

# Genossenschaftliche Identität und Wachstum mit sozial-ökologischem Imperativ – eine empirische Befragung der Schweizer Bevölkerung mit Daten von 2011 und 2016

Alexander Jungmeister<sup>1</sup>, Hilmar Gernet<sup>2</sup>, Cornelia Amstutz<sup>3</sup>, Lukas Golder<sup>4</sup>

*Diese repräsentative empirische Untersuchung in der Schweizer Bevölkerung untersucht Grundfragen zu genossenschaftlicher Identität und genossenschaftlichem Wachstum. Vor dem Hintergrund einer wachstumskritischen Stimmung in der Schweizer Bevölkerung wird das genossenschaftliche Wachstum positiver gesehen, sie unterliegen jedoch dem „sozial-ökologischen Verhaltensimperativ“, d.h. nur als gesellschaftlich positiv erlebten Unternehmen wird Wachstum zugestanden, andere sollen eher schrumpfen. Dabei profitiert die Rechtsform Genossenschaft in den Augen der Bevölkerung von einem sehr hohen, zeitlich stabilen Vertrauen. Die konstituierenden Merkmale der Genossenschaft („DNA Elemente“) werden ebenfalls, im Zeitverlauf nahezu unverändert, als positiv erlebt.*

## 1. Herausforderung Wachstum und Identität

Identitäts- bzw. Wertefragen wurden schon in den Anfängen der Genossenschaftsbewegung (vgl. etwa des Volkes 1888) engagiert diskutiert und werden bis heute in der Forschung ausführlich reflektiert und stellen damit den Kern der genossenschaftswissenschaftlichen Forschung dar (u.v.a. vgl. etwa Münkner 1996, Hill/ Doluschitz 2014, 2015, Rößl/ Jungmeister/ Taisch 2015). Demgegenüber werden Wachstumsfragen bei Genossenschaften kaum beforscht und noch weniger empirisch untersucht. Wirtschaftswachstum ist zudem – obwohl an vielen Stellen genauestens beobachtet und gehegt (z.B. KOF ETH<sup>5</sup>, BFS<sup>6</sup>, seco<sup>7</sup>) für die Bevölkerung keine Selbstverständlichkeit mehr und wird oft hinterfragt. Häufig geht es dabei um Identitätsfragen, der Status Quo soll beibehalten werden, da Wachstum als bedrohlich erlebt wird. So will die Schweizer Bevölkerung etwa kein weiteres Wachstum bei musli-

---

<sup>1</sup> Prof. (FH) Dr. Alexander Jungmeister ist Geschäftsführer des Instituts für Unternehmensrecht und Leiter des Competence Center Genossenschaftsunternehmen an der Universität Luzern sowie Adjunct Professor an der Charles Sturt University, Faculty of Business, Australia.

<sup>2</sup> Dr. phil. Hilmar Gernet ist Leiter des Bereichs Kommunikation & Politik bei Raiffeisen Schweiz.

<sup>3</sup> Cornelia Amstutz, lic.phil.I, ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Unternehmensrecht an der Universität Luzern.

<sup>4</sup> Lukas Golder, lic.rer.soc., Co-Leiter und Mitglied des Verwaltungsrats gfs Bern..

<sup>5</sup> Konjunkturforschungsstelle der ETHZ, [www.kof.ethz.ch](http://www.kof.ethz.ch).

<sup>6</sup> Bundesamt für Statistik, [www.statistik.admin.ch](http://www.statistik.admin.ch).

<sup>7</sup> Staatssekretariat für Wirtschaft, <https://www.seco.admin.ch>.

mischen Kirchen („Minarettverbotsinitiative“<sup>8</sup> am 29.11.2009 mit 65% angenommen), kein ungebremstes Wachstum bei Managerlöhnen (Abzockerinitiative bzw. Minderinitiative<sup>9</sup> am 3.3. 2013 mit 54% angenommen) oder keinen weiteren Zuzug von Ausländern („Masseneinwanderungsinitiative“, mit 50.3 % am 9.2.2014 angenommen<sup>10</sup>).

Ungeachtet dieser eher wachstumskritischen Stimmung in der Bevölkerung werden seitens des Internationalen Genossenschaftsbunds (ICA) genossenschaftliche Wachstumsstrategien formuliert<sup>11</sup>, die die Genossenschaft zur bevorzugten Gesellschaftsform proklamiert und deren substanzielles Wachstum innerhalb kurzer Zeit realisiert werden soll. Der *ICA Blueprint* fordert in seinem „Blueprint“ bis ins Jahr 2020 die Verankerung der Rechtsform Genossenschaft als 1) führendes Modell in Bezug auf wirtschaftliche, soziale und ökologische Nachhaltigkeit; 2) das von der Bevölkerung bevorzugte Wirtschaftsmodell sowie 3) die am schnellsten wachsende Unternehmensform<sup>12</sup>. Diese Strategie bzw. die Forderung nach genossenschaftlichem dominanten Wachstum ist bereits kritisch reflektiert worden (vgl. Münkner 2013, Lehnhoff 2013, Blome-Drees 2013, Blisse 2013, Stappel 2013, Taisch/ Jungmeister/ D’Inca 2013, Mölls/ Stehr 2013, Mölls/ Münkner 2014). Aber es fehlen oft empirisch validierte Daten zum Thema genossenschaftlichen Wachstums, während immerhin einige Studien das Image von Genossenschaften (d.h. genossenschaftliche Identität und ihre Wahrnehmung in der Bevölkerung) in verschiedenen Ländern punktuell gemessen haben (D: Theurl/Wendler 2011, A: Rössl et al. 2014, CH: Taisch/ Jungmeister/ D’Inca/ Troxler 2012, CH/A: Rössl/ Jungmeister/ Taisch 2015). Allerdings wurden diese Studien nicht in Bezug auf die zeitliche Konstanz des Genossenschaftsbildes in der Bevölkerung hin untersucht noch wurde das Identitätsthema in Relation zum Wachstumsdogma des ICA gestellt. Beide Defizite nimmt diese Studie auf – die Verknüpfung der Wachstumsthematik mit der genossenschaftlichen Identität als auch die Konstanz des Erlebens von Genossenschaften im zeitlichen Kontext.

## 2. Forschungsfragen und Thesen

Daraus ergeben sich die folgenden Forschungsfragen:

- Wachstum 1: Erlebt die Bevölkerung Wirtschaftswachstum positiv?
- Wachstum 2: Gibt es in der Bevölkerung für Genossenschaften andere Wachstumsvorstellungen als für andere Rechtsformen („Genossenschaft als bevorzugte, erwünschte Rechtsform“)?
- Identität 1: Wie unterscheidet sich die Genossenschaft in der Wahrnehmung der Bevölkerung in Bezug auf Vertrauen und wie stabil ist dieses im Zeitverlauf?

<sup>8</sup> Vgl. Bundesratsbeschluss über das Ergebnis der Volksabstimmung : <https://www.admin.ch/opc/de/federal-gazette/2010/3437.pdf>

<sup>9</sup> Vgl. Bundesratsbeschluss über das Ergebnis der Volksabstimmung : <https://www.admin.ch/opc/de/official-compilation/2013/1303.pdf>

<sup>10</sup> Vgl. Bundesratsbeschluss über das Ergebnis der Volksabstimmung: <https://www.admin.ch/opc/de/federal-gazette/2014/4117.pdf>

<sup>11</sup> Vgl. [http://ica.coop/sites/default/files/media\\_items/ICA%20Blueprint%20-%20Final%20-%20Feb%2013%20EN.pdf](http://ica.coop/sites/default/files/media_items/ICA%20Blueprint%20-%20Final%20-%20Feb%2013%20EN.pdf)

<sup>12</sup> Vgl. ICA Blueprint (2013), S. 3:” The acknowledged leader in economic, social and environmental sustainability, the model preferred by people, the fastest growing form of enterprise.”

- Identität 2: Wird die Genossenschaft in der Wahrnehmung der Bevölkerung positiver oder negativer im Vergleich zu anderen Rechtsformen wahrgenommen?
- Identität 3: Bleiben die DNA-Elemente der Genossenschaft in Bezug auf die zeitliche Dimension in der Wahrnehmung der Bevölkerung konstant?

Davon leiten wir die folgenden Thesen ab:

- Wachstum 1: Die Schweizer Bevölkerung wird aufgrund des kürzlich erfolgten Abstimmungsverhaltens Wirtschaftswachstum eher kritisch sehen.
- Wachstum 2: Genossenschaften werden dabei aufgrund des Vertrauensbonus (Taisch et al. 2012) etwas besser als andere Rechtsformen bzgl. Wachstum gesehen.
- Identität 1a: Genossenschaften haben den höchsten Wert von Vertrauen gegenüber anderen Rechtsformen und 1b: diese Bewertung ist im Zeitverlauf stabil.
- Identität 2a: Die Genossenschaft wird deutlich positiver als andere Rechtsformen wahrgenommen und 2b: dieses bleibt auch zeitlich stabil.
- Identität 3: Die wichtigsten Identitätsmerkmale („DNA-Elemente“) der Genossenschaft bleiben im Zeitvergleich stabil.

### 3. Methodik

#### 3.1 Vorgehen

Das IFU I BLI Institut für Unternehmensrecht konzipierte auf Basis der im November 2011 erhobenen Umfrage<sup>13</sup> einen um Wachstumsfragen ergänzten Fragebogen. Dabei wurden 2016 wiederum aus der Grundgesamtheit der EinwohnerInnen der Schweiz ab 16 Jahren, die einer der drei Hauptsprachen mächtig waren, eine repräsentative Stichprobe (N=1013, nDCH: 719, nFCH: 241, nICH: 53; n Festnetz: 812, n Mobiltelefon: 201) gezogen. Der Stichprobenfehler bzw. die Irrtumswahrscheinlichkeit lag 2016 bei  $\pm 3.1$  Prozent ( $p=50/50$ ). Die Interviewsprachen waren D, F, I analog zu den Anteilen in der Schweizer Bevölkerung.

#### 3.2 Begrenzungen/ Übertragbarkeit der Ergebnisse

Da die Studie eine repräsentative Befragung der Schweizer Bevölkerung darstellt, sind ihre Ergebnisse für die gesamte Schweiz in allen Sprachregionen repräsentativ gültig. Es lässt sich vermuten, dass die Ergebnisse zumindest teilweise auch für die kulturell und genossenschaftlich ähnlich geprägten Wirtschaftsräume Deutschland, Österreich und Südtirol übertragbar sind, da aus früheren Studien gewisse Rückschlüsse gezogen werden können (vgl. Rössl et al. 2014, 2015). Allerdings sind die Wirtschaftsstrukturen (Z.B. Verhältnisse der Rechtsformen untereinander, die strukturelle branchenmässige Verteilung der Genossenschaften, unterschiedliche Verbandstrukturen, Internationalisierungsgrad) sowie die Rechtsgrundlagen (unterschiedliche gesetzliche Grundlagen für Genossenschaften, unterschied-

---

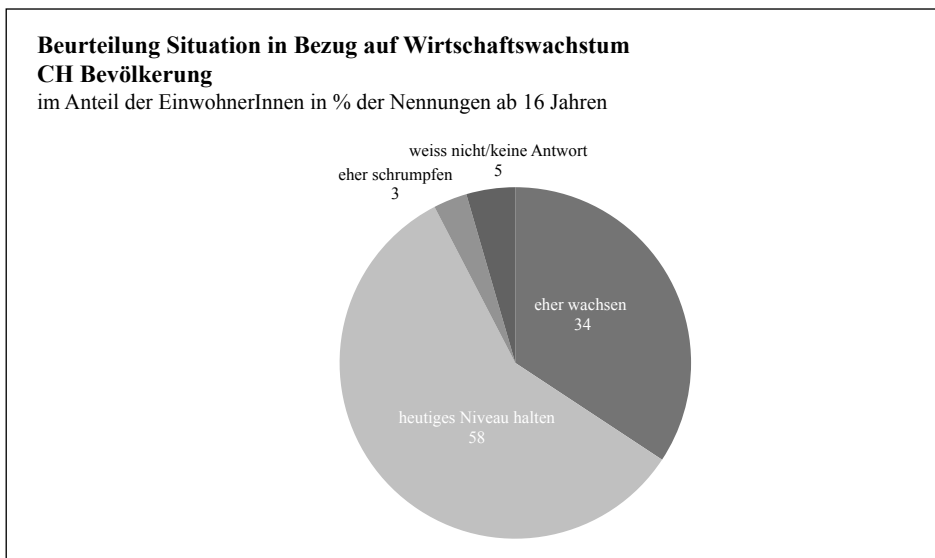
<sup>13</sup> Beide Umfragen (Nov 2011 und März/April 2016) wurden durch das Institut gfs Bern mittels strukturierten Telefoninterviews (CATI) durchgeführt. Teilergebnisse der Studie 2011 wurden bereits in den Publikationen Taisch/ Jungmeister/ D’Inca/ Troxler 2012, Taisch/ Jungmeister/ Fabrizio/ D’Inca- Keller 2014, sowie Rössl/ Jungmeister/ Taisch 2015 veröffentlicht.

liches Rechnungslegungsrecht mit/ohne Prüfpflicht, Verbandsrecht etc.) in allen Ländern verschieden, was die 1:1-Übertragbarkeit der Ergebnisse erschweren dürfte und zusätzliche Untersuchungen in den einzelnen Ländern unverzichtbar macht.

## 4. Ergebnisse

### 4.1 Ergebnisse Wachstum

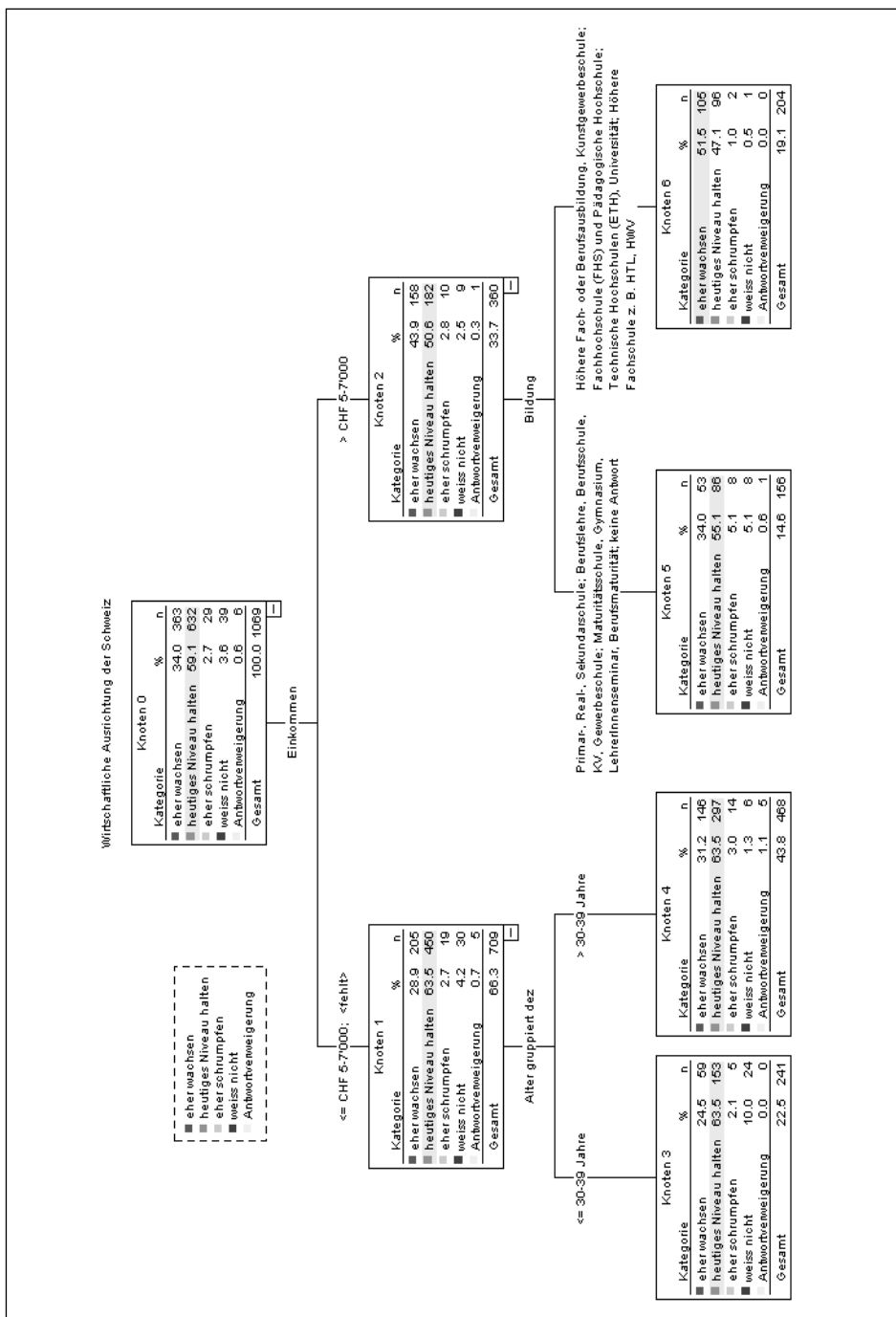
Die Untersuchung zeigte, dass ungebrochenes Wirtschaftswachstum nur noch gut von einem Drittel der Schweizer Bevölkerung befürwortet wird (34%, N=1013). Die überwiegende Mehrheit (58%) befürwortet einen Status Quo, d.h. das Beibehalten des bisher erreichten, ein eigentliches Schrumpfen der Wirtschaft fordert jedoch nur eine Minderheit von 3%, vgl. Grafik 1. Damit kann die These Wachstum 1 bestätigt werden.



Grafik 1: Wünschbarkeit von Wirtschaftswachstum in der Schweizer Bevölkerung CH Bevölkerung, 2016, N=1'013

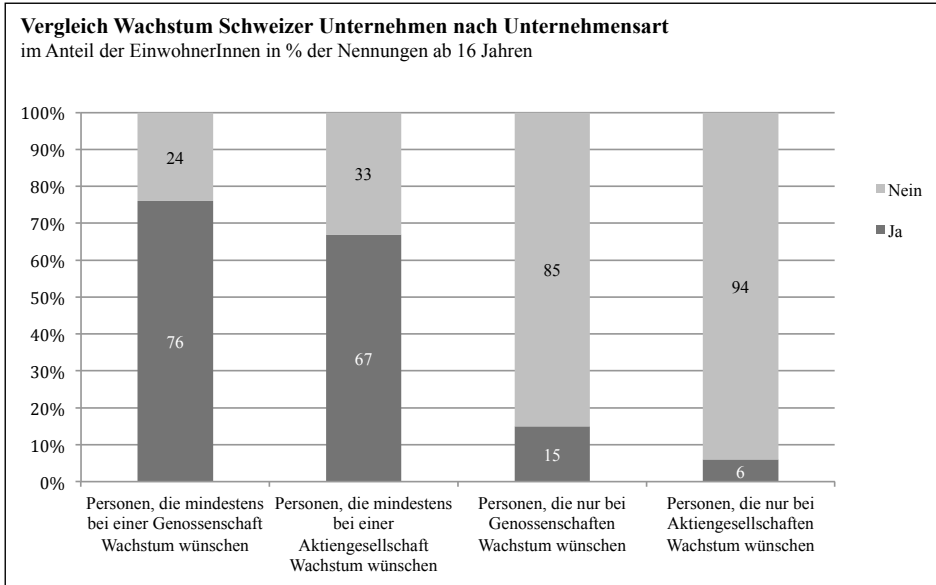
Versucht man die Wachstumsbefürworter von den Wachstumskritikern soziodemografisch zu erfassen, so zeigt sich, dass Ältere, weniger gebildete, mit geringem Einkommen dabei dem Wachstum kritischer stehen gegenüber als jüngere, gut gebildete, mit gutem Einkommen (TREE / CHAID Analyse<sup>14</sup>, signifikante Unterschiede, ( $p < 0.05$ ), vgl. Grafik 2). D.h. also dass gerade auch in Haushalten mit tieferen Einkommen die Wachstumskritik besonders deutlich wird.

<sup>14</sup> Vgl. Goodman 1979, S. 537-552; Kass 1980, S. 119-127; Biggs/de Ville/Suen 1991, S. 49-62.

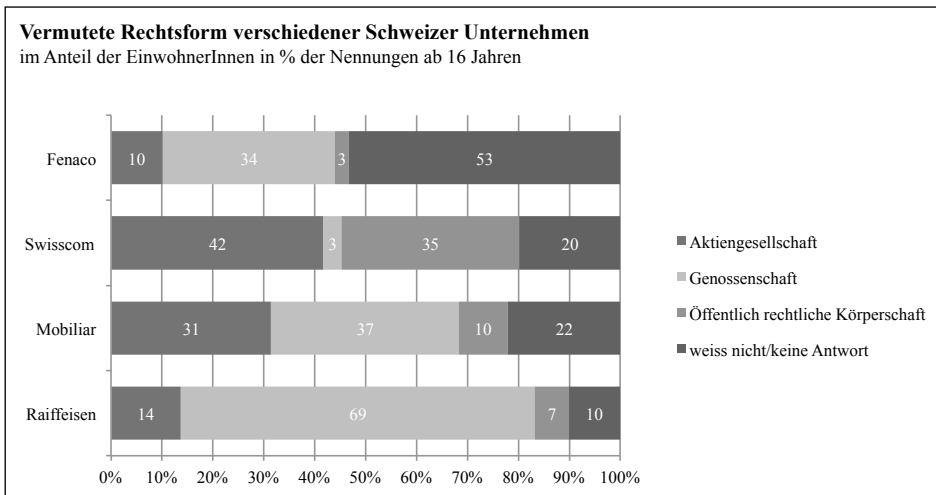


Grafik 2: Wachstumsorientierung zur Wirtschaft, Struktur der Befragten CH Bevölkerung, 2016, N=1'013

Dabei wird die Sicht auf das Wirtschafts- bzw. Unternehmenswachstum relativ unabhängig von der persönlichen Präferenz für eine Rechtsform vorgenommen (vgl. Grafik 3). Befragte, die sich nur bei Genossenschaften Wachstum wünschen, sagen zu 15% ja zum Wachstum während es bei Aktiengesellschaften nur 6% sind. Das bedeutet, dass das genossenschaftliche Wachstum – das ja von der ICA das gesellschaftlich präferierte sein soll (vgl. ICA 2013) – nur einen kleinen Vorteilsbonus in der Gesellschaft genießt.

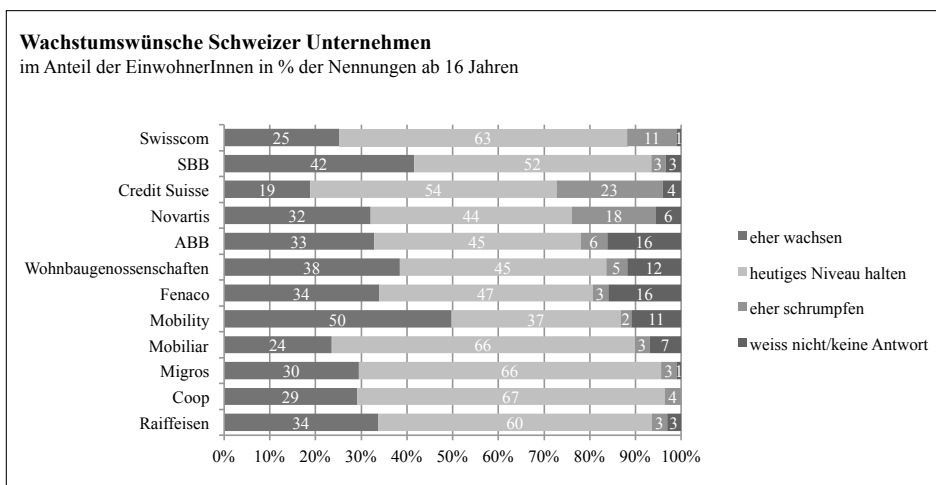


Grafik 3: Wachstumswünsche nach Rechtsform CH Bevölkerung, 2016, N=1'013, Unterschiede signifikant ( $p < 0.05$ )



Grafik 4: Wissen über die Rechtsform, CH Bevölkerung, 2016, N=1'013

Die Bevölkerung bemisst die Gewährung der Gunst des Wachstums jedoch nicht scharf entlang der Grenze der Rechtsform – die sie im Einzelnen auch nicht immer genau identifizieren und benennen kann, vgl. Grafik 4) -, wie eine Wachstumsbewertung für eine Auswahl bekannter Schweizer Unternehmen zeigt (vgl. Grafik 4). Einigen Schweizer Unternehmen wird ein Wachstumsbonus zugestanden, dies sind insbesondere Mobility (Genossenschaft), SBB (spezialgesetzliche AG), Wohnbaugenossenschaften und ABB (AG), anderen Unternehmen aber eher nicht, wie etwa Swisscom (spezialgesetzliche AG), Mobiliar (Genossenschaft) und Credit Suisse (börsenkotierte AG), vgl. Grafik 5.



Grafik 5: Wachstumswünsche nach Unternehmen CH Bevölkerung, 2016, N=1'013

Fragt man nach den Gründen für die Wachstumswünsche von Genossenschaften, so werden hier in erster Linie die nachhaltige und soziale Unternehmensform genannt – deutlich vor konkreten Leistungsmerkmalen eines Unternehmens, wie etwa günstige Produkte oder (sonstigen Dienst-) Leistungen etc. (vgl. Grafik 6).

Umgekehrt werden bei der Bevölkerung Wünsche für eine Reduktion der Geschäftstätigkeit von Genossenschaften vor allem dann geäußert, wenn marktwirtschaftliche Mechanismen bzw. Strukturen als zu dominant erlebt werden oder ein Fehlverhalten von Genossenschaften vorliegt (%) oder einzelne per se als zu gross erlebt werden (vgl. Grafik 6).

Fasst man diese Aussagen zusammen, so lässt sich konstatieren, dass Genossenschaften gegenüber Aktiengesellschaften eo ipso einen kleinen Wachstumsbonus in den Augen der Bevölkerung zugeteilt bekommen, der aber zurückgenommen wird, sobald sich Genossenschaften zu sehr wie Aktiengesellschaften benehmen, d.h. vor allem marktwirtschaftliche Mechanismen/Strukturen mit negativen Folgen für die Gesellschaft etablieren bzw. genossenschaftliches „Fehlverhalten“ an den Tag legen. Die Bevölkerung attestiert also den Genossenschaften einen konditionalen Wachstumsbonus, solange sie sich nachhaltig sozial und ökologisch verhalten – d.h. konkret keinen Sozialabbau bei der Beschäftigung oder Mergers/Fusionen mit negative Effekten auf eine Region vornehmen bzw. kein unökologisches Verhalten an den Tag legen.

### Gründe für genossenschaftliches Wachstum, 1. Nennung

häufigste Nennungen in % EinwohnerInnen ab 16 Jahren, die wollen, dass gewisse Genossenschaften wachsen, Mehrfachantworten möglich

Aussagen	Prozent
Allgemeine positive Aussagen (darauf angewiesen, gut für Gesellschaft, gute Idee)	13.3
Ziel der Wirtschaft zu wachsen/braucht Wachstum/Stillstand ist Rückschritt/Kosten steigen	13.1
Allgemeine Aussagen (sollen wachsen, nötig, hat Potential, Markt nicht ausgeschöpft, braucht mehr)	5.5
hinter Genossenschaften stehen normale Menschen/Mittelstand/„der kleine Mann“	4.6
Vertrauen in Genossenschaften höher/Genossenschaften besser/gesünder als Grossunternehmen/Ethisch/sicherer	4.3
nachhaltige/soziale Unternehmensform	4.0
Wirtschaftsfaktoren	3.7

### Gründe für genossenschaftliches Schrumpfen, 1. Nennung

häufigste Nennungen in % EinwohnerInnen ab 16 Jahren, die wollen, dass gewisse Genossenschaften schrumpfen, Mehrfachantworten möglich

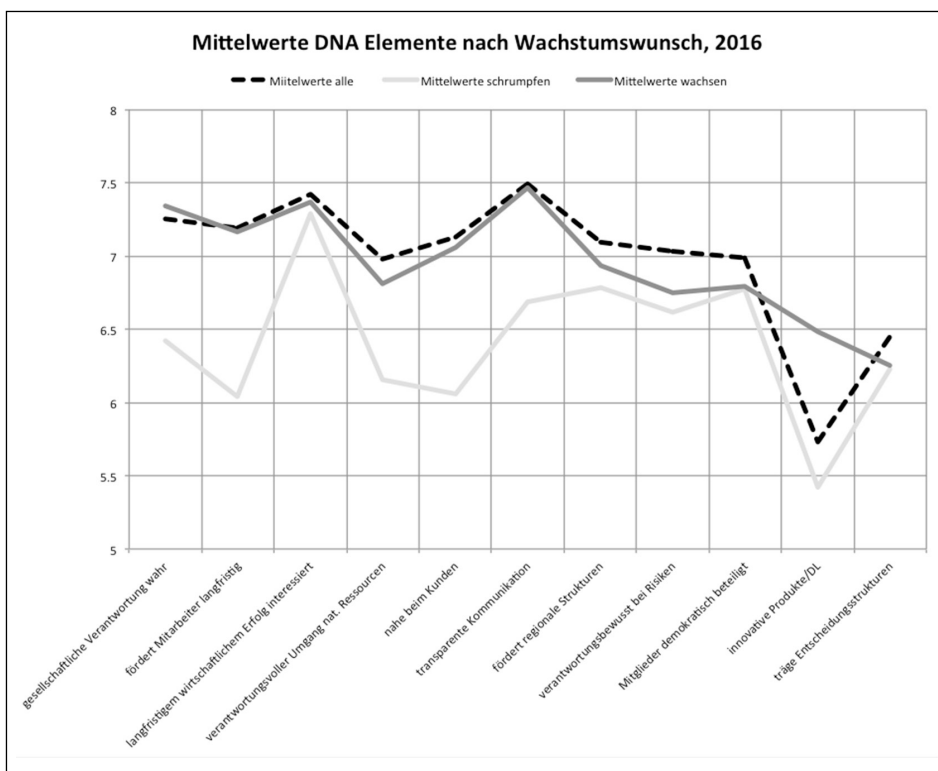
Aussagen	Prozent
Genossenschaften zu gross, müssen schrumpfen/Monopolstellungen brechen/Konkurrenz bewahren/wurden zu träge	16.5
Genossenschaften müssen klein bleiben/nicht zu stark werden/Diversität bewahren (nicht wachsen lassen)	7.3
es muss nicht immer alles wachsen/kann nicht noch mehr wachsen/nicht immer mehr wollen/Flächen erhalten	6.3
einzelne Genossenschaften zu gross	5.1
Allgemeine negative Aussagen (schlechte persönliche Erfahrung)	4.8
Genossenschaften überschreiten Kompetenzbereich/Verlieren Basis/Grundgedanken geht verloren	4.1
marktwirtschaftliche Mechanismen/Strukturen	3.3

Grafik 6: Gründe für Wachstums- bzw. Schrumpfungswünsche CH Bevölkerung, 2016, N=1'013

Vergleicht man zudem Wachstums- bzw. Schrumpfungswünsche für Genossenschaften mit den spezifisch konstituierenden Elementen der genossenschaftlichen DNA (vgl. Taisch et al. 2012, Taisch/Jungmeister 2014), so zeigt sich bei einer Verknüpfung der Elemente genossenschaftlicher Identität mit den Wachstumswünschen, dass diese von Wachstums-Be-



fürworter und Wachstumskritiker differenziert gesehen werden (vgl. Grafik 7). Dabei sehen die Wachstumsbefürworter – mit Ausnahme der trägen Entscheidungsstrukturen – Genossenschaften deutlich positiver als die Wachstumskritiker. Diese haben insbesondere bei den Aspekten der gesellschaftlichen Verantwortung, der Mitarbeiterförderung, dem verantwortungsvollen Umgang mit natürlichen Ressourcen, der Kundennähe sowie der transparenten Kommunikation in Bezug auf Genossenschaften eine kritischere Meinung. Sie bilden eine kleine Gruppe, die von den „realen“ Genossenschaften in der Schweiz etwas ernüchtert ist – insgesamt ist das Vertrauen in die Genossenschaften in der Schweizer Bevölkerung mit über 88% (2016) jedoch sehr gross (vgl. Grafik 8).



Grafik 7: Mittelwerte DNA Elemente der Genossenschaft nach Wachstumswünschen, CH Bevölkerung, 2016, (0 stimme nicht zu, – 10 stimme voll und ganz zu), Unterschiede MW schrumpfen/wachsen hochsignifikant ( $p < 0.001$ ).

Mit diesen Ergebnissen kann insgesamt auch die These Wachstum 2 bestätigt werden. Die Forderung des ICA im ICA Blueprint<sup>15</sup> – Genossenschaften als meist verbreitete bzw. schnellstwachsende Unternehmensform – wird also in den Augen der Schweizer Bevölkerung nicht unbedingt unterstützt. Genossenschaften haben in den Augen der Bevölkerung zwar einen kleinen konditionalen Wachstumsbonus, vor allem aber achtet sie aber bei der Beurtei-

<sup>15</sup> vgl. ICA 2013 sowie Kommentierung dazu bei Münkner 2013, Lehnhoff 2013, Blome-Drees 2013, Blisse 2013, Stappel 2013, Taisch/ Jungmeister/ D'Inca 2013.

lung von Unternehmenswachstum darauf, dass es für die Gesellschaft eine nachhaltig positive, d.h. soziale und ökologische Wirkung („sozial-ökologischer Verhaltensimperativ“) beinhaltet.

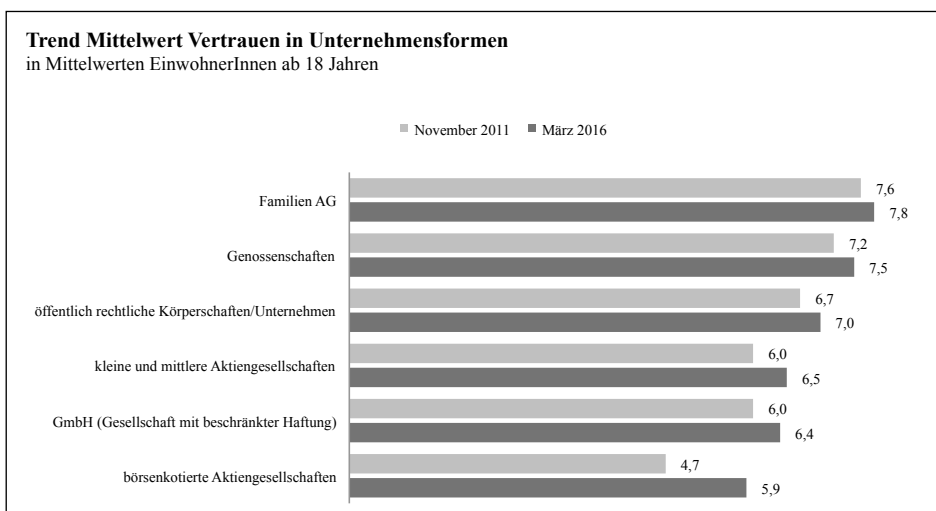
## 4.2 Ergebnisse Identität

Die Befragung zeigt, dass das Vertrauen in die Genossenschaft bei der Schweizer Bevölkerung tief verwurzelt ist (88% im Vergleich zu AG: 56%) (vgl. Grafik 8). Im Vergleich zur letztmaligen Befragung konnte das Vertrauen in Genossenschaft leicht gestärkt werden, wie bei allen anderen Rechtsformen auch. Das Verhältnis der Zuschreibung von Vertrauen bleibt jedoch insgesamt stabil (vgl. Grafik 9). Daher können die beiden Thesen Identität 1a und 1b angenommen werden.

### Vertrauen in Unternehmensformen

	Genossen- schaft	Genossen- schaft	börsen- kotierte AG	börsen- kotierte AG
	November 11	März 2016	November 2011	März 2016
sehr bis vollständig vertrauen	81%	88%	32%	56%
Mitte	10%	7%	22%	16%
wenig bis überhaupt nicht vertrauen	5%	3%	37%	20%
weiss nicht / keine Antwort	4%	2%	9%	8%

Grafik 8: Vertrauen in Unternehmensformen CH Bevölkerung, 2016, N=1'000.



Grafik 9: Trend Vertrauen in Unternehmensformen CH Bevölkerung, 2016, N=1'000, Unterschiede signifikant ( $p < 0.05$ ).

Neben dem Vertrauen führt die Studie zur Erkenntnis, dass die Genossenschaft von der Schweizer Bevölkerung deutlich positiver wahrgenommen wird als andere Unternehmensformen, mit Ausnahme der Familienunternehmen (vgl. Grafik 9). Besonders hervorgehoben werden hier die Aspekte, die unter dem Sammelbegriff Beteiligungen/ Mitspracherecht genannt wurden. Es stellt Mitunter ein Alleinstellungsmerkmal von Genossenschaften dar, dass durch einen Zusammenschluss Interessen besser vertreten werden können und die einzelne Stimme zählt – im Gegensatz zur Kapitalgesellschaft, in der das Kapital die Stimmrechte ermöglicht, 2016 wird diesem Wert noch mehr Bedeutung zugemessen als 2011. Als führende Genossenschaften werden hier die Migros aber auch die Wohnbaugenossenschaften allgemein erwähnt (vgl. Grafik 10). Mit diesen Ergebnissen kann die These Identität 2 bestätigt werden.

### Konnotationen Genossenschaft, 1. Nennung, N=1013, 2016

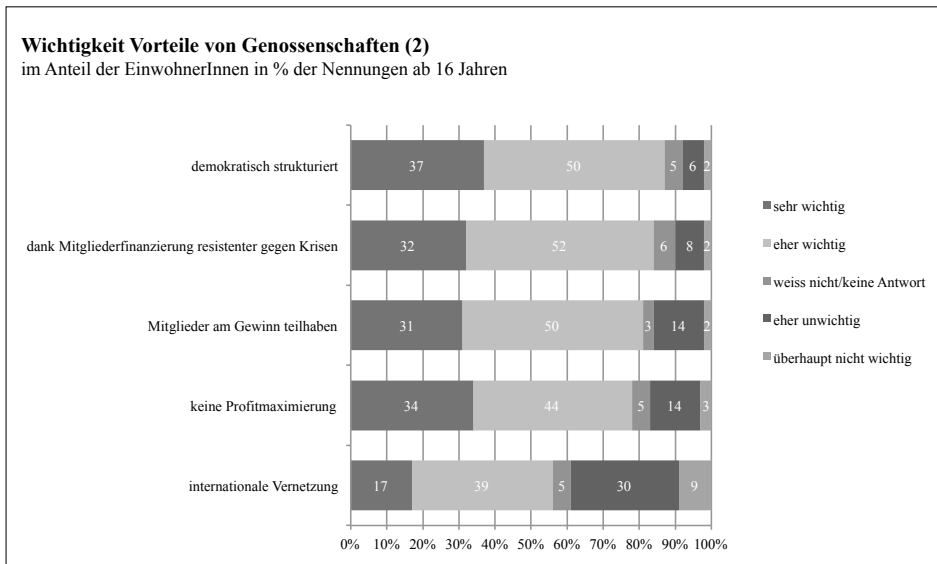
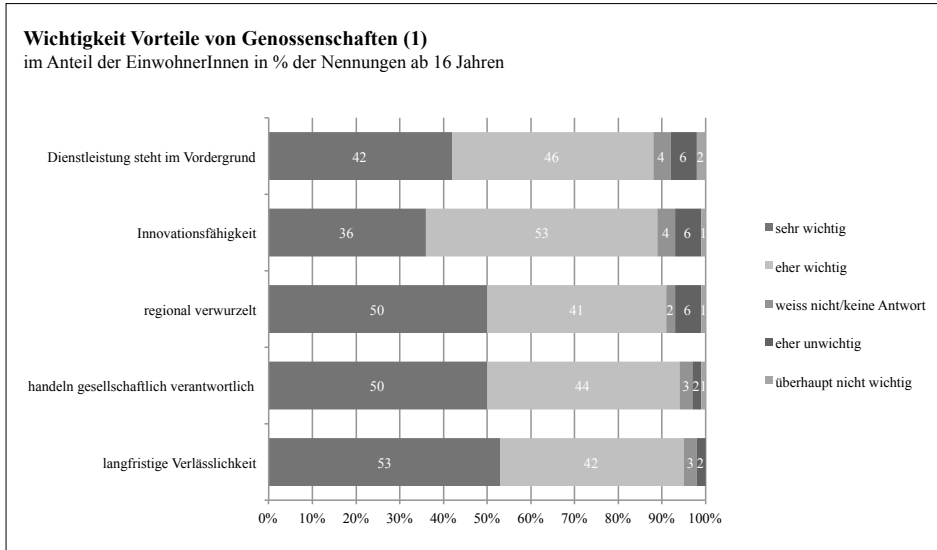
Aussagen	Prozent
Diverses	23.6%
Migros	20.2%
Vereinigung/ Verbund/ Zusammenschluss/Gruppierung aus Mitgliedern/ Interessengruppen	13.2%
Mitgliedschaft kann durch Kauf von Anteilen erworben werden	7.0%
Wohnbaugenossenschaften, Wohngenossenschaften	5.7%
Gemeinnützig, soziales Unternehmen, volksnah, für das Volk, nimmt gesellschaftlich Verantwortung wahr	5.4%
Mitglieder/ Mitarbeiter/ Aktionäre an Genossenschaft beteiligt, Kapital stammt von Genossenschaffern	5.0%
Unternehmen, Unternehmensstruktur, Unternehmensform	4.4%
Viele Mitglieder, Mitgliederwachstum	4.15%
Allgemein positives, (verlässlich, vertrauensvoll)	4.15%
Nicht gewinnorientiert, Gewinn wird reinvestiert/ an Mitarbeiter/ Mitglieder ausbezahlt	4.05%
Fenaco (landi, Volg etc.)	3.05%

Grafik 10: Spontane Wahrnehmung Genossenschaft in der CH Bevölkerung, ungestützt, 2016, N=1'013

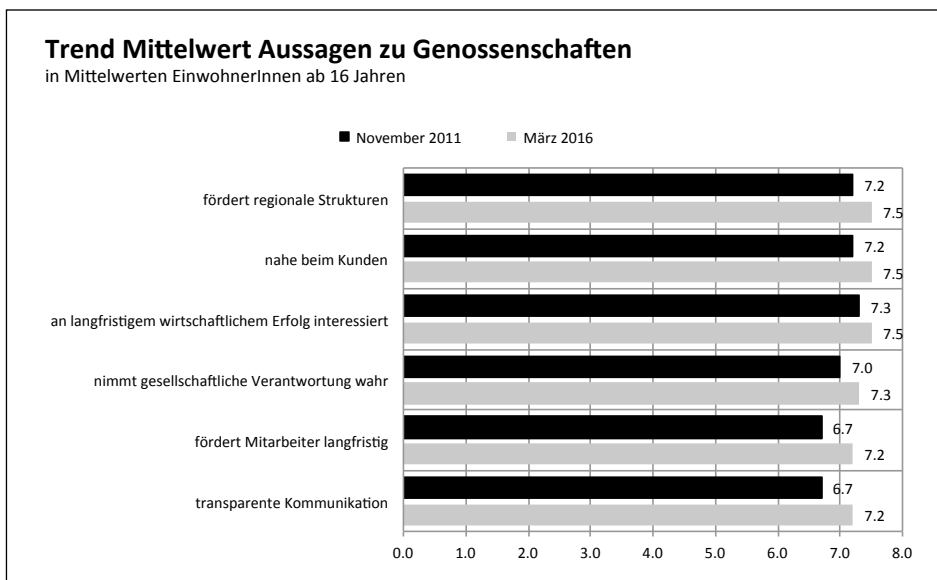
Die Schweizer Bevölkerung stuft drei Identitätsmerkmale der Genossenschaft als besonders wichtig ein: langfristige Verlässlichkeit (53%), gesellschaftlich verantwortungsvoll und regional verwurzelt handeln (je 50%). Zudem sind folgende Merkmale der Genossenschaft wichtig: Innovationsfähigkeit, Dienstleistungen, demokratische Struktur, Krisenresistenz dank Mitgliederfinanzierung, Teilhabe der Mitglieder am Gewinn, keine Profitmaximierung (vgl. Grafik 11). Die Aussagen zur Genossenschaften („DNA Elemente“) bleiben dabei im Zeitverlauf (Vergleich 2011/2016) nahezu konstant (vgl. Grafik 12). Bei den Identitäts- bzw. „DNA“ – Merkmalen handelt es sich um Merkmale, die nach Taisch (vgl. Taisch et al. 2012,

Taisch/Jungmeister 2014) konstituierend und genuin differenzierend für Genossenschaften gegenüber anderen Rechtsformen sind.

Die These Identität 3 kann deshalb ebenfalls als bestätigt betrachtet werden.



Grafik 11: DNA-Elemente Genossenschaft CH Bevölkerung, 2016, N=1'013



Grafik 12: Trend DNA-Elemente Genossenschaft CH Bevölkerung, 2016, N=1'013, Unterschiede hoch signifikant ( $p < 0.001$ )

## 5. Synthese, Schlussfolgerungen

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Schweizer Bevölkerung ein gemässigttes Wachstum für Genossenschaften befürwortet, unter der Prämisse, dass sie sich in der Gesellschaft sozial-ökologisch verträglich verhalten und (in erster Linie) regional agieren. Grundsätzlich genießt die Genossenschaft grosses Vertrauen aus der Schweizer Bevölkerung.

Da dieser  *konditionale Wachstumsbonus*  aber nicht nur Genossenschaften zugestanden wird, sondern allen Unternehmen relativ unabhängig von der konkreten Rechtsform, die als nachhaltig ökologisch und sozial erlebt werden, lässt sich für Genossenschaften eine Schlussfolgerung im Sinne eines gesellschaftlich akzeptierten  *sozial-ökologischen Verhaltensimperativs*  formulieren.

Dies bedeutet für Genossenschaften, dass das ihnen gewährte Grundvertrauen bzw. der per se zugeschriebene Wachstumsbonus nur so lange gilt, als das Wirken der Genossenschaften für die Gesellschaft positiv erlebt werden. Da sich aus dieser Sicht für Genossenschaften keine direkten genossenschaftsspezifischen Differenzierungsvorteile bzw. Alleinstellungsmerkmale ergeben (vgl. etwa Auerbach 2009, ten Haaf/ Meister 2012, Taisch/ Jungmeister 2012, 2014), tun Genossenschaften vermutlich gut daran, nicht nur einfach kopierbare, rechtsformunspezifische ökologische Standards zu befolgen bzw. sich nicht nur allgemein ökologisch vorbildlich zu verhalten<sup>16</sup>. Besser betten sie ihr Verhalten und ihre Kommunika-

<sup>16</sup> In dem z.B. ein rechtsformunspezifisches GRI Reporting übernommen wird, wie dies einige Genossenschaften tun (zu GRI vgl. Isaksson/ Steimle 2009 sowie <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>, zuletzt besucht am 30.07.2016).

tion in die Gesamtheit der (gesetzlich für die Genossenschaft reservierten und geschützten) DNA-Elemente der Genossenschaft<sup>17</sup> ein, die spezifisch und unverwechselbar sind und eine klare, multidimensionale Differenzierung im Wettbewerb erlauben.

## 6. Ausblick

Attraktivität und Akzeptanz einer gesellschaftlichen und gesellschaftspolitisch relevanten Rechtsform lassen sich u.a. am Mass der Beteiligung beurteilen (vgl. dazu auch Merkel/Petring 2012, S.97ff, Gernet/ Federer 2015). Dies gilt, insbesondere für Demokratie-Modelle, sowohl in der Politik als auch in der Wirtschaft. Eine liberale Wirtschaft lässt dabei die Wahl bzw. die Entscheidung für das zweckdienliche Modell den Betroffenen mit dem Ziel, diese auch zu Beteiligten zu machen. Eines der grössten Risiken von partizipativen Gesellschaftsformen – Staaten als auch Unternehmen – ist die Nicht-Beteiligung (Solt 2008, Schäfer 2009). Dabei ist es letztlich egal, auf welche Ursache eine nachhaltige Verweigerung zurückzuführen ist. Die Nicht-Beteiligung von relevanten Akteuren (bzw. Stakeholder) gefährden die Existenz jedes demokratischen Modells, womit die Akzeptanz sinkt, Parallelstrukturen entstehen und es etabliert sich dann in der Regel eine Interessenvertretung bzw. -durchsetzung mit unkontrollierbaren Mitteln ausserhalb der geregelten partizipativen Prozesse und Strukturen.

Partizipation kann als das zentrale Narrativ der Politik, wie auch der Genossenschaft gesehen werden (vgl. Zittel 2004, Walk 2011, Hettlage 1987, Gernet 2015, S.94ff, Leimgruber 2016). Mitmachen, sich beteiligen, sind wesentliche Formen unternehmerisch genossenschaftlichen Handelns. Es ist gerade in einer vernetzten, unübersichtlichen, unüberblickbaren Welt und Wirtschaft ein adäquater, zeitgerechter Ausdruck von Selbsthilfe. Im Feld der wettbewerblichen Wirtschaft kann sie zugleich die Basis für Innovationen (Produkte, Prozesse), Interventionen (Politik) und Investitionen (Prozesse, Produkte, Promotion) mit dem Ziel der nachhaltigen, erfolgreichen Präsenz im Markt sein. Partizipative Modelle können eine sinnvolle Antwort sein, wenn der Imperativ des Wirtschaftswachstums bzw. das Wachstumsmodell in Frage gestellt werden. In der vorliegenden Studie sprechen sich 34 Prozent der Schweizer Bevölkerung für ein ungebrochenes Wachstum aus, während 58 Prozent den Status Quo beibehalten möchten. Dabei ist jedoch nicht ganz klar, wie der präferierte Status-Quo in Bezug zu Wachstum zu interpretieren ist: Bedeutet es, das heutige Niveau zu halten und dabei mittelfristig Wohlstandseinbussen in Kauf zu nehmen (u.a. mit der Folge, dass Finanzierungslücken bei den Sozialwerken entstehen). Oder ist damit gemeint, ein Wirtschaftswachstum beizubehalten bzw. anzustreben, welches sich im Rahmen von 1 bis 2 Prozent bewegt, was im gegenwärtigen Kontext durchaus eine ökonomische Herausforderung darstellt. Auf jeden Fall dürften Formen von Partizipation – in Unternehmen und in wirtschaftsdemokratischen Gesellschaftsmodellen – eine liberale Alternative zu einer Wirtschaft bleiben, die sich gegenwärtig (allzu) stark auf ein Leitmedium, den Aktienkurs, ausrichtet.

Die längerfristige Ausrichtung einer wirtschaftlichen Unternehmung an einer Idee, einer Konzeption, einer Strategie kann so im (besten Sinne) als nachhaltig verstanden werden. Nachhaltig, nicht eindimensional, nicht ideologisch, sondern dynamisch und somit unternehmerisch und politisch-partizipativ. Genossenschaften bieten mit der Möglichkeit der

<sup>17</sup> vgl. Taisch / Jungmeister 2012.

Mitgliedschaft (als Eigentümer und Kunde) in der Mitsprache und Mitentscheidung (Eigentümer) einen zusätzlichen Nutzen. Die Genossenschaftsunternehmen, das bestätigt die vorliegende Studie erneut, haben die Chance, sich absolut zeitgerecht und situativ (vor Ort) zu positionieren und sich positiv (werthaltend) zu differenzieren. Dazu braucht es in erster Linie Führungskräfte, die das Potenzial der Mitgliedermitsprache erkennen (und ihr vertrauen) sowie etwas Mut, sich der gelegentlichen Mühsal des Mitmachmodells zu stellen. So bleibt das genossenschaftliche Unternehmen durch Partizipation fit für die unabsehbaren Ansprüche der Mitglieder, der Mitarbeitenden, der Märkte und den Politiken in der Zukunft.

## Literaturverzeichnis / Bibliographie

- Auerbach, C. M. (2009). Theoretische Grundlagen. In: Fusionen deutscher Kreditinstitute (pp. 10-60). Gabler.
- Beuthien, V. (2000). Genossenschaftsgesetz mit Umwandlungsrecht, begr. Von E.H. Meyer, fortgeführt von Gottfried Meulenbergh, Beck'sche Kurz-Kommentare, Bd. 11, 13. Auflage, München.
- Biggs, D., de Ville B., and Suen E. (1991). A method of choosing multiway partitions for classification and decision trees. *Journal of Applied Statistics*, 18, 49-62.
- Blome-Drees, J. (2013). Blueprint des IGB für eine Dekade der Genossenschaften-Eine kritische Stellungnahme aus deutscher Sicht. In *Blueprint des IGB für eine Dekade der Genossenschaften in kritischer Betrachtung* (pp. 23-42). Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.
- des Volkes, S. (1888). Selbsthilfe. Geschichte der redlichen Pioniere von Rochdale, übers. v. Häntschke. Leipzig.
- Gernet, H. (2015). 3D Raiffeisen: digital, dialogisch-demokratisch, dadaistisch, in: Dr. Pierin Vincenz, Bergler und politischer Banker, Dank- und Denkbuch, Verlag Raiffeisen Schweiz, 94-119.
- Gernet, H. Federer, M. (2015). 1700 Strategien entwickeln die Raiffeisen-Strategie, *Verbands-Management, Fachzeitschrift für Verbands- und Nonprofit-Management, Universität Freiburg i.Ue.*, 41(3), 9-13.
- Goodman, L. A. (1979). Simple models for the analysis of association in cross-classifications having ordered categories. *Journal of the American Statistical Association*, 74, 537-552.
- Greve, R. (2002). The German cooperative banking group as a strategic network: Function and performance (No. 29). *Arbeitspapiere des Instituts für Genossenschaftswesen der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster*.
- Hettlage, R. (1987). *Genossenschaftstheorie und Partizipationsdiskussion*. Vandenhoeck & Ruprecht.
- Hill, S., & Doluschitz, R. (2014). Genossenschaftliche Werte – Kern der genossenschaftlichen Identität? *Zeitschrift für das gesamte Genossenschaftswesen*, 64(1), 19-30.
- Hill, S., Reifschneider, A., Reimann, N., Wagner, M., & Doluschitz, R. (2015). Genossenschaftliche Leitbilder in der Praxis. *Zeitschrift für das gesamte Genossenschaftswesen*, 65(3).
- ICA International Cooperative Alliance (Internationaler Genossenschaftsbund, IGB): *Blaupause für eine Dekade der Genossenschaften*, Juni 2013, vgl. [www.ica.coop](http://www.ica.coop).
- Isaenko, E. V., & Degtyar, O. N. (2015). Self-service in Retail Trade of Consumer Cooperation: Assessment and Strategy of Development. *J Internet Bank Commer*, 1.
- Isaksson, R., & Steimle, U. (2009). What does GRI-reporting tell us about corporate sustainability?. *The TQM Journal*, 21(2), 168-181.
- Jungmeister, A., Taisch, F. (2014). Der Beitrag der genossenschaftlichen DNA als Basis für Wachstum und Differenzierungsstrategien. *Genossenschaftswissenschaft zwischen Theorie und Geschichte: Festschrift für Prof. Dr. Johann Brazda zum 60. Geburtstag*, 381.

- Kass, G. (1980). An exploratory technique for investigating large quantities of categorical data. *Applied Statistics*, 29:2, 119-127.
- Lamprecht, D., Donschen, A. (2006). Der Nutzen des Member Value Reporting für Genossenschaftsbanken: Eine ökonomische und juristische Analyse (No. 58). Arbeitspapiere des Instituts für Genossenschaftswesen der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster.
- Lehnhoff, D. J. (2014.). Grußwort. In *Blueprint des IGB für eine Dekade der Genossenschaften in kritischer Betrachtung* (pp. 9-22). Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.
- Leimgruber, W. (2016). Citoyenneté – Demokratie in einer globalisierten Gesellschaft, in: *Neue Zürcher Zeitung*, 1.April 2016, 12.
- Merkel, W., Petring, A. (2012). Politische Partizipation und demokratische Inklusion. In *Demokratie in Deutschland* (pp. 93-119). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Miller, M. (2010). Perspektiven von Genossenschaften in einem globalisierten Umfeld. Ein strategischer Bezugsrahmen der genossenschaftlichen Internationalisierung. kassel university press GmbH, Kassel.
- Mölls, S. H., Stehr, A. (2014.). Erfolgskontrolle, Monitoring, Evaluation bei der Verbreitung der Botschaft des Blueprint. In *Blueprint des IGB für eine Dekade der Genossenschaften in kritischer Betrachtung* (pp. 107-128). Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.
- Münkner, H. H. (1996). Genossenschaftsidentität als strategisches Führungsinstrument. *Perspektiven des genossenschaftlichen Führungssystems*, Göttingen, 45-70.
- Münkner, H. H. (2013). *Blaupause des Internationalen Genossenschaftsbundes (IGB) für eine Dekade der Genossenschaften 2012–2020*. Übersetzung aus dem Englischen, Zusammenfassung und Kommentierung für den deutschen Leser, Marburg.
- Peemöller, V. (2005). Genossenschaften als „historische“ und moderne Form der Kooperation. *Kooperationen, Allianzen und Netzwerke*, 2, 405-427.
- Philipps, R. (2014). Möglichkeiten und Grenzen zur Stärkung der genossenschaftlichen Unternehmensform (pp. 73-80). Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.
- Rössl D.; Hatak I.; Radakovics S. (2014), *Das Image von Genossenschaften in Österreich*. Eine unbekannte, aber sympathische Organisationsform, Facultas, Wien
- Röhl, D., Jungmeister, A., & Taisch, F. (2015). Genossenschaftliche Werte in der öffentlichen Wahrnehmung. *Zeitschrift für das gesamte Genossenschaftswesen*, 65(4), 279-300.
- Schäfer, A. (2009). Alles halb so schlimm? Warum eine sinkende Wahlbeteiligung der Demokratie schadet. In *MPIfG Jahrbuch 2009-2010* (pp. 33-38). Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung.
- Stappel, M. (2014). Der IGB-Blueprint für eine Dekade der Genossenschaften und die Idee der marktwirtschaftlichen Genossenschaft als Selbsthilfeeinrichtung. In *Blueprint des IGB für eine Dekade der Genossenschaften in kritischer Betrachtung* (pp. 57-72). Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.
- Solt, F. (2008). Economic Inequality and Democratic Political Engagement. *American Journal of Political Science* 52, 48–60 (2008).
- Taisch, F. / Jungmeister, A. / D’Inca – Keller, I. / Troxler, T. (2012). Differenzierungsmerkmale der Unternehmensplattform Genossenschaft und ihr strategisches Potenzial, Forschungsbericht, Universität Luzern IFU | BLI, 2012.
- Taisch, Franco / Jungmeister, Alexander / Fabrizio, Nadja / D’Inca- Keller, Ingrid (2014), *Strategische Handlungsfelder Revision Genossenschaftsrecht*. Forschungsbericht, Universität Luzern IFU | BLI, 2014.
- Taisch, F., Jungmeister, A., / D’Inca- Keller, I., (2014). Der ICA Blueprint – Eine Strategie zur Multiplikation des Genossenschaftsmodells? In: *Blueprint des IGB für eine Dekade der Genossenschaften in kritischer Betrachtung*, Marburger Kolloquium 2013, Marburger Schriften zur genossenschaftlichen Kooperation 115, Universität Marburg April 2014, Nomos Verlag, Baden-Baden, 2014, 81-93.



- Taisch, Franco / Jungmeister, Alexander (2014), Der Beitrag der genossenschaftlichen DNA als Basis für Wachstum und Differenzierungsstrategien, in: *Genossenschaftswissenschaft zwischen Theorie und Geschichte: Festschrift für Prof. Dr. Johann Brazda zum 60. Geburtstag*, EHV Academicpress, 2014, ISBN-10: 3945021111, ISBN-13: 978-3945021118 .
- ten Haaf, H. J., & Meister, R. (2012). Profilbildende Stärken des genossenschaftlichen Geschäftsmodells. In *Genossenschaftliche Kooperation-anders wirtschaften!* (pp. 131-151). Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.
- Theurl, T. (2002), Shareholder- oder Member-Value – AG oder eG: zwei unterschiedliche Unternehmenswelten?, in: *Geno – Zeitschrift des Württembergischen Genossenschaftsverbandes*, 2002, H. 5, 19-21.
- Theurl, T., Böttinger, J. (2007). Stakeholderorientierte Berichterstattung in Genossenschaften: Einordnung, Zielsetzung und Grundsätze des MemberValue-Reportings. Arbeitspapiere des Instituts für Genossenschaftswesen der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster, No. 70.
- Theurl, T., & Wendler, C. (2011). Was weiß Deutschland über Genossenschaften? Shaker. Münstersche Schriften zur Kooperation Westfälischen Wilhelms-Universität Münster, Band 96.
- Tschöpel, Michael (2011), Die Ausgestaltung der MemberValue-Strategie – eine hypothesenbasierte Auswertung einer explorativen Vorstudie, Arbeitspapiere des Instituts für Genossenschaftswesen der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster, Band: 109, Münster 2011.
- Walk, H. (2011). Partizipationsformen und neue Beteiligungsprojekte im Rahmen des Governancebegriffs. In: *Mehr Bürgerbeteiligung wagen* (pp. 63-71). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Wendler, C. (2011). Die Genossenschaft als Marke? Eine Analyse der Übertragbarkeit von Markenaspekten auf ein Geschäftsmodell mit besonderen Merkmalen, Arbeitspapiere des Instituts für Genossenschaftswesen der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster, No. 106.
- Zittel, T. (2004). Partizipative Demokratie und Politische Partizipation. In *Demokratietheorie und Demokratieentwicklung* (pp. 55-74). VS Verlag für Sozialwissenschaften.