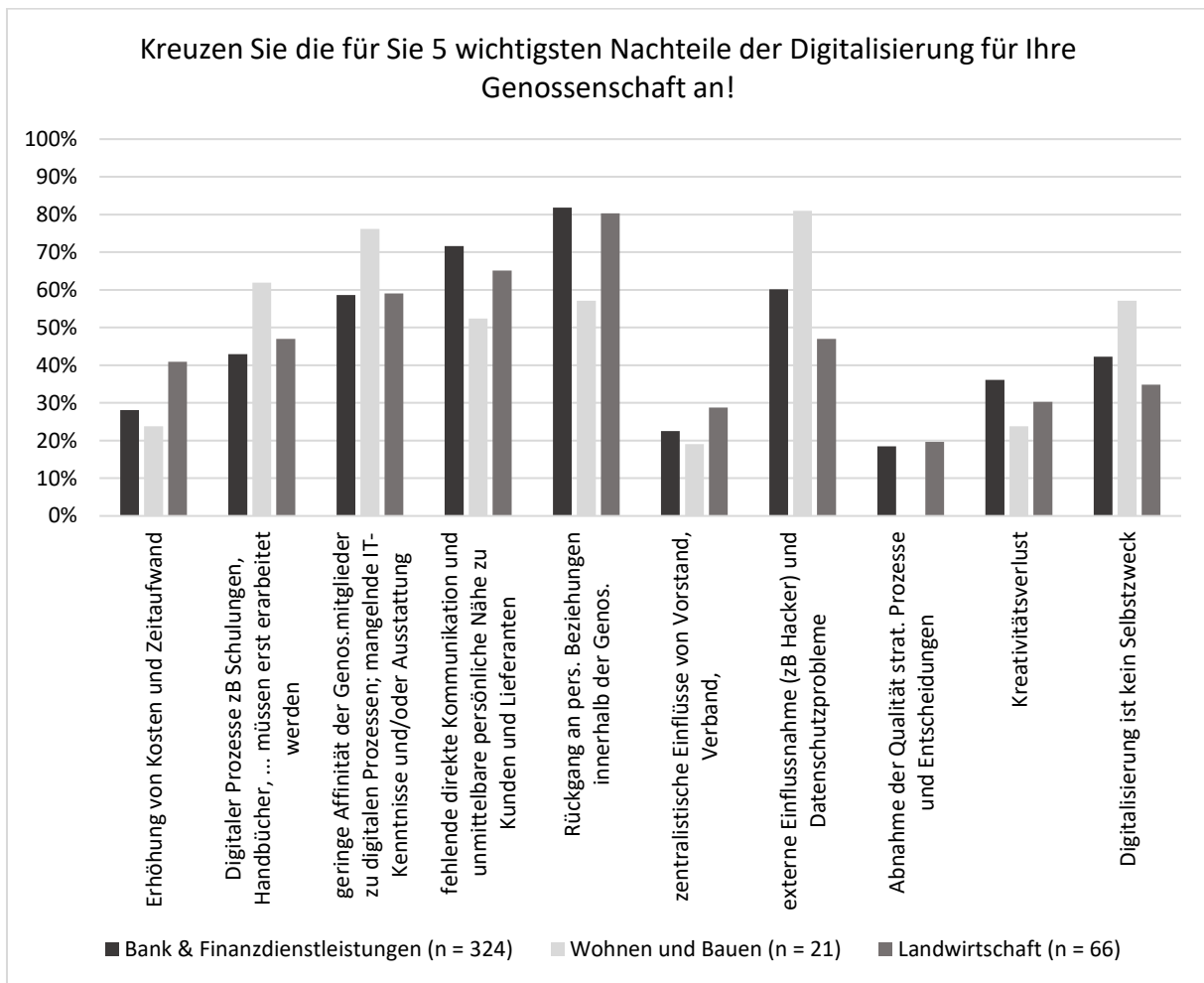


Abbildung 4.2 – 387: Branche – 5 wichtigste Nachteile von Digitalisierung für Genossenschaften

Im Wesentlichen bleiben die Platzierungen bei einer Branchendifferenzierung der Genossenschaftssektoren Bank & Finanzdienstleistungen und Landwirtschaft im Vergleich zur Gesamtansicht konstant. Im Landwirtschaftsbereich landet lediglich der Punkt: „Digitale Prozesse zB Schulungen, Handbücher, ... müssen erst erarbeitet werden“ mit 47% punktgleich zur Aussage bezüglich „externe Einflussnahme (zB Hacker) und Datenschutzprobleme“ mit ebenfalls 47%. Personen aus dem Bereich Wohnen und Bauen kommen zu teils anderen Bewertungen, doch ist hier die Stichprobengröße nicht groß genug, um generalisierbare Aussagen zu treffen.

C) Detailauswertung nach aussagekräftigen Detailergebnissen

a. Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Hinsichtlich des Alters kommt es zu keinen großen abweichenden Bewertungen in Bezug auf die Rangordnung der wichtigsten Nachteile der Digitalisierung für Genossenschaften. Interessanterweise wird der Punkt hinsichtlich der Erarbeitung digitaler Prozesse von den jüngeren Mitgliedern als größeres Hindernis (51,9%) gesehen als von älteren Mitgliedern (42,1%).

b. Geschlecht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

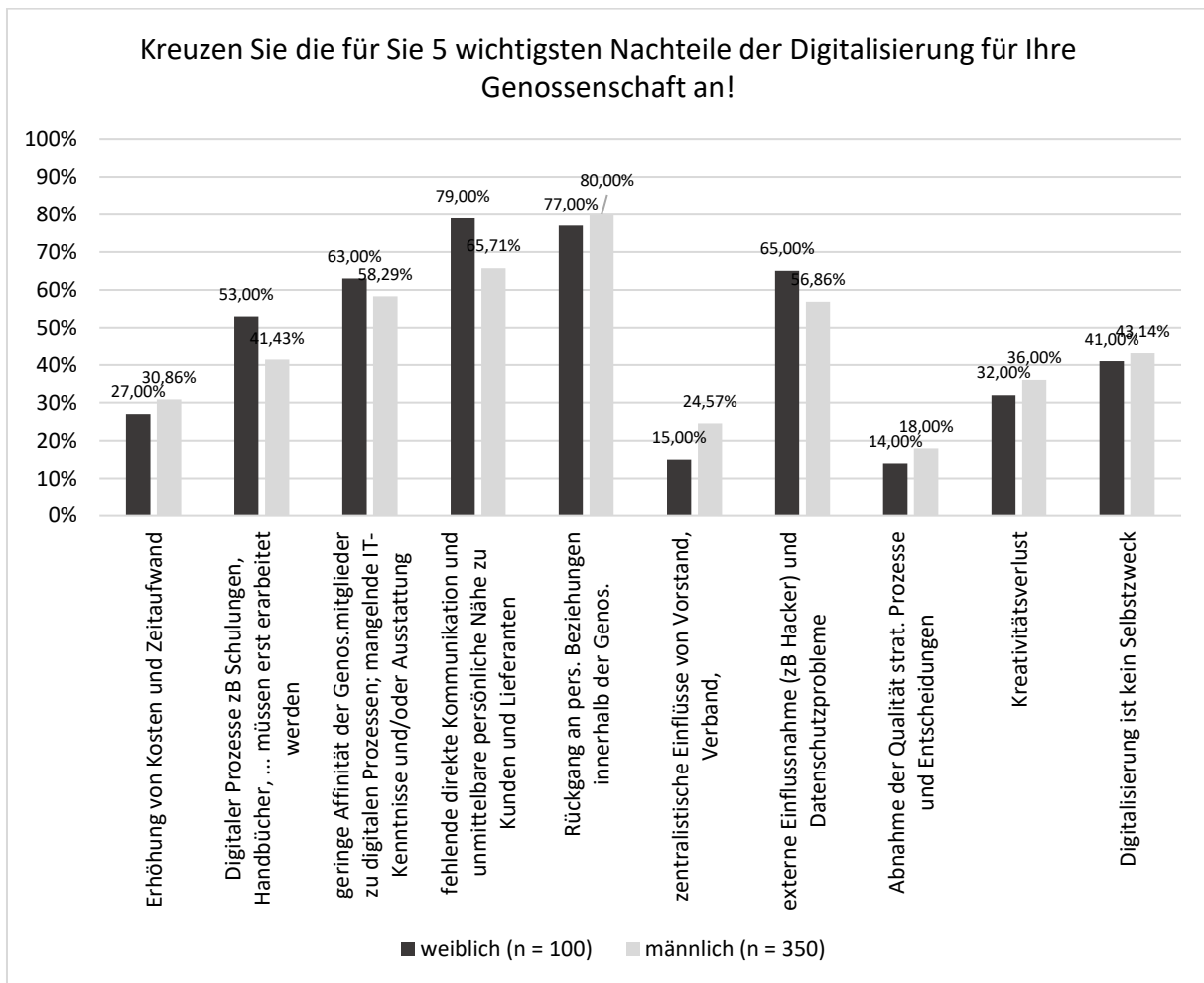


Abbildung 4.2 – 388: Geschlecht – 5 wichtigste Nachteile von Digitalisierung für Genossenschaften

Eine Unterscheidung nach Geschlecht führt zu teils unterschiedlichen Bewertungen der Nachteile, die mit einer stärkeren Digitalisierung einhergehen. So ist für Frauen die „fehlende direkte Kommunikation und unmittelbare persönliche Nähe zu Kunden und Lieferanten“ (79%) das wichtigste Argument, das gegen eine Digitalisierung spricht. Bei den Männern ist das wichtigste Argument der „Rückgang persönlicher Beziehungen innerhalb der Genossenschaft“ (80%). Dieser Nachteil wird von 77% der Frauen ebenfalls als einer der 5 größten Nachteile gesehen. Mögliche Probleme hinsichtlich der „externen Einflussnahme durch Hacker und Datenschutzprobleme“ werden stärker von Frauen (65%) als von Männern (56,9%) gesehen.

c. Region der Genossenschaft

Bei einer Unterscheidung nach Region kommt es zu geringfügigen Abweichungen. So sehen Genossenschaftsmitglieder aus Westösterreich zu 61% die „fehlende direkte Kommunikation und unmittelbare persönliche Nähe zu Kunden und Lieferanten“ als wesentliche Nachteile, aus hingegen Ostösterreich 71,9%. Die „Gefahr der externen Einflussnahme und Datenschutzprobleme“ wird von Westösterreichern mit 61,8% etwas stärker gesehen als von ostösterreichischen Genossenschaftsmitgliedern (57,5%).

d. Anzahl an Mitgliedschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Die getrennte Betrachtung nach der Anzahl an Mitgliedschaften führt zu keinen Veränderungen innerhalb der Platzierung der fünf wichtigsten Nachteile der Digitalisierung für die eigene Genossenschaft.

e. Funktion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

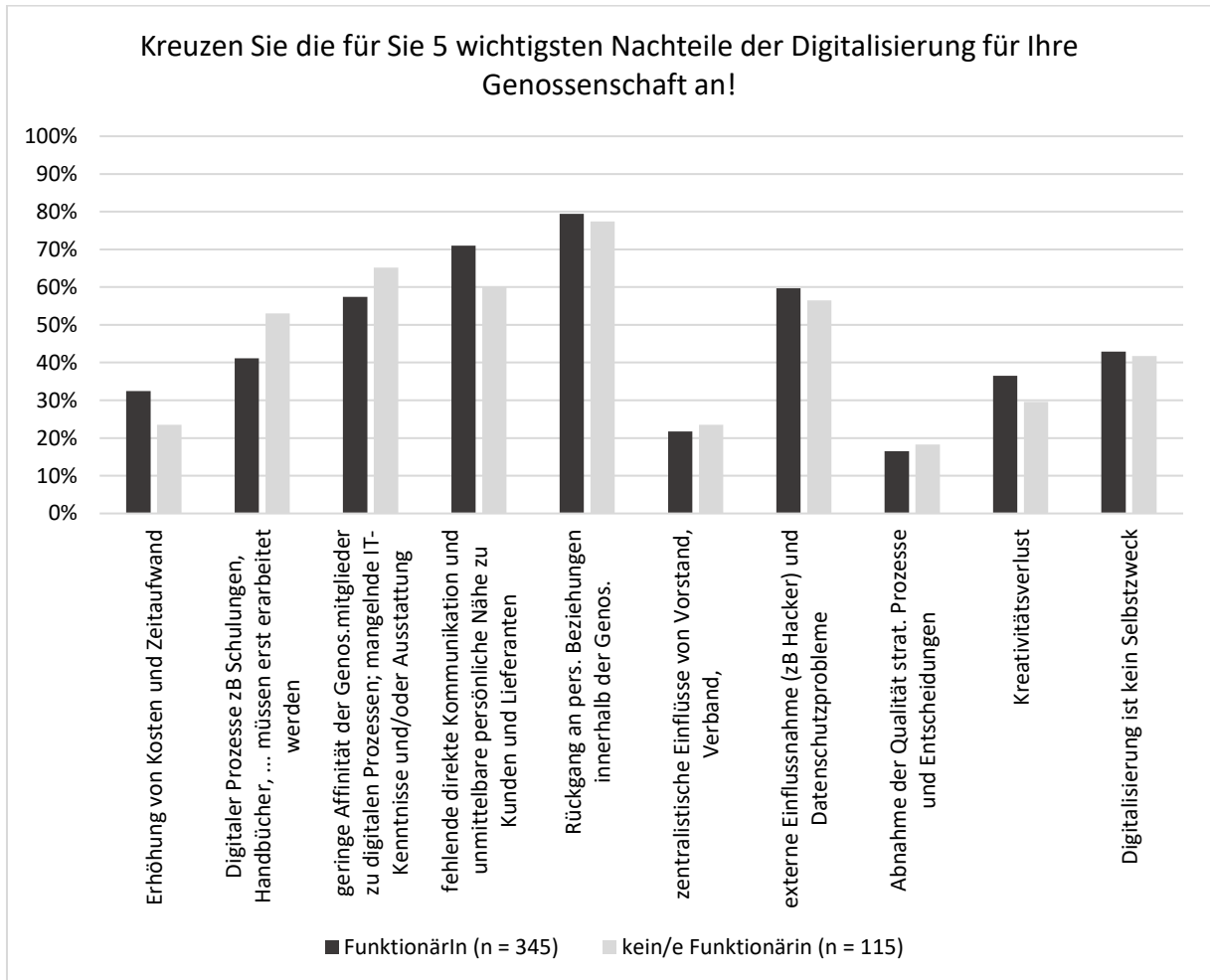


Abbildung 4.2 – 389: FunktionärIn – 5 wichtigste Nachteile von Digitalisierung für Genossenschaften

Reine Mitglieder sehen das Problem der geringen Affinität der Genossenschaftsmitglieder zu digitalen Prozessen mit einem Anteil von 65,2% etwas nachteiliger als Personen mit offizieller Funktion (57,4%). Die fehlende direkte Kommunikation wird dagegen von Funktionärinnen und Funktionären als wesentlich größerer Nachteil angesehen als von reinen Mitgliedern (vgl. 71% vs. 60%).

f. Bildung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

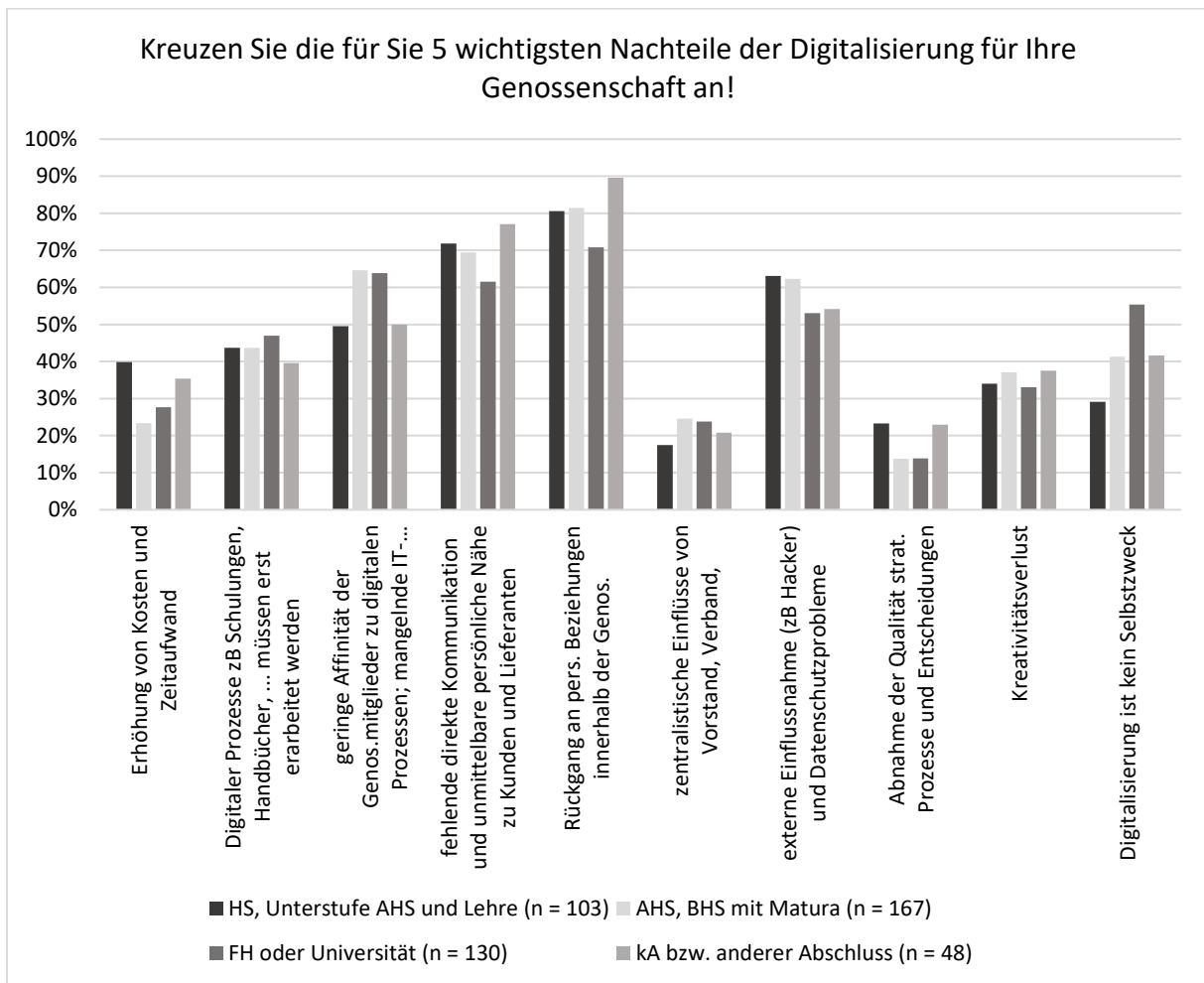


Abbildung 4.2 – 390: Bildung – 5 wichtigste Nachteile von Digitalisierung für Genossenschaften

Eine Unterscheidung nach Bildung zeigt gewisse Unterschiede innerhalb der Häufigkeit, mit der die einzelnen Nachteile bewertet werden. Insgesamt folgt die Entwicklung zwar der Gesamtansicht, doch kommt es bei einigen Unterscheidungskategorien zu leichten Abweichungen. So sehen etwa 63,9% der Personen mit Hochschulabschluss die „geringe Affinität der Genossenschaftsmitgliedern, mangelnde IT-Kenntnisse und -Ausstattung“ als wesentlichen Nachteil, auch Personen mit AHS, BHS mit Matura sehen hier einen großen Nachteil (64,7%), die zwei anderen Bildungscluster keinen ganz so stark ausgeprägten Nachteil, jeweils 50% wählen diesen Punkt unter die fünf größten Nachteile. Personen mit Hauptschulabschluss, Unterstufe AHS und Lehre und jene mit AHS und BHS mit Matura wählen das „Risiko der externen Einflussnahme und Datenschutzprobleme“ mit 63,1% bzw. 62,3% deutlich häufiger unter die fünf wichtigsten Nachteile als Personen mit Hochschulabschluss bzw. einer anderen Art des Schulabschlusses (53,1% und 54,2%).

g. Größe der Genossenschaft

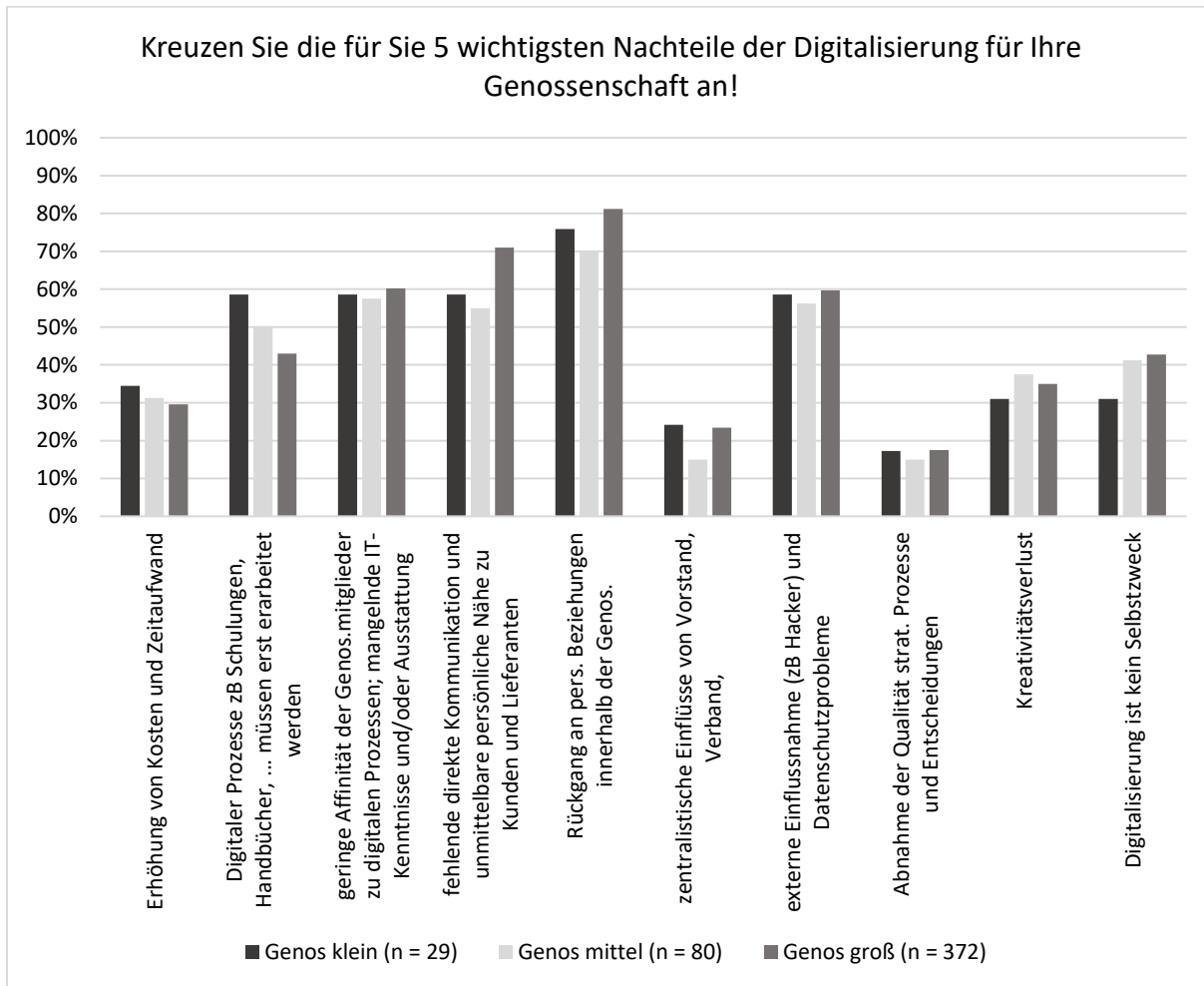


Abbildung 4.2 – 391: Größe Genossenschaft – 5 wichtigste Nachteile von Digitalisierung für Genossenschaften

Hinsichtlich der Größe von Genossenschaften kommt es lediglich zu kleinen Abweichungen von der Gesamtansicht. Interessanterweise sehen 71% der Personen, die Mitglied einer großen Genossenschaft sind, die „fehlende direkte Kommunikation und unmittelbare persönliche Nähe“ als einen Nachteil, während es bei Genossenschaften mittlerer Größe 55% sind, bei kleinen Genossenschaften 58,6%. Auch der „Rückgang an persönlichen Beziehungen innerhalb der Genossenschaft“ wird von Personen, die bei großen Genossenschaften Mitglied sind, mit einem Anteil von 81,2% am häufigsten genannt. Bei Personen, die Mitglied einer Genossenschaft mittleren Größe sind, sind es 70%, bei Personen, die Mitglied bei einer kleinen Genossenschaft sind, 75,9%. Das Problem, dass digitale Prozesse erst erarbeitet werden müssen, wird von 58,6% der Personen aus kleinen Genossenschaften unter die fünf größten Nachteile gereiht, während es bei Personen aus mittleren Genossenschaften 50% sind, bei jenen aus großen Genossenschaften sogar nur 43%.

Zusammenfassend ist bezüglich der Nennung der fünf wichtigsten Nachteile der jeweiligen Genossenschaft festzustellen, dass sich klar vier Nachteile herauskristallisiert haben, die über beinahe alle Detailauswertungen hinweg konstant sind. Erstens der Rückgang an persönlichen Beziehungen innerhalb der Genossenschaften, zweitens Kommunikation zu Kunden und Lieferanten, drittens geringe Affinität zu digitalen Prozessen und viertens die Datensicherheit. Am seltensten werden zentralistische Einflüsse und Qualitätsverluste bei strategischen Entscheidungen genannt.

Die Gesamtschau des Clusters über Digitalisierung zeigt, dass die Mitglieder hauptsächlich deren Einsatz in der Kommunikation nach außen, der Kundenbetreuung und von Einkaufsplattformen erwarten, während interne Entscheidungs- und Informationsprozesse weniger Anklang finden. Innerhalb der Genossenschaft befürchtet man durch eine steigende Digitalisierung einen Rückgang an persönlichen Beziehungen, an Kommunikation zu Kunden und Lieferanten. Zudem wird eine teilweise geringe Affinität zu digitalen Prozessen attestiert und Datensicherheit als Nachteil einer verstärkten Digitalisierung genannt. Zentralistische Einflüsse und Qualitätsverluste bei strategischen Entscheidungen werden kaum gesehen. Eine große Mehrheit der Mitglieder begrüßt in der aktuellen Situation digitale Mitgliederversammlungen, wobei terminliche Verschiebungen bevorzugt werden. In der realen Umsetzung würden dennoch ein nicht unbeträchtlicher Anteil derjenigen, die sich grundsätzlich für digitale meetings aussprechen, nicht an solchen Versammlungen teilnehmen. Außerhalb von Krisenzeiten sollten persönliche Treffen beibehalten werden, nur einzelne Gruppen wie z.B. jüngere Mitglieder präferieren die Beibehaltung der Möglichkeit Mitglieder-versammlungen auch digital durchführen zu können.

4.3. Gegenüberstellung der Ergebnisse aus Delphi-Studie und Mitgliederbefragung

Inhaltsverzeichnis

4.3. Gegenüberstellung der Ergebnisse aus Delphi-Studie und Mitgliederbefragung.....	457
4.3.1. Aufbau der Gegenüberstellung und Kernergebnisse	458
4.3.2. Eigenschaften, Werte und Prinzipien	463
4.3.3. Profilierung und Attraktivität in der Krise	465
4.3.4 Unterschiede zu anderen Rechtsformen	467
4.3.5. Potenziale	469
4.3.6. Unterstützung	471
4.3.7. Organisationsformen	473
4.3.8. Digitalisierung	475

Tabellenverzeichnis

<i>Tabelle 4.3 – 1: Gegenüberstellung der Ergebnisse von Delphi-Studie und Mitgliederbefragung</i>	<i>462</i>
--	------------

4.3.1. Aufbau der Gegenüberstellung und Kernergebnisse

4.3.1.1. Aufbau

Wie in Kapitel 3 beschrieben, setzt sich diese Gesamtstudie aus zwei Teilanalysen zusammen. Bei der Delphi-Studie (Kapitel 4.1.) wurden Expertinnen und Experten aus Forschung, Praxis und Verwaltung eingeladen, in überwiegend offenen Fragen im Rahmen von zwei Runden zum Thema Genossenschaften in Zeiten von Krisen und zum Agieren von Genossenschaften allgemein Stellung zu nehmen. Die daraus gewonnenen Ergebnisse bilden die Grundlage für den Fragebogen an die Genossenschaftsmitglieder, der in weiterer Folge von den vier österreichischen Genossenschaftsverbänden, die Mitglieder des FOG sind, elektronisch an ihre Mitglieder versandt wurde.

In dieser Gegenüberstellung werden die Ergebnisse aus beiden in sich geschlossenen, selbständigen Teilanalysen zusammengeführt, um Gesamtaussagen zu den Fragestellungen aus unterschiedlichen Perspektiven ableiten und präsentieren zu können. Es werden, soweit inhaltlich möglich, die grundsätzliche Struktur der Fragenkomplexe in den jeweiligen Unterkapiteln beibehalten und Querschnittsaspekte aus anderen Kapiteln im entsprechenden Schwerpunktkapitel angeführt. Da in den einzelnen Unterkapiteln die betreffenden Kapitel der Delphi-Studie und Mitgliederbefragung nochmals aufgelistet werden, wird im Folgenden auf Querverweise zu den jeweiligen Details in den vorangegangenen Unterkapiteln verzichtet.

Tabelle 4.3. – 1 listet die zu den jeweiligen Themen gestellten Fragen auf. Fragen in () sind entweder in der Delphi-Studie oder der Mitgliederbefragung enthalten und finden daher keine entsprechend vergleichbaren Fragen in der jeweils anderen Teilstudie.

Kapitel: Inhalt / Fragen	Delphi-Studie	Mitgliederbefragung
Kapitel 4.1.2., Kapitel 4.2.2.: Eigenschaften, Werte und Prinzipien	<ul style="list-style-type: none"> • Frage D.1: „Welche Eigenschaften würden Sie österreichischen Genossenschaften in welchem Ausmaß zuschreiben?“ • Frage D.2: „Wie sehr werden Ihrer Einschätzung nach folgende Werte und Prinzipien von Genossenschaften in Österreich gelebt?“ • Frage D.3: „Wie sehr werden Ihrer Einschätzung nach diese Werte und Prinzipien während der aktuellen Coronakrise durch das Management kommuniziert?“ 	<ul style="list-style-type: none"> • Frage M.1: „Welche Eigenschaften würden Sie österreichischen Genossenschaften in welchem Ausmaß zuschreiben?“ • Frage M.2: „Wie sehr werden Ihrer Einschätzung nach folgende Werte und Prinzipien während der aktuellen Krise von der Genossenschaft (Vorstand/Geschäftsführung) kommuniziert?“ • Frage M.3: „Wie wichtig sind für Sie diese Werte und Prinzipien?“ • Frage M.4: „Die Genossenschaft, in der ich hauptsächlich aktiv bin, verbindet ökonomische und soziale Zielsetzungen“

	<ul style="list-style-type: none"> • Frage D.4: „Rechnen Sie mit einem Werte-/Prinzipienwandel in Folge der Krise? In welchen Bereichen? Warum?“ 	
<p>Kapitel 4.1.3., Kapitel 4.2.3.: Profilierung und Attraktivität in der Krise</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Frage D.5: „Bitte kommentieren Sie die folgende Aussage: "Genossenschaften profilieren sich in Krisenzeiten."“ • Frage D.6: „In folgenden Bereichen profilieren sich österreichische Genossenschaften in der aktuellen Krise...“ • Frage D.7: „Bitte kommentieren Sie folgende Aussage: "Die Attraktivität der Genossenschaften im Rahmen der Krisenbewältigung steigt durch eine stärkere staatliche Involvierung in das Wirtschaftsgeschehen."“ 	<ul style="list-style-type: none"> • Frage M.5: „Es folgt eine Reihe an Aussagen zu Genossenschaften.“ • Frage M.6: „Worin sehen Sie Vorteile von Genossenschaften während einer Krise?“ • Frage M.7: „Haben Sie, hervorgerufen durch die aktuelle Krise, Sorge um das Weiterbestehen Ihrer Genossenschaft?“ • Frage M.8: „Die aktuelle Situation ist ein Anlass, mich künftig verstärkt in der Genossenschaft zu engagieren“ • Frage M.9: „Die Genossenschaft, bei der ich hauptsächlich aktiv bin, bietet ausreichend Gelegenheiten, sich zu engagieren.“ • Frage M.10: „Wie bewerten Sie folgende Aussagen hinsichtlich Genossenschaften?“ • Frage M.11: „Hat Ihre Genossenschaft öffentliche Unterstützung erhalten?“ • Frage M.12: „Plant Ihre Genossenschaft um öffentliche Unterstützung anzusuchen?“
<p>Kapitel 4.1.4., Kapitel 4.2.4.: Unterschiede zu anderen Rechtsformen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Frage D.9: „Unterscheiden sich Genossenschaften in der Krise von anderen Unternehmen der jeweils selben Branche?“ 	<ul style="list-style-type: none"> • Frage M.13: „Empfinden Sie die Rechtsform der Genossenschaft adäquat, um eine Krise zu meistern?“ • Frage M.14: „Agieren Genossenschaften, Ihrer Meinung nach, in der aktuellen Krise anders als andere wirtschaftlich tätige Unternehmen?“ • Unterfrage M.15 ja-Option: „Welche Unterschiede sehen Sie? Welche der folgenden Merkmale treffen zu?“

		<ul style="list-style-type: none"> • Unterfrage M.16 nein-Option: „Weshalb nicht? Welche der folgenden Merkmale treffen zu?“
<p>Kapitel 4.1.5., Kapitel 4.2.5.: Potenziale</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Frage D.8: „Um die Krise zu bewältigen, werden neue Schwerpunktbereiche wie Klimaschutz, Digitalisierung und Regionalisierung genannt. Glauben Sie, dass Genossenschaften als Rechtsform davon profitieren?“ • Frage D.10: „Wo sehen Sie neue Potenziale für Genossenschaften in der aktuellen Krise? Welche?“ • Frage D.11: „Kann als eine Folge der Krise das genossenschaftliche Modell als ein Angebot insb. an Ein-Personen-Unternehmen (EPU) und Klein- und Mittlere Unternehmen (KMU) zur gemeinsamen Risikobewältigung empfohlen werden?“ 	<ul style="list-style-type: none"> • Frage M.17: „Glauben Sie, dass Genossenschaften während einer Krise durch ihre Regionalität profitieren?“ • Frage M.18: „Glauben Sie, dass die Regionalität von Genossenschaften...“ • Frage M.19: „Glauben Sie, dass dieser Trend auch nach der Krise anhält?“ • Frage M.20: „Welche genossenschaftlichen Wirtschaftsbereiche werden Ihrer Ansicht nach im Zuge der Krise an Bedeutung gewinnen, verlieren oder gleich bleiben?“ • Unterfragen M.21 branchenspezifisch: „Auf welche Bereiche sollte die Genossenschaft, in der Sie hauptsächlich aktiv sind, in Folge der Krise besonders Wert legen?“ • Frage M.22: „Welche neuen Geschäftsfelder für Genossenschaften könnten in Zeiten der Krise oder kurz danach entstehen?“
<p>Kapitel 4.1.6., Kapitel 4.2.6.: Unterstützung</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Frage D.12: „Wie kann/soll die Genossenschaft ihre Mitglieder in der Krise unterstützen?“ • Frage D.13: „Sollen Genossenschaften während einer Krise im Sinne ihrer regionalen Verantwortung auch Nicht-Mitglieder unterstützen? Welche Argumente sprechen dafür/dagegen?“ 	<ul style="list-style-type: none"> • Frage M.23: „Reihen Sie folgende Aussagen von 1- 8 (1 = am wichtigsten, 8 = am wenigsten wichtig) in Bezug auf die Frage: Wie können Genossenschaften ihre Mitglieder in Krisenzeiten unterstützen?“ • Frage M.24: „Wie unterstützt Sie Ihre Genossenschaft während der Krise?“ • Frage M.25: „Hat Ihre Genossenschaft aufgrund der aktuellen Krise personelle Maßnahmen gesetzt?“ • Frage M.26: „Sollen Genossenschaften während einer Krise im Sinne ihrer regionalen

		<p>Verantwortung auch Nicht-Mitglieder unterstützen?“</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unterfrage M.27 ja-Option: „Welche Gründe sprechen für eine gleichwertige Unterstützung von Nicht-Mitgliedern?“ • Unterfrage M.28 nein-Option: „Welche Gründe sprechen gegen eine gleichwertige Unterstützung von Nicht-Mitgliedern?“
<p>Kapitel 4.1.7., Kapitel 4.2.7.: Organisations- formen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Frage D.14: „Wie sehr stimmen Sie dieser Aussage zu: "Es braucht in der Krise neue/andere Organisationsformen im Genossenschaftswesen.“ • Frage D.15: „Welche neuen/anderen Organisationsformen braucht es Ihrer Meinung nach im Genossenschaftswesen?“ 	<ul style="list-style-type: none"> • Frage M.29: „Es gibt an der aktuellen Struktur der Genossenschaften Änderungsbedarf.“ • Frage M.30: „Haben sich Mehrfachfunktionen zwischen Verbund und/oder in einzelnen Genossenschaften während der Krise bewährt bzw. sehen Sie diese insgesamt als...“ • Frage M.31: „Sollten Mitglieder häufiger nach ihrer Meinung befragt werden?“
<p>Kapitel 4.1.8., Kapitel 4.2.8.: Digitalisierung</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Frage D.16: „Sollte die Möglichkeit virtueller Sitzungen / elektronischer Abstimmungen bei Genossenschaften auch nach der Krise beibehalten werden?“ • Frage D.17: „Welche Argumente sprechen für bzw. gegen einen vermehrten Einsatz digitaler Prozesse innerhalb von Genossenschaften?“ 	<ul style="list-style-type: none"> • Frage M.32: „Ich begrüße, dass Mitgliederversammlungen aufgrund der aktuellen Situation digital durchgeführt werden können“ • Frage M.33: „Die Möglichkeit digitaler Sitzungen / Abstimmungen bei Genossenschaften soll auch nach der Krise beibehalten werden“ • Frage M.34: „Ich werde an der digitalen Mitgliederversammlung teilnehmen“ • Frage M.35: „Ich nahm in der Vergangenheit regelmäßig an den physischen Mitgliederversammlungen teil“ • Frage M.36: „Ziehen Sie die Verschiebung der ordentlichen Mitgliederversammlung auf einen späteren Zeitpunkt, an dem man sich wieder regulär treffen kann, der virtuellen Versammlung vor?“

		<ul style="list-style-type: none"> • Frage M.37: „Warum ziehen Sie die Verschiebung der ordentlichen Mitgliederversammlung auf einen späteren Zeitpunkt, an dem man sich wieder regulär treffen kann, der virtuellen Versammlung vor?“ • Frage M.38: „In welchen Bereichen sehen Sie die Digitalisierung als besonders wichtig?“ • Frage M.39: „Kreuzen Sie die für Sie 5 wichtigsten Vorteile der Digitalisierung für Ihre Genossenschaft an!“ • Frage M.40: „Kreuzen Sie die für Sie 5 wichtigsten Nachteile der Digitalisierung für Ihre Genossenschaft an!“
--	--	---

Tabelle 4.3 – 58: Gegenüberstellung der Ergebnisse von Delphi-Studie und Mitgliederbefragung

4.3.1.2. Kernergebnisse

In den folgenden Unterkapiteln werden die jeweiligen Aussagen aus beiden Studien gegenübergestellt und interpretiert. Als Kernaussage kann vorweggenommen werden, dass grundsätzlich, außer im Bereich der Digitalisierung (Kapitel 4.3.8.), keine signifikanten Unterschiede zwischen den Ergebnissen der Delphi-Studie und der Mitgliederbefragung auftreten. Es wird aber offensichtlich, dass sowohl zwischen den Expertinnen und Experten aus Forschung und Verwaltung als auch aus der Praxis inhaltliche Differenzen existieren und diese einzelnen Gruppen in manchen Aussagen den Genossenschaftsmitgliedern näher sind als der anderen Expertenkohorte. Die Heterogenität innerhalb der Mitglieder wird in Kapitel 4.2. erörtert. Generell neigen die Mitglieder zu eindeutigeren Aussagen, sowohl in positiver als auch in negativer Hinsicht, als die Expertinnen und Experten (was aber auch an der geschlossenen Fragebogenform sowie der der Delphi-Studie inhärenten Angleichung liegen kann).

4.3.2. Eigenschaften, Werte und Prinzipien

Fragen nach Eigenschaften, Werten und Prinzipien von Genossenschaften in der Krise werden schwerpunktmäßig in Kapitel 4.1.2. und 4.2.2. behandelt. Während der erste Teil allgemeine Einschätzungen unabhängig von einer Krise erhebt, wird anschließend in einem zweiten Unterkapitel nach krisenspezifischen Ausprägungen und Veränderungen sowie deren Bedeutung analysiert.

4.3.2.1. Eigenschaften, Werte und Prinzipien

Allgemeine Einschätzungen über Eigenschaften, Werte und Prinzipien von Genossenschaften werden in der Delphi-Studie in Frage D.1: „Welche Eigenschaften würden Sie österreichischen Genossenschaften in welchem Ausmaß zuschreiben?“ und Frage D.2: „Wie sehr werden Ihrer Einschätzung nachfolgende Werte und Prinzipien von Genossenschaften in Österreich gelebt?“ behandelt, in der Mitgliederbefragung in Frage M.1: „Welche Eigenschaften würden Sie österreichischen Genossenschaften in welchem Ausmaß zuschreiben?“ und Frage M.4: „Die Genossenschaft, in der ich hauptsächlich aktiv bin, verbindet ökonomische und soziale Zielsetzungen“.

Die Expertinnen und Experten aus der Praxis beschreiben österreichische Genossenschaften noch mehr als ihre Kolleginnen und Kollegen aus Forschung und Verwaltung als zeitgemäß, wettbewerbsorientiert und dennoch sozialwirtschaftlich orientiert, langfristig, traditionell und sympathisch, nicht aber politisch sowie weniger transparent. Am meisten werden Regionalität, gefolgt von Förderauftrag, Selbstverwaltung und Freiwilligkeit als gelebt gesehen.

Ebenso bei der Kommunikation der Werte und Prinzipien merken die Praktiker ein aktiveres Agieren als Forschung und Verwaltung. Vor allem werden Solidarität, Regionalität und Förderauftrag nach außen getragen, die Möglichkeit der offenen Mitgliedschaft sowie die Selbstverwaltung eher nicht. Allgemein wird beobachtet, dass Solidarität und offene Mitgliedschaft großteils sehr gut gelebt, aber weniger intensiv kommuniziert werden, Selbstverwaltung und Freiwilligkeit vice versa. Regionalität, Subsidiarität und teilweise Demokratie werden gleichermaßen gelebt und vermittelt.

Die Mitglieder beschreiben Genossenschaften hauptsächlich als langfristig ausgerichtet und traditionell, gefolgt von wirtschaftlich erfolgreich, risikobedacht, sympathisch, vertrauensvoll und sozial/gemeinwirtschaftlich orientiert, weniger als transparent, zeitgemäß, wettbewerbsorientiert und, wie die Expertinnen und Experten, als nicht politisch. Mehrheitlich empfinden die Mitglieder das Verhältnis von ökonomischen und sozialen Zielsetzungen als ausgewogen.

4.3.2.2. Eigenschaften, Werte und Prinzipien in Krisenzeiten

Einschätzungen über Eigenschaften, Werte und Prinzipien von Genossenschaften in Krisenzeiten werden in der Delphi-Studie in Frage D.3: „Wie sehr werden Ihrer Einschätzung nach diese Werte und Prinzipien während der aktuellen Coronakrise durch das Management kommuniziert?“ und Frage D.4: „Rechnen Sie mit einem Werte-/Prinzipienwandel in Folge der

Krise? In welchen Bereichen? Warum?“ behandelt, in der Mitgliederbefragung in Frage M.2: „Wie sehr werden Ihrer Einschätzung nach folgende Werte und Prinzipien während der aktuellen Krise von der Genossenschaft (Vorstand/Geschäftsführung) kommuniziert?“ und Frage M.3: „Wie wichtig sind für Sie diese Werte und Prinzipien?“.

Die Expertinnen und Experten, v.a. aus der Praxis, sind mehrheitlich der Meinung, dass es zu einem Werte- bzw. Prinzipienwandel in Folge der Krise kommen wird; sie sehen ein Ansteigen der Regionalität und Digitalisierung. Von Forschung und Verwaltung wird eine zunehmende Bedeutung der genossenschaftlichen Grundwerte genannt, mit Abstand gefolgt von Regionalität.

Von den oben genannten Werten werden Regionalität, gefolgt von Solidarität, Demokratie und Selbstverantwortung seitens der Mitglieder als wichtig erachtet. Aus ihrer Sicht kommuniziert die Führung der Genossenschaften Solidarität, genossenschaftlicher Förderauftrag, Demokratie und Selbstverantwortung während der Krise ausreichend.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass im allgemeinen die Einschätzungen zu Kommunikation von Werten, Eigenschaften und Prinzipien grundsätzlich sowie während der Krise von den Expertinnen und Experten sowie von den Mitgliedern sehr einheitlich und nur mit geringen Verschiebungen zwischen einzelnen Positionen gesehen werden.

4.3.3. Profilierung und Attraktivität in der Krise

Fragen nach Profilierung und Attraktivität von Genossenschaften in der Krise werden schwerpunktmäßig in Kapitel 4.1.3. und 4.2.3. behandelt. Während der erste Teil allgemeine Aspekte einer möglichen Attraktivitätssteigerung gegenüber anderen Rechtsformen bespricht, wird im anschließenden Unterpunkt die Sichtweise auf öffentliche Förderungen als möglicher Detailaspekt der Profilierung hervorgehoben.

4.3.3.1. Profilierung

Die Profilierung von Genossenschaften gegenüber anderen Rechtsformen in der Krise wird in der Delphi-Studie in Frage D.5: „Bitte kommentieren Sie die folgende Aussage: "Genossenschaften profilieren sich in Krisenzeiten."“ und Frage D.6: „In folgenden Bereichen profilieren sich österreichische Genossenschaften in der aktuellen Krise...“ behandelt, in der Mitgliederbefragung in Frage M.5: „Es folgt eine Reihe an Aussagen zu Genossenschaften.“, Frage M.6: „Worin sehen Sie Vorteile von Genossenschaften während einer Krise?“ und Frage M.7: „Haben Sie, hervorgerufen durch die aktuelle Krise, Sorge um das Weiterbestehen Ihrer Genossenschaft?“. Frage M.8: „Die aktuelle Situation ist ein Anlass, mich künftig verstärkt in der Genossenschaft zu engagieren“ und Frage M.9: „Die Genossenschaft, bei der ich hauptsächlich aktiv bin, bietet ausreichend Gelegenheiten, sich zu engagieren“ werden hier nicht weiter vertieft, da sie keine direkte Entsprechung in der Delphi-Studie finden. Sie wurden aus deren offenen Fragen abgeleitet, da Attraktivität auch als Motivation zu vermehrtem Engagement betrachtet werden kann.

Expertinnen und Experten aus Forschung und Verwaltung sehen Profilierungschancen von Genossenschaften in Krisenzeiten kritisch differenziert, einer langfristigen Stabilität aufgrund der genossenschaftlichen Werte stehen Branchenspezifika, individuelles Agieren einzelner Genossenschaften sowie eine offensichtliche Strategie des Durchmanövrierens entgegen. Expertinnen und Experten aus der Praxis antizipieren die künftige Attraktivität aufgrund von Werten wie Regionalität, Solidarität, Bodenständigkeit und Dezentralität sowie die genossenschaftliche Revision wesentlich positiver und kritisieren die mangelnde Sichtbarmachung der Vorteile. In beiden Gruppen wird die Landwirtschaft als Gewinner gesehen, etwas weniger eindeutig der Bereich Banken & Finanzdienstleistungen.

Wesentlich heterogener antworten die Genossenschaftsmitglieder auf Profilierungschancen, wobei die künftige Attraktivität der eigenen Genossenschaft geringer eingeschätzt wird als die des Genossenschaftssektors allgemein. Sie konzidieren einerseits den Genossenschaften, in einer Krise besser zu agieren als andere Rechtsformen (siehe auch Kapitel 4.3.4.) und argumentieren dabei, branchenspezifisch unterschiedlich, mit solidem Geschäftsmodell, Rechtsform, Stabilität, Tradition, Solidarität, Vertrauen und Flexibilität. Die Sorge um das Fortbestehen der eigenen Genossenschaft ist gering. Dennoch wird nicht an einen genossenschaftlichen Gründungsboom geglaubt. Gestärkt werden in der Krise genossenschaftliche Werte wie Regionalität, Nachhaltigkeit und Mitgliederförderung, Potenziale im Bereich Kommunikation, neue Technologien oder Außenauftritt werden wenig genutzt. Auch von den Mitgliedern wird die Landwirtschaft als Branche mit den höchsten Potenzialen eingeschätzt.

4.3.3.2. Öffentliche Unterstützung

Die Perzeption öffentlicher Unterstützung von Genossenschaften in Krisenzeiten wird in der Delphi-Studie in Frage D.7: „Bitte kommentieren Sie folgende Aussage: "Die Attraktivität der Genossenschaften im Rahmen der Krisenbewältigung steigt durch eine stärkere staatliche Involvierung in das Wirtschaftsgeschehen.““, in der Mitgliederbefragung in Frage M.10: „Wie bewerten Sie folgende Aussagen hinsichtlich Genossenschaften?“, Frage M.11: „Hat Ihre Genossenschaft öffentliche Unterstützung erhalten?“ und Frage M.12: „Plant Ihre Genossenschaft um öffentliche Unterstützung anzusuchen?“.

Die Expertinnen und Experten, v.a. aus Forschung und öffentlicher Verwaltung, erachten eine stärkere staatliche Involvierung als völlig oder zumindest teilweise nachteilig für die Attraktivität von Genossenschaften. Dies widerspräche dem Grundsatz von Genossenschaften zur Selbsthilfe, außerdem sei der Staat kein guter Wirtschaftler. Dieser soll sich auf die Schaffung geeigneter Rahmenbedingungen konzentrieren. Die wenigen pro-Argumente beziehen sich auf internationale Erfahrungen, Möglichkeit zur gegenseitigen Einflussnahme und gemeinsames Erreichen gesamtwirtschaftlicher Ziele, v.a. im Sozialbereich. Die Profilierung der Genossenschaften steigt durch öffentliche Interventionen wahrscheinlich erst nach der Krise. Das Ausmaß der Attraktivitätssteigerung durch öffentliche Unterstützung wird allerdings branchenabhängig gesehen, v.a. im Bereich Bank & Finanzdienstleistungen sowie in der Landwirtschaft.

Generell prognostizieren die Mitglieder keine uneingeschränkte Attraktivitätssteigerung von Genossenschaften in bzw. nach der Krise. Öffentlichen Unterstützungsmaßnahmen, die Profilierungschancen eröffnet, sehen die Mitglieder wesentlich offener, wenn auch immer noch leicht ablehnend, als die Expertinnen und Experten. Der Bereich Wohnen und Bauen bewertet öffentliche Unterstützungen, auch hinsichtlich einer Attraktivitätssteigerung, wesentlich positiver als die Branchen Bank & Finanzdienstleistungen und Landwirtschaft, wobei hier generell auf die geringe Teilnehmendenzahl zu verweisen ist, die eine generelle Einschätzung erschwert.

Im Gegensatz zu den Einschätzungen der Mitglieder stehen die Aktivitäten und Planungen hinsichtlich öffentlicher Mittel eher in Einklang mit den Einschätzungen der Expertinnen und Experten. Fast zwei Drittel der Mitglieder geben an, dass ihre Genossenschaften, mit Ausnahme des landwirtschaftlichen Bereichs, nicht planen, um staatliche Unterstützungsmaßnahmen anzusuchen. Ebenso wurde bisher von der Mehrheit der Mitglieder, wieder mit Ausnahme der Landwirtschaft, keine derartige Inanspruchnahme wahrgenommen, lediglich in geringem Umfang für Kurzarbeit, garantierte Überbrückungsfinanzierungen oder Vorfinanzierungen.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Expertinnen und Experten aus der Forschung sowie die Genossenschaftsmitglieder die Profilierungschancen von Genossenschaften während der Krise etwas vorsichtiger beurteilen als die Expertinnen und Experten aus der Praxis, wobei alle die Branchenabhängigkeit eines künftigen Erfolges betonen. Die landwirtschaftlichen Genossenschaften gehen für alle Befragten als Gewinner aus der Krise, besonders die Genossenschaftsmitglieder nennen darüber hinaus auch den Banken & Finanzdienstleistungssektor als Gewinner, wobei hier darauf hinzuweisen ist, dass ein Großteil der befragten Mitglieder aus diesem Sektor stammt. Expertinnen und Experten aus der Praxis sowie die Mitglieder nennen zudem Regionalität, Solidarität und auch die Revision als Gründe für eine künftige Attraktivität.

4.3.4 Unterschiede zu anderen Rechtsformen

Fragen nach Unterschieden zwischen Genossenschaften und anderen Rechtsformen während der Krise werden schwerpunktmäßig in Kapitel 4.1.4. und 4.2.4. behandelt, finden aber in 4.1.7, 4.2.7. und 4.3.7. bzgl. Organisationsformen eine inhaltliche Fortsetzung. Im ersten Teil wird zunächst nach allgemeinen Unterschieden gesucht, während anschließend die Adäquanz dieser Rechtsform in der Krise hinterfragt wird.

4.3.4.1. Unterschiede in der Krise

Die Unterschiede zwischen Genossenschaften und anderen Rechtsformen in der Krise werden in der Delphi-Studie in Frage D.9: „Unterscheiden sich Genossenschaften in der Krise von anderen Unternehmen der jeweils selben Branche?“ behandelt, in der Mitgliederbefragung in Frage M.14: „Agieren Genossenschaften, Ihrer Meinung nach, in der aktuellen Krise anders als andere wirtschaftlich tätige Unternehmen?“ sowie der Unterfrage M.15 ja-Option: „Welche Unterschiede sehen Sie? Welche der folgenden Merkmale treffen zu?“ und Unterfrage M.16 nein-Option: „Weshalb nicht? Welche der folgenden Merkmale treffen zu?“.

Aufgrund der Heterogenität der Anforderungen wurden sowohl die Expertinnen und Experten als auch die Mitglieder spezifisch nach ihrer Einschätzung über jeden Wirtschaftssektor befragt. An dieser Stelle werden die dominierenden Bereiche, Bank & Finanzdienstleistungen, Wohnen und Bauen sowie Landwirtschaft hervorgehoben.

Die Expertinnen und Experten, v.a. diejenigen aus dem Bankensektor, erkennen im Bereich Banken & Finanzdienstleistungen Unterschiede zwischen den Rechtsformen und sehen diese im Identitätsprinzip und dem Förderauftrag begründet, der bei Raten- und Stundenzahlungen ein Entgegenkommen erleichtert. Das dichte Filialnetz und die Kundennähe ermöglichen eine gute Beratung. Gegenargumente sind die Ähnlichkeit der Dienstleistungen und der gesetzlichen Regulatorien sowie die starke Zentralisierung der Primär-genossenschaften. Bei den Mitgliedern hingegen erkennt lediglich die Hälfte der Befragten ein anderes Agieren zwischen Genossenschaften und anderen Rechtsformen.

Im Bereich Wohnen sehen die Expertinnen und Experten, v.a. aus der Forschung und Verwaltung, Unterschiede zwischen den Rechtsformen. Sie argumentieren mit dem Förderauftrag, fehlendem Zwang zur Gewinnmaximierung und langfristigen Zielen. Anders liegt die Situation im Bereich Bauen: Hier machen die Expertinnen und Experten kaum Unterschiede aus, höchstens bei gebündelten Ausschreibungen, Flexibilität und Risikostreuung. Im Unterschied zu ihnen erkennen drei Viertel aller Mitglieder über beide Bereiche Bauen und Wohnen hinweg ein abweichendes Agieren von Genossenschaften im Vergleich zu anderen wirtschaftlich tätigen Unternehmen.

In den unterschiedlichen Bereichen der Landwirtschaft sehen etwas weniger als die Hälfte der Expertinnen und Experten, und hier v.a. die Praxis, Differenzen zwischen den Rechtsformen, die sie mit Förderauftrag, Regionalität, Kundennähe, Nahversorgung und z.B. Vorziehen von Aufträgen begründen. Für eine Homogenität der Rechtsformen sprechen die gleichen Marktbedingungen und der Verlust genossenschaftlichen Charakters bei großen Genossenschaften. Wie bei den Banken ist nur für ca. die Hälfte aller Mitglieder ein anderes Agieren von Genossenschaften erkennbar.

4.3.4.2. Adäquanz der Rechtsform

Die Frage nach der Adäquanz der genossenschaftlichen Rechtsform in einer Krise wird dezidiert in der Frage M.13: „Empfinden Sie die Rechtsform der Genossenschaft adäquat, um eine Krise zu meistern?“ behandelt. Sie ist in Frage D.5, Kapitel 4.1.3, indirekt enthalten und aus den Ergebnissen abgeleitet worden.

Mit überwiegender Mehrheit sehen die Mitglieder in der Genossenschaft eine adäquate Rechtsform, um Krisen zu bewältigen. Vor allem in den Bereichen Bank & Finanzdienstleistungen sowie Wohnen und Bauen sind die Zustimmungswerte hoch. Im Bereich der Landwirtschaft dominieren ebenfalls die bejahenden Stimmen, allerdings gibt es hier einen signifikanten Anteil, der die genossenschaftliche Rechtsform als nicht adäquat ansieht. Daher ist eine pauschale Aussage über alle Branchen hinweg nicht möglich.

Zusammenfassend kann bezüglich Rechtsform festgehalten werden, dass Expertinnen und Experten, v.a. aus Forschung und Verwaltung, in den Bereichen Banken und Finanzdienstleistungen sowie in der Landwirtschaft größere Unterschiede ausmachen als Expertinnen und Experten aus der Praxis und nochmals mehr als die Genossenschaftsmitglieder selber. Genau umgekehrt ist die Wahrnehmung im Sektor Wohnen und Bauen, wo die Mitglieder den Genossenschaften ein anderes Verhalten am Markt attestieren. Die Differenzierungsmerkmale sind bei allen Gruppen ähnlich, lediglich nach Branche in der Reihenfolge verschoben. Für fehlende Abgrenzungsmerkmale wird bei den Expertinnen und Experten überwiegend einfach nur genannt, dass keine Unterschiede zu erkennen sind, bei den Mitgliedern, dass sie die gesamte Branche von der Krise unabhängig von der Rechtsform betroffen sehen. Die Mitglieder erachten Großteils, allerdings mit branchenabhängigen Abweichungen, die Rechtsform als adäquat, um eine Krise zu bewältigen.

4.3.5. Potenziale

Fragen bezüglich Potenzialen von Genossenschaften werden schwerpunktmäßig in Kapitel 4.1.5. und 4.2.5. behandelt. Die Frage nach der Profilierung von Genossenschaften während der Krise wird bereits auf einer allgemeineren Ebene in Kapitel 4.3.3. diskutiert. Die Expertinnen und Experten wurden um eine Prognose bezüglich dreier Trends, Klimaschutz, Digitalisierung und Regionalisierung, gebeten. In die Mitgliederbefragung gingen aufgrund dieser Erkenntnisse Digitalisierung (siehe Kapitel 4.3.8.) und die hier in Kapitel 4.3.5. behandelte Regionalisierung, die Klimaschutz beinhaltet, als eigene Schwerpunkte hervor. Inhaltlich lassen sich drei Frageblöcke zusammenfassen, zunächst über die Profilierung aufgrund von Regionalisierung, dann über Potenziale aufgrund der Krise und zuletzt die Attraktivität von Genossenschaften für EPU's und KMUs.

4.3.5.1. Profilierung aufgrund von Regionalisierung

Die Profilierung der Genossenschaft aufgrund von Regionalisierung wird in der Delphi-Studie in Frage D.8: „Um die Krise zu bewältigen, werden neue Schwerpunktbereiche wie Klimaschutz, Digitalisierung und Regionalisierung genannt. Glauben Sie, dass Genossenschaften als Rechtsform davon profitieren?“ behandelt, in der Mitgliederbefragung in Frage M.17: „Glauben Sie, dass Genossenschaften während einer Krise durch ihre Regionalität profitieren?“, Frage M.18: „Glauben Sie, dass die Regionalität von Genossenschaften...“ und Frage M.19: „Glauben Sie, dass dieser Trend auch nach der Krise anhält?“.

Fast alle Expertinnen und Experten sehen Regionalisierung als den Schwerpunkt mit dem größten Potenzial, ebenso fast alle Genossenschaftsmitglieder. Dieser Trend wird auch nach der Krise anhalten. Als Begründung wird Schaffung von Arbeitsplätzen vor Kundenbindung, sozialer/regionaler Verantwortung und Solidarität genannt. Nur rund die Hälfte der Genossenschaftsmitglieder erwartet Investitionen in die Region.

4.3.5.2. Potenziale aufgrund der Krise

Die Potenziale von Genossenschaften aufgrund der Krise werden in der Delphi-Studie in Frage D.10: „Wo sehen Sie neue Potenziale für Genossenschaften in der aktuellen Krise? Welche?“ behandelt, in der Mitgliederbefragung in Frage M.20: „Welche genossenschaftlichen Wirtschaftsbereiche werden Ihrer Ansicht nach im Zuge der Krise an Bedeutung gewinnen, verlieren oder gleich bleiben?“ mit den branchenspezifischen Unterfragen M.21: „Auf welche Bereiche sollte die Genossenschaft, in der Sie hauptsächlich aktiv sind, in Folge der Krise besonders Wert legen?“ sowie Frage M.22: „Welche neuen Geschäftsfelder für Genossenschaften könnten in Zeiten der Krise oder kurz danach entstehen?“.

Die Expertinnen und Experten wurden bzgl. neuer Potenziale daraufhin abgefragt, welche Entwicklungsmöglichkeiten für Genossenschaften in jeder untersuchten Branche liegen, die auch sehr spezifisch angegeben wurden. Über alle Branchen hinweg dominieren mit unterschiedlicher Gewichtung die Regionalität und Umweltschutz, Kundennähe, Bedeutung als Nahversorger, Digitalisierung und gemeinsame Vertriebsplattformen.

Für die Genossenschaftsmitglieder sind branchenübergreifend der Zusammenschluss von EPU's und KMUs durchaus ein relevantes Thema (siehe nächster Unterpunkt). Bezogen auf Wirtschaftssektoren, die an Bedeutung zunehmen werden, gilt die Landwirtschaft als eindeutiger Gewinner, gefolgt vom Energiebereich und Banken & Finanzdienstleistungen, eine abnehmende Bedeutung wird in den Bereichen Soziales, Kunst und Kultur sowie Konsum gesehen.

4.3.5.3. Attraktivität für EPU's und KMUs

Die Attraktivität von Genossenschaften für EPU's und KMUs wird in der Delphi-Studie in Frage D.11: „Kann als eine Folge der Krise das genossenschaftliche Modell als ein Angebot insb. an Ein-Personen-Unternehmen (EPU) und Klein- und Mittlere Unternehmen (KMU) zur gemeinsamen Risikobewältigung empfohlen werden?“ behandelt, in der Mitgliederbefragung als Teilaspekt der Frage M.22: „Welche neuen Geschäftsfelder für Genossenschaften könnten in Zeiten der Krise oder kurz danach entstehen?“.

Die Expertinnen und Experten bejahen grundsätzlich, wenn auch nicht mehrheitlich, die Eignung des genossenschaftlichen Modells als Kooperationsform für EPU's und KMUs, wobei vor allem die Antworten aus der Praxis kritischer waren. Jedenfalls werden Unterschiede zwischen den Branchen identifiziert. Dafür spricht ein stärkeres Marktgewicht durch den gemeinsamen Auftritt, economies of scale v.a. bei der Digitalisierung, Risikoteilung, Synergieausnutzungen und Komplementarität. KMUs werden größere Potenziale zuerkannt, da bei EPU's ein ausgeprägter Wille der Eigentümer zum Individualismus geortet wird.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass für die Expertinnen und Experten mit und ohne Einbeziehung von Krisenzeiten Regionalisierung das größte Profilierungspotenzial beinhaltet, noch vor Umweltschutz, Kundennähe, Digitalisierung und gemeinsamen Plattformen. Die Mitglieder sehen die größten Chancen im Zusammenschluss von KMUs zu Genossenschaften, was auch von den Expertinnen und Experten aus der Praxis, weniger aus der Forschung und Verwaltung, als sehr zukunftssträftig betont wird.

4.3.6. Unterstützung

Fragen bezüglich der Organisationsformen werden schwerpunktmäßig in Kapitel 4.1.6. und 4.2.6. behandelt. Inhaltlich lassen sich im Bereich der Unterstützung zwei Frageblöcke zusammenfassen, einerseits die Unterstützung der Mitglieder durch ihre Genossenschaft und andererseits eine mögliche Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.

4.3.6.1. Unterstützung der Mitglieder durch ihre Genossenschaft

Die Unterstützung der Mitglieder durch ihre Genossenschaft wird in der Delphi-Studie in Frage D.12: „Wie kann/soll die Genossenschaft ihre Mitglieder in der Krise unterstützen?“ behandelt, in der Mitgliederbefragung in Frage M.23: „Reihen Sie folgende Aussagen in Bezug auf die Frage: Wie können Genossenschaften ihre Mitglieder in Krisenzeiten unterstützen?“, Frage M.24: „Wie unterstützt Sie Ihre Genossenschaft während der Krise?“ und sehr konkret Frage M.25: „Hat Ihre Genossenschaft aufgrund der aktuellen Krise personelle Maßnahmen gesetzt?“

Die Expertinnen und Experten betonen die Bedeutung der Solidarität besonders in Krisenzeiten, die auch vice versa für die Genossenschaftsmitglieder gegenüber ihrer Genossenschaft gelten muss. Als konkrete Maßnahmen werden als *finanzielle Unterstützung* Mietstundungen, Zahlungsreduktion, Verbesserung der Konditionen und Nutzen von Reserven und Unterstützung im Einkauf genannt, als *administrative Unterstützung* Beratung, Wissenstransfer und Kommunikation, v.a. Unterstützung beim Antrag auf Hilfsmittel, als *operative Unterstützung* Vermittlung von Arbeitskräften sowie Versorgung der Mitglieder mit Produkten, die bei der Krisenbewältigung helfen, wie Mund-Nasen-Schutz oder Desinfektionsmittel, und im Bereich der *Außenwirkung* gemeinsames Auftreten, Präsenz/Sichtbarkeit und Lobbying.

Die Genossenschaftsmitglieder wurden im Fragebogen mit diesen vorgeschlagenen Hilfsmaßnahmen konfrontiert und um ihre Gewichtung gebeten. Dabei steht die finanzielle Unterstützung an erster Stelle, gefolgt vom Leben der genossenschaftlichen Prinzipien. Unwichtig erscheinen die Konzentration auf wirtschaftlich gesunde Mitglieder, eine gemeinsame Außendarstellung und administrative Hilfestellungen.

Die Ergebnisse beider Umfragen betonen die Wichtigkeit, auch und vor allem in Krisenzeiten die eigene Genossenschaft zu unterstützen und ihr die Treue zu halten. Anders als die Einschätzung der Expertinnen und Experten fragen die Mitglieder in der tatsächlichen genossenschaftlichen Arbeit fast ausschließlich finanzielle Unterstützung nach. Die Beantwortung der Frage zeigt, dass der Großteil der Mitglieder mit der erhaltenen Unterstützung zufrieden ist. So wie im Fragebogen angegeben, betreffen die bisher umgesetzten Maßnahmen überwiegend finanzielle Aspekte wie rasche Kreditgewährung, Überziehungen, Überbrückungskredite, Stundung von Krediten/Raten und gegenüber den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Kurzarbeit, home office und Urlaubsabbau. Im administrativen Bereich wird die Krise durch Information, unbürokratische Hilfe bei z.B. Ausschreibungen, Förderanträgen, juristischen Fragestellungen abgedeckt.

4.3.6.2. Mögliche Unterstützung von Nicht-Mitgliedern

Die mögliche Unterstützung von Nicht-Mitgliedern wird in der Delphi-Studie in Frage D.13: „Sollen Genossenschaften während einer Krise im Sinne ihrer regionalen Verantwortung auch Nicht-Mitglieder unterstützen? Welche Argumente sprechen dafür/dagegen?“ behandelt, in der Mitgliederbefragung in Frage M.26: „Sollen Genossenschaften während einer Krise im Sinne ihrer regionalen Verantwortung auch Nicht-Mitglieder unterstützen?“ und den dazugehörigen Unterfragen M.27 ja-Option: „Welche Gründe sprechen für eine gleichwertige Unterstützung von Nicht-Mitgliedern?“ und M.28 nein-Option: „Welche Gründe sprechen gegen eine gleichwertige Unterstützung von Nicht-Mitgliedern?“.

Die Expertinnen und Experten plädieren für eine vorsichtige Einbeziehung von Nicht-Mitgliedern in die genossenschaftlichen Förderungen, wobei gewisse Vorteile ausschließlich Genossenschaftsmitgliedern vorbehalten bleiben sollen. Für eine gleichwertige Unterstützung nennen die Expertinnen und Experten Argumente wie regionale Verantwortung, Mitgliederwerbung und die soziale Orientierung der Genossenschaftsidee, als Argumente dagegen werden das Wesen der Genossenschaft als Organisation zur Mitgliederförderung und manche Satzungsbestimmungen angeführt.

Wesentlich offensiver bejahen die Genossenschaftsmitglieder eine Gewährung ihrer Vorteile an Nicht-Mitglieder im Sinne ihrer regionalen Verantwortung, Chance auf neue Mitglieder und Stärkung des Images und des Grundgedankens von Genossenschaften. Satzungsprobleme werden als gering erachtet. Als Nachteil wird die Verletzung des Gleichheitsprinzips gesehen. Bei den Mitgliedern ist allerdings zu bemerken, dass die einzelnen Gruppen stark in ihrer Meinung divergieren, während die Expertinnen und Experten ein sehr ähnliches Bild zu Öffnung abgeben.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Expertinnen und Experten zur Krisenbewältigung die Solidarität in den Vordergrund stellen und Maßnahmen zur finanziellen, organisatorischen, administrativen und außenkommunikativen Unterstützung nennen. Für die Mitglieder hingegen sind ganz klar die finanziellen Hilfen essentiell, gefolgt vom Leben der Prinzipien. Während die Expertinnen und Experten lediglich für eine vorsichtige Öffnung gegenüber den Nicht-Mitgliedern votieren, bejaht der Großteil der Genossenschaftsmitglieder deren Einbeziehung, wobei die einzelnen Gruppen innerhalb der Mitglieder diesen Aspekt sehr heterogen und nicht einheitlich bewerten.

4.3.7. Organisationsformen

Fragen bezüglich der Organisationsformen werden schwerpunktmäßig in Kapitel 4.1.7. und 4.2.7. behandelt. Inhaltlich sind beide Kapitel insofern schwer vergleichbar, als die sich aus der Delphi-Studie herauskristallisierenden Fragen an die Mitglieder zu wesentlich konkreteren Aussagen führen. Daher lässt sich die Frage nach den Organisationsformen in zwei Bereiche, einerseits allgemeine Aspekte möglicher Strukturänderungen von Genossenschaften und andererseits in konkreten Änderungsbedarf unterteilen.

4.3.7.1. Allgemeine Aspekte

Allgemeine Aspekte werden in der Delphi-Studie in Frage D.14: „Wie sehr stimmen Sie dieser Aussage zu: "Es braucht in der Krise neue/andere Organisationsformen im Genossenschaftswesen."?“ behandelt, in der Mitgliederbefragung in Frage M.29: „Es gibt an der aktuellen Struktur der Genossenschaften Änderungsbedarf.“ sowie in zahlreichen Einzelpunkten der vorangegangenen Kapitel. Jedenfalls ist der Aspekt der Organisationsform gemeinsam mit Kapitel 4.3.4 über den Vergleich mit anderen Rechtsformen und 4.2.5 über Potenziale zu betrachten.

Die Expertinnen und Experten sind grundsätzlich mit der Aufstellung von Genossenschaften zufrieden und sehen geringen Veränderungsbedarf. Die Forschung betont, dass in künftigen Organisationsformen Kooperation und Vernetzung zwischen den einzelnen Genossenschaften, das Leben genossenschaftlicher Werte und eine Attraktivität für jüngere Mitglieder angestrebt werden müssen. Die Praktiker wünschen sich darüber hinaus eine aktivere Mitgliederförderung, mehr Dezentralisierung und Entbürokratisierung. Ein Rechtsformwechsel von Genossenschaften zu Kapitalgesellschaften steht nicht im Fokus.

Mit mehr der als der Hälfte an Mitglieder, die zumindest teilweise einen Veränderungsbedarf sehen, äußern sich die aktiven Genossenschafter wesentlich kritischer, wobei wesentliche Unterschiede zwischen den einzelnen Branchen und heterogenen Gruppen zu beobachten sind.

4.3.7.2. Konkreter Änderungsbedarf

Konkreter Änderungsbedarf wird in der Delphi-Studie überwiegend mit Überschneidungen zu D.14 in Frage D.15: „Welche neuen/anderen Organisationsformen braucht es Ihrer Meinung nach im Genossenschaftswesen?“ behandelt, in der Mitgliederbefragung in Frage M.30: „Haben sich Mehrfachfunktionen zwischen Verbund und/oder in einzelnen Genossenschaften während der Krise bewährt bzw. sehen Sie diese insgesamt als...“ und Frage M.31: „Sollten Mitglieder häufiger nach ihrer Meinung befragt werden?“.

Bezüglich rechtlicher Änderungen wird ein Bedarf nach einer gesetzlichen Unterscheidung zwischen kleinen und großen Genossenschaften gesehen

Bezüglich Verbandsebene herrscht zwischen Expertinnen und Experten sowie Mitgliedern Einigkeit, dass es den Primärgenossenschaften wieder ermöglicht werden muss, dezentraler zu agieren, eigene Zielsetzungen zu verwirklichen und weniger Bürokratie zu tragen. Doch widersprüchlich dazu sehen die Genossenschaftsmitglieder Mehrfachfunktionen, zB in

Genossenschaft und Verband, als eher vorteilhaft an, der Großteil verfügt allerdings über keine dezidierte Meinung.

Bezüglich Managementebene heben, wahrscheinlich aufgrund der offensichtlichen Probleme mit Abhängigkeiten, die Expertinnen und Experten die Etablierung diversifizierter, weniger störungsanfälliger Bezugssysteme und Wertschöpfungsketten hervor. Ebenso sehen sie eine Notwendigkeit zur Veränderung des Managementverhaltens hin zu mehr Verantwortungsübergabe und weniger Kontrolle, zum Beispiel durch die steigende Inanspruchnahme von home office, was auch dem Wunsch nach Entstaubung und Digitalisierung entspricht. Werte wie Subsidiarität, Transparenz und Mitgliederorientierung sollen wieder im Vordergrund stehen.

Seitens der Mitglieder ist der Wunsch nach besserer Einbindung in genossenschaftliche Entscheidungsfindungen durch häufigere Befragungen zentral.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass Expertinnen und Experten wesentlich weniger Änderungsbedarf bezüglich Organisationsformen sehen als die eher kritischen Mitglieder. Wo gemeinsamer Änderungsbedarf identifiziert wird, herrscht zwischen den Gruppen grundsätzlich Einigkeit. Die neuen erwünschten Organisationsformen lassen sich auf allen Ebenen mit den Stichworten „Dezentralisierung und Unabhängigkeit“ kennzeichnen: Neue, dezentralere Managementformen unter Berücksichtigung von Digitalisierung und Entbürokratisierung und eine dezentralere Kooperation mit den Verbänden. An den Gesetzgeber ist bezüglich einer Erleichterung von Vorschriften für kleine Genossenschaften heranzutreten.

4.3.8. Digitalisierung

Digitalisierung wird schwerpunktmäßig in Kapitel 4.1.8. und 4.2.8. behandelt. Inhaltlich lässt sich das Thema Digitalisierung in zwei Bereiche, einerseits allgemeine Aspekte der Digitalisierung in bzw. von Genossenschaften und andererseits konkret digitale Mitgliederversammlungen unterteilen. In der Mitgliederbefragung sind als Reaktion auf die Delphi-Studie spezifische Branchenauswertungen zentral verankert.

4.3.8.1. Allgemeine Aspekte

Allgemeine Aspekte werden in der Delphi-Studie hauptsächlich in Frage D.17: „Welche Argumente sprechen für bzw. gegen einen vermehrten Einsatz digitaler Prozesse innerhalb von Genossenschaften?“ sowie in zahlreichen Einzelpunkten der vorangegangenen Kapitel behandelt, in der Mitgliederbefragung in Frage M.38: „In welchen Bereichen sehen Sie die Digitalisierung als besonders wichtig?“, Frage M.39: „Kreuzen Sie die für Sie 5 wichtigsten Vorteile der Digitalisierung für Ihre Genossenschaft an!“ und Frage M.40: „Kreuzen Sie die für Sie 5 wichtigsten Nachteile der Digitalisierung für Ihre Genossenschaft an!“.

Von den Expertinnen und Experten wird Digitalisierung weniger unter dem Begriff der Profilierungschance subsumiert, sondern als Instrument, das vor allem vom Management eingesetzt werden soll. Generell prognostizieren sie eine Zunahme an Bedeutung von Digitalisierungsaspekten und nach der Regionalität als wichtigstes Potenzial, wobei hier die Praktiker eine wesentlich größere Steigerung voraussagen.

Als Vorteile werden von den Expertinnen und Experten Kostenersparnis und Effizienz an die Spitze der pro-Argumente gesetzt, wobei für die Forscherinnen und Forscher die Kosten an erster Stelle stehen, für die Praktiker die Effizienz digitaler Prozesse. Beide sehen digitale Strukturen für das Gewinnen junger Mitglieder als förderlich an. Letzteres wird auch in der Mitgliederbefragung bestätigt. Die Mitglieder nennen im Unterschied zu den Expertinnen und Experten mit einer überragenden Zustimmungsrate die Schnelligkeit der Kommunikation und des Informationsaustauschs als größten Vorteil, gefolgt von Kosten- und Zeitersparnissen durch effizientere interne Abläufe, Flexibilität und Administration sowie einer Erhöhung der Servicequalität.

Bezüglich der Nachteile divergieren die Antworten zwischen Expertinnen und Experten aus der Forschung und der Praxis: Die eher theoriegeleiteten Mitwirkenden sehen Datenschutz, Zentralisierung und größere Anonymität als kritische Themenfelder, die Praktiker attestieren der Digitalisierung höchstens Ergänzungscharakter. Die Mitglieder nennen überwiegend den Rückgang an persönlichen Beziehungen innerhalb der Genossenschaft als größten Nachteil, gefolgt von der fehlenden direkten Kommunikation und unmittelbaren persönlichen Nähe zu Kunden und Lieferanten. Hier kommt die Bedeutung des persönlichen Kontakts nach außen wesentlich stärker zum Vorschein. Des Weiteren sind die Mitglieder um mangelnde IT-Kenntnisse, Hackerangriffe und Datenschutzprobleme besorgt.

Bezüglich der Einsatzmöglichkeiten von Digitalisierung lassen sich aus den Mitgliederergebnissen konkretere Anwendungen ableiten. Die Mitglieder benötigen Digitalisierung überwiegend als Ergänzung der Darstellung nach außen bzw. dem Marketing und der Kundenbetreuung, erst dann für interne Prozesse und Routinevorgänge. Im Zentrum steht die Digit-

alisierung der Vertriebsplattformen. Dies wird von den Praktikern der Delphi-Studie unterstützt, die vor allem die Vertriebsplattformen für KMU als Potenzial hervorheben.

4.3.8.2. Digitale Mitgliederversammlungen

Fragen bezüglich der Mitgliederversammlung werden in der Delphi-Studie hauptsächlich in Frage D.16: „Sollte die Möglichkeit virtueller Sitzungen / elektronischer Abstimmungen bei Genossenschaften auch nach der Krise beibehalten werden?“ behandelt, in der Mitgliederbefragung in den Fragen M.32 – M.37: Frage M.32: „Ich begrüße, dass Mitgliederversammlungen aufgrund der aktuellen Situation digital durchgeführt werden können“, Frage M.33: „Die Möglichkeit digitaler Sitzungen / Abstimmungen bei Genossenschaften soll auch nach der Krise beibehalten werden“, Frage M.34: „Ich werde an der digitalen Mitgliederversammlung teilnehmen“, Frage M.35: „Ich nahm in der Vergangenheit regelmäßig an den physischen Mitgliederversammlungen teil“, Frage M.36: „Ziehen Sie die Verschiebung der ordentlichen Mitgliederversammlung auf einen späteren Zeitpunkt, an dem man sich wieder regulär treffen kann, der virtuellen Versammlung vor?“ und Frage M.37: „Warum ziehen Sie die Verschiebung der ordentlichen Mitgliederversammlung auf einen späteren Zeitpunkt, an dem man sich wieder regulär treffen kann, der virtuellen Versammlung vor?“.

Unabhängig von der rechtlichen Möglichkeit, Mitgliederversammlungen auch nach den zeitlich terminierten COVID-Verordnungen digital durchzuführen, sprechen sich 80% der Expertinnen und Experten für eine zumindest teilweise bis vollständige Beibehaltung virtueller Abstimmungsprozesse aus, niemand lehnt sie vollends ab.

Die Mitglieder hingegen sind durchwegs skeptischer, was sich bereits in den eher ablehnenden Antworten zu den Potenzialen einer Genossenschaft andeutet. Werden in COVID-Zeiten elektronische Treffen von immerhin zwei Drittel begrüßt, wenn auch mit signifikanten Unterschieden innerhalb der Branchen und betrachteten Gruppen, sind die Mitglieder bezüglich einer dauerhaften Einführung zwiespalten. Immerhin fast ein Fünftel der Befragten würde nicht daran teilnehmen, darunter unerwarteterweise auch Funktionärinnen und Funktionäre. Diese Ergebnisse sind auch insofern unerwartet, als diejenigen Genossenschaftsmitglieder, die an dieser online-Befragung teilnehmen, elektronische Kommunikationsinstrumente scheinbar nicht grundsätzlich ablehnen. Der Großteil der Mitglieder bevorzugt auch eine Verschiebung der notwendigen Versammlungen, was dafür spricht, dass den digitalen meetings nicht dieselbe Qualität wie persönlichen Treffen zugesprochen wird, was sich in der offenen Frage M.37 bestätigt, in der der persönliche Kontakt auch nach der offiziellen Mitgliederversammlung als wesentliches genossenschaftliche Moment angeführt wird. Gegenüber den bisherigen physischen Versammlungen, an deren ein größerer Teil der Mitglieder teilnahmen, würde folglich eine digitale Implementierung zu einer Reduktion in Partizipation und Demokratie führen.

Zusammenfassend ist erkennbar, dass die beiden Studien durchaus andere Potenziale und Einsatzgebiete identifizieren. Während Expertinnen und Experten in der Delphi-Studie eher abstraktere Themen und aus der Theorie abgeleitete Vor- und Nachteile wie Anonymität oder Gefahr einer Zentralisierung benennen, orientieren sich die betroffenen Mitglieder an ihren konkreten alltäglichen Fragestellungen wie Informationsaustausch und Vertriebsplattformen.

Digitale Mitgliederversammlungen scheinen zwar in der Theorie als zukunftsorientierte, funktionierende Instrumente der Entscheidungsfindung und Abstimmung zu gelten, die Mitglieder in der Praxis antizipieren diesen Trend allerdings nicht als vorteilhaft für ihre Genossenschaft. Daraus lässt sich zweierlei schließen: Einerseits sind die Expertinnen und Experten zu optimistisch oder bereits an digitale Treffen gewöhnt, andererseits sehen die Genossenschaftsmitglieder aus ihrer Erfahrung persönliche Treffen als wesentlich notwendiger an oder sie sind mit einem Einsatz dieser Kommunikationstools noch nicht ausreichend vertraut und sollten schrittweise hingeführt werden.

Abbildungsverzeichnis gesamt

Abbildung 3.1 – 1: Konzeptioneller Aufbau des 2-stufigen Fragebogenverfahrens	15
Abbildung 3.1 – 2: Beispiel einer Frage mit Likert-Skala	28
Abbildung 3.1 – 3: Gesamtansicht – Selbsteinschätzung aktives Mitglied	38
Abbildung 3.1 – 4: Branche – Selbsteinschätzung aktives Mitglied	38
Abbildung 3.1 – 5: Alter – Selbsteinschätzung aktives Mitglied.....	40
Abbildung 3.1 – 6: Geschlecht – Selbsteinschätzung aktives Mitglied	41
Abbildung 3.1 – 7: Mitglied Genossenschaften – Selbsteinschätzung aktives Mitglied.....	42
Abbildung 3.1 – 8: FunktionärIn – Selbsteinschätzung aktives Mitglied.....	43
Abbildung 3.1 – 9: Bildung – Selbsteinschätzung aktives Mitglied	44
Abbildung 3.1 – 10: Größe Genossenschaft – Selbsteinschätzung aktives Mitglied.....	45
Abbildung 4.1 – 1: Eigenschaften von Genossenschaften – 1. Runde	53
Abbildung 4.1 – 2: Eigenschaften von Genossenschaften – 2. Runde	54
Abbildung 4.1 – 3: Werte und Prinzipien – 1. Runde	55
Abbildung 4.1 – 4: Werte und Prinzipien – 2. Runde	56
Abbildung 4.1 – 5: Werte und Prinzipien Kommunikation Management – 1. Runde	57
Abbildung 4.1 – 6: Werte und Prinzipien Kommunikation Management – 2. Runde	58
Abbildung 4.1 – 7: Profilierung in der Krise, Aufteilung nach Branchen – 1. Runde	66
Abbildung 4.1 – 8: Profilierung in der Krise, Aufteilung nach Branchen – 2. Runde	67
Abbildung 4.1 – 9: Neue Schwerpunkte als Potenziale – 1. Runde	100
Abbildung 4.1 – 10: Neue Schwerpunkte als Potenziale – 2. Runde	100
Abbildung 4.1 – 11: Bedarf neuer/anderer Organisationsform – 1. Runde.....	119
Abbildung 4.1 – 12: Bedarf neuer/anderer Organisationsform – 2. Runde.....	120
Abbildung 4.1 – 13: Beibehaltung digitaler Abstimmungen – 1. Runde.....	124
Abbildung 4.1 – 14: Beibehaltung digitaler Abstimmungen – 2. Runde.....	124
Abbildung 4.2 – 1: Gesamtansicht – Zuschreibung von Eigenschaften.....	139
Abbildung 4.2 – 2: Branchen – Zuschreibung von Eigenschaften.....	140
Abbildung 4.2 – 3: Größe Genossenschaft – Zuschreibung von Eigenschaften	142
Abbildung 4.2 – 4: Gesamtansicht – Kommunikation von Werten und Prinzipien.....	143
Abbildung 4.2 – 5: Branchen – Kommunikation von Werten und Prinzipien.....	144
Abbildung 4.2 – 6: Alter – Kommunikation von Werten und Prinzipien	145
Abbildung 4.2 – 7: Geschlecht – Kommunikation von Werten und Prinzipien.....	145
Abbildung 4.2 – 8: Region – Kommunikation von Werten und Prinzipien	146
Abbildung 4.2 – 9: Anzahl Mitgliedschaften – Kommunikation von Werten und Prinzipien.....	146
Abbildung 4.2 – 10 : FunktionärIn – Kommunikation von Werten und Prinzipien	147
Abbildung 4.2 – 11: Bildung I – Kommunikation von Werten und Prinzipien	148
Abbildung 4.2 – 12: Bildung II – Kommunikation von Werten und Prinzipien	148
Abbildung 4.2 – 13: Größe Genossenschaft – Kommunikation von Werten und Prinzipien.....	149
Abbildung 4.2 – 14: Gesamtansicht – Wichtigkeit von Werten und Prinzipien	150
Abbildung 4.2 – 15: Branchen – Wichtigkeit von Werten und Prinzipien	150
Abbildung 4.2 – 16: Alter – Wichtigkeit von Werten und Prinzipien.....	151
Abbildung 4.2 – 17: Geschlecht – Wichtigkeit von Werten und Prinzipien.....	152
Abbildung 4.2 – 18: Region – Wichtigkeit von Werten und Prinzipien	152
Abbildung 4.2 – 19: Anzahl Mitgliedschaften – Wichtigkeit von Werten und Prinzipien	153
Abbildung 4.2 – 20: FunktionärIn – Wichtigkeit von Werten und Prinzipien	153
Abbildung 4.2 – 21: Bildung I – Wichtigkeit von Werten und Prinzipien.....	154
Abbildung 4.2 – 22: Bildung II – Wichtigkeit von Werten und Prinzipien	154
Abbildung 4.2 – 23: Größe Genossenschaft – Wichtigkeit von Werten und Prinzipien.....	155
Abbildung 4.2 – 24: Gesamtansicht – Verbindung ökonomischer und sozialer Zielsetzungen.....	156
Abbildung 4.2 – 25: Branche – Verbindung ökonomischer und sozialer Zielsetzungen.....	156
Abbildung 4.2 – 26: Alter – Verbindung ökonomischer und sozialer Zielsetzungen	157
Abbildung 4.2 – 27: Geschlecht – Verbindung ökonomischer und sozialer Zielsetzungen.....	158
Abbildung 4.2 – 28: Region – Verbindung ökonomischer und sozialer Zielsetzungen.....	158
Abbildung 4.2 – 29: Anzahl Mitgliedschaften – Verbindung ökonomischer und sozialer Zielsetzungen.....	159
Abbildung 4.2 – 30: FunktionärIn – Verbindung ökonomischer und sozialer Zielsetzungen.....	159
Abbildung 4.2 – 31: Bildung – Verbindung ökonomischer und sozialer Zielsetzungen.....	160
Abbildung 4.2 – 32: Bildung – Verbindung ökonomischer und sozialer Zielsetzungen.....	161
Abbildung 4.2 – 33: Gesamtansicht – Aussagen bzgl. Genossenschaften in Zeiten von Krisen	163

Abbildung 4.2 – 34: Branchen – Aussagen bzgl. Genossenschaften in Zeiten von Krisen	165
Abbildung 4.2 – 35: Alter – Aussagen bzgl. Genossenschaften in Zeiten von Krisen.....	166
Abbildung 4.2 – 36: Geschlecht – Aussagen bzgl. Genossenschaften in Zeiten von Krisen	167
Abbildung 4.2 – 37: Region – Aussagen bzgl. Genossenschaften in Zeiten von Krisen	167
Abbildung 4.2 – 38: Anzahl Mitgliedschaften – Aussagen bzgl. Genossenschaften in Zeiten von Krisen	168
Abbildung 4.2 – 39: FunktionärIn – Aussagen bzgl. Genossenschaften in Zeiten von Krisen.....	168
Abbildung 4.2 – 40: Bildung I – Aussagen bzgl. Genossenschaften in Zeiten von Krisen.....	169
Abbildung 4.2 – 41: Bildung II – Aussagen bzgl. Genossenschaften in Zeiten von Krisen.....	169
Abbildung 4.2 – 42: Größe Genossenschaft – Aussagen bzgl. Genossenschaften in Zeiten von Krisen.....	170
Abbildung 4.2 – 43: Gesamtansicht – Vorteile von Genossenschaften während der Krise	172
Abbildung 4.2 – 44: Branche – Vorteile von Genossenschaften während der Krise	173
Abbildung 4.2 – 45: Alter – Vorteile von Genossenschaften während der Krise.....	174
Abbildung 4.2 – 46: Geschlecht – Vorteile von Genossenschaften während der Krise.....	174
Abbildung 4.2 – 47: Region – Vorteile von Genossenschaften während der Krise	175
Abbildung 4.2 – 48: Anzahl Mitgliedschaften – Vorteile von Genossenschaften während der Krise	175
Abbildung 4.2 – 49: FunktionärIn – Vorteile von Genossenschaften während der Krise	176
Abbildung 4.2 – 50: Bildung I – Vorteile von Genossenschaften während der Krise.....	177
Abbildung 4.2 – 51: Bildung II – Vorteile von Genossenschaften während der Krise	177
Abbildung 4.2 – 52: Größe Genossenschaft – Vorteile von Genossenschaften während der Krise.....	178
Abbildung 4.2 – 53: Gesamtansicht – Sorge um Weiterbestehen	179
Abbildung 4.2 – 54: Branche – Sorge um Weiterbestehen	180
Abbildung 4.2 – 55: Alter – Sorge um Weiterbestehen.....	181
Abbildung 4.2 – 56: Geschlecht – Sorge um Weiterbestehen	181
Abbildung 4.2 – 57: Region – Sorge um Weiterbestehen	182
Abbildung 4.2 – 58: Anzahl Mitgliedschaften – Sorge um Weiterbestehen	183
Abbildung 4.2 – 59: FunktionärIn – Sorge um Weiterbestehen.....	183
Abbildung 4.2 – 60: Bildung – Sorge um Weiterbestehen	184
Abbildung 4.2 – 61: Größe Genossenschaft – Sorge um Weiterbestehen.....	185
Abbildung 4.2 – 62: Gesamtansicht – Krise als Anlass für verstärktes Engagement?	186
Abbildung 4.2 – 63: Branche – Krise als Anlass für verstärktes Engagement?	186
Abbildung 4.2 – 64: Alter – Krise als Anlass für verstärktes Engagement?.....	187
Abbildung 4.2 – 65: Geschlecht – Krise als Anlass für verstärktes Engagement?	188
Abbildung 4.2 – 66: Region – Krise als Anlass für verstärktes Engagement?.....	188
Abbildung 4.2 – 67: Anzahl Mitgliedschaften – Krise als Anlass für verstärktes Engagement?	189
Abbildung 4.2 – 68: FunktionärIn – Krise als Anlass für verstärktes Engagement?.....	190
Abbildung 4.2 – 69: Bildung – Krise als Anlass für verstärktes Engagement?	190
Abbildung 4.2 – 70: Größe Genossenschaft – Krise als Anlass für verstärktes Engagement?	191
Abbildung 4.2 – 71: Gesamtansicht – Gelegenheit sich zu engagieren.....	192
Abbildung 4.2 – 72: Branche – Gelegenheit sich zu engagieren.....	192
Abbildung 4.2 – 73: Alter – Gelegenheit sich zu engagieren	193
Abbildung 4.2 – 74: Geschlecht – Gelegenheit sich zu engagieren.....	194
Abbildung 4.2 – 75: Region – Gelegenheit sich zu engagieren	194
Abbildung 4.2 – 76: Anzahl Mitgliedschaften – Gelegenheit sich zu engagieren.....	195
Abbildung 4.2 – 77: FunktionärIn – Gelegenheit sich zu engagieren	196
Abbildung 4.2 – 78: Bildung – Gelegenheit sich zu engagieren.....	196
Abbildung 4.2 – 79: Größe Genossenschaft – Gelegenheit sich zu engagieren	197
Abbildung 4.2 – 80: Gesamtansicht – Attraktivität von Genossenschaften	198
Abbildung 4.2 – 81: Branche – Attraktivität von Genossenschaften	199
Abbildung 4.2 – 82: Alter – Attraktivität von Genossenschaften.....	200
Abbildung 4.2 – 83: Geschlecht – Attraktivität von Genossenschaften	200
Abbildung 4.2 – 84: Region – Attraktivität von Genossenschaften.....	201
Abbildung 4.2 – 85: Anzahl Mitgliedschaften – Attraktivität von Genossenschaften	201
Abbildung 4.2 – 86: FunktionärIn – Attraktivität von Genossenschaften.....	202
Abbildung 4.2 – 87: Bildung I – Attraktivität von Genossenschaften.....	203
Abbildung 4.2 – 88: Bildung II – Attraktivität von Genossenschaften.....	203
Abbildung 4.2 – 89: Größe Genossenschaft – Attraktivität von Genossenschaften.....	204
Abbildung 4.2 – 90: Gesamtansicht – Bezug öffentlicher Unterstützung	205
Abbildung 4.2 – 91: Branche – Bezug öffentlicher Unterstützung	206
Abbildung 4.2 – 92: Region – Bezug öffentlicher Unterstützung.....	207

Abbildung 4.2 – 93: Gesamtansicht – Ansuchen um öffentliche Unterstützung	208
Abbildung 4.2 – 94: Branche – Ansuchen um öffentliche Unterstützung	208
Abbildung 4.2 – 95: Region – Ansuchen um öffentliche Unterstützung.....	209
Abbildung 4.2 – 96: Größe Genossenschaft – Ansuchen um öffentliche Unterstützung.....	210
Abbildung 4.2 – 97: Gesamtansicht – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?	212
Abbildung 4.2 – 98: Branche – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?	213
Abbildung 4.2 – 99: FunktionärIn und Branche – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?	213
Abbildung 4.2 – 100: Alter – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?.....	214
Abbildung 4.2 – 101: Geschlecht – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?	215
Abbildung 4.2 – 102: Weiblich und Alter – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?.....	215
Abbildung 4.2 – 103: Männlich und Alter – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?.....	216
Abbildung 4.2 – 104: Region – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?.....	217
Abbildung 4.2 – 105: Anzahl Mitgliedschaften – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?	217
Abbildung 4.2 – 106: FunktionärIn – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?.....	218
Abbildung 4.2 – 107: Bildung – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?	218
Abbildung 4.2 – 108: Größe Genossenschaft – Genossenschaftliche Rechtsform geeignet, um Krise zu meistern?.....	219
Abbildung 4.2 – 109: Gesamtansicht – Agieren Genossenschaften in Krise anders?	220
Abbildung 4.2 – 110: Branche – Agieren Genossenschaften in Krise anders?	221
Abbildung 4.2 – 111: Geschlecht – Agieren Genossenschaften in Krise anders?	222
Abbildung 4.2 – 112: Anzahl Mitgliedschaften – Agieren Genossenschaften in Krise anders?	223
Abbildung 4.2 – 113: FunktionärIn – Agieren Genossenschaften in Krise anders?.....	224
Abbildung 4.2 – 114: FunktionärIn und Anzahl Mitgliedschaften – Agieren Genossenschaften in Krise anders?	225
Abbildung 4.2 – 115: FunktionärIn und Größe Genossenschaft – Agieren Genossenschaften in Krise anders?.....	225
Abbildung 4.2 – 116: Bildung – Agieren Genossenschaften in Krise anders?	226
Abbildung 4.2 – 117: Größe Genossenschaft – Agieren Genossenschaften in Krise anders?.....	227
Abbildung 4.2 – 118: Gesamtansicht – Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren.....	228
Abbildung 4.2 – 119: Branche – Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren.....	229
Abbildung 4.2 – 120: Geschlecht – Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren	230
Abbildung 4.2 – 121: Region – Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren.....	231
Abbildung 4.2 – 122: Anzahl Mitgliedschaften – Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren	232
Abbildung 4.2 – 123: FunktionärIn – Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren.....	233
Abbildung 4.2 – 124: Bildung – Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren	234
Abbildung 4.2 – 125: Größe Genossenschaft – Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren	235
Abbildung 4.2 – 126: Gesamtansicht – Keine Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren	237
Abbildung 4.2 – 127: Branche – Keine Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren	238
Abbildung 4.2 – 128: Alter – Keine Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren.....	239
Abbildung 4.2 – 129: Geschlecht – Keine Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren	240
Abbildung 4.2 – 130: Anzahl Mitgliedschaften – Keine Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren	241
Abbildung 4.2 – 131: FunktionärIn – Keine Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren.....	242
Abbildung 4.2 – 132: Bildung – Keine Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren	243
Abbildung 4.2 – 133: Größe Genossenschaft – Keine Unterschiede bzgl. unterschiedlichem Agieren.....	244
Abbildung 4.2 – 134: Gesamtansicht – Profitieren Genossenschaft in der Krise durch Regionalität?	246
Abbildung 4.2 – 135: Branche – Profitieren Genossenschaft in der Krise durch Regionalität?	247
Abbildung 4.2 – 136: Geschlecht – Profitieren Genossenschaft in der Krise durch Regionalität?.....	248
Abbildung 4.2 – 137: FunktionärIn – Profitieren Genossenschaft in der Krise durch Regionalität?	249
Abbildung 4.2 – 138: Größe Genossenschaft – Profitieren Genossenschaft in der Krise durch Regionalität?	250
Abbildung 4.2 – 139: Gesamtansicht – Auswirkungen von Regionalität auf Genossenschaften	251
Abbildung 4.2 – 140: Branche – Auswirkungen von Regionalität auf Genossenschaften	252
Abbildung 4.2 – 141: Alter – Auswirkungen von Regionalität auf Genossenschaften.....	253
Abbildung 4.2 – 142: Geschlecht – Auswirkungen von Regionalität auf Genossenschaften	254
Abbildung 4.2 – 143: Region – Auswirkungen von Regionalität auf Genossenschaften	255
Abbildung 4.2 – 144: Anzahl Mitgliedschaften – Auswirkungen von Regionalität auf Genossenschaften	256
Abbildung 4.2 – 145: FunktionärIn – Auswirkungen von Regionalität auf Genossenschaften.....	256
Abbildung 4.2 – 146: Bildung – Auswirkungen von Regionalität auf Genossenschaften	257
Abbildung 4.2 – 147: Größe Genossenschaft – Auswirkungen von Regionalität auf Genossenschaften.....	258
Abbildung 4.2 – 148: Gesamtansicht – Hält der Trend zur Regionalität an?	259
Abbildung 4.2 – 149: Branche – Hält der Trend zur Regionalität an?.....	259
Abbildung 4.2 – 150: Alter – Hält der Trend zur Regionalität an?	260
Abbildung 4.2 – 151: Geschlecht – Hält der Trend zur Regionalität an?	261

Abbildung 4.2 – 152: Region – Hält der Trend zur Regionalität an?.....	261
Abbildung 4.2 – 153: Anzahl Mitgliedschaften – Hält der Trend zur Regionalität an?	262
Abbildung 4.2 – 154: FunktionärIn – Hält der Trend zur Regionalität an?.....	263
Abbildung 4.2 – 155: Bildung – Hält der Trend zur Regionalität an?	263
Abbildung 4.2 – 156: Größe Genossenschaft – Hält der Trend zur Regionalität an?	264
Abbildung 4.2 – 157: Gesamtansicht – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?.....	265
Abbildung 4.2 – 158: Branche – Bank – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?.....	267
Abbildung 4.2 – 159: Branche – Wohnen – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?.....	268
Abbildung 4.2 – 160: Branche – LW – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?	269
Abbildung 4.2 – 161: Alter – < 45 J. – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?.....	270
Abbildung 4.2 – 162: Alter – ≥ 45 J. – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?	271
Abbildung 4.2 – 163: Geschlecht – weiblich – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?	272
Abbildung 4.2 – 164: Geschlecht – männlich – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?.....	273
Abbildung 4.2 – 165: Region – Ostösterreich – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?	274
Abbildung 4.2 – 166: Region – Südösterreich – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?.....	275
Abbildung 4.2 – 167: Region – Westösterreich – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?	276
Abbildung 4.2 – 168: Anzahl Mitgliedschaften – 1 Genos. – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?.....	278
Abbildung 4.2 – 169: Anzahl Mitgliedschaften – 2 Genos. – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?.....	279
Abbildung 4.2 – 170: Anzahl Mitgliedschaften – ≥ 3 Genos. – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?	280
Abbildung 4.2 – 171: FunktionärIn – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?.....	282
Abbildung 4.2 – 172: kein/e FunktionärIn – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?.....	283
Abbildung 4.2 – 173: Bildung – HS, Unt. AHS und Lehre – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?.....	284
Abbildung 4.2 – 174: Bildung – AHS, BHS mit Matura – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?	285
Abbildung 4.2 – 175: Bildung – FH pder Uni – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?	286
Abbildung 4.2 – 176: Bildung – kA bzw. anderer Abschluss – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?	287
Abbildung 4.2 – 177: Größe Genossenschaft – Genos. klein – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?	289
Abbildung 4.2 – 178: Größe Genossenschaft – Genos. mittel – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?	290
Abbildung 4.2 – 179: Größe Genossenschaft – Genos. groß – Welche Branchen gewinnen/verlieren durch die Krise?.....	291
Abbildung 4.2 – 180: Branche – Banken – Relevante Aufgabenfelder für Genossenschaften in Folge der Krise.....	293
Abbildung 4.2 – 181: Branchen – Wohnen – Relevante Aufgabenfelder für Genossenschaften in Folge der Krise.....	294
Abbildung 4.2 – 182: Branchen – LW – Relevante Aufgabenfelder für Genossenschaften in Folge der Krise	294
Abbildung 4.2 – 183: Gesamtansicht – Neue Geschäftsfelder für Genossenschaften.....	296
Abbildung 4.2 – 184: Branche – Neue Geschäftsfelder für Genossenschaften.....	297
Abbildung 4.2 – 185: Alter – Neue Geschäftsfelder für Genossenschaften	298
Abbildung 4.2 – 186: Geschlecht – Neue Geschäftsfelder für Genossenschaften	299
Abbildung 4.2 – 187: Region – Neue Geschäftsfelder für Genossenschaften.....	300
Abbildung 4.2 – 188: Anzahl Mitgliedschaften – Neue Geschäftsfelder für Genossenschaften	301
Abbildung 4.2 – 189: FunktionärIn – Neue Geschäftsfelder für Genossenschaften.....	302
Abbildung 4.2 – 190: Bildung – Neue Geschäftsfelder für Genossenschaften.....	303
Abbildung 4.2 – 191: Größe Genossenschaft – Neue Geschäftsfelder für Genossenschaften	304
Abbildung 4.2 – 192: Gesamtansicht – Unterstützung für Mitglieder während Krise.....	307
Abbildung 4.2 – 193: Branche – Banken – Unterstützung für Mitglieder während Krise.....	308
Abbildung 4.2 – 194: Branche – Wohnen – Unterstützung für Mitglieder während Krise.....	309
Abbildung 4.2 – 195: Branche – LW – Unterstützung für Mitglieder während Krise	310
Abbildung 4.2 – 196: Alter – < 45 J. – Unterstützung für Mitglieder während Krise.....	311
Abbildung 4.2 – 197: Alter – ≥ 45 J. – Unterstützung für Mitglieder während Krise	312
Abbildung 4.2 – 198: Geschlecht – weiblich – Unterstützung für Mitglieder während Krise	313
Abbildung 4.2 – 199: Geschlecht – männlich – Unterstützung für Mitglieder während Krise.....	314
Abbildung 4.2 – 200: Anzahl Mitgliedschaften – 1 Genos. – Unterstützung für Mitglieder während Krise	315
Abbildung 4.2 – 201: Anzahl Mitgliedschaften – 2 Genos. – Unterstützung für Mitglieder während Krise	316
Abbildung 4.2 – 202: Anzahl Mitgliedschaften – ≥ 3 Genos. – Unterstützung für Mitglieder während Krise	316
Abbildung 4.2 – 203: FunktionärIn – Unterstützung für Mitglieder während Krise.....	318
Abbildung 4.2 – 204: kein/e FunktionärIn – Unterstützung für Mitglieder während Krise.....	319
Abbildung 4.2 – 205: Bildung – HS, Unterstufe AHS u. Lehre – Unterstützung für Mitglieder während Krise.....	320
Abbildung 4.2 – 206: Bildung – AHS, BHS mit Matura – Unterstützung für Mitglieder während Krise	321
Abbildung 4.2 – 207: Bildung – FH oder Uni. – Unterstützung für Mitglieder während Krise	322
Abbildung 4.2 – 208: Bildung – kA – Unterstützung für Mitglieder während Krise	322
Abbildung 4.2 – 209: Größe Genossenschaften – Genos. klein – Unterstützung für Mitglieder während Krise.....	323
Abbildung 4.2 – 210: Größe Genossenschaften – Genos. mittel – Unterstützung für Mitglieder während Krise	324

Abbildung 4.2 – 212: Größe Genossenschaften – Genos. groß – Unterstützung für Mitglieder während Krise.....	324
Abbildung 4.2 – 213: Gesamtansicht – Wie unterstützt Sie Ihre Genossenschaft?.....	326
Abbildung 4.2 – 214: Branche – Wie unterstützt Sie Ihre Genossenschaft?.....	327
Abbildung 4.2 – 215: Bildung I – Wie unterstützt Sie Ihre Genossenschaft?.....	328
Abbildung 4.2 – 216: Bildung II – Schulabschluss – Wie unterstützt Sie Ihre Genossenschaft?.....	329
Abbildung 4.2 – 217: Größe Genossenschaft – Wie unterstützt Sie Ihre Genossenschaft?.....	329
Abbildung 4.2 – 218: Gesamtansicht – Personelle Maßnahmen aufgrund der Krise.....	331
Abbildung 4.2 – 219: Branche – Personelle Maßnahmen aufgrund der Krise.....	332
Abbildung 4.2 – 220: Region – Personelle Maßnahmen aufgrund der Krise.....	333
Abbildung 4.2 – 221: Größe Genossenschaft – Personelle Maßnahmen aufgrund der Krise.....	334
Abbildung 4.2 – 222: Gesamtansicht – Sollen Genossenschaften Nicht-Mitglieder unterstützen?.....	335
Abbildung 4.2 – 223: Branche – Sollen Genossenschaften Nicht-Mitglieder unterstützen?.....	335
Abbildung 4.2 – 224: Geschlecht – Sollen Genossenschaften Nicht-Mitglieder unterstützen?.....	336
Abbildung 4.2 – 225: Anzahl Mitgliedschaften – Sollen Genossenschaften Nicht-Mitglieder unterstützen?.....	337
Abbildung 4.2 – 226: Bildung – Sollen Genossenschaften Nicht-Mitglieder unterstützen?.....	338
Abbildung 4.2 – 227: Größe Genossenschaft – Sollen Genossenschaften Nicht-Mitglieder unterstützen?.....	338
Abbildung 4.2 – 228: Gesamtansicht – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	340
Abbildung 4.2 – 229: Branche – Banken – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	341
Abbildung 4.2 – 229: Branche – Wohnen – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	342
Abbildung 4.2 – 231: Branche – LW – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	343
Abbildung 4.2 – 232: Alter – < 45 J. – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	344
Abbildung 4.2 – 233: Alter – ≥ 45 J. – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	344
Abbildung 4.2 – 234: Geschlecht – weiblich – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	345
Abbildung 4.2 – 235: Geschlecht – männlich – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	346
Abbildung 4.2 – 236: Region – Ostösterreich – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	347
Abbildung 4.2 – 237: Region – Westösterreich – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	347
Abbildung 4.2 – 238: Region – Südosterreich – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	348
Abbildung 4.2 – 239: Anzahl Mitgliedschaften – 1 Genos. – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	349
Abbildung 4.2 – 240: Anzahl Mitgliedschaften – 2. Genos. – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	349
Abbildung 4.2 – 241: Anzahl Mitgliedschaften – ≥ 3 Genos. – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	350
Abbildung 4.2 – 242: Bildung – HS, Unterstufe AHS, Lehre – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	351
Abbildung 4.2 – 243: Bildung – AHS, BHS mit Matura – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	352
Abbildung 4.2 – 244: Bildung – FH oder Uni. – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	352
Abbildung 4.2 – 245: Bildung – kA bzw. anderer Schulabschluss – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	353
Abbildung 4.2 – 246: Größe Genossenschaft – Genos. klein – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	354
Abbildung 4.2 – 247: Größe Genossenschaft – Genos. mittel – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	354
Abbildung 4.2 – 248: Größe Genossenschaft – Genos. groß – Gründe für eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	355
Abbildung 4.2 – 249: Gesamtansicht – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	357
Abbildung 4.2 – 250: Branche – Banken – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	358
Abbildung 4.2 – 251: Branche – Wohnen – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	359
Abbildung 4.2 – 252: Branche – LW – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	360
Abbildung 4.2 – 253: Alter – < 45 J. – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	361
Abbildung 4.2 – 254: Alter – ≥ 45 J. – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	361
Abbildung 4.2 – 255: Geschlecht – weiblich – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	362
Abbildung 4.2 – 256: Geschlecht – männlich – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	363
Abbildung 4.2 – 257: Region – Ostösterreich – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	364
Abbildung 4.2 – 258: Region – Westösterreich – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	364
Abbildung 4.2 – 259: Region – Südosterreich – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	365
Abbildung 4.2 – 260: Anzahl Mitgliedschaften – 1 Genos. – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	366
Abbildung 4.2 – 261: Anzahl Mitgliedschaften – 2 Genos. – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	366
Abbildung 4.2 – 262: Anzahl Mitgliedschaften – ≥ 3 Genos. – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	367
Abbildung 4.2 – 263: FunktionärIn – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	368
Abbildung 4.2 – 264: kein/e FunktionärIn – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	368
Abbildung 4.2 – 265: Bildung – HS, Unterstufe AHS, Lehre – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	369
Abbildung 4.2 – 266: Bildung – AHS, BHS mit Matura – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	370
Abbildung 4.2 – 267: Bildung – FH oder Uni. – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	370
Abbildung 4.2 – 268: Bildung – kA bzw. anderer Schulabschluss – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	371
Abbildung 4.2 – 269: Größe Genossenschaft – Genos. klein – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	372
Abbildung 4.2 – 270: Bildung – Genos. mittel – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern.....	372

Abbildung 4.2 – 271: Größe Genossenschaft – Genos. groß – Gründe gegen eine Unterstützung von Nicht-Mitgliedern	373
Abbildung 4.2 – 272: Gesamtansicht – Änderungsbedarf an der Genossenschaftsstruktur	375
Abbildung 4.2 – 273: Branche – Änderungsbedarf an der Genossenschaftsstruktur	376
Abbildung 4.2 – 274: Alter – Änderungsbedarf an der Genossenschaftsstruktur.....	377
Abbildung 4.2 – 275: Geschlecht – Änderungsbedarf an der Genossenschaftsstruktur	378
Abbildung 4.2 – 276: Region – Änderungsbedarf an der Genossenschaftsstruktur	379
Abbildung 4.2 – 277: Anzahl Mitgliedschaften – Änderungsbedarf an der Genossenschaftsstruktur.....	379
Abbildung 4.2 – 278: FunktionärIn – Änderungsbedarf an der Genossenschaftsstruktur	380
Abbildung 4.2 – 279: Bildung – Änderungsbedarf an der Genossenschaftsstruktur.....	381
Abbildung 4.2 – 280: Größe Genossenschaft – Änderungsbedarf an der Genossenschaftsstruktur.....	381
Abbildung 4.2 – 281: Gesamtansicht – Haben sich Mehrfachpositionen bewährt?	383
Abbildung 4.2 – 282: Branche – Haben sich Mehrfachpositionen bewährt?	383
Abbildung 4.2 – 283: Alter – Haben sich Mehrfachpositionen bewährt?.....	384
Abbildung 4.2 – 284: Geschlecht – Haben sich Mehrfachpositionen bewährt?	385
Abbildung 4.2 – 285: Region – Haben sich Mehrfachpositionen bewährt?	385
Abbildung 4.2 – 286: Anzahl Mitgliedschaften – Haben sich Mehrfachpositionen bewährt?	386
Abbildung 4.2 – 287: FunktionärIn und Anzahl Mitgliedschaften – Haben sich Mehrfachpositionen bewährt?	387
Abbildung 4.2 – 288: FunktionärIn – Haben sich Mehrfachpositionen bewährt?.....	387
Abbildung 4.2 – 289: Bildung – Haben sich Mehrfachpositionen bewährt?	388
Abbildung 4.2 – 290: Größe Genossenschaft – Haben sich Mehrfachpositionen bewährt?.....	389
Abbildung 4.2 – 291: Gesamtansicht – Befürwortung häufigerer Befragung von Mitgliedern	390
Abbildung 4.2 – 292: Branche – Befürwortung häufigerer Befragung von Mitgliedern	390
Abbildung 4.2 – 293: FunktionärIn und Branche – Befürwortung häufigerer Befragung von Mitgliedern	391
Abbildung 4.2 – 294: Alter – Befürwortung häufigerer Befragung von Mitgliedern.....	392
Abbildung 4.2 – 295: Region – Befürwortung häufigerer Befragung von Mitgliedern	393
Abbildung 4.2 – 296: Anzahl Mitgliedschaften – Befürwortung häufigerer Befragung von Mitgliedern.....	394
Abbildung 4.2 – 297: FunktionärIn – Befürwortung häufigerer Befragung von Mitgliedern	394
Abbildung 4.2 – 298: Gesamtansicht – Zustimmung temporärer digitaler Mitgliederversammlungen.....	396
Abbildung 4.2 – 299: Branche – Zustimmung temporärer digitaler Mitgliederversammlungen.....	397
Abbildung 4.2 – 300: Alter – Zustimmung temporärer digitaler Mitgliederversammlungen	398
Abbildung 4.2 – 301: Geschlecht – Zustimmung temporärer digitaler Mitgliederversammlungen.....	398
Abbildung 4.2 – 302: Region – Zustimmung temporärer digitaler Mitgliederversammlungen	399
Abbildung 4.2 – 303: Anzahl Mitgliedschaften – Zustimmung temporärer digitaler Mitgliederversammlungen.....	400
Abbildung 4.2 – 304: FunktionärIn – Zustimmung temporärer digitaler Mitgliederversammlungen	400
Abbildung 4.2 – 305: Bildung – Zustimmung temporärer digitaler Mitgliederversammlungen.....	401
Abbildung 4.2 – 306: Größe Genossenschaften – Zustimmung temporärer digitaler Mitgliederversammlungen.....	401
Abbildung 4.2 – 307: Gesamtansicht – Beibehaltung digitaler Abstimmungen	403
Abbildung 4.2 – 308: Branche – Beibehaltung digitaler Abstimmungen.....	403
Abbildung 4.2 – 309: Alter – Beibehaltung digitaler Abstimmungen.....	404
Abbildung 4.2 – 310: Geschlecht – Beibehaltung digitaler Abstimmungen	405
Abbildung 4.2 – 311: Anzahl Mitgliedschaften – Beibehaltung digitaler Abstimmungen	406
Abbildung 4.2 – 312: FunktionärIn – Beibehaltung digitaler Abstimmungen.....	407
Abbildung 4.2 – 313: Bildung – Beibehaltung digitaler Abstimmungen	407
Abbildung 4.2 – 314: Größe Genossenschaft – Beibehaltung digitaler Abstimmungen.....	408
Abbildung 4.2 – 315: Gesamtansicht – Teilnahmebereitschaft (digital)	409
Abbildung 4.2 – 316: Branche – Teilnahmebereitschaft (digital)	409
Abbildung 4.2 – 317: Alter – Teilnahmebereitschaft (digital).....	410
Abbildung 4.2 – 318: Geschlecht – Teilnahmebereitschaft (digital)	411
Abbildung 4.2 – 319: Region – Teilnahmebereitschaft (digital).....	411
Abbildung 4.2 – 320: Anzahl Mitgliedschaften – Teilnahmebereitschaft (digital)	412
Abbildung 4.2 – 321: FunktionärIn – Teilnahmebereitschaft (digital).....	413
Abbildung 4.2 – 322: Bildung – Teilnahmebereitschaft (digital)	413
Abbildung 4.2 – 323: Größe Genossenschaft – Teilnahmebereitschaft (digital).....	414
Abbildung 4.2 – 324: Gesamtansicht – Teilnahmebereitschaft in der Vergangenheit (analog).....	416
Abbildung 4.2 – 325: Branche – Teilnahmebereitschaft in der Vergangenheit (analog)	416
Abbildung 4.2 – 326: Alter – Teilnahmebereitschaft in der Vergangenheit (analog).....	417
Abbildung 4.2 – 327: Geschlecht – Teilnahmebereitschaft in der Vergangenheit (analog)	418
Abbildung 4.2 – 328: Region – Teilnahmebereitschaft in der Vergangenheit (analog)	418
Abbildung 4.2 – 329: Anzahl Mitgliedschaften – Teilnahmebereitschaft in der Vergangenheit (analog).....	419

Abbildung 4.2 – 330: FunktionärIn – Teilnahmebereitschaft in der Vergangenheit (analog)	420
Abbildung 4.2 – 331: Bildung – Teilnahmebereitschaft in der Vergangenheit (analog)	420
Abbildung 4.2 – 332: Größe Genossenschaft – Teilnahmebereitschaft in der Vergangenheit (analog).....	421
Abbildung 4.2 – 333: Gesamtansicht – Verschiebung der Mitgliederversammlung.....	422
Abbildung 4.2 – 334: Branche – Verschiebung der Mitgliederversammlung.....	422
Abbildung 4.2 – 335: Alter – Verschiebung der Mitgliederversammlung	423
Abbildung 4.2 – 336: Geschlecht – Verschiebung der Mitgliederversammlung.....	424
Abbildung 4.2 – 337: Region – Verschiebung der Mitgliederversammlung.....	424
Abbildung 4.2 – 338: Anzahl Mitgliedschaften – Verschiebung der Mitgliederversammlung.....	425
Abbildung 4.2 – 339: FunktionärIn – Verschiebung der Mitgliederversammlung	426
Abbildung 4.2 – 340: Bildung – Verschiebung der Mitgliederversammlung.....	426
Abbildung 4.2 – 341: Größe Genossenschaft – Verschiebung der Mitgliederversammlung	427
Abbildung 4.2 – 342: Gesamtansicht – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen	429
Abbildung 4.2 – 343: Branche – Banken – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen.....	430
Abbildung 4.2 – 344: Branche – Wohnen – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen.....	431
Abbildung 4.2 – 345: Branche – Landwirtschaft – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen.....	432
Abbildung 4.2 – 346: Alter – < 45 J. – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen.....	433
Abbildung 4.2 – 347: Alter – ≥ 45 J. – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen	434
Abbildung 4.2 – 348: Geschlecht – weiblich – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen	435
Abbildung 4.2 – 349: Geschlecht – männlich – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen.....	436
Abbildung 4.2 – 350: Region – Ostösterreich – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen	437
Abbildung 4.2 – 351: Region – Westösterreich. – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen	438
Abbildung 4.2 – 352: Anzahl Mitgliedschaften – 1 Genos. – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen	439
Abbildung 4.2 – 353: Anzahl Mitgliedschaften – 2 Genos. – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen	440
Abbildung 4.2 – 354: Anzahl Mitgliedschaften – ≥ 3 Genos. – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen	440
Abbildung 4.2 – 355: FunktionärIn – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen.....	441
Abbildung 4.2 – 356: kein/e FunktionärIn – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen	442
Abbildung 4.2 – 357: Bildung – HS, AHS und Lehre – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen	443
Abbildung 4.2 – 358: Bildung – AHS, BHS m. Matura – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen	444
Abbildung 4.2 – 359: Bildung – FH oder Uni. – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen	444
Abbildung 4.2 – 360: Bildung – kA bzw. anderer Schulabschluss – Dringlichkeit der Digitalisierung nach Bereichen.....	445
Abbildung 4.2 – 361: Gesamtansicht – 5 wichtigste Vorteile von Digitalisierung für Genossenschaften	447
Abbildung 4.2 – 362: Branche – 5 wichtigste Vorteile von Digitalisierung für Genossenschaften	448
Abbildung 4.2 – 363: Gesamtansicht – 5 wichtigste Nachteile von Digitalisierung für Genossenschaften.....	450
Abbildung 4.2 – 364: Branche – 5 wichtigste Nachteile von Digitalisierung für Genossenschaften.....	451
Abbildung 4.2 – 365: Geschlecht – 5 wichtigste Nachteile von Digitalisierung für Genossenschaften	452
Abbildung 4.2 – 366: FunktionärIn – 5 wichtigste Nachteile von Digitalisierung für Genossenschaften.....	453
Abbildung 4.2 – 367: Bildung – 5 wichtigste Nachteile von Digitalisierung für Genossenschaften.....	454
Abbildung 4.2 – 368: Größe Genossenschaft – 5 wichtigste Nachteile von Digitalisierung für Genossenschaften	455

Tabellenverzeichnis gesamt

Tabelle 3.1 – 1: Idealtypen von Delphi-Studien nach Häder.....	21
Tabelle 3.1 – 2: Branche und Status der Expertinnen und Experten.....	25
Tabelle 3.1 – 3: Rücklauf nach Branchen	30
Tabelle 3.1 – 4: Rücklauf nach Alter	31
Tabelle 3.1 – 5: Rücklauf nach Geschlecht	31
Tabelle 3.1 – 6: Rücklauf nach Region.....	32
Tabelle 3.1 – 7: Rücklauf nach Anzahl aktiver Mitgliedschaften pro Person.....	32
Tabelle 3.1 – 8: Rücklauf nach Funktion.....	33
Tabelle 3.1 – 9: Rücklauf nach Aktivität	33
Tabelle 3.1 – 10: Rücklauf nach formal höchstem Bildungsabschluss	34
Tabelle 3.1 – 11: Bildungsstand der Bevölkerung ab 15 Jahren in Österreich	34
Tabelle 3.1 – 12: Rücklauf nach Größe der Genossenschaft.....	35
Tabelle 3.1 – 13: Cluster – Branche.....	35
Tabelle 3.1 – 14: Cluster – Alter.....	36
Tabelle 3.1 – 15: Cluster – Geschlecht	36
Tabelle 3.1 – 16: Cluster – Region.....	36

<i>Tabelle 3.1 – 17: Cluster – Anzahl Mitgliedschaften</i>	<i>37</i>
<i>Tabelle 3.1 – 18: Cluster – höchster formaler Bildungsabschluss</i>	<i>37</i>
<i>Tabelle 3.1 – 19: Cluster – Größe der Genossenschaften</i>	<i>37</i>
<i>Tabelle 3.1 – 20: FunktionärIn und Größe Genossenschaft</i>	<i>45</i>
<i>Tabelle 4.1 – 1: Rücklauf und Einschätzung eines Wertewandels</i>	<i>60</i>
<i>Tabelle 4.1 – 2: Wertewandel aus Sicht von ExpertInnen (Forschung und öV)</i>	<i>61</i>
<i>Tabelle 4.1 – 3: Wertewandel aus Sicht von ExpertInnen (Praxis)</i>	<i>61</i>
<i>Tabelle 4.1 – 4: Profilierung von Genossenschaften in der Krise</i>	<i>63</i>
<i>Tabelle 4.1 – 5: Attraktivität staatlicher Interventionen</i>	<i>68</i>
<i>Tabelle 4.1 – 6: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – Banken</i>	<i>72</i>
<i>Tabelle 4.1 – 7: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – ExpertInnen (Banken)</i>	<i>72</i>
<i>Tabelle 4.1 – 8: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – Wohnen</i>	<i>74</i>
<i>Tabelle 4.1 – 9: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – ExpertInnen (Wohnen)</i>	<i>74</i>
<i>Tabelle 4.1 – 10: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – Bauwirtschaft</i>	<i>76</i>
<i>Tabelle 4.1 – 11: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – ExpertInnen (Bauwirtschaft)</i>	<i>76</i>
<i>Tabelle 4.1 – 12: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – LW – Ein- und Verkauf</i>	<i>78</i>
<i>Tabelle 4.1 – 13: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – ExpertInnen (LW – Ein- und Verkauf)</i>	<i>78</i>
<i>Tabelle 4.1 – 14: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – LW – Verwertung</i>	<i>80</i>
<i>Tabelle 4.1 – 15: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – ExpertInnen (LW – Verwertung)</i>	<i>80</i>
<i>Tabelle 4.1 – 16: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – LW – Nutzung</i>	<i>82</i>
<i>Tabelle 4.1 – 17: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – ExpertInnen (LW – Nutzung)</i>	<i>82</i>
<i>Tabelle 4.1 – 18: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – Vertrieb</i>	<i>84</i>
<i>Tabelle 4.1 – 19: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – ExpertInnen (Vertrieb)</i>	<i>84</i>
<i>Tabelle 4.1 – 20: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – Konsum</i>	<i>86</i>
<i>Tabelle 4.1 – 21: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – ExpertInnen (Konsum)</i>	<i>86</i>
<i>Tabelle 4.1 – 22: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – Dienstleistung</i>	<i>88</i>
<i>Tabelle 4.1 – 23: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – ExpertInnen (Dienstleistung)</i>	<i>88</i>
<i>Tabelle 4.1 – 24: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – Gewerbe, Produktion und Handwerk</i>	<i>90</i>
<i>Tabelle 4.1 – 25: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – ExpertInnen (Gewerbe, Produktion und Handwerk)</i>	<i>90</i>
<i>Tabelle 4.1 – 26: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – Soziales</i>	<i>92</i>
<i>Tabelle 4.1 – 27: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – Kunst und Kultur</i>	<i>94</i>
<i>Tabelle 4.1 – 28: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – Infrastruktur</i>	<i>96</i>
<i>Tabelle 4.1 – 29: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – Energie</i>	<i>97</i>
<i>Tabelle 4.1 – 30: Unterschiede zu anderen Rechtsformen – ExpertInnen (Energie)</i>	<i>97</i>
<i>Tabelle 4.1 – 31: Genossenschaftliche Modell für EPUs und KMUs</i>	<i>110</i>
<i>Tabelle 4.1 – 32: Rücklauf und Aussagen zu Unterstützung in der Krise</i>	<i>113</i>
<i>Tabelle 4.1 – 33: Unterstützung von Nicht-Mitgliedern während Krise</i>	<i>115</i>
<i>Tabelle 4.1 – 34: Rücklauf und Aussagen zu neuen/anderen Organisationsformen</i>	<i>121</i>
<i>Tabelle 4.1 – 35: Rücklauf und Aussagen zu digitalen Prozessen</i>	<i>125</i>
<i>Tabelle 4.1 – 36: Pro-Argumente digitale Prozesse</i>	<i>125</i>
<i>Tabelle 4.1 – 37: Contra-Argumente digitale Prozesse</i>	<i>126</i>
<i>Tabelle 4.3 – 1: Gegenüberstellung der Ergebnisse von Delphi-Studie und Mitgliederbefragung</i>	<i>462</i>

5. Literaturverzeichnis

Allgeier, M. (2011). Vorwort. In: Allgeier, M. (Hrsg.). *Solidarität, Flexibilität, Selbsthilfe – Zur Modernität der Genossenschaftsidee*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 7-13.

Altwater, E. & Sekler, N. (2006). *Solidarische Ökonomie*. Reader des Wissenschaftlichen Beirats von Attac. Hamburg: VSA Verlag.

Baecker D. (2017). Wie verändert die Digitalisierung unser Denken und unseren Umgang mit der Welt?. In: Gläß, R. & Leukert, B. (Hrsg.) *Handel 4.0*. Berlin, Heidelberg: Springer Gabler, S. 3-24

Bauer, R. (1990). Zwischen Skylla und Charybdis: Das intermediäre Hilfs- und Dienstleistungssystem. *Zeitschrift für Soziologie I*, 153-172.

Birchall, J & Ketilson, L.H. (2009). Resilience of the cooperative business model in times of crisis. Genf: ILO.

Blome-Drees, J. (2012). Zur Aktualität des genossenschaftlichen Geschäftsmodells. *Zeitschrift für öffentliche und gemeinwirtschaftliche Unternehmen (ZögU) / Journal for Public and Nonprofit Services*, 35. Jahrg., H. 4, S. 365-385.

Blome-Drees, J., Bøggild, N., Degens, P., Michels, J., Schimmele, C., & Werner, J. (2015). *Endbericht - Potenziale und Hemmnisse von unternehmerischen Aktivitäten in der Rechtsform der Genossenschaft*. Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi). Seminar für Genossenschaftswesen der Universität zu Köln.

Blome-Drees, J. (2018). Die Bedeutung von Leadership für die strategische Führung von Genossenschaften. In: Brazda, J. & Blisse H. (Hrsg.). *Beiträge zur kritischen Genossenschaftsforschung*. Festschrift für Robert Schediwy zum 70. Geburtstag. Wien: Eigenverlag des FOG, S. 241-251.

Borrmann, A. & Koopmann, G. (1994). Regionalisierung und Regionalismus im Welthandel. *Wirtschaftsdienst*. Baden-Baden: Nomos, Vol.74, Iss. 7, S. 365-37.
<http://hdl.handle.net/10419/137146> [abgerufen am 20.05.2021]

Brand, U. (2012). Green Economy and Green Capitalism: Some Theoretical Considerations. *Journal für Entwicklungspolitik*. 28(3), S. 118-137.

Brazda J., Blisse, H. & Jagschitz, F. (2009a). Ein Blick zurück – Die Genossenschaften in der Weltwirtschaftskrise 1929. *Die gewerbliche Genossenschaft*. 03/09, S. 24-30.

Brazda J., Blisse, H. & Jagschitz, F. (2009b). Die Kreditgenossenschaften in der Wirtschaftskrise 1873. *Cooperativ*. 4/09, S. 18-21.

Brazda, J. & Blisse, H. (Hrsg.). (2018). *Beiträge zur kritischen Genossenschaftsforschung*. Festschrift für Robert Schediwy zum 70. Geburtstag. Wien: Eigenverlag des FOG.

Brazda J. (2020). Der Genossenschaftsbereich in Österreich. In: Blome-Drees J., Göler von Ravensburg N., Jungmeister A., Schmale I., Schulz-Nieswandt, F. (Hrsg.) *Handbuch Genossenschaftswesen*. Wiesbaden: Springer VS.

Breuning, S. (2019). Wahrnehmung, Reputation und Image von Genossenschaften aus Sicht der deutschen Bevölkerung. *Zeitschrift für das gesamte Genossenschaftswesen (ZfgG)*, 69(4), S. 249-270.

Brosi, W., Kregel, E.M. & Ulrich, J.G.. (1999). Delphi als ein Planungsinstrument der Berufsbildungsforschung? Erste Ergebnisse einer BIBB-Studie. *Berufsbildung in Wissenschaft und Praxis*, 28 (6), S. 11-16.

BMF (Bundesministerium Finanzen). (2020). FAQ: *Das Corona-Hilfspaket der Österreichischen Bundesregierung*. <https://www.bmf.gv.at/public/top-themen/corona-hilfspaket-faq.html> [abgerufen am 21.07.2020]

Bundesgesetz betreffend besondere Maßnahmen im Gesellschaftsrecht aufgrund von COVID-19 (Gesellschaftsrechtliches COVID-19-Gesetz – COVID-19-GesG) stF: BGBl. I Nr. 16/2020

Bundesgesetz über besondere zivilrechtliche Vorschriften für Unternehmen (Unternehmensgesetzbuch – UGB) stF: dRGBL. S 219/1897. idF BGBl. I Nr. 86/2021

Cammarota, J., & Romero, A. (2011). Participatory action research for high school students: Transforming policy, practice, and the personal with social justice education. *Educational Policy*, 25 (3), S. 488-506.

Cochrane, E. & Fandos, N. (25. März 2020). Senate Approves \$2 Trillion Stimulus After Bipartisan Deal. *New York Times*. <https://www.nytimes.com/2020/03/25/us/politics/coronavirus-senate-deal.html> [abgerufen am 25.08.2020]

Dalkey, N., & Helmer, O. (1963). An experimental application of the Delphi method to the use of experts. *Management science*, 9 (3), S. 458-467.

Campos-Climent, V., Apetrei, A. & Chaves-Ávila, R. (2012). Delphi method applied to horticultural cooperatives. *Management Decision*, 50(7), S. 1266-1284.

Deising, F. (2004). *Genossenschaftliche Kommunikationsstrategien für Politik und Medien, eine institutionenökonomische Analyse*. Dissertation, Westfälischen Wilhelms-Universität Münster. <https://d-nb.info/971468818/34> [abgerufen am 20.05.2021]

Deutscher Genossenschaftsverband (1987). *Schulze-Delitzsch – Ein Lebenswerk für Generationen*. Wiesbaden: Deutscher Genossenschafts-Verlag.

- Die KMU Berater (2015). *Genossenschaften: Die unterschätzte Rechtsform für Kooperationen im Mittelstand*. https://www.kmu-berater.de/wp-content/uploads/pm_die-kmu-berater_20151209_genossenschaften-modell-fuer-den-mittelstand.pdf [abgerufen am 20.05.2021]
- Die Zeit (17. Dez. 1953). *Umstrittenes Nichtmitgliedergeschäft. Der Standpunkt der Konsumgenossenschaften*. Ausgabe 51/1953. <https://www.zeit.de/1953/51/umstrittenes-nichtmitgliederschaft>. [abgerufen am 24.7.2020]
- The Economist (2020). *Globalisation unwound. Has covid-19 killed globalisation?* <https://www.economist.com/leaders/2020/05/14/has-covid-19-killed-globalisation> [abgerufen am 25.08.2020]
- Eklkofer, V. (2014). Rückblick auf eine folgenreiche Zeit. *Bayerischer Rundfunk*. <https://www.br.de/radio/bayern2/sendungen/radiowissen/soziale-politische-bildung/oelkrise-1970er-wirtschaft-fahrverbot-opec-100.html> [abgerufen am 25.08.2020]
- Europäische Union. (2020). *Roadmap for Recovery. Towards a more resilient, sustainable and fair Europe*. <https://www.consilium.europa.eu/media/43384/roadmap-for-recovery-final-21-04-2020.pdf> [abgerufen am 03.09.2020]
- Faber, O. (2019). Digitalisierung – ein Megatrend: Treiber & Technologische Grundlagen. In: Erner M. (Hrsg.). *Management 4.0 – Unternehmensführung im digitalen Zeitalter*. Berlin, Heidelberg: Springer Gabler, S. 3-42.
- Flieger, B. (2006). Genossenschaften in Deutschland – Teil der Solidarischen Ökonomie?, In: Altvater, E. & Sekler, N. (Hrsg.). *Solidarische Ökonomie*. Reader des Wissenschaftlichen Beirats von Attac. Hamburg: VSA Verlag.
- Flipo, F. & Schneider, F. (2008). *First international conference on Economic De-growth for Ecological Sustainability and Social Equity*, Paris, April 18-19th 2008, <https://degrowth.org/wp-content/uploads/2011/07/Degrowth-Conference-Proceedings.pdf> [abgerufen am 25.08.2020]
- Gaventa, J. (1988). Participatory Research in North America. *Convergence*, 21(2), S. 19.
- GEA (o.J.) *Rückenwind für gemeinwohlorientierte Genossenschaften*. <https://gea-waldviertler.at/engagement/r%C3%BCckenwind/> [abgerufen am 25.08.2020]
- Gesetz über Erwerbs- und Wirtschaftsgenossenschaften (Genossenschaftsgesetz – GenG) StF: RGBI. Nr. 70/1873. idF. BGBl. I Nr. 86/2021
- Georgescu-Roegen, N. (1993). Thermodynamics and We, the Humans, In: Drăgan, J. C. & Demetrescu, M. C. (Hrsg.). *Entropy and Bioeconomics*. Mailand: Nagard Publishers, S. 184-201
- Gietl, G., Hofbauer, H., Justus, G., Leemann, N., Neumann, R., & Schwarze, M. (2020). *Corona-Krise - Was Führungskräfte jetzt tun müssen*. München: Carl Hanser Verlag.

Gmür, M., Schauer, R., & Theuvsen, L. (Hrsg.) (2013). Performance Management in Nonprofit-Organisationen, theoretische Grundlagen, empirische Ergebnisse und Anwendungsbeispiele. *Dokumentation zum 10. Internationalen NPO – Forschungsscolloquium 2012 an der Universität Fribourg/Freiburg, 29.-30. März 2012*, Bern, Stuttgart, Wien: Haupt Verlag.

Gregersen, J. (2011). Die Delphi-Methode. In: *hochschule@ zukunft 2030*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 17-46.

Grüne (2021). *Chronik der grünen Alternative*.

<https://www.gruene.at/partei/chronik/ueberblick/gruene-chronik-1986-bis-2015-stand-juni.pdf>
[abgerufen am 19.8.2020]

Gros, J. (2009). Die Genossenschaft der Zukunft aus Sicht des Verbandes. *Zeitschrift für das gesamte Genossenschaftswesen*, 59(2), S. 95-105.

Gros, J. (2012). Kommunikation in Genossenschaftsverbänden. In: Glaab M. & Korte K. R. (Hrsg.) *Angewandte Politikforschung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 199-209. https://doi.org/10.1007/978-3-531-19672-5_14. [abgerufen am 19.8.2020]

Gümüşay, A.A & Dobusch, L. (2020). This Is Not (Digital) Business as Usual. *MIT Sloan Management Review*. <https://sloanreview.mit.edu/article/this-is-not-digital-business-as-usual/>
[abgerufen am 19.8.2020]

Häder, M. (2009). *Delphi-Befragungen: Ein Arbeitsbuch* (2. Aufl.). Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Hasse, J. (1999). Bildstörung: Windenergien und Landschaftsästhetik. *Wahrnehmungsgographische Studien zur Regionalentwicklung*. Bibliotheks- und Informationssystem der Universität Oldenburg.

Henkel, S. (2018). Die Energiewende auf dezentraler und bürgerschaftlicher Ebene. Herausforderungen und Möglichkeiten von Energiegenossenschaften in NRW. *16. Wuppertaler Studienarbeiten zur nachhaltigen Entwicklung*. Wuppertal Institut.
https://epub.wupperinst.org/frontdoor/deliver/index/docId/7186/file/WSA16_Henkel.pdf
[abgerufen am 20.05.2021]

Hesse, M., Lehr, T. & Schickl, P. (2009). Die Delphi-Methode in der Regionalentwicklung: Anwendungsbeispiel zur Erarbeitung von regionalpolitischen Maßnahmen zur Förderung der Dienstleistungswirtschaft im Erzgebirge. *Arbeitspapier No. 41*. Universität Leipzig, Institut für Öffentliche Finanzen und Public Management, Finanzwissenschaft.
<http://hdl.handle.net/10419/52365> [abgerufen am 20.05.2021]

Hettlage, R. (1998). Die Genossenschaft. Unternehmen und Organisationen des Dritten Sektors. In: Strachwitz, R. (Hrsg.). *Dritter Sektor–Dritte Kraft: Versuch einer Standortbestimmung*. Düsseldorf: Raabe, S. 141-161.

Hirsch-Kreinsen, H., Ittermann, P. & Niehaus, J. (Hrsg.) (2018) *Digitalisierung industrieller Arbeit: Die Vision Industrie 4.0 und ihre sozialen Herausforderungen*. 2. Auflage, Baden-Baden: Nomos.

Huy, Q. N. (2020). *Four Strategic Priorities for the Post-COVID-19 World*.
<https://knowledge.insead.edu/node/14086/pdf> [abgerufen am 24.02.2021]

ICA (International Co-operative Alliance). (2020). *Cooperative identity, values & principles*.
<https://www.ica.coop/en/cooperatives/cooperative-identity> [abgerufen am 24.02.2021]

IHS (Institut für höhere Studien) (2020). *Prognose der österreichischen Wirtschaft 2020-2024*.
<https://irihs.ihs.ac.at/id/eprint/5400/1/ihs-prognose-kurzfassung-2020-juli-mittelfristprognose-wirtschaftswachstum-coronakrise.pdf> [abgerufen am 03.09.2020]

Ifo Institut (6. Juni 2020). *Ein Fünftel der deutschen Firmen hält sich für gefährdet*.
<https://www.ifo.de/node/56536> [abgerufen am 24.02.2021]

Jahan S., Mahmud, A.S. & Papageorgiou C. (2014). What Is Keynesian Economics? *Finance & Development IMF*, Vol. 51, No. 3.

James, H. (2001). *The End of Globalization*. Cambridge: Harvard University Press.

Jamieson, S. (2013). *Likert scale*. *Encyclopedia Britannica*.
<https://www.britannica.com/topic/Likert-Scale> [abgerufen am 24.02.2021]

Janssen, H. (1999). Die Notierung von geschätzten Gleichgewichtspreisen: Ein Beitrag zur Preisstabilisierung auf dem Obstmarkt. *Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues eV*. Band 13. München, Bern, Wien: BLV-Verlag. S. 379-392.

Kennedy, H. P. (2004). Enhancing Delphi research: Methods and results. *Journal of Advanced Nursing*, 45(5), S. 504-511.

Kernstock, J., & Srnka, K. (2002). Brand personality-management: an integrative approach to corporate brand-management considering internal and external stakeholders. *AFM-IRM Conference: Brands, Branding and Brand Equity, Paris* Vol. 12.

Keynes, J. M. (1936). *The General Theory of Employment Interest and Money*. London: Macmillan.

Kezar, A., & Maxey, D. (2016). The Delphi technique: An untapped approach of participatory research. *International journal of social research methodology*, 19 (2). S. 143-160.

Klein, T. (2020). Von Black Friday bis Corona: Wie Wirtschaftskrisen die Welt verändern. *Luxemburger Wort*. <https://www.wort.lu/de/business/von-black-friday-bis-corona-wie-wirtschaftskrisen-die-welt-veraendern-5f2d1f75da2cc1784e363461> [abgerufen am 20.08.2020]

- Klemisch, H., & Boddenberg, M. (2019). *Unternehmensmitbestimmung in Genossenschaften*. Studie der Hans-Böckler-Stiftung No. 414.
- Krätke, S. (1995). Globalisierung und Regionalisierung. *Geographische Zeitschrift*, 83(3/4), S. 207-221. www.jstor.org/stable/27818724 [abgerufen am 20.08.2020]
- Kramer, J. W. (2005). *Der Erfolg einer Genossenschaft Anmerkungen zu Definition, Operationalisierung, Messfaktoren und Problemen*. Wismarer Diskussionspapiere. (No. 23/2005) <http://hdl.handle.net/10419/23331> [abgerufen am 20.08.2020]
- Kyoto-Protokoll (1998). <http://unfccc.int/resource/docs/convkp/kpger.pdf> [abgerufen am 20.08.2020]
- Landesstatistik Wien (MA 23) (2020). *Wien in Zahlen 2020*. <https://www.wien.gv.at/statistik/pdf/wieninzahlen-2020.pdf> [abgerufen am 26.02.2021]
- Laurinkari, J., Schediwy, R. & Todev T. (2014). *Genossenschaften – zwischen Theorie und Geschichte – Festschrift für Prof. Johann Brazda zum 60. Geburtstag*. ehv academicpress.
- Lechner, R., Lipp, B., Lubitz-Prohaska, B., Steiner, T. & Weber, U. (2015). *Nachhaltiges Bauen in Österreich Weißbuch 2015*. Wien. Österreichisches Ökologie-Institut in Kooperation mit IBO – Österreichisches Institut für Bauen und Ökologie GmbH.
- Martinez, F. (2019). Process excellence the key for digitalisation. *Business Process Management Journal*.
- Meadows, D. H., Meadows, D. H., Randers, J., & Behrens III, W. W. (1972). *The limits to growth: a report to the club of Rome*. New York: Universe Books.
- Mettler, P.H. & Baumgartner, Th. (1997). *Partizipation als Entscheidungshilfe. PARDIZIPP – ein Verfahren der (Langfrist-)Planung und Zukunftsforschung*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Michalski, S. (2007). Herausforderungen im Zusammenhang mit einem rückläufigen Entwicklungstrend im Genossenschaftswesen: Diskussionsbeiträge aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. In: Helmig B., Purtschert R., Schauer R., Witt D. (Hrsg.). *Nonprofit-Organisationen und Märkte. Marktorientiertes Nonprofit-Management*. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag, S. 389-398.
- Mittelstraß J. (1999). Regionalität versus Globalität: Zur Befindlichkeit des Denkens in einer Informations- und Innovationsgesellschaft. In: Steger U. (Hrsg.) *Facetten der Globalisierung*. Berlin, Heidelberg: Springer, S. 221-232.
- Moore, P. V., Upchurch, M., & Whittaker, X. (2018). Humans and machines at work: monitoring, surveillance and automation in contemporary capitalism. *Humans and Machines at Work*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, S. 1-16
- Münkner, H., & Ringle, G. (Hrsg.; 2012). *Genossenschaftliche Kooperation - anders wirtschaften!* (1. Auflage 2012. Hrsg.). Baden-Baden: Nomos.

Naisbitt, J. (1982). *Megatrends: Ten New Directions Transforming Our Lives*. New York: Warner Books.

Obstfeld, M., Cho, D., & Mason, A. (Hrsg.) (2012). *Global economic crisis: impacts, transmission and recovery*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

Österreichisches Parlament (2021). Parlamentskorrespondenz.

https://www.parlament.gv.at/PAKT/PR/index.shtml?FBEZ=FP_010&JAHR=2021&listeId=110&LISTE=Anzeigen# [abgerufen am 10.12.2021]

Ott, E. (2010). Kooperation in Genossenschaft – Stabilität und Perspektiven für Wirtschaft und Gesellschaft. *Zeitschrift für das gesamte Genossenschaftswesen (ZfgG)*, 60 (2), S. 113-123.

Patera, M. (Hrsg.) (1989). Aktualität und Modernität der Genossenschaftskonzeption von F. W. Raiffeisen. *Wiener Studien des Forschungsvereins für Genossenschaftswesen*, Wien.

Pesendorfer, D. (2007). *Paradigmenwechsel in der Umweltpolitik – Von den Anfängen der Umwelt- zu einer Nachhaltigkeitspolitik: Modellfall Österreich?*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Peter, M. K., & Jungmeister, A. (2017). Digitalisierung bei Genossenschaften. *Zeitschrift Für Das Gesamte Genossenschaftswesen*, 67 (3), 133-160.

Petrucci, M. & Wirtz, M. (2007). Sampling und Stichprobe. *QUASUS. Qualitatives Methodenportal zur Qualitativen Sozial-, Unterrichts- und Schulforschung*.

<https://quasussite.wordpress.com/sampling-und-stichprobe/> [abgerufen am 10.05.2021]

Pfaffinger, K. F., Reif, J. A., Spieß, E., & Berger, R. (2020). Anxiety in a digitalised work environment. *Gruppe. Interaktion. Organisation. Zeitschrift für Angewandte Organisationspsychologie (GIO)*, S. 1-11.

Plumpe, W., & Dubisch, E. (2017). *Wirtschaftskrisen: Geschichte und Gegenwart* (5. durchgesehene und aktualisierte Auflage). München: Verlag C.H. Beck.

Raue, P.-J. (2018). Raiffeisen – Ein Leben für eine gerechte Gesellschaft. Essen: Klartext.

Reichel, H., Hanisch, G., & Müller, R. (1987). *Wahrscheinlichkeitsrechnung und Statistik* (Mathematik für Schule und Praxis ; 1). Wien: Hölder-Pichler-Tempsky.

Riegler, M. (2014). *Auswirkungen des demographischen Wandels auf die Landwirtschaft und Landnutzung in der LEADER Region Mostviertel*, Masterarbeit, Klagenfurt.

Rößl, D., Hatak, I., & Radakovics, S. (2014). *Das Image von Genossenschaften in Österreich: Eine unbekannte, aber sympathische Organisationsform*. Wien: Facultas. WUV.

Rößl, D., Jungmeister, A., & Taisch, F. (2015). Genossenschaftliche Werte in der öffentlichen Wahrnehmung. *Zeitschrift für das gesamte Genossenschaftswesen (ZfgG)*, 65(4), S. 279-300.

- Röttger, U. (2009). Alles eine Frage der Perspektive. PR-Qualität und die Sicht der Bezugsgruppen. In: Merten, K. (Hrsg.). *Konstruktion von Kommunikation in der Mediengesellschaft, Festschrift für Joachim Westerbarkey*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 119-133.
- Ross, M.L. (15. Oktober 2013). How the 1973 oil embargo saved the planet. *Foreign Affairs*. <https://www.foreignaffairs.com/articles/north-america/2013-10-15/how-1973-oil-embargo-saved-planet> [abgerufen am 25.08.2020]
- Schlimbach, R. (2020). Geschäftsmodellinnovation im Kontext des Digitalen Darwinismus–ein evolutorischer Erklärungsansatz. Working Paper. <http://hdl.handle.net/10419/218746> [abgerufen am 20.05.2021]
- Schmale, I. (2012). Genossenschaften und soziale Marktwirtschaft in einer pluralistischen Gesellschaft. Wege zu einer gerechten und leistungsfähigen Entwicklung. In: Münkner, H., & Ringle, G. (Hrsg.; 2012). *Genossenschaftliche Kooperation - anders wirtschaften!* (1. Auflage 2012. ed.). Baden-Baden: Nomos, S. 19-37.
- Schumpeter, J. A. (1947). The creative response in economic history. *Journal of Economic History*, 7. S. 149-178.
- Skingsley, C. (6. März 2019). The effects of digitalisation on the economy. Rede im Entrepreneurkapsforum, Stockholm, 6/03/2019. <https://pdfs.semanticscholar.org/91a6/083db869e9faf1fa29914b3663aac9be4461.pdf> [abgerufen am 20.05.2021]
- Statista (2021). Prognosen zum Wachstum des Bruttoinlandsprodukts (BIP) in Österreich von 2021 bis 2026. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/290006/umfrage/prognosen-zum-wachstum-des-bruttoinlandsprodukts-bip-in-oesterreich/#:~:text=Prognosen%20zum%20Wachstum%20des%20Bruttoinlandsprodukts%20%28BIP%29%20in%20%C3%96sterreich,voraussichtlich%20um%202%2C6%20Prozent%20gegen%C3%BCber%20dem%20Vorjahr%20wachsen> [abgerufen am 26.12.2021]
- Statistik Austria (2021). *Bildungsstand der Bevölkerung ab 15 Jahren 2018 nach Fachrichtung und Altersgruppen*. http://pic.statistik.at/wcm/idc/idcplg?IdcService=GET_PDF_FILE&RevisionSelectionMethod=LatestReleased&dDocName=123925 [abgerufen am 26.02.2021]
- Steinmüller-Schwarz, M. (5. November 2018). *Zwentendorf-Protest. „Lausbuben“ gegen die Kernkraft*. ORF. <https://orf.at/stories/3087241/> [abgerufen am 25.08.2020]
- Stürz, R., Stumpf, C., Mendel, U. & Harhoff, D. (2020). *Digitalisierung durch Corona? Verbreitung und Akzeptanz von Homeoffice in Deutschland*. Bayerisches Forschungsinstitut für Digitale Transformation. <https://www.bidt.digital/studie-homeoffice/#downloads> [abgerufen am 20.08.2020]

- Stummer, C., Günther, M., & Höfler, A. (2020). *Grundzüge des Innovations- und Technologiemanagements* (4., überarbeitete Auflage. ed.). Wien: Facultas.
- Taisch, F., Troxler, T. & D'Incà-Keller, I. (2014). Die Genossenschaft als Nachfolgemodell bei Klein- und Mittelunternehmungen in der Schweiz. *Zeitschrift für das gesamte Genossenschaftswesen (ZfgG)*, 64 (1), S. 3-18.
- Tisdell, C. A. (2020). Economic, social and political issues raised by the COVID-19 pandemic. *Economic analysis and policy*, 68, S. 17-28.
- Theurl, T., & Wendler, C. (2011). *Was weiß Deutschland über Genossenschaften?* Düren: Shaker.
- Turoff, M., & Linstone, H. A. (2002). *The Delphi Method. Techniques and Applications*. <http://repository.umpwr.ac.id:8080/bitstream/handle/123456789/162/Delphi%20Method%20-%20Techniques%20and%20Applications.pdf?sequence=1> [abgerufen am 26.02.2021]
- United Nations. (2015). *Paris Agreement*. https://unfccc.int/files/essential_background/convention/application/pdf/english_paris_agreement.pdf [abgerufen am 26.02.2021]
- Universität Wien (2020) *Business Analytics*. <https://studieren.univie.ac.at/studienangebot/masterstudien/business-analytics-master/> [abgerufen am 24.07.2020]
- Valenduc, G., & Vendramin, P. (2017). Digitalisation, between disruption and evolution. *Transfer: European Review of Labour and Research*, 23(2), S. 121-134.
- Van Dijk, J., & Hacker, K. (2003). The digital divide as a complex and dynamic phenomenon. *The information society*, 19(4), S. 315-326.
- Verordnung (EG) Nr. 1435/2003 des Rates vom 22. Juli 2003 über das Statut der Europäischen Genossenschaft (SCE); abrufbar: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX:32003R1435>
- Von Blanckenburg, C. (2014). Genossenschaftliche Partizipationsstrukturen als Teil der besonderen Handlungsmöglichkeiten im Klimaschutz – Partizipation in Genossenschaften und im Nachhaltigkeitsdiskurs. In: Schröder, C. & Walk, H. (Hrsg.). *Genossenschaften und Klimaschutz. Bürgergesellschaft und Demokratie*, Vol 41. Wiesbaden: Springer VS, S. 257-283.
- Von Buttler, H. (2020). „Wir sollten eine Billion ausgeben, ohne mit der Wimper zu zucken“. *Capital*. <https://www.capital.de/wirtschaft-politik/wir-sollten-eine-billion-ausgeben-ohne-mit-der-wimper-zu-zucken> [abgerufen am 20.08.2020]
- Voß, M. 2002. *Funktionsstörungen des Wirtschaftsprozesses als Ursache für Genossenschaftsneugründungen*. Forschungsstelle für Genossenschaftswesen an der Universität Hohenheim 21, Stuttgart.

Weinkauff, W. (2004). *Kommunikation als Wettbewerbsfaktor: Expertendiskussion im Rahmen der IGT 2004 in Münster* (No. 45). Arbeitspapiere des Instituts für Genossenschaftswesen der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster.

Werner, W. (2017). Raiffeisenvereine für Österreich. Wiener Studien des Forschungsvereins für Genossenschaftswesen, Neue Folge, Band 22. Wien.

WIFO (Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung) (2020). *Presseinformation. WIFO-Quartalsrechnung zeigt BIP-Rückgang von 12,5% im II. Quartal 2020 gegenüber dem Vorjahr.* https://www.wifo.ac.at/jart/prj3/wifo/resources/person_dokument/person_dokument.jart?publikationsid=66309&mime_type=application/pdf [abgerufen am 03.09.2020]

WKÖ (Wirtschaftskammer Österreich) (2020). *Kooperation und Genossenschaft! Ein Modell für EPU und KMU?*. <https://www.wko.at/service/w/netzwerke/Kooperation-und-Genossenschaft.html> [abgerufen am 03.09.2020]

Wloch, M. (2014). Lokaler Klimaschutz durch Genossenschaften in der Praxis: Fallbeispiele. In: Schröder, C. & Walk, H. (Hrsg.). *Genossenschaften und Klimaschutz. Bürgergesellschaft und Demokratie*, Vol 41. Wiesbaden: Springer VS, S. 135-148.

Watson, T., Wakefield, R. (2013). The Delphi: An Underutilized Method of Scholarly and Practical Research for a Public Relations Field in Transition. *International Public Relations Research Conference*, 7-10 March 2013, Coral Gables, FL, USA.

Weber, W., Brazda, J., & Todev, T. (1992). Genossenschaftliche Verbandsstrukturen in Osteuropa: Entwicklung, Probleme, Perspektiven. *Zeitschrift für das gesamte Genossenschaftswesen*, 42(1), S. 278-288.

WEF (World Economic Forum). (2020). Here's how global supply chains will change after COVID-19. <https://www.weforum.org/agenda/2020/05/this-is-what-global-supply-chains-will-look-like-after-covid-19/> [abgerufen am 25.7.2020]

World Bank (2020). Chapter 1, Global Outlook: Pandemic, Recession: The Global Economy in Crisis, In: *Global Economic Prospects*. <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/33748/211553-Ch01.pdf> [abgerufen am 25.8.2020]

Zamagni, S., & Zamagni, V. (2010). *Cooperative enterprise: Facing the challenge of globalization*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

Zerche, J., Schmale, I., & Blome-Drees, J. (2016). *Einführung in die Genossenschaftslehre: Genossenschaftstheorie und Genossenschaftsmanagement*. Berlin: Walter de Gruyter.