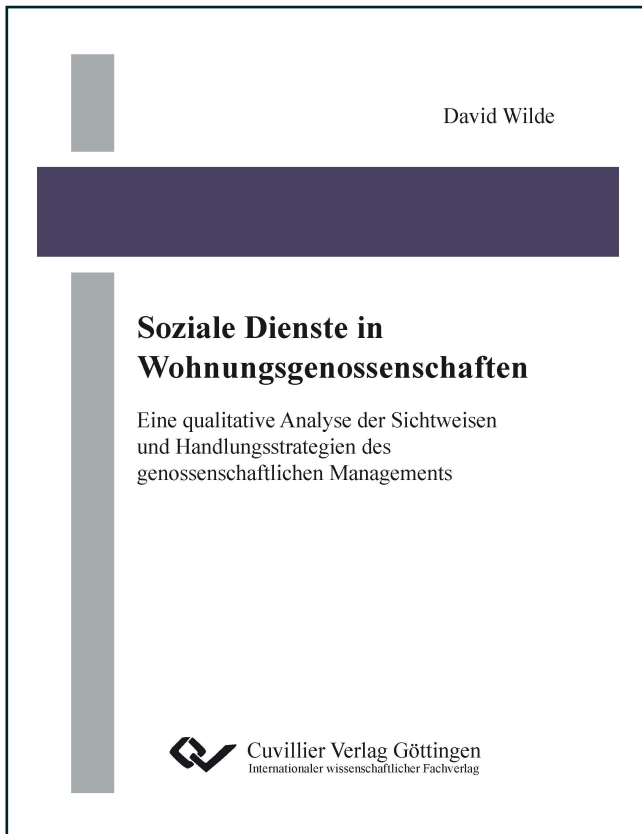




David Wilde (Autor)

## **Soziale Dienste in Wohnungsgenossenschaften**

Eine qualitative Analyse der Sichtweisen und Handlungsstrategien des genossenschaftlichen Managements



<https://cuvillier.de/de/shop/publications/6734>

Copyright:

Cuvillier Verlag, Inhaberin Annette Jentsch-Cuvillier, Nonnenstieg 8, 37075 Göttingen, Germany

Telefon: +49 (0)551 54724-0, E-Mail: [info@cuvillier.de](mailto:info@cuvillier.de), Website: <https://cuvillier.de>



## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>EINLEITUNG .....</b>	<b>15</b>
1.1	PROBLEMSTELLUNG .....	12
1.2	AUFBAU DER UNTERSUCHUNG .....	22
1.3	METHODISCHES VORGEHEN .....	24
<b>2</b>	<b>WOHNUNGSGENOSSENSCHAFTEN IM KONTEXT VON WOHNUNGSMARKT UND WOHNUNGSWIRTSCHAFT .....</b>	<b>27</b>
2.1	DAS WIRTSCHAFTSGUT WOHNUNG UND SEINE BESONDERHEITEN .....	27
2.1.1	Charakteristika des Sachgutes Wohnung aus Nachfragersicht .....	28
2.1.2	Die Perspektive der Anbieter auf dem Wohnungsmarkt .....	31
2.1.3	Der Wohnungsmarkt und seine Teilmärkte .....	34
2.2	DIE UNTERNEHMERISCHE WOHNUNGSWIRTSCHAFT .....	38
2.2.1	Unternehmenstypologien der Anbieter am (Miet-) Wohnungsmarkt .....	39
2.2.2	Empirische Daten zu den Bestandsgrößen der Wohnungsunternehmen .....	47
2.2.3	Veränderungen und Herausforderungen auf dem Wohnungsmarkt .....	52
<b>3</b>	<b>NEUORIENTIERUNG UND EVOLUTION DER WOHNUNGSWIRTSCHAFT .....</b>	<b>61</b>
3.1.1	Neue Anforderungen an das Management und die Organisationsstrukturen .....	61
3.1.2	Kundenorientierung als wohnungswirtschaftliche Wettbewerbsstrategie .....	67
3.1.3	Wohnbegleitende Dienstleistungen als strategische Option .....	69
<b>4</b>	<b>WOHNUNGSGENOSSENSCHAFTEN ALS RECHTS-, ORGANISATIONS- UND UNTERNEHMENSFORM .....</b>	<b>78</b>
4.1	DIE RECHTSFORM DER EINGETRAGENEN GENOSSENSCHAFT .....	78
4.2	ENTWICKLUNG GENOSSENSCHAFTLICHER STRUKTUREN IN DER WOHNUNGSWIRTSCHAFT .....	81
4.2.1	Historische Einbettung der Wohnungsgenossenschaften in Deutschland .....	82
4.2.2	Spezifische wohnungsgenossenschaftliche Organisationsprinzipien .....	86
4.3	BESONDERHEITEN DER UNTERNEHMENSFÜHRUNG IN WOHNUNGSGENOSSENSCHAFTEN .....	93
4.3.1	Der Member-Value bei Wohnungsgenossenschaften .....	95
4.3.2	Wohnbegleitende Dienstleistungen im Rahmen des Member-Value-Konzeptes .....	98
4.3.1	Forschungsstand zu wohnbegleitenden Dienstleistungen in Genossenschaften .....	100



---

<b>5</b>	<b>STRATEGISCHES MANAGEMENT UND DIENSTLEISTUNGSINNOVATIONEN IN WOHNUNGSGENOSSENSCHAFTEN .....</b>	<b>112</b>
5.1	BEGRIFFSABGRENZUNG.....	112
5.1.1	<b>Management</b> .....	113
5.1.2	<b>Strategie</b> .....	120
5.2	STRATEGISCHES MANAGEMENT.....	125
5.2.1	<b>Entwicklungsgeschichte des Strategischen Managements</b> .....	126
5.2.2	<b>Theoretische Grundlagen des Strategischen Managements</b> .....	129
5.2.2.1	<i>Rational-entscheidungsorientierte Ansätze</i> .....	130
5.2.2.2	<i>Ökonomische Ansätze</i> .....	135
5.2.2.3	<i>Der Strategiebegriff in der Soziologie</i> .....	139
5.2.3	<b>Konzeptionelles Referenzmodell des Strategischen Managements in Wohnungsgenossenschaften</b> .....	142
5.3	DIENSTLEISTUNGSINNOVATIONEN IM RAHMEN DES STRATEGISCHEN MANAGEMENTS.....	148
5.3.1	<b>Innovationsmanagement</b> .....	148
5.3.2	<b>Service Engineering</b> .....	153
<b>6</b>	<b>ZWISCHENFAZIT THEORETISCHER TEIL.....</b>	<b>158</b>
<b>7</b>	<b>EMPIRISCHE UNTERSUCHUNG .....</b>	<b>162</b>
7.1	FORSCHUNGSDESIGN UND ERHEBUNGSINSTRUMENTE.....	162
7.1.1	<b>Erhebungsinstrumente</b> .....	163
7.1.2	<b>Untersuchungstichprobe</b> .....	166
7.1.3	<b>Datenverdichtung und –analyse</b> .....	168
<b>8</b>	<b>DARSTELLUNG DER EMPIRISCHEN ERGEBNISSE .....</b>	<b>173</b>
8.1	„GERADE WIR GENOSSENSCHAFTEN SOLLTEN DA EIN BISSCHEN MUTIGER SEIN ALS ANDERE.“ - UNTERNEHMENSTYP I „INNOVATOREN“ .....	185
8.1.1	<b>Annäherung und Motivation</b> .....	187
8.1.2	<b>Genossenschaftliches Selbstverständnis</b> .....	191
8.1.3	<b>Mieteranforderungen und Mitgliederperspektive</b> .....	195
8.1.4	<b>Ideenfindung und Dienstleistungsentwicklung</b> .....	200
8.1.5	<b>Angebot, Trägerschaft und Organisation</b> .....	206
8.1.6	<b>Zwischenfazit</b> .....	214



## Inhaltsverzeichnis

---

8.2	„DIENSTLEISTUNGEN MACHEN DANN SINN, WENN SIE DAS KERNGESCHÄFT UNTERSTÜTZEN“ - UNTERNEHMENSTYP 2 „ADAPTIERER“ .....	215
8.2.1	<b>Annäherung und Motivation</b> .....	217
8.2.2	<b>Genossenschaftliches Selbstverständnis</b> .....	221
8.2.3	<b>Mieteranforderungen und Mitgliederperspektive</b> .....	227
8.2.5	<b>Angebot, Trägerschaft und Organisation</b> .....	240
8.2.6	<b>Zwischenfazit</b> .....	248
8.3	„FÜR UNS LOHNT SICH SO ETWAS EINFACH NICHT UND WIR BRAUCHEN SO ETWAS AUCH NICHT.“ - UNTERNEHMENSTYP 3 „SKEPTIKER“ .....	250
8.3.1	<b>Annäherung und Motivation</b> .....	252
8.3.2	<b>Genossenschaftliches Selbstverständnis</b> .....	255
8.3.3	<b>Mieteranforderungen und Mitgliederperspektive</b> .....	259
8.3.4	<b>Ideenfindung und Dienstleistungsentwicklung</b> .....	264
8.3.5	<b>Angebot, Trägerschaft und Organisation</b> .....	267
8.3.6	<b>Zwischenfazit</b> .....	270
8.4	KONTRASTIVE GESAMTBETRACHTUNG.....	273
<b>9</b>	<b>SOZIALE DIENSTE IN WOHNUNGSGENOSSENSCHAFTEN – ZWISCHEN SYMBIOSE, ZWECKGEMEINSCHAFT UND DESINTERESSE .....</b>	<b>285</b>
9.1	ZUSAMMENFASSUNG DER THEORETISCHEN UND EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNGSERGEBNISSE UND ÜBERPRÜFUNG DER HYPOTHESE .....	287
9.2	ERKENNTNISSE AUS DEN UNTERNEHMEN – WIE VIEL DIENSTLEISTUNGEN BRAUCHT EINE GUTE GENOSSENSCHAFT HEUTE? .....	289
9.3	KONSEQUENZEN FÜR DIE POLITIK – WOHNUNGSGENOSSENSCHAFTEN ALS HEILSBINGER DER ZIVILGESELLSCHAFT? .....	295
	<b>LITERATURVERZEICHNIS.....</b>	<b>309</b>
	<b>ANHANG 1) INTERVIEWLEITFADEN.....</b>	<b>333</b>
	<b>ANHANG 2) KURZFRAGEBOGEN .....</b>	<b>337</b>
	<b>ANHANG 3) DATENAUSWERTUNG .....</b>	<b>341</b>