

***Trends und neue Zielgruppen –  
Mitgliederorientierung als  
Wettbewerbsvorteil für  
Genossenschaften***

*Univ.-Prof. Dr. Theresia Theurl  
Institut für Genossenschaftswesen  
Universität Münster*



The screenshot shows the homepage of the IfG Münster website. The browser window title is "Institut für Genossenschaftswesen - Mozilla Firefox". The address bar shows "http://www.wiwi.uni-muenster.de/06/". The website header includes the IfG Münster logo and navigation tabs: "Aktuelles", "Profil", "Organisation", "Studium", "Forschung", "Netzwerk", and "Kontakt".

**Institut für Genossenschaftswesen**  
Prof. Dr. Theresia Theurl  
Am Stadtgraben 9  
48143 Münster  
Tel.: 0251/83-22890  
Fax: 0251/83-22804

- Startseite
- WWU Münster
- E-Mail
- Wegbeschreibung
- Impressum

**Willkommen im Institut für Genossenschaftswesen**

Unternehmen erwirtschaften heute einen zunehmenden Anteil ihrer Wertschöpfung in Kooperationen. Deren Ausgestaltungen, ihr Management, die Ursachen und Wirkungen sowie ihr staatlicher Regulierungsbedarf bilden den Inhalt der Aktivitäten des Instituts für Genossenschaftswesen (IfG) in Forschung, Lehre und Praxistransfer.

**Aktuelles aus dem Studium**

**Herzliche Einladung zum Kennenlernabend am IfG**  
Termin und Informationen finden Sie hier.

**Vorbesprechung für angemeldete Bachelor-, Diplom- und Masterarbeiten (Zeitraum 01.07.-30.09.2010)**  
Termine der Vorbesprechung finden Sie hier.

**Veranstaltungen im Sommersemester 2010**  
Hier finden Sie alle Informationen zu den Vorlesungen und Seminaren im Sommersemester 2010 des IfG.

**Bachelor-, Master- oder Diplomarbeit am IfG**  
Ausführliche Informationen zu einer Bachelor-, Master- oder Diplomarbeit am IfG finden Sie hier.

**Aktuelles für die Praxis**

**15. Symposium "Perspektiven für Wohnungsgenossenschaften"**  
Neue Wohnformen für zukünftige Herausforderungen. 25. März 2010

**Wissenschaft und Praxis im Gespräch am 31. Mai 2010**  
Thema: Auslagerung im genossenschaftlichen FinanzVerbund - Effizienz, Qualität, Akzeptanz

**IfG-Vortrag: Starker Staat, große Unternehmen: Kommt der Mittelstand unter die Räder?**  
Prof. Dr. Norbert Berthold, Universität Würzburg, 9. März

**TOP-Adressen**

- IfG Events
- IfG Publikationen
- Newsletter
- Neuerwerbungen
- Medienecho
- UK-Glossar
- Coop-Watching
- Hohenheimer Oberseminar
- myIfG (Login/Registrierung)

**Wirtschaftspolitischer Ausschuss**

**Wirtschaftssysteme und Institutionenökonomik**

**Volltextsuche:**

Erweiterte Suche

**Das aktuelle Stichwort aus dem UK-Glossar:**

**Faktorspezifität**

**Alumni Treffen 2010**

Am 26. und 27. März 2010 findet das nächste IfG-Alumni Treffen statt. Nähere Informationen dazu finden Sie hier.

**Verlängerte Öffnungszeiten**

Die Öffnungszeiten der IfG-Bibliothek wurden verlängert.

|                     |                                       |
|---------------------|---------------------------------------|
| Montag bis Freitag: | 9.00 - 12.00 Uhr<br>13.00 - 18.00 Uhr |
|---------------------|---------------------------------------|

Die verlängerten Öffnungszeiten werden aus Studienbeiträgen finanziert!

**Kontaktkarte**

Studentenkontakt zum IfG. [Hier](#) können sich Studenten des Wahlpflichtfaches Unternehmenskooperation [eintragen](#).

# Zusammenhang

## Trendvielfalt

## Relevante Trends

## Genossenschaftl. Wohnen

Flexibilität  
Schnelllebigkeit  
Wirtschaftliche Polarisierung  
Pluralität der Lebensstile  
Dominanz der Senioren  
Frauenpower  
Privatheit  
Selbstverwirklichung  
Urbanisierung  
Lebensqualität  
Spiritualisierung  
Energiesensibilität

**Demografie**  
**Mobilität**  
**Ausdifferenzierung**  
**Multikulturalität**  
**Individualisierung**  
**Lebensqualität**  
**Rückzug des Staates**

**MemberValue  
Strategie**

# Folgen

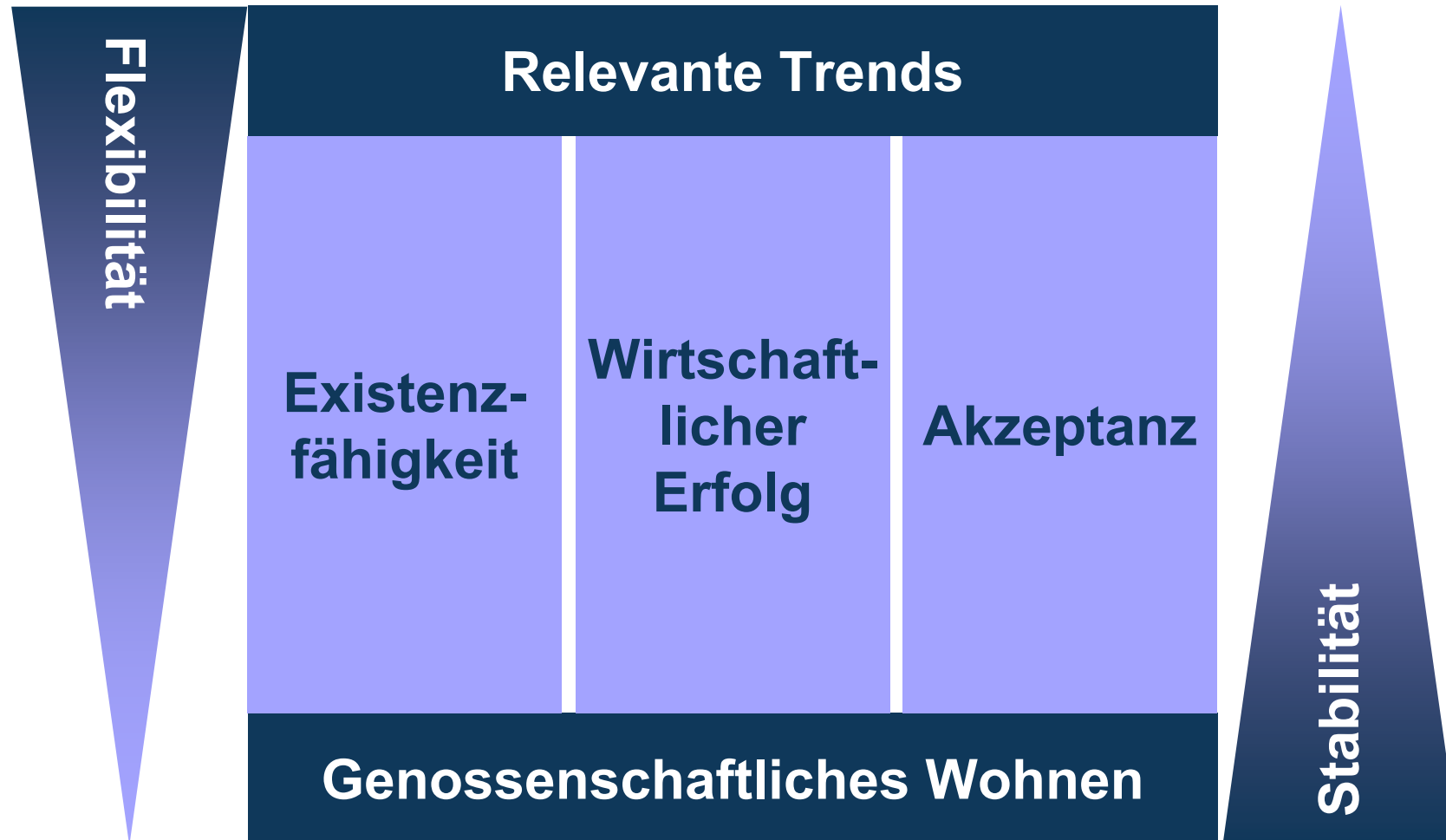
|                  |  |
|------------------|--|
| <b>Früher</b>    | <b>Relativ homogene Mitgliederstruktur</b> |
| <b>Zukünftig</b> | <b>Heterogenisierung</b>                   |

|                |                                   |
|----------------|-----------------------------------|
| <b>Aufgabe</b> | <b>Definition von Zielgruppen</b> |
|----------------|-----------------------------------|

**Flexibilität des Wohn- und Dienstleistungsportfolios**

**Aber: Innere Stabilität wahren**

# Anforderungen



# Vom Trend zur Zielgruppe

**Trendscreening durchführen**

**Relevante Trends identifizieren**

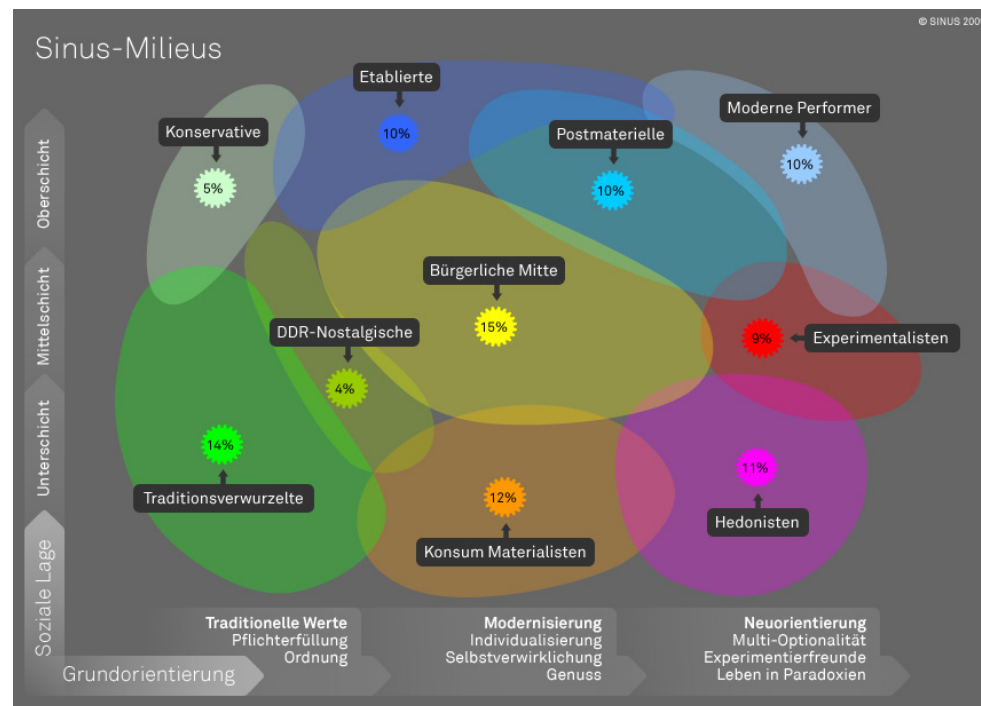
**Relevante Zielgruppen ableiten**

- ▶ Standardisierte Typen
- ▶ Selbstdefinierte Typen

**Aktuelle und zukünftige Mitglieder differenzieren**

# Identifikation von Zielgruppen I: Standardisiert

z.B. Sinus-Milieus



## Vorteile:

- Standardisiert
- Vergleichbarkeit

## Nachteile:

- Zu allgemein
- Nicht bedarfsgerecht für Wohnungsgenossenschaften

# Identifikation von Zielgruppen II: Selbstdefiniert

## Individuelles Suchschema entwickeln

### Soziodemografische Kriterien:

- ▶ Geschlecht, Alter
- ▶ Familienstand, Zahl der Kinder
- ▶ Haushaltsgröße
- ▶ Beruf, Ausbildung
- ▶ Einkommen
- ▶ etc.

### Psychografische Kriterien:

- ▶ Lebensstil (Aktivitäten, Interessen, allg. Einstellungen, etc.)
- ▶ Soziale Orientierung
- ▶ Wahrnehmungen, Motive
- ▶ Genossenschaftliche Werte
- ▶ Nutzensvorstellungen

### Verhaltensorientierte Kriterien:

- ▶ Preisklasse
- ▶ „Schnäppchenorientierung“
- ▶ Mediennutzung
- ▶ Loyalität
- ▶ Dienstleistungsaffinität
- ▶ Genossenschaftsorientierung

### Geografische Kriterien:

- ▶ Ortsteile
- ▶ Wohngebiete, Quartiere
- ▶ Urban vs. Rural



# Anforderungen an Zielgruppentypen

|                           |  |
|---------------------------|--|
| <b>Nachfragerrelevanz</b> | Typen müssen geeignete Rückschlüsse auf das Wohn- und Mietverhalten bzw. auch die Solvabilität zulassen              |
| <b>Messbarkeit</b>        | Kriterien müssen direkt oder indirekt messbar sein (Daten, Befragung, statistische Methoden)                         |
| <b>Erreichbarkeit</b>     | Zielgruppen müssen auch ebenso gezielt angesprochen werden können  |
| <b>Handlungsfähigkeit</b> | Es müssen die zur Ansprache der Zielgruppen nötigen Instrumente vorhanden sein                                       |
| <b>Wirtschaftlichkeit</b> | Nutzen der Erhebung der Zielgruppen und Einsatz der zielgruppenorientierten Instrumente muss deren Kosten überwiegen |

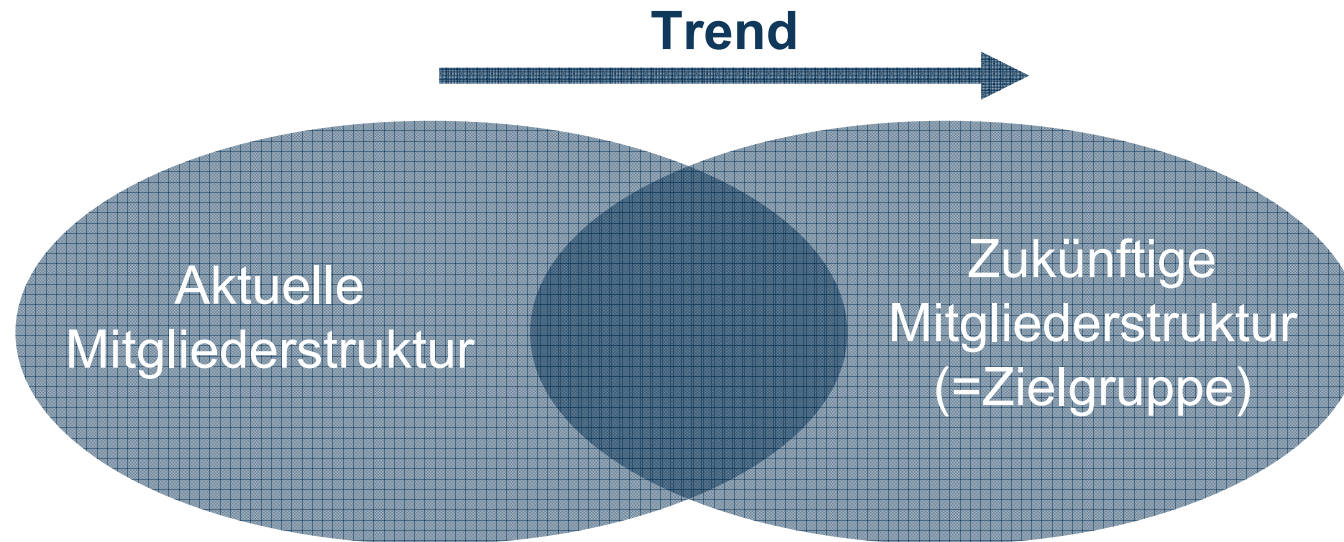
# Trends und Zielgruppentypologien verbinden

**Frage:  
Welcher Trend stärkt / beeinträchtigt welches Merkmal?**

| Beispiel               |                   |                    |
|------------------------|-------------------|--------------------|
| Sozio-<br>demografisch | Geschlecht        | männlich           |
|                        |                   | weiblich           |
|                        | Alter             | 18-45              |
|                        |                   | 45-65              |
|                        |                   | 65+                |
|                        | Zahl der Kinder   | 1                  |
|                        |                   | 2                  |
|                        |                   | 3+                 |
|                        | Einkommen         | -1000              |
|                        |                   | 1000-2000          |
|                        |                   | 2000-3000          |
|                        |                   | 3000+              |
| Psycho-<br>grafisch    | Lebensstil        | Freizeitorientiert |
|                        |                   | Sport              |
|                        |                   | Gesell. Engagiert  |
|                        | Nutzenvorstellung | Gesundheit         |
|                        |                   | Altruistisch       |

| Rückzug des Staates |                      |
|---------------------|----------------------|
|                     | 0                    |
|                     | 0                    |
|                     | 0                    |
|                     | +                    |
|                     | ++ (Rückgang Pflege) |
|                     | 0                    |
|                     | 0/+                  |
|                     | + (Kinderbetreuung)  |
|                     | ++                   |
|                     | +                    |
|                     | 0                    |
|                     | 0                    |
|                     | 0                    |
|                     | 0                    |
|                     | ++                   |
|                     | 0                    |
|                     | +                    |

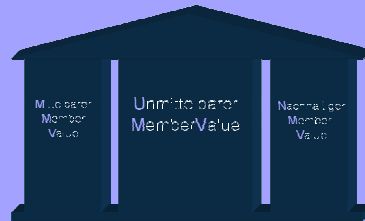
# Aufgabe



▶ **Ermittle Status quo der Mitgliederstruktur und mögliche zukünftige Mitgliederstruktur(en)**

▶ **Leite daraus die Zielgruppenstrategie ab**

# Wohnungsgenossenschaften



## MemberValue-Strategie

Wohnungen

Dienstleistungen

Partnerschaft/  
Nachbarschaft

Anpassung an neue Zielgruppen

Zukünftiger MemberValue

# Mitgliedschaft und Trends

|                            |  |
|----------------------------|--|
| <b>Demografie</b>          | <b>Langfristige Bindung</b>                      |
| <b>Ausdifferenzierung</b>  | <b>Wohnungsportfolio</b>                         |
| <b>Individualisierung</b>  | <b>Nähe, Kommunikation</b>                       |
| <b>Lebensqualität</b>      | <b>Mitentscheidung, Nachbarschaft</b>            |
| <b>Rückzug des Staates</b> | <b>Private Selbsthilfe in der Genossenschaft</b> |
| <b>Multikulturalität</b>   | <b>Neutral</b>                                   |
| <b>Mobilität</b>           | <b>Neutral – Negativ</b>                         |

# Trends und Genossenschaften



**Welche Wirkungen haben aktuelle Megatrends auf die genossenschaftliche Rechtsform?**

# Trends und Genossenschaften

|  | Kooperation und gemeinschaftliches Unternehmen              | Selbständigkeit und Dezentralität                     | Kollektive Selbsthilfe und Mitgliedschaft | Kleinheit und Gleichberechtigung der Partner              |
|--|---|---|---|---|
| Informations- und Wissensorientierung  | Nutzung von Wissen in Netzwerken                            | Anwendung idiosynkratischen Wissens                   | Abbau von Informationsasymmetrien         | Vertrauensatmosphäre                                      |
| Individualisierung und Wertpluralismus | Privatisierungsoptionen / Probleme durch Individualisierung | Autonomie als Ausdruck der Individualisierung         | Mitgliedschaft als Bindungsinstrument     | Mitgliedergruppe als soziales Netzwerk                    |
| Dienstleistungsorientierung            | Integration des externen Faktors                            | Handlungsspielraum für Anwendung spezifischen Wissens | Integration des externen Faktors          | Standardisierungspotential individueller Dienstleistungen |

# Wettbewerbsfähigkeit

**Kenne die Trends**

**Kenne die Mitglieder**

**Bestimme neue Zielgruppen**

**Beachte die Langfristigkeit**





The screenshot shows the homepage of the IfG Münster website. The browser title is "Institut für Genossenschaftswesen - Mozilla Firefox". The address bar shows "http://www.wiwi.uni-muenster.de/06/". The website header includes the IfG Münster logo and navigation tabs: "Aktuelles", "Profil", "Organisation", "Studium", "Forschung", "Netzwerk", and "Kontakt".

**Institut für Genossenschaftswesen**  
Prof. Dr. Theresia Theurl  
Am Stadtgraben 9  
48143 Münster  
Tel.: 0251/83-22890  
Fax: 0251/83-22804

- Startseite
- WWU Münster
- E-Mail
- Wegbeschreibung
- Impressum

**Willkommen im Institut für Genossenschaftswesen**

**Aktuelles aus dem Studium**

**Herzliche Einladung zum Kennenlernabend am IFG**  
Termin und Informationen finden Sie hier.

**Vorbesprechung für angemeldete Bachelor-, Diplom- und Masterarbeiten (Zeitraum 01.07.-30.09.2010)**  
Termine der Vorbesprechung finden Sie hier.

**Veranstaltungen im Sommersemester 2010**  
Hier finden Sie alle Informationen zu den Vorlesungen und Seminaren im Sommersemester 2010 des IFG.

**Bachelor-, Master- oder Diplomarbeit am IFG**  
Ausführliche Informationen zu einer Bachelor-, Master- oder Diplomarbeit am IFG finden Sie hier.

**Aktuelles für die Praxis**

**15. Symposium "Perspektiven für Wohnungsgenossenschaften"**  
Neue Wohnformen für zukünftige Herausforderungen. 25. März 2010

**Wissenschaft und Praxis im Gespräch am 31. Mai 2010**  
Thema: Auslagerung im genossenschaftlichen FinanzVerbund - Effizienz, Qualität, Akzeptanz

**IFG-Vortrag: Starker Staat, große Unternehmen: Kommt der Mittelstand unter die Räder?**  
Prof. Dr. Norbert Berthold, Universität Würzburg, 9. März

**TOP-Adressen**

- IFG Events
- IFG Publikationen
- Newsletter
- Neuerwerbungen
- Medienecho
- UK-Glossar
- Coop-Watching
- Hohenheimer Oberseminar
- myIFG (Login/Registrierung)

**Wirtschaftspolitischer Ausschuss**

**Wirtschaftssysteme und Institutionenökonomik**

**Volltextsuche:**

Erweiterte Suche

**Unternehmen erwirtschaften heute einen zunehmenden Anteil ihrer Wertschöpfung in Kooperationen. Deren Ausgestaltungen, ihr Management, die Ursachen und Wirkungen sowie ihr staatlicher Regulierungsbedarf bilden den Inhalt der Aktivitäten des Instituts für Genossenschaftswesen (IFG) in Forschung, Lehre und Praxistransfer.**

Das aktuelle Stichwort aus dem UK-Glossar:

**Faktorspezifität**

**Alumni Treffen 2010**

Am 26. und 27. März 2010 findet das nächste IFG-Alumni Treffen statt. Nähere Informationen dazu finden Sie hier.

**Verlängerte Öffnungszeiten**

Die Öffnungszeiten der IFG-Bibliothek wurden verlängert.

|                     |                                       |
|---------------------|---------------------------------------|
| Montag bis Freitag: | 9.00 - 12.00 Uhr<br>13.00 - 18.00 Uhr |
|---------------------|---------------------------------------|

Die verlängerten Öffnungszeiten werden aus Studienbeiträgen finanziert!

**Kontaktkarte**

Studentenkontakt zum IFG. [Hier](#) können sich Studenten des Wahlpflichtfaches Unternehmenskooperation [eintragen](#).