

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	XV
Tabellenverzeichnis	XX
Abkürzungsverzeichnis.....	XXIV
1 Einführung	1
1.1 Problemstellung und Zielsetzung der Arbeit.....	1
1.2 Aufbau der Arbeit.....	4
2 Genossenschaftsbanken	7
2.1 Charakteristika.....	7
2.1.1 Einordnung in das deutsche Bankensystem	7
2.1.2 Dezentrale Kontrolle und Entscheidungsfindung	10
2.1.3 Förderung von Mitgliedern	13
2.1.4 Regionalprinzip und Subsidiaritätsprinzip.....	14
2.2 Der MemberValue	16
2.2.1 Definition nach THEURL (2002)	16
2.2.2 Der MemberValue im wissenschaftlichen Diskurs.....	18
2.2.3 Erklärungsmodell nach TSCHÖPEL (2013).....	20
3 Genossenschaftsbanken in einer dynamischen Umwelt.....	24
3.1 Analyse der Umwelt	24
3.1.1 Klassische Wettbewerber und Wettbewerbsintensität	25
3.1.2 Analyserahmen	28
3.1.3 Regulatorische Entwicklungen.....	30
3.1.4 Ökonomische Entwicklungen	34
3.1.5 Technologische Entwicklungen	37
3.1.6 Gesellschaftliche Entwicklungen	43
3.1.7 Aggregation der Ergebnisse	46
3.2 Fusionen als Reaktion	47
3.2.1 Kooperationstheoretische Einordnung	47

3.2.2	Entwicklung im Zeitverlauf	49
3.2.3	Erfolg von Fusionen.....	52
4	Fusionen und ihr Einfluss auf den MemberValue – Aktueller Forschungsstand.....	57
4.1	Vorbemerkungen zur Literaturstudie	57
4.1.1	Vorgehen zur Identifizierung relevanter Literatur.....	57
4.1.2	Beschreibung und Auswertung struktureller Merkmale	58
4.1.3	Beschreibung und Auswertung inhaltlicher Merkmale	60
4.2	Ergebnisse der Literaturstudie.....	65
4.2.1	Unmittelbarer MemberValue	66
4.2.1.1	Beratung und Leistung	66
4.2.1.2	Rahmenbedingungen.....	73
4.2.1.3	Vertrauen.....	77
4.2.1.4	Mitgliedernetzwerk	77
4.2.1.5	Informationsvermittlung (über klassische Beratung hinaus)	79
4.2.2	Mittelbarer MemberValue.....	80
4.2.3	Nachhaltiger MemberValue	81
4.2.3.1	Kontrolle	81
4.2.3.2	Optionsnutzen	87
4.2.3.3	Investition.....	99
4.2.3.4	Interaktion	100
4.2.4	Aggregation der Ergebnisse	101
5	Die externe Fusionskommunikation von Genossenschaftsbanken im Kontext des MemberValues	104
5.1	Vorbemerkungen zur qualitativen Inhaltsanalyse	104
5.1.1	Wahl der allgemeinen Analyseverfahren	104
5.1.2	Fragestellung der Analyse.....	110
5.1.3	Festlegung des Untersuchungsmaterials	113

5.1.3.1	Untersuchungsgegenstand.....	113
5.1.3.2	Untersuchungszeitraum.....	114
5.1.3.3	Materialbeschaffung.....	121
5.1.3.4	Ergänzende Beschreibung.....	124
5.1.4	Konkretisierung der Analysemethode.....	126
5.2	Inhaltsanalytische Auswertung.....	133
5.2.1	Allgemeine Erkenntnisgewinne	135
5.2.1.1	Relevanz einzelner Dokumententypen	135
5.2.1.2	Direkter Bezug zum Förderauftrag	139
5.2.1.3	Relevante MemberValue-Ebenen	142
5.2.1.4	Angesprochene Wirkungsrichtung.....	146
5.2.1.5	Individualität der Kommunikation.....	149
5.2.2	Zentrale Einflussfaktoren auf den Unmittelbaren MemberValue.....	150
5.2.2.1	Erreichbarkeit.....	153
5.2.2.2	Preis- und Leistungsverhältnis	159
5.2.2.3	Produkt- und Dienstleistungsportfolio	165
5.2.2.4	Ansprechpartner	169
5.2.3	Zentrale Einflussfaktoren auf den Nachhaltigen MemberValue.....	175
5.2.3.1	Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit.....	179
5.2.3.2	Interaktion	188
5.2.3.3	Machtverhältnisse	195
5.2.4	Aggregation der Ergebnisse	199
5.3	Güte der durchgeführten Analyse.....	205
5.3.1	Reliabilität	206
5.3.2	Validität.....	210
6	Zusammenfassung und Ausblick.....	213
6.1	Zusammenfassung der Ergebnisse	213
6.2	Kritische Würdigung	221
6.3	Weiterer Forschungsbedarf	221

6.4	Handlungsempfehlungen für Genossenschaftsbanken.....	223
Anhang	228
Literaturverzeichnis	250
Gesetzesverzeichnis	295