

Inhaltsverzeichnis

1	Einordnung in das System genossenschaftlicher Prinzipien	4
2	Das genossenschaftliche Identitätsprinzip	5
2.1	Kennzeichnung	5
2.2	Frühere Versuche einer Aufwertung des Identitätsprinzips	6
2.3	Die Beziehung zur Mitgliederförderung	7
3	Abweichungen vom Identitätsprinzip in der Praxis	10
3.1	Überblick	10
3.2	Geschäftspartner sind keine Mitglieder	11
3.3	Mitglieder sind keine Geschäftspartner (mehr)	12
3.4	Mitglieder können (noch) keine Geschäftspartner sein	13
4	Welche Bedeutung hat das Identitätsprinzip in der Praxis?	15
5	Mitgliederbindung und Identitätsprinzip	17
6	Strategien zur Aufwertung des Identitätsprinzips	18
6.1	Akquisition von Nur-Kunden oder Nur-Lieferanten als Neumitglieder	18
6.2	Maßnahmen zur Reduktion von Kapitalanlegermentalität	19
6.3	Zulassung bestimmter Mitgliedschaften nur im Ausnahmefall	20
7	Schlussbemerkungen	22
8	Literaturverzeichnis	23