

ERGEBNISSE DER KUNDENZUFRIEDENHEITSANALYSE 2024

InWIS Forschung & Beratung GmbH

- Projekt:** Mieterbefragung im Auftrag der ggw
- Zielgruppe:** Mieter*innen der ggw
- Stichprobe, Erhebung:**
- (teil-)standardisierter Fragebogen, telefonische Befragung und Onlinebefragung; durchgeführt im Zeitraum September – Oktober 2023
 - teilgenommen haben 676 Haushalte
- Untersuchungsziele:** Die Ermittlung von Hinweisen für wohnungswirtschaftliche Handlungsfelder wie:
- Analyse der Zufriedenheiten bzw. Bewertungen in den Bereichen Wohnung/Wohngebäude, Wohnumfeld, Service/Kundenorientierung,
 - Analyse von Fluktuationsabsichten und der Kundenbindung,
 - Analyse von Modernisierungspotenzialen,
 - Ableitung von Handlungsbedarfen zur Steigerung der Kundenzufriedenheit und -bindung bzw. zur Neukundengewinnung,
 - Unternehmensbenchmark,
 - Vergleich mit den Vorgängerbefragungen.

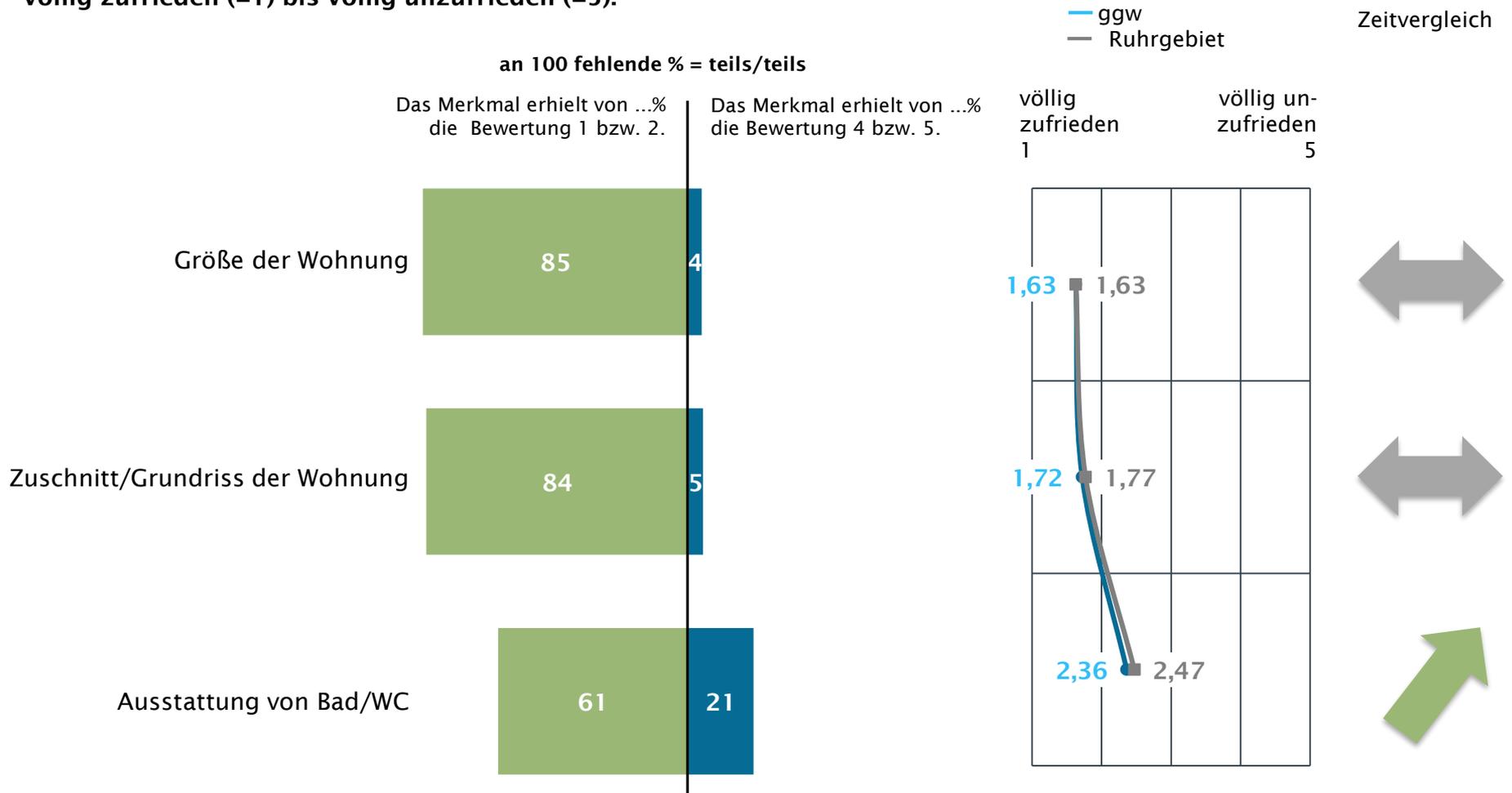
MESSUNG VON WOHNZUFRIEDENHEIT

ZUSAMMENSETZUNG DER TEILBEREICHE UND DIMENSIONEN



TEILBEREICH WOHNUNG/WOHNGEBÄUDE ZUFRIEDENHEIT MIT DEN MERKMALEN DER DIMENSION WOHNUNG - GESAMT

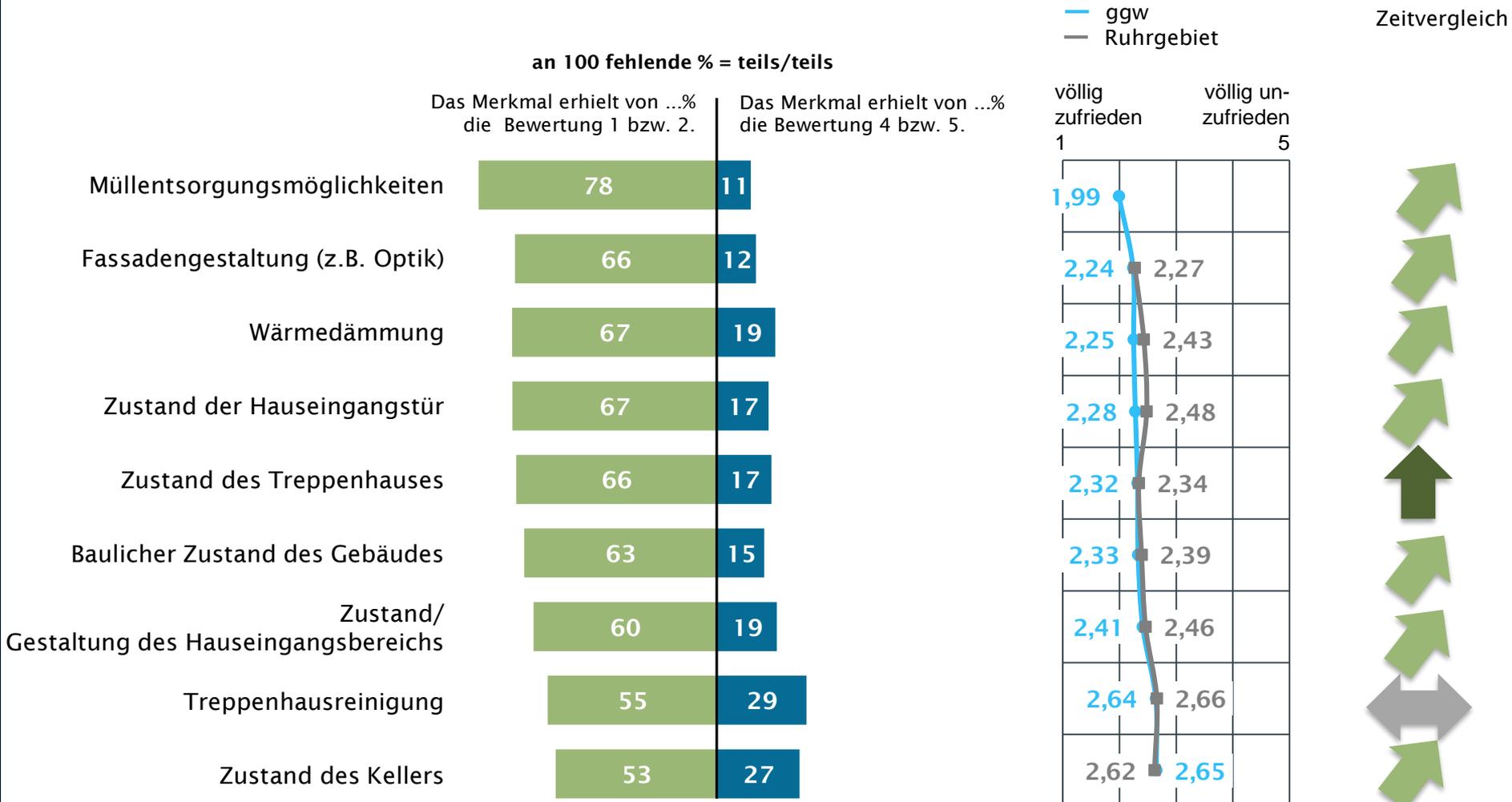
„Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Merkmalen? Bitte vergeben Sie eine Note von 1 bis 5 mit der Bedeutung von völlig zufrieden (=1) bis völlig unzufrieden (=5).“



Positiv im Unternehmensvergleich; positive Entwicklung beim Bad im Zeitvergleich

TEILBEREICH WOHNUNG/WOHNGEBÄUDE ZUFRIEDENHEIT MIT DEN MERKMALEN DER DIMENSION WOHNGEBÄUDE - GESAMT

„Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Merkmalen des Wohngebäudes, in dem Sie leben? Bitte vergeben Sie eine Note von 1 bis 5 mit der Bedeutung von völlig zufrieden (=1) bis völlig unzufrieden (=5).“



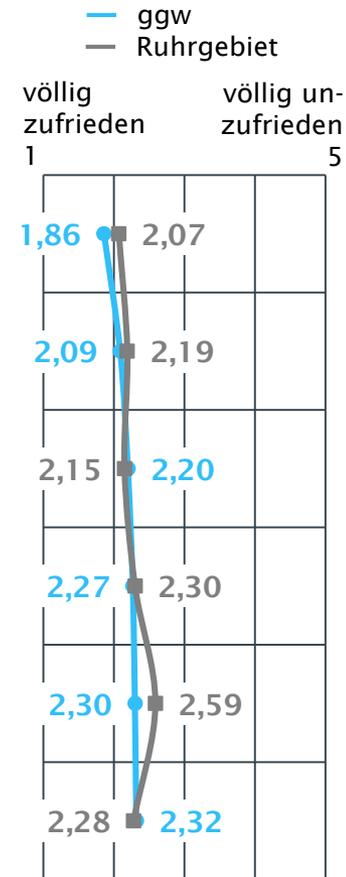
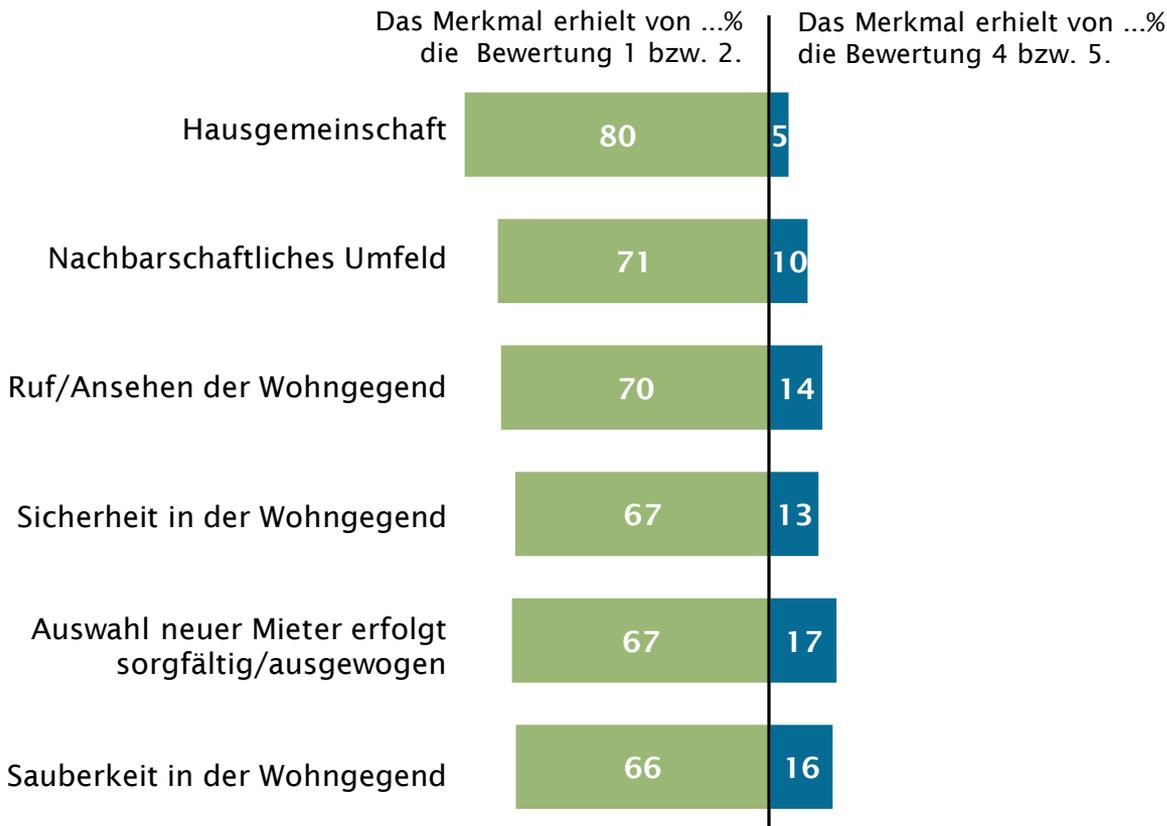
V. a. Dämmung und Hauseingangstür positiv im Unternehmensvergleich; sehr positive Entwicklung im Zeitvergleich

TEILBEREICH WOHNUMFELD

ZUFRIEDENHEIT MIT DEN MERKMALEN DER DIMENSION SOZIALES WOHNUMFELD - GESAMT

„Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Merkmalen Ihres Wohnumfelds? Bitte vergeben Sie für die folgenden Merkmale eine Note von 1 bis 5 mit der Bedeutung von völlig zufrieden/stimme voll zu (=1) bis völlig unzufrieden/stimme nicht zu (=5).“

an 100 fehlende % = teils/teils



Zeitvergleich

Positiv v. a. bei Mieterauswahl im Unternehmensvergleich;
deutliche Zufriedenheitszunahme im Zeitvergleich

TEILBEREICH SERVICE/KUNDENORIENTIERUNG ZUFRIEDENHEIT MIT DEN MERKMALEN DER DIMENSION GESCHÄFTSSTELLE - GESAMT

„Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Sachverhalten in der Geschäftsstelle? Bitte vergeben Sie für die folgenden Merkmale eine Note von 1 bis 5 mit der Bedeutung von völlig zufrieden (=1) bis völlig unzufrieden (=5).“

Gefilterte Ergebnisse, nur Jene, die schon einmal in der Geschäftsstelle der ggw waren

— ggw
— Ruhrgebiet

an 100 fehlende % = teils/teils

Das Merkmal erhielt von ...% die Bewertung 1 bzw. 2.

Das Merkmal erhielt von ...% die Bewertung 4 bzw. 5.

völlig zufrieden
1

völlig unzufrieden
5

Beratungsangebot

84

4

Wartezeiten

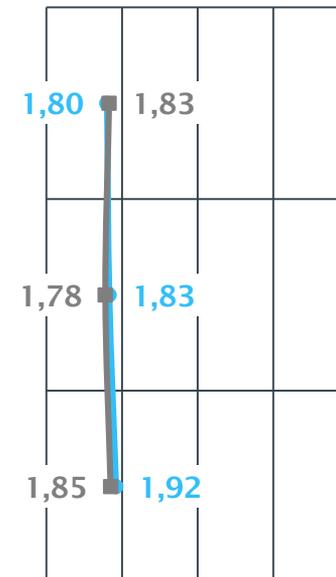
85

4

Umstellung von festen auf individuelle Sprechzeiten (Termine nach Bedarf)

79

7



Zeitvergleich



TEILBEREICH SERVICE/KUNDENORIENTIERUNG

ZUFRIEDENHEIT MIT DEN MERKMALEN DER DIMENSION REPARATURSERVICE - GESAMT

„Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Merkmalen der beauftragten Handwerksfirmen? Bitte vergeben Sie für die folgenden Merkmale eine Note von 1 bis 5 mit der Bedeutung von völlig zufrieden (=1) bis völlig unzufrieden (=5).“

Reparaturservice von 75 % genutzt

Gefilterte Ergebnisse

an 100 fehlende % = teils/teils

— ggw

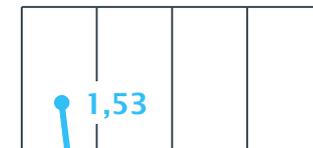
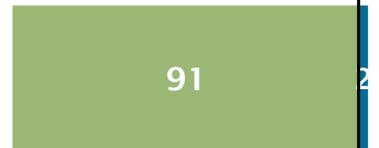
Das Merkmal erhielt von ...% die Bewertung 1 bzw. 2.

Das Merkmal erhielt von ...% die Bewertung 4 bzw. 5.

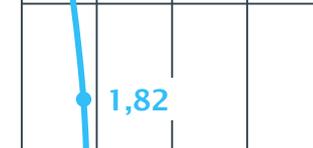
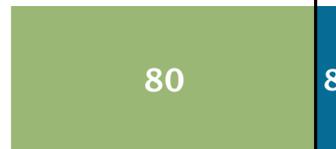
völlig zufrieden
1

völlig unzufrieden
5

Freundlichkeit der Handwerker



Schnelligkeit in der Ausführung und der Termintreue



Qualität der durchgeführten Arbeiten

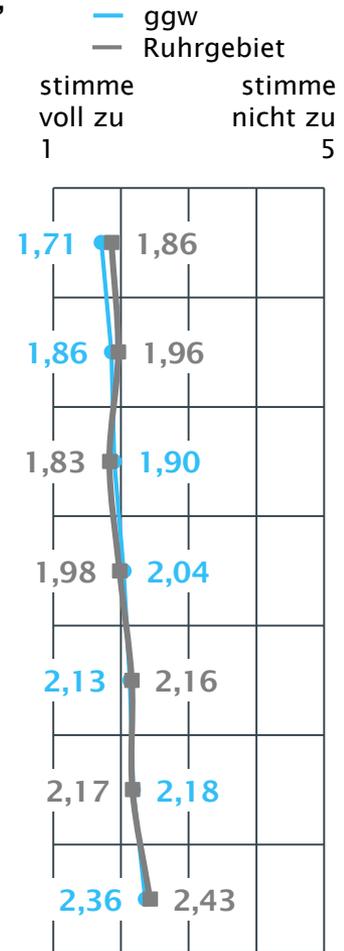
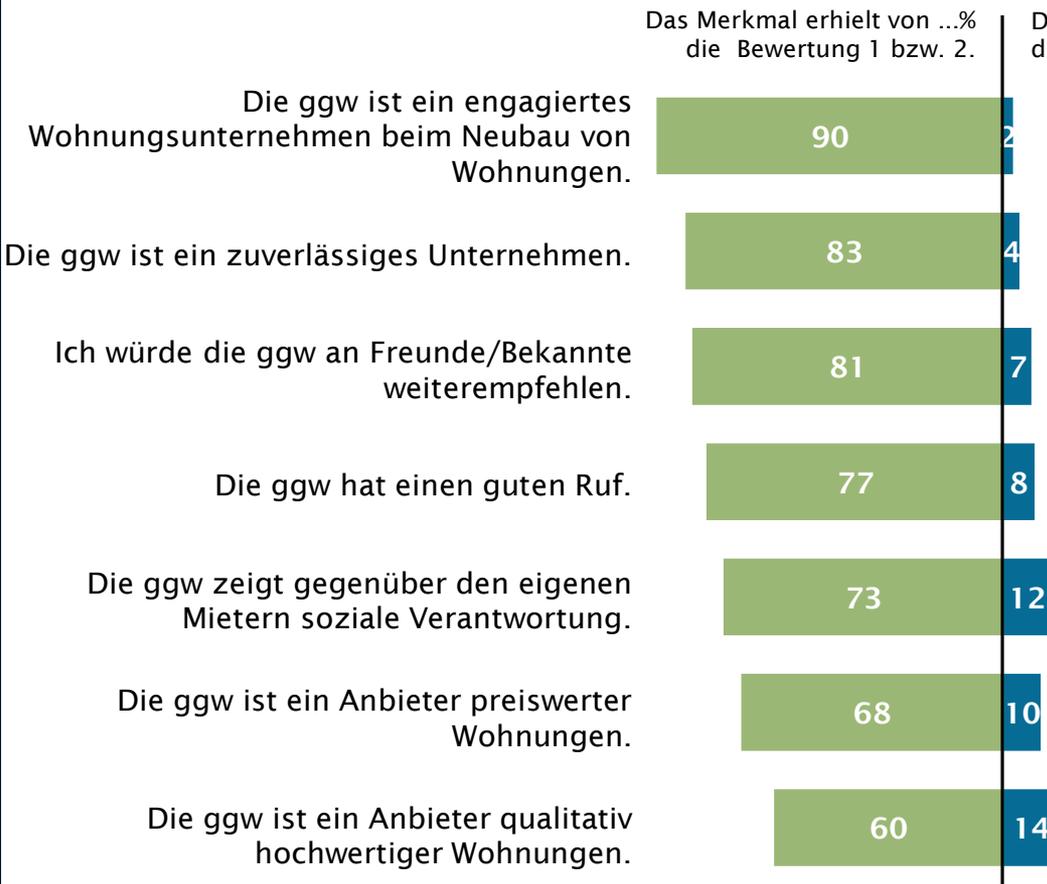


TEILBEREICH SERVICE/KUNDENORIENTIERUNG

ZUFRIEDENHEIT MIT WEITEREN MERKMALEN DER DIMENSION IMAGE - GESAMT

„Nun haben wir verschiedene Aussagen zum Service der ggw und der ggw insgesamt zusammengestellt und bitten Sie, für JEDE AUSSAGE anzugeben, inwieweit Sie dieser Aussage zustimmen. Bitte vergeben Sie für die folgenden Merkmale eine Note von 1 bis 5 mit der Bedeutung von stimme voll zu (=1) bis stimme nicht zu(=5).“

an 100 fehlende % = teils/teils



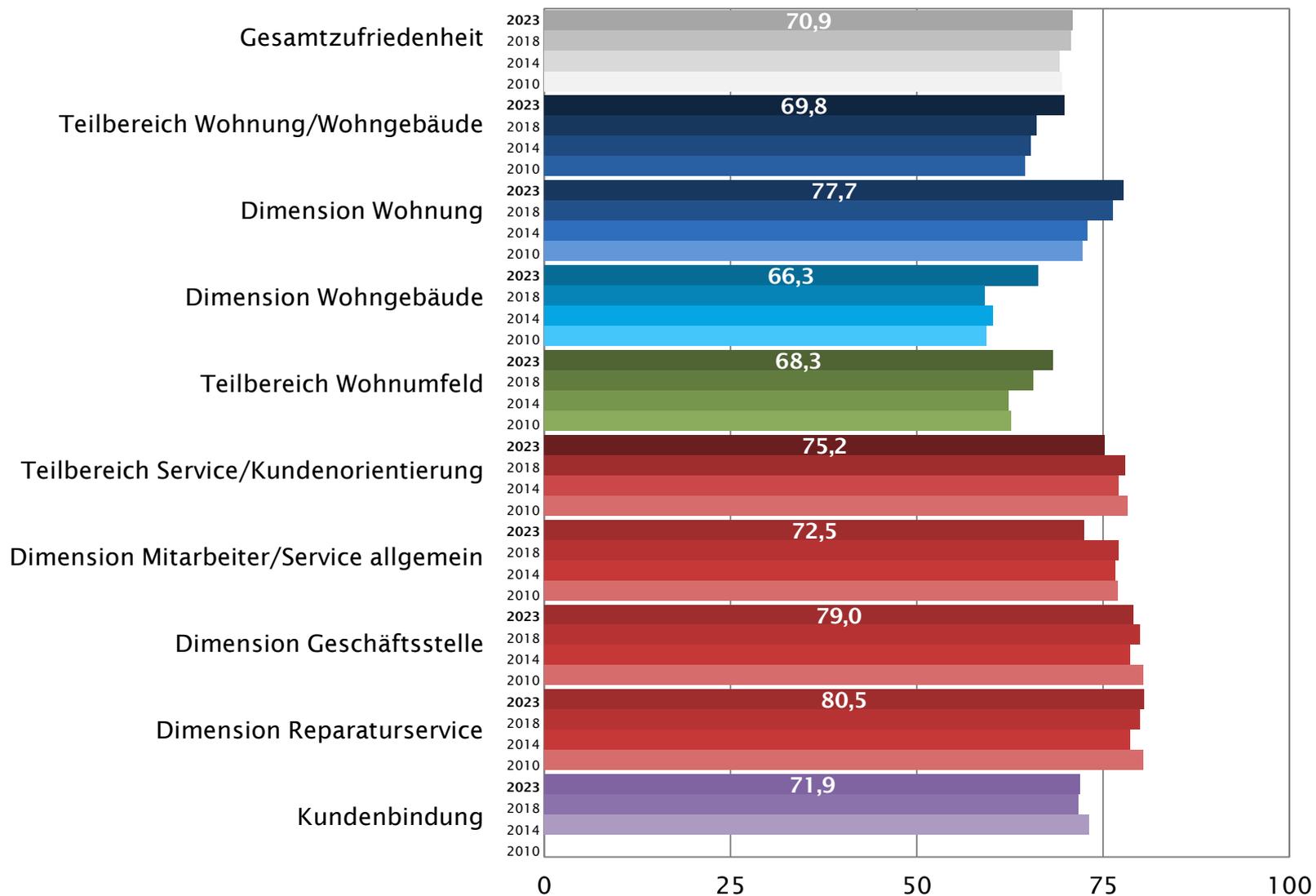
Zeitvergleich



V. a. zuverlässig und engagiert beim Neubau

Zufriedenheitsindizes

Werte von 0 (völlig unzufrieden) bis 100 (völlig zufrieden) möglich





- 87 % kennen das Kundenmagazin, 57 % lesen dieses; hohe Zufriedenheit



- 12 % haben die Facebookseite bislang besucht, v. a. wegen allgemeinen Infos und Neuigkeiten zur ggw; 6 % besuchten bzw. folgen ggw auf instagram



- 54 % bevorzugen TV-Grundversorgung (Kabelanschluss), jeweils jeder 5. TV-Zusatzversorgung mit Streamingdiensten oder gar keine TV-Versorgung (v.a. Jüngere)



- Jeweils ca. 5 % haben Car- oder Bikesharing bereits genutzt (2018 < 1%), jeweils ca. 15 % haben Interesse daran



- 2 % haben E-Auto, 16 % E-Fahrrad; 13 % (E-Auto) bzw. 20 % (E-Fahrrad) ziehen Anschaffung in Erwägung; über 60 % davon haben Interesse an einer öffentlichen Lademöglichkeit, 30 % an einer Lademöglichkeit auf dem eigenen Stellplatz (wenn vorhanden) gegen eine Mieterhöhung



- Heizkosten belasten rd. 80 %, fast 30 % machen sich ernsthaft Gedanken, ob sie die Kosten noch tragen können



- Durchschnittliche Zahlungsbereitschaft für die Wunschwohnung: 6,86 Euro/m² (2018: 5.50 Euro/m²); v. a. Wohnungen zwischen 60-80qm/3 Räume gewünscht



- Jeweils rd. 45 % haben Interesse an Öko- bzw. Mieterstrom (bzw. nutzen dies), bei der Beheizung mit erneuerbaren Energien sind es 26 %



- Hervorragende Bewertung der Neubauabwicklung

- Eher mittlere Altersgruppen und Ältere, Durchschnittliches HH-Einkommen von ca. 2.100 Euro/Monat
- Insgesamt eher durchschnittliche Gesamtzufriedenheit und Kundenbindung
 - Bei Globalmerkmalen positives Abschneiden im Unternehmensvergleich
 - Rd. jeder 5. zieht einen Umzug in Erwägung, drei Viertel wollen bei der ggw bleiben; gestiegene Kundenbindung
- Deutliche Zufriedenheitszunahme bei Wohnung/Wohngebäude
 - Wohnung positiv, auch im Zeit- und Unternehmensvergleich
 - Mäßige Zufriedenheit mit Wohngebäude, aber Zufriedenheitszunahme bei allen Merkmalen; im Unternehmensvergleich positiv bei Wärmedämmung und Hauseingangstür
- Durchschnittliche Zufriedenheit mit dem Teilbereich Wohnumfeld
 - Soziales Umfeld eher positiv; Zufriedenheitszunahme, positiv im Unternehmensvergleich
 - Sonstiges Umfeld kritischer (v. a. Außenanlagen, Parkmöglichkeiten), jedoch auch Zufriedenheitszunahme
- Hohe Zufriedenheit mit dem Teilbereich Service/Kundenorientierung
 - Mitarbeiter/Service allgemein und Image eher positiv
 - Geschäftsstelle und Reparaturservice sehr positiv
 - Insgesamt weiter hohes Niveau, jedoch Zufriedenheitsabnahme bei Mitarbeiter/Service allgemein („Corona-Effekt“)



VIELEN DANK
FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT