

Zukunftsstrategien für Wohnungsgenossenschaften vor dem Hintergrund sich wandelnder Rahmenbedingungen

Band 55 der Reihe „Veröffentlichungen“ des Forschungsinstituts für Genossenschaftswesen an der Universität Erlangen-Nürnberg, ISBN 978-3-924677-37-4, 380 S. und LIV Seiten, Nürnberg 2009.

Das Problem

Vor dem Hintergrund maßgeblicher Modifikationen der institutionellen Rahmenbedingungen, die Anfang der 90er Jahre aus dem Wegfall des Wohnungsgemeinnützigkeitsgesetzes resultierten, sind immer noch viele Wohnungsgenossenschaften auf der Suche nach einem neuen, zeitgemäßen Selbstverständnis. Ferner sehen sich genossenschaftliche Wohnungsunternehmen mit einem weit reichenden gesellschaftlichen Wandel konfrontiert. Schlagworte wie ‚Individualisierung‘ und ‚Pluralisierung‘ verdeutlichen diesen elementaren Veränderungsprozess und verweisen zugleich auf die damit einhergehende Differenzierung der Nachfrageprofile. Nicht zuletzt ist es die prognostizierte demographische Entwicklung der deutschen Bevölkerung, die eine strategische Neuorientierung genossenschaftlicher Wohnungsunternehmen unabdingbar macht.

Der Forschungsansatz

Im Rahmen dieser Arbeit wird auf Grundlage einer umfassenden literaturanalytischen Untersuchung der allgemeinen Umweltbedingungen sowie einer als Mitgliederbefragung konzipierten empirischen Unternehmensanalyse ein geeignetes, speziell auf die Rechtsform der eG zugeschnittenes Strategiekonzept erarbeitet, mit welchem Wohnungsgenossenschaften zukünftig den Herausforderungen des Marktes begegnen können, ohne dabei ihre spezifische Wesensart aus den Augen zu verlieren.

Die Ergebnisse

Nicht nur die baulich/technische Anpassung des genossenschaftlichen Wohnungsbestandes an veränderte und differenzierte Nachfragebedürfnisse wird zukünftig von zentraler Wichtigkeit sein, sondern auch die Ausweitung des Leistungsangebots auf dienstleistungsbezogene Fördererlemente „rund um das Wohnen“. Auch können Wohnungsgenossenschaften durch das Angebot von „Gemeinschaft“ zukünftig vermehrt auftretenden Vereinsamungstendenzen gerade dieser Bevölkerungsgruppen aktiv entgegenwir-

ken. Die hieraus resultierenden Konsequenzen sind nicht nur für das einzelne Individuum positiv zu werten, sondern auch gesamtgesellschaftlich zu begrüßen.

Mit der Darstellung verschiedener unternehmensentwicklungs- und wettbewerbsstrategischer Optionen wurden zudem Ansätze aufgezeigt, wie Wohnungsgenossenschaften mittels Kosteneffizienz, Differenzierung und Spezialisierung ihre eigene Marktposition steuern und sich mit ihren Produkt-Markt-Kombinationen gegenüber der Konkurrenz am Wohnungsmarkt durchsetzen können, um damit die ökonomisch notwendigen Voraussetzungen für eine artspezifische und erfolgreiche Mitgliederförderung zu schaffen.

Mit der Systematisierung strategischer Optionen hinsichtlich ihres Wirkungsziels in fördererfolgs- und markterfolgsorientierte Strategieelemente, wird ein ganzheitliches Unternehmenskonzept entworfen, das der Forderung nach Wettbewerbsfähigkeit des genossenschaftlichen Systems Rechnung trägt und zugleich eine (Re-)Orientierung am Fördererfolg erlaubt. Denn nur unter Berücksichtigung des interdependenten Wirkungsspiels zwischen Markt- und Fördererfolg ist eine zukunftsweisende, erfolgs- und existenzsichernde Strategieentwicklung möglich, welche mit dem genossenschaftlichen Unternehmenszweck, der langfristigen Besserstellung der Mitglieder am Wohnungsmarkt, in Einklang steht. Das wohnungswirtschaftliche Anforderungsprofil, als dem unbedingten Einstellen der Geschäftstätigkeit auf die (veränderten) Marktgegebenheiten, wird in diesem Sinne zu einem wohnungsgenossenschaftlichen Anforderungszweckklang. Das Herausstellen des „genossenschaftlichen“ wird als Schlüsselfaktor zur Existenzsicherung und zum Erfolg wohnungsgenossenschaftlicher Kooperationen angesehen. Nur auf diese Weise kann die Tradition erfolgreich in die Zukunft getragen werden.
