

ERGEBNISBERICHT

Mitgliederbefragung 2025



André Hahn
Erika Fiokouna
Christine Manschwetus
Clarissa Rafalzyk



Aktuelles und belastbares Zustandsbild

- Zufriedenheit der Mitglieder mit ihrer Wohnsituation und den Wohnkosten
- Beurteilungen zum Service, den Mitarbeitenden, zum Leistungsprofil sowie zum Unternehmensimage der WG Freiberg
- Wünsche und Interesse der Mitglieder an weiteren Angeboten / Dienstleistungen (z.B. Interesse an einer Spareinrichtung der Genossenschaft, Mobilitätsangebote, Nachhaltigkeitsthemen)
- Nutzung von und Erwartung an Information und Kommunikation der WG Freiberg (Kontakt- und Informationskanäle, Homepage, Social Media)
- Mieter- und Haushaltsstruktur

Handlungsziele

- (Quartiersbezogene) Stärken und Schwächen identifizieren
- Entwicklung seit 2024 nachzeichnen und aus Erfolgen lernen
- Möglichkeiten aufzeigen, die Mieterzufriedenheit zu stabilisieren oder gezielt weiter zu verbessern
- Basis für die strategische Weiterentwicklung der WG Freiberg schaffen

STUDIENPARAMETER

- Einladung zur Befragung an 2.476 Haushalte
- Per Post wurden 1.137 Haushalte (46%) und per E-Mail wurden 1.339 Haushalte (64%) zur Online-Befragung eingeladen
- Befragungszeitraum: 05.05.2025 – 15.06.2025
- Auf telefonische Anfrage hin wurden 54 Papierfragebögen postalisch zugesendet und 42 (77,8 %) zurückgeschickt und manuell erfasst
- Teilnehmer: 593 auswertbare Interviews
- **Rücklaufquote: 23,7%**



ONLINE-BEFRAGUNG

Mieterbefragung 2025 - Wohnungsgenossenschaft Freiberg



Herzlich willkommen!

Wir freuen uns, dass Sie sich an der Mieterbefragung unserer Wohnungsgenossenschaft beteiligen.

Die Teilnahme an der Befragung ist freiwillig und anonymisiert. Ihre Angaben werden von uns vertraulich behandelt. Die Wohnungsgenossenschaft erhält ausschließlich zusammengefasste Ergebnisse. Rückschlüsse auf die Antworten einzelner, bestimmter Personen sind damit ausgeschlossen. Weitere Informationen zum Datenschutz finden Sie als [PDE](#) zum Download. Die Teilnahmebedingungen für die automatische **Verlosung der Grundmieten (10 Preise)** haben wir ebenfalls als [Download](#) für Sie hinterlegt.

Für Rückfragen zur Umfrage steht Ihnen Herr Hahn von DOMUS Consult gerne zur Verfügung:
Tel: 040 4850098-47
E-Mail: befragung@domusconsult.de

Viel Spaß wünscht

DOMUS Consult Wirtschaftsberatung mbH
im Auftrag der Wohnungsgenossenschaft Freiberg eG

In dieser Umfrage sind 38 Fragen enthalten.

Weiter

2 Wie zufrieden sind Sie - alles in allem - mit Ihrer jetzigen Wohnsituation?

Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- Sehr zufrieden
- Zufrieden
- Teils/teils
- Unzufrieden
- Sehr unzufrieden

5 Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Wohngebäude in Bezug auf folgende Aspekte?

	Sehr zufrieden	Zufrieden	Teils/teils	Unzufrieden	Sehr unzufrieden	Kann ich nicht beurteilen / nicht vorhanden
Äußeres Erscheinungsbild des Gebäudes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sauberkeit des Treppenhauses	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sauberkeit der Keller bzw. Dachböden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Baulicher Zustand der Keller bzw. Dachböden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Baulicher Zustand des Treppenhauses	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Persönliche Sicherheit im Wohngebäude	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Abstellmöglichkeiten für Kinderwagen bzw. Rollator	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Beleuchtung des Hauseingangs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Online Befragung

- Einladung per postalischem Anschreiben sowie E-Mail am (5. Mai 2025) inkl. Erinnerungspostkarte bzw. Erinnerungs-E-Mail (2. Juni 2025)

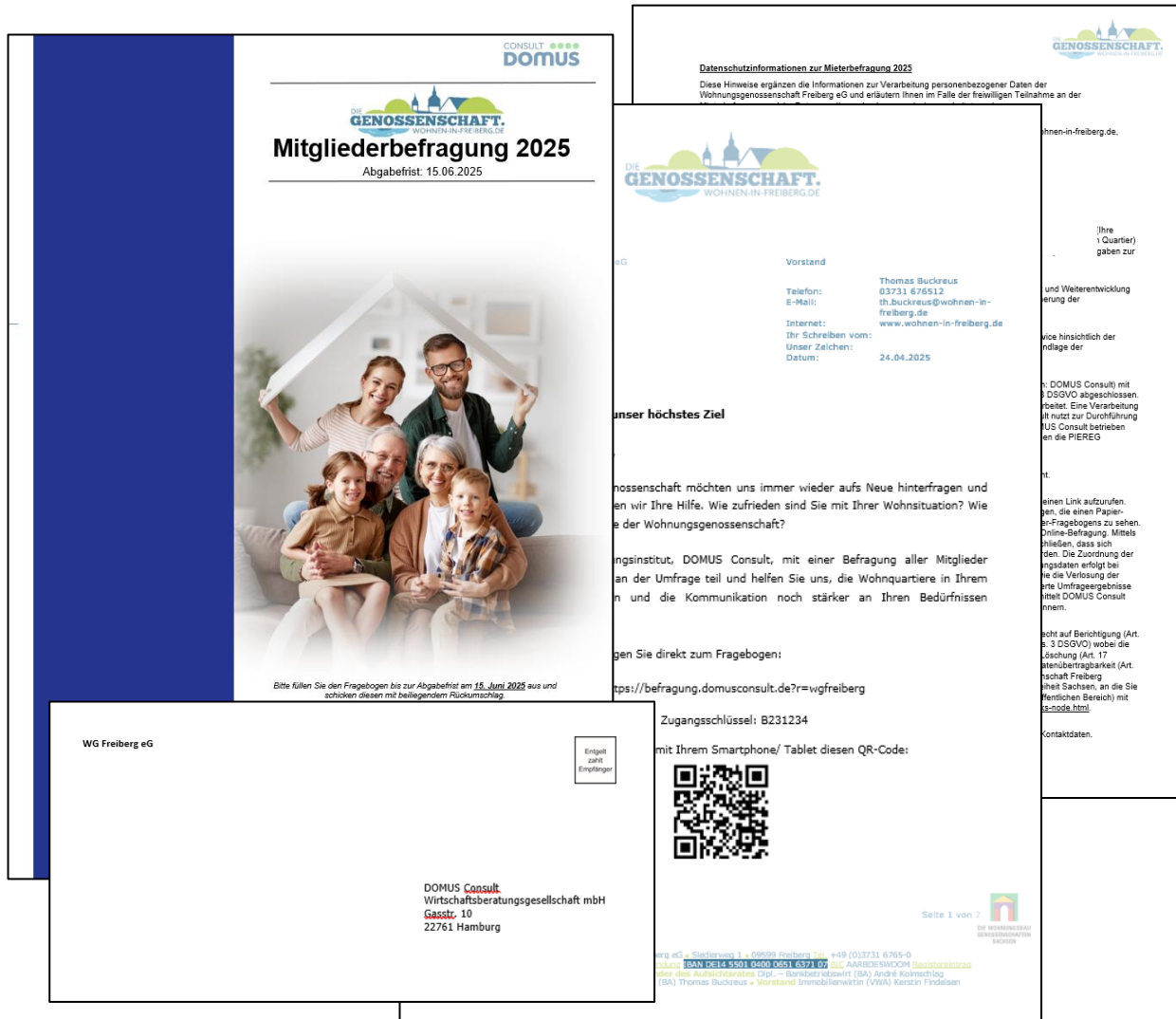
- Start der Befragung durch Eingabe der URL:
<https://befragung.domusconsult.de/?r=wgfreiberg>

- oder Scan des QR-Codes mit Smartphone / Tablet



- Layout des Online-Fragebogens passt sich automatisch an Notebook, PC, Smartphone und Tablets an

PAPIER-BEFragung



Mitgliederbefragung 2025
Abgabefrist: 15.06.2025

Datenschutzinformationen zur Mieterbefragung 2025
Diese Hinweise ergänzen die Informationen zur Verarbeitung personenbezogener Daten der Wohnungsgenossenschaft Freiberg eG und erläutern Ihnen im Falle der freiwilligen Teilnahme an der

WG Freiberg eG

DOMUS Consult
Wirtschaftsberatungsgesellschaft mbH
Gassstr. 10
22761 Hamburg

Zugangsschlüssel: B231234

mit Ihrem Smartphone/ Tablet diesen QR-Code:

Seite 1 von 2

Schriftliche Befragungsunterlagen (auf telefonische Anfrage)

- Anschreiben & Datenschutzblatt
- Papier-Fragebögen mit entgeltfreiem Rückumschlag bei DOMUS Consult
- Erinnerungspostkarte



METHODISCHE LESEHINWEISE

Vergleichsanalyse

Um die Aussagekraft der Ergebnisse zu erhöhen, werden Vergleiche zu Referenzen vorgenommen. Hierzu zählen:

- Vergleiche der Stichprobe mit allen Befragten, die zur Teilnahme eingeladen waren
- Vergleiche zwischen Befragungsjahren oder zwischen der Gesamt- und einer Teilgruppe
- Benchmark-Vergleiche: Vergleiche mit dem Durchschnitt anderer Unternehmen (siehe Benchmarking)

Wenn von (über-/ unter-) durchschnittlichen Werten die Rede ist, beziehen sich diese Einordnungen auf eine dieser Referenzen – die genutzten Referenzen sind der jeweiligen Darstellung direkt zu entnehmen.

Benchmarking

Vergleichswerte aller Unternehmen, die eine Mieterbefragung mit DOMUS Consult (ehemals Analyse & Konzepte) in den vergangenen 6 Jahren durchgeführt haben. Von 37 Unternehmen im Benchmark

- sind 18 als GmbH organisiert
- haben 16 einen Wohnungsbestand von bis zu 5.000 Wohnungen und 8 einen Bestand > 10.000 Wohnungen

Basis der Berechnung

Die berichteten Statistiken basieren auf den Teilnehmern, die eine gültige Angabe gemacht haben. Fehlende Antworten sind bei vielen Grafiken als "kann ich nicht beurteilen" ausgewiesen. Die genaue Anzahl an Interviews, die den errechneten Zahlen zugrunde liegen, sind in der Fußnote des jeweiligen Charts aufgeführt.

Gefilterte und ungefilterte Ergebnisse

In einigen Fällen wurden Fragen nur einer Untergruppe der Mieter gestellt. In diesen Fällen wird in der Fußnote angegeben, dass sich die gezeigten Statistiken nur auf eine Teilgruppe beziehen. Der Name der Teilgruppe und deren Umfang sind ebenfalls dort zu finden.

Rundung von Werten

Die Statistiken sind in der Regel auf ganzzahlige Werte gerundet. Dadurch können Summen von Prozentwerten geringfügig von 100% abweichen. Auch kleine Differenzen zu Statistiken im Tabellenband bzw. Dashboard lassen sich so erklären, da hier Nachkommastellen hinterlegt sind.

Genderhinweis

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern die männliche Form verwendet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform beinhaltet keine Wertung.

SUMMARY

Mieterstruktur – Wer wohnt bei der WG Freiberg?

Ähnlich wie bei der vorherigen Erhebung leben im Durchschnitt 1,80 Personen pro Haushalt bei der WG Freiberg. Damit dominieren weiterhin 1- und 2-Personen-Haushalte. Der Anteil der 1-Personen-Haushalte ist leicht gestiegen und liegt nun bei 45% (+4 Prozentpunkte), während der Anteil der Zwei-Personen-Haushalte mit aktuell 44% leicht zurückgegangen ist (–4 Prozentpunkte). Der Anteil der Haushalte mit Kindern bleibt mit 16% nahezu unverändert gegenüber 2024 (17%). Auch der Anteil der Familienhaushalte ist mit 12% konstant geblieben.

Die Altersverteilung der erwachsenen Haushaltsmitglieder zeigt im Vergleich zum Vorjahr nur geringe Veränderungen. Einzige Ausnahme ist die Altersgruppe der 18- bis 29-Jährigen, deren Anteil um 6 Prozentpunkte auf 19% gestiegen ist. Im Gegensatz dazu ist der Anteil der über 80-Jährigen leicht rückläufig und liegt nun bei 15% (–3 Prozentpunkte). Bei den Haupteinkommensquellen zeigt sich ein ähnliches Bild wie 2024: Die Mehrheit der Haushalte bezieht ihr Einkommen überwiegend aus Erwerbstätigkeit oder Ruhestand.

Allerdings ist der Anteil der Rentnerinnen und Rentner bzw. Pensionärinnen und Pensionäre um 6 Prozentpunkte auf 40% gesunken.

Die Wohndauerklassen der Haushalte verteilen sich überwiegend allem auf zwei Gruppen: Zum einen auf Neumieter, die seit maximal zwei Jahren bei der Genossenschaft wohnen (38%), und zum anderen auf langjährige Mieter, die seit über 20 Jahren Mitglied der Genossenschaft sind (26%).

Beinahe alle Wohnungen (88%) verfügen über einen Balkon oder eine Loggia – ähnlich zu 2024 (90%). Die monatliche Nettokaltmiete (Nutzungsgebühr) beträgt bei 73% der Haushalte unter 400 Euro, was 7 Prozentpunkte weniger ist als 2024. Dabei haben 40% der Wohnungen eine Wohnfläche zwischen 50 und 65 Quadratmetern (2024: 45%). Der Modernisierungsstand des Wohnungsbestands ist gegenüber 2024 unverändert: 11% der Wohnungen gelten derzeit als modernisiert.

SUMMARY

Zufriedenheit mit der Wohnsituation

Die **Gesamtzufriedenheit** ist

- mit 82% (sehr) zufriedener Mieter ähnlich hoch zum Vorjahr (83%).
- Zudem zeigt sich ein geringfügiger Anstieg der (sehr) Zufriedenen von 27% im Jahr 2024 auf aktuell 30%.
- Ähnlich zu 2024 sind auch aktuell nur fast 2% unzufrieden / sehr unzufrieden.

Gegenüber 2024 werden mehrere Merkmale der **Wohnung** aktuell besser beurteilt.

- Trotz eines Rückgangs von 3% gegenüber der Vorwelle, sind die Befragten nach wie vor insbesondere mit der Größe der Wohnung (sehr) zufrieden (89%).
- Schlusslicht bleibt dagegen, trotz eines leichten Anstiegs um 2 Prozentpunkte das Bad und WC (65%). 8% der Befragten haben hier Modernisierungsbedarf.

Wohnunzufriedenheit

Auch wenn nur wenige Befragte **Unzufriedenheit** äußern, bestehen dennoch einige wiederkehrende Kritikpunkte: An erster Stelle steht aktuell die Nachbarschaft: 27% nennen sie bei den Oberkategorien als Hauptgrund für eine Unzufriedenheit – trotz eines Rückgangs um 3 Prozentpunkte im Vergleich zu 2024.

- Es folgt das Gebäude (25%) sowie die Wohnung selbst (23%). Während die Wohnung im Vorjahr noch den ersten Platz belegte, rangiert sie aktuell nur noch auf Platz drei. Mit 23% wird die Wohnung selbst aktuell seltener als Kritikgrund genannt als noch 2024 (43%) – das sind 20 Prozent weniger.

Bei der Feinanalyse sehen wir, dass insbesondere der Nachbarschaftslärm (16%), der im Vergleich zur Vorwelle häufiger genannt wird (+8%), am häufigsten kritisiert wird - vor allem im Stadtteil Wasserberg / Weißenborn. Auf Platz 2 wird die mangelnde Sauberkeit in den Gebäuden (10%) genannt, was einem Anstieg um 6 Prozentpunkte gegenüber 2024 entspricht. Auch die Parkplatzsituation in der Wohnumgebung (aktuell 10%, 2024: 14%) wird weiterhin als verbesserbar angesehen.

SUMMARY

Beurteilung des Wohngebäudes

Beim **Wohngebäude** zeigen sich die Befragten zufriedener mit allen Merkmalen gegenüber dem Vorjahr. Besonders positiv wird weiterhin die Beleuchtung des Hauseingangs bewertet – trotz eines minimalen Rückgangs um 1 Prozentpunkt, erreicht sie mit 92% Zustimmung den höchsten Wert.

Mit einem Zuwachs von jeweils 5 Prozentpunkten werden derzeit

- die persönliche Sicherheit (83%), die Sauberkeit des Treppenhauses (76%), der bauliche Zustand der Keller bzw. Dachböden sowie die Abstellmöglichkeiten (54%) besser als 2024 beurteilt.
- Die Abstellmöglichkeiten werden allerdings trotz des Zuwachses immer noch von 18% der Befragten bemängelt und weitere 29% sind damit nur teilweise zufrieden.
- Ein ähnliches Bild zeigt sich bei der Beurteilung des baulichen Zustands der Keller bzw. Dachböden: 9% sind kritisch und weitere 24% sind nur teilweise zufrieden.

Beurteilung der Wohnumgebung

Die Beurteilung der **Wohnumgebung** zeigt in mehreren Bereichen eine positive Entwicklung gegenüber der Vorwelle: Am höchsten ist die Zufriedenheit nach wie vor mit der ÖPNV-Anbindung (92%), ein Anstieg um 5 Prozentpunkte im Vergleich zu 2024. Den zweiten Platz belegt das Sicherheitsgefühl in der Umgebung, das von 80% als (sehr) zufriedenstellend bewertet wird. Die deutlichste Verbesserung zeigt sich bei den Spielplatzangeboten: Die Zufriedenheit ist hier um 9 Prozentpunkte gestiegen und liegt nun bei 74% (2024: 65%).

- Trotz eines leichten Anstiegs der Zufriedenheit mit den wohnungsnahen Sitzmöglichkeiten auf aktuell 49% (+4 Prozentpunkten zum Vorjahr), bleibt die Unzufriedenheit mit der Anzahl der Sitzgelegenheiten hoch: 21% sind sehr (unzufrieden) und 30% zeigen sich nur teilweise zufrieden. Erhöhten Handlungsbedarf sehen wir insbesondere in Wasserberg / Weißenborn.
- Auch die Anzahl der Parkplätze werden weiterhin bemängelt: 30% der Befragten sind (sehr) unzufrieden und weitere 28% sehen Optimierungsbedarf - vor allem in Seilerberg.

SUMMARY

Kontakt zur WG Freiberg

Analoge **Kontaktkanäle** bleiben bedeutsam: Das Telefon wird mit 71% (2024: 76%) weiterhin am häufigsten genutzt, der persönliche Kontakt belegt mit 59% (2024: 53%) den dritten Platz.

- Den zweiten Platz bei den Kontaktkanälen belegt die DIGI-App mit einer nahezu unveränderten Nutzung gegenüber dem Vorjahr: 65% der Befragten nutzen sie aktuell (2024: 64%).
- Der Kontaktierung per E-Mail zeigt mit einem Anstieg um 7 Prozentpunkte auf aktuell 48% den höchsten Zuwachs bei der Nutzung. Auch am WhatsApp-Kanal, der im Vorjahr neu eingeführt wurde, zeigen die Befragten mit aktuell 10% geringfügig mehr Interesse (+3%).

In Bezug auf die Nutzung der Kontaktkanäle in der Zukunft, äußern die Befragten ein wachsendes Interesse an digitalen Formaten:

- 56% möchten die WG Freiberg bevorzugt per E-Mail kontaktieren – ein Plus von 10 Prozentpunkten. Die Homepage gewinnt ebenfalls an Bedeutung (aktuell: 33%, 2024: 24%), ebenso der WhatsApp-Kanal (aktuell 11%, 2024: 7%).

Unverändert im Vergleich zum Vorjahr hatten die Befragten überwiegend innerhalb der letzten sechs Monate **Kontakt zur Genossenschaft**. Dabei zeigt sich ein Anstieg der Kontakthäufigkeit: 64% berichten von einem Kontakt – ein Zuwachs von 6 Prozentpunkten im Vergleich zu 2024.

- **Häufigster Anlass für den Kontakt** sind, trotz eines leichten Rückgangs (-4%) Reparaturmeldungen, gefolgt von Fragen zu Miet- und Nebenkosten (aktuell 7%, 2024: 7%) sowie zum Mietvertrag (aktuell: 6%, 2024: 5%). Ähnlich zu 2024 beziehen sich die „Sonstigen“ Anliegen auf Nachfragen zu laufenden Vorgängen. Bei Themen rund um Ein- und Auszug sowie allgemeine Beschwerden wird ein Zuwachs von 5 Prozentpunkten beobachtet. Beide Kontaktgründe liegen derzeit bei 10%.

Der **CES** bleibt konstant: Die Mehrheit der Befragten 79% (2024: 78%) stimmen zu, dass ihre Anliegen beim letzten Kontakt gelöst wurden. Der Customer-Effort-Score liegt weiterhin bei 80.4 Punkten und damit über dem Domus Consult-Benchmark von 71.7 Punkten.

SUMMARY

Schadensmeldung

Die Zufriedenheit mit der **Schadensbearbeitung** durch die WG Freiberg bleibt auf hohem Niveau: Jeweils 97% der Befragten loben die Sauberkeit nach den Reparaturen (2024: 99%). Ebenfalls 97% zeigen sich (sehr) zufrieden mit der Freundlichkeit der Handwerker – konstant zum Vorjahr. Auch mit der Freundlichkeit der Mitarbeitenden der Genossenschaft zeigen sich stabil zur Vorwelle 92% (sehr) zufrieden.

Trotz der insgesamt hohen Zufriedenheitswerte zeigen sich bei einigen Leistungsindikatoren leichte Rückgänge:

- Die Gesamtbewertung der Reparatur sinkt um 5 Prozentpunkte auf 88% (2024: 94%), was der höchste Rückgang ist.
- Jeweils 6% der Befragten äußern Optimierungsbedarf bei der Durchführung der Reparatur, der Bearbeitung der Schadensmeldung sowie der Reaktionsgeschwindigkeit.

Im Vergleich zur Vorwelle ist der Anteil der Reparaturen, die von externen **Handwerksfirmen** durchgeführt wurden, um 7 Prozent höher und liegt nun bei 14%.

- Parallel dazu ist der Anteil der Reparaturen durch genossenschaftseigene Handwerker um 7 Prozentpunkte geringer und liegt aktuell bei 56%. Damit wird – wie bereits im Vorjahr – der Großteil der Reparaturen weiterhin durch die eigenen Handwerker der Genossenschaft ausgeführt.
- Unverändert zu 2024 geben erneut 30% der Befragten an, nicht genau zu wissen, welches Unternehmen ihre Reparatur durchgeführt hat.

SUMMARY

Wohnkosten

Insgesamt haben sich die Bewertungen aller **Wohnkosten** leicht gegenüber 2024 verbessert – besonders bei der Nutzungsgebühr, die um 5% positiver eingeschätzt wird. Die Nutzungsgebühr weist zudem mit 23% (sehr) zufriedenen Befragten die höchsten Zufriedenheitswerte auf. Die Kosteneinschätzung im Detail sieht wie folgt aus:

- Als (sehr) günstig gelten: Nutzungsgebühr (23%), Betriebskosten (16%) und Heizkosten (14%).
- Die überwiegende Mehrheit schätzt die Wohnkosten als angemessen ein: Nutzungsgebühr (60%), Betriebskosten (67%) und Heizkosten (63%).
- Eine Teilgruppe bewertet die Wohnkosten allerdings durchgehend als (viel) zu hoch: Nutzungsgebühr (17%), Betriebskosten (17%) und Heizkosten (23%). Es zeigt sich, dass vor allem die Heizkosten von einigen Mitgliedern als finanzielle Herausforderung angesehen werden.
- Die Zufriedenheit mit den Gesamtkosten liegt im Vergleich zur Vorwelle mit 2 Prozentpunkten geringfügig besser (19%).

Gemeinsames Wohnen

Die Nachbarschaftsverhältnisse werden weiterhin positiv bewertet, zeigen jedoch gegenüber dem Vorjahr einen leichten Rückgang:

- Der Anteil der Befragten, die ein gutes Verhältnis zu ihren Nachbarn angeben, ist von 40% auf 34% gesunken.
- Gleichzeitig steigt der Anteil derjenigen, die das Verhältnis als flüchtig beschreiben, von 41% auf derzeit 46%. Weitere 12% geben an, ihre Nachbarn gar nicht zu kennen, 2024 waren es noch 8%.
- Grund für den Rückgang könnte auch die gestiegene Anzahl an Neumieter sein. Hauptursache sind allerdings die bereits angesprochenen, nachbarschaftlichen Probleme, insbesondere der durch Nachbarn verursachte Lärm.

Zur Wahrung des harmonischen Miteinanders im Wohnumfeld ist es erforderlich, Maßnahmen zu ergreifen, die auf Deeskalation abzielen und faire, für alle Parteien akzeptable Lösungen, ermöglichen. Ziel ist es, Konflikte zu entschärfen und die Einhaltung der Hausordnung zu fördern. Hierfür könnten auch Programme von der WG Freiberg eingeführt werden, die soziale Kontakte fördern.

SUMMARY

E-Mobilität, Ökostrom, Nachhaltigkeit

Das Interesse an **E-Mobilitätsangeboten** bleibt stabil hoch und hat sich zudem bei allen abgefragten Formaten gegenüber der Vorwelle sogar weiter erhöht:

- E-Bikes sind weiterhin am beliebtesten und werden, ähnlich zu 2024, am meisten verwendet. Aktuell nutzen sie 18% der Mitglieder, ein leichter Anstieg von 3% gegenüber dem Vorjahr.
- Ein erhöhtes Interesse zeigt sich mit jeweils 5% gegenüber 2024 bei Fahrradgaragen für E-Bikes- und Scooter (25%), bei E-Autos (12%) sowie komplementären E-Ladestationen wie etwa E- Ladestationen für die Geräte (20%).
- Den größten Zuwachs verzeichnet eine unterstützende Infrastruktur, also wohnungsnaher E-Ladestationen: 19% der Befragten äußern Interesse – ein Anstieg um 7 Prozentpunkte gegenüber 2024. Das unterstreicht den Wunsch nach komfortabler Lademöglichkeit in unmittelbarer Wohnumgebung.

Unverändert zur Vorwelle, sehen wir bei den **Nachhaltigkeitszielen**, dass die Nutzung von Dachflächen zur Erzeugung erneuerbarer Energie ein zentrales Anliegen der Befragten bleibt: 72% befürworten es – ähnlich zu 2024 (70%).

- Gegenüber 2024 ist die Zustimmung bei sämtlichen abgefragten Aussagen gestiegen. Besonders mit jeweils 9% aktuell auf 57% bzw. 44% bei der Förderung der Kreislaufwirtschaft und dem Wunsch nach mehr Engagement von der WG Freiberg in den Bereichen Integration, Vielfalt sowie sozialen Zusammenhalt.
- Gleichzeitig zeigt sich eine weiterhin ablehnende Haltung gegenüber Sanierungsmaßnahmen (18%), was auf Befürchtungen hinsichtlich Kosten oder Einschränkungen während der Umsetzung hindeutet. Auch beim sozialen Engagement (20%) bleibt ein Teil der Befragten skeptisch, möglicherweise aus Sorge vor Veränderungen in der Mieterstruktur – insbesondere vor dem Hintergrund, dass Nachbarschaftsprobleme derzeit überwiegen.

SUMMARY

WoWi-Call Anrufe

Aktuell berichten 16% der Befragten einen **WoWi-Call** erhalten zu haben – das sind 6 Prozent mehr als 2024. In den Anrufen werden in 6% der Fälle Fragen zur Neuvermietung thematisiert (+3% zu 2024). Unverändert bleibt der Anteil der Anrufe, in denen die allgemeine Zufriedenheit abgefragt wurde (6%).

- Die Bewertung der Anrufe fällt mit 81% (sehr) Zufriedener geringfügig besser aus als im Vorjahr (78 %). Gleichzeitig empfinden weniger Befragte die Anrufe als störend (aktuell: 2%, 2024: 5%).
- Inhaltlich werden die Anrufe ebenfalls positiver wahrgenommen: 84% (2024: 82%) sehen die Anrufe als gute Gelegenheit, um der Genossenschaft Rückmeldung zu geben. Fast unverändert zu 2024 (78%) werten aktuell 79% die Anrufe als Zeichen für Engagement der Genossenschaft. Weitere 73% (2024: 71%) begrüßen die Durchführung grundsätzlich, dennoch lehnen mit derzeit 11% mehr Befragte (6%) die Anrufe ab.

Die WoWi-Calls bleiben damit ein sehr relevantes Format, welches weiterhin genutzt werden sollte.

Spareinrichtung

Auch das Interesse an der Spareinrichtung fällt positiver aus. Derzeit äußern mit 38% (+8% gegenüber 2024) mehr Befragte starkes oder mittleres Interesse. Erhöhtes Interesse an der Spareinrichtung zeigt sich vor allem bei jüngeren Mitgliedern der Altersklasse 18–29 Jahre – hier äußern insgesamt 49% starkes Interesse (9%) oder mittleres Interesse (40%).

- Alle Aussagen zur Spareinrichtung werden besser als zur Vorwelle bewertet. Die wesentlichen Erwartungen bleiben der Wunsch nach attraktiven Konditionen und Zinsen (66%) sowie die gezielte Förderung des Bestands der WG Freiberg (55%). Diese Aspekte erhalten jeweils 8% mehr Zustimmung gegenüber 2024. Zudem möchte die Hälfte der Befragten (+5% zu 2024), dass die Genossenschaft das Geld für die Stadtentwicklung von Freiberg investiert.
- Trotz des erfreulichen Zuspruchs sind 41% konservativ orientiert und bringen ihr Geld bevorzugt zur normalen Bank. Hinzu kommen 37%, die mehr Argumente brauchen. Damit kommen wir geschätzt auf ein Potential von etwa 23%, die sich tatsächlich bei der Spareinrichtung engagieren würden.

SUMMARY

Erweiterte Leistungsangebote

Das Interesse an **zusätzlichen Serviceangeboten** ist gegenüber 2024 gestiegen – einzelne Angebote sind besonders gefragt.

- Trotz eines Rückgangs um 5%, bleibt der Wunsch nach kostenlosen Reparaturleistungen durch genossenschaftseigene Handwerker und Hausmeister mit 55% die höchste Gunst bei den Befragten. Mit 4 Prozentpunkten Zuwachs zum Vorjahr äußern derzeit 36% sogar Zahlungsbereitschaft für diese Art der Dienstleistung.
- Auch kostenlose Paketstationen sind mit derzeit 44% gefragt, ein Zuwachs von 9% gegenüber 2024. Mit 10% würden geringfügig mehr Befragte (+3%) zudem auch für eine für kostenpflichtige Paketstationen aufkommen.
- Die höchste Zahlungsbereitschaft zeigt sich bei den PKW-Stellplätzen. Hier würden 44% bei einem kostenpflichtigen Stellplatz zugreifen – 7% mehr als 2024.

- Bei überdachten Fahrradstellplätzen (27%) sehen wir mit einem Zuwachs von 6% mehr Interesse an der kostenlosen Version. Nur 8% würden wie in der Vorwelle dafür zahlen. Die Bereitstellung überdachter Fahrradstellplätzen wird also eher als eine selbstverständliche Leistung betrachtet, die von der Genossenschaft ohne zusätzliche Kosten angeboten werden sollte.

Bei den „sonstigen“ Angeboten, die die Befragten gerne kostenlos nutzen möchten, besteht, ähnlich zu 2024, der Bedarf an Parkplätzen und Garagen (aktuell 28%, 2024: 29%). Auch der Wunsch nach mehr Aufzügen und Barrierefreiheit (aktuell 16%, 2024: 17%) bleibt konstant, während Gemeinschaftsbereiche und Grünflächen mit 18% aktuell stärker in den Fokus gerückt sind (+10 Prozentpunkte).

SUMMARY

Information und Kommunikation

Ähnlich zur Vorwelle, bleiben die Aushänge (97%, 2024: 98%) und die DIGI-App (aktuell: 94%, 2024: 94%) die bekanntesten Informationsquellen. Dasselbe gilt für die Nutzung dieser beiden Kanäle. 95% lesen die Aushänge und 82% (2024: 83%) nutzen die DIGI-App.

- 85% kennen das Genossenschaftsmagazin und 63% nutzen es. Damit ist Nutzung um 8% gegenüber 2024 gesunken.
- Mit 63% hat die Bekanntheit des WhatsApp-Kanals geringfügig zugenommen (+2%), wie auch die Nutzung um 6% auf 15% gestiegen ist.
- Ähnlich zeigt sich auch bei der Nutzung der anderen Social-Media-Kanäle ein geringfügiger Zuwachs. Facebook erreicht 12% und damit 2% mehr als 2024 sowie 8% Instagram-Nutzer (+3%) und 6% YouTube-Kanal Nutzer (+2%).

Parallel dazu ist auch die Zufriedenheit der Nutzer mit den vorhandenen Informationsangeboten gestiegen. Alle Kanäle werden etwas besser bewertet. Mit 91% Zufriedenheit sind mit 7% mehr Befragte zufrieden mit der Homepage.

- Besonders der Instagram-Kanal zeigt mit einem Zuwachs von 10 Prozent eine deutlich positivere Bewertung im Vergleich zur Vorwelle (69%). Den höchsten Anstieg bei der Zufriedenheit sehen wir beim YouTube-Kanal, der mit 15% besser bewertet wird (74% (sehr) zufriedene Nutzer). Allerdings haben wir auch gleichzeitig mehr kritische Besucher des YouTube-Kanals (2025: 15% vs. 8% in 2024).

Die gestiegene Nutzung der Social-Media-Kanäle hängt auch mit dem höheren Anteil unter 40-Jähriger bei der WG Freiberg zusammen. Ziel sollte daher sein, die guten Bewertungen der Kanäle zu halten sowie alle gleichzeitig zu pflegen. Mit der Vielfalt an Informationsquellen verfügt die WG über eine gute Grundlage, um möglichst viele Mitglieder unterschiedlicher Altersklassen zu erreichen.

SUMMARY

Das Unternehmen

Die positive Bewertung der **WG Freiberg** ist nochmals gestiegen. Die Befragten zeigen sich bei fast allen Leistungsaspekten zufriedener.

- Die Informationspolitik (aktuell: 87%, 2024: 85%) erfährt weiterhin die höchste Zustimmung unter den Befragten. Die Verständlichkeit der Betriebskostenabrechnung wird mit 6 Prozentpunkten besser bewertet und nimmt mit 85% (sehr) Zufriedenen den zweiten Platz ein. Die Kompetenz der Mitarbeitenden fällt damit vom zweiten auf den dritten Rangplatz zurück und erreicht damit weiter sehr gute 78%.
- Besonders verbessert hat sich die Einschätzung der Instandhaltungsmaßnahmen um 10% im Vergleich zum Vorjahr und liegt derzeit bei 77%.
- Trotz eines Anstiegs der Zufriedenheit um 8 Prozentpunkte gegenüber 2024 (aktuell: 56%) bleibt der Umgang mit Verbesserungsvorschlägen kritisch und belegt den letzten Platz. 14% sind damit (sehr) unzufrieden und wünschen sich mehr Engagement von der WG Freiberg.

Mitarbeitende

Die bereits 2024 gute Bewertung der **Mitarbeitenden** erreicht 2025 neue Höchstwerte. Auch hier werden fast alle Leistungsaspekte besser bewertet.

- Ähnlich zur Vorwelle werden die Mitarbeitenden der WG Freiberg vor allem als freundlich wahrgenommen (aktuell: 92%, 2024: 91%). Auch die Rückkrufbereitschaft wird besonders geschätzt und verzeichnet einen leichten Zuwachs von 2 Prozentpunkten (92%).
- Den Mitarbeitenden wird mit jeweils 3 Prozentpunkten Zuwachs sogar noch mehr Kompetenz (87%) zugeschrieben und die persönliche Erreichbarkeit (82%) gelobt.
- Mit 78% (sehr) Zufriedener ist die telefonische Erreichbarkeit das Schlusslicht und wird mit 2% geringfügig schlechter als 2024 bewertet. Aber: nur 5% sind eher oder sehr unzufrieden mit der Erreichbarkeit (2024: 3%).

SUMMARY

Image

Alle **Image-Merkmale** werden 2025 positiver bewertet. Die WG Freiberg wird (sogar mit einem leichten Zuwachs von jeweils 3 Prozentpunkten) insbesondere mit Seriosität (91%) und Vertrauenswürdigkeit (88%) assoziiert.

- Auch Zuverlässigkeit (85%) schreiben die Befragten dem Unternehmen zu (2% mehr zum Vorjahr).
- Den stärksten Zuwachs um 8% auf derzeit 61% verzeichnet die Wahrnehmung des Unternehmens als „preisgünstig“. Allerdings bleibt die Zuschreibung als „preisgünstig“ das als am wenigsten zutreffend empfundene Image-Merkmal. Dennoch: nur 6% äußern explizit, dass sie die WG nicht als preisgünstig empfinden.

NPS

Der Net Promoter Score (NPS) liegt bei 27,7 und hat sich damit im Vergleich zum Vorjahr mehr als verdoppelt (2024: 11,5).

- Dabei ist der Anteil der Kritiker von 27 auf 20 gesunken, während gleichzeitig ein Anstieg bei den Promotoren von 39 auf 47 zu beobachten ist.
- Die Zunahme an Promotoren – also Mitgliedern, die aufgrund besonders positiver Erfahrungen mit der Wohnungsgenossenschaft eine Weiterempfehlung aussprechen würden – führt zu der Verbesserung des Net Promoter Scores (NPS).

Um diesen tollen Wert zu halten, ist es entscheidend, weiterhin gezielt auf die Wünsche und Bedürfnisse der Mitglieder einzugehen. Individuelle Maßnahmen können helfen insbesondere passive Mitglieder (die zwar zufrieden, aber nicht aktiv empfehlend sind) zu Promotoren zu entwickeln. Wir sehen also weiterhin Potenzial, den NPS nicht nur zu halten, sondern die Mitgliederbindung weiter nachhaltig zu stärken.

SUMMARY

WG Freiberg im Benchmark

Im Vergleich zum Vorjahr schneidet die WG Freiberg im Benchmark insgesamt besser ab:

- Sämtliche allgemeinen Leistungsindikatoren zeigen eine positive Entwicklung und übertreffen die Werte von 2024. Besonders die Gesamtzufriedenheit mit der Wohnung und dem Gebäude liegt nun über dem Durchschnitt.
- Auch die unternehmensbezogenen Leistungsindikatoren werden durchweg besser bewertet. Einzige Ausnahme bleibt die Preisgestaltung, die weiterhin unter dem Durchschnitt liegt.
- Analog dazu verbessert sich die Wahrnehmung der Image-Eigenschaften: Alle bewerteten Merkmale der WG erreichen Werte über dem Benchmark – mit Ausnahme des Attributs „preisgünstig“, das weiterhin unter dem Durchschnitt bleibt.
- Die Leistungsindikatoren im Bereich Mitarbeitende entwickeln sich ebenfalls positiv. Besonders die persönliche Erreichbarkeit hat deutlich zugenommen und liegt nun über dem Durchschnitt.

Auch im Bereich der Wohnbestandsmerkmale zeigt sich eine positive Entwicklung gegenüber 2024: Die Leistungsindikatoren zur Umgebung wurden durchweg höher bewertet, wenngleich der ÖPNV weiterhin unter dem Benchmark liegt. Die Zufriedenheit mit dem Gebäude ist im Vergleich zur Vorwelle gestiegen und zahlreiche Indikatoren, die im Vorjahr noch unterdurchschnittlich waren, erreichen nun Werte oberhalb des Benchmarks. Auch die Merkmale der Wohnung werden positiver bewertet – mit Ausnahme der Heizungsbewertung, die weiterhin unter dem Durchschnitt liegt.

- Bei der Schadensbearbeitung zeigen sich im Vergleich zu 2024 leichte Rückgänge bei allen Leistungsindikatoren. Dennoch bleibt die WG im Benchmark weiterhin an führender Position.
- Die Reputation der WG Freiberg verbessert sich ebenfalls: Durch den gestiegenen Anteil an Promotoren erhöht sich auch der NPS, der nun über dem Durchschnitt liegt. Die WG hat eine langfristig wettbewerbsfähige Position erreicht.

FAZIT UND EMPFEHLUNGEN

Wohnen bei WG Freiberg

Die Mitgliederbefragung der WG 2025 bietet wertvolle Einblicke in die Bedürfnisse und Erwartungen der Mitglieder. Die Mehrheit der Teilnehmenden lebt in 1- bis 2-Personen-Haushalten, mit einem signifikanten Anteil an älteren Mitgliedern, die bereits Rentenzahlungen oder Pension erhalten. Diese demografische Struktur sollte bei der strategischen Planung berücksichtigt werden, um maßgeschneiderte Angebote zu entwickeln, die den spezifischen Bedürfnissen dieser Gruppen gerecht werden. Dennoch sollten jüngere Altersklassen nicht vernachlässigt werden. Gegenüber der vorherigen Befragung konnte sich die Genossenschaft in vielen Bereichen verbessern und die Wohnzufriedenheit innerhalb der WG hat sich sogar erhöht.

Trotz der hohen Wohnzufriedenheit gibt es spezifische Bereiche, die Aufmerksamkeit erfordern. Wie bereits 2024, betreffen diese die Nachbarschaft – aktuell insbesondere Nachbarschaftslärm – sowie den anhaltenden Bedarf an Modernisierungsmaßnahmen.

Hier ist insbesondere die Aufwertung der Bäder und WCs gemeint. Der Modernisierungsbedarf wird auch in den Strukturdaten selbst sichtbar. So liegt der Wohnungsbestand, bei dem Modernisierungen durchgeführt wurden, weiterhin nur bei 11%. Weitere prioritäre Themen sind die wahrgenommen zu geringe Anzahl an Sitzplätzen sowie Abstellmöglichkeiten für Fahrräder / Rollatoren und die Parkplatzsituation.

Schnellen Erfolg bei der Steigerung der Zufriedenheit bieten Investitionen in schallisolierende Maßnahmen, um die Hellhörigkeit weiter zu senken. Langfristig sollte die WG Freiberg die Strategie zur kontinuierlichen Modernisierung und Instandhaltung der Bestände fortführen mit dem besonderen Fokus auf altersgerechte Umbauten und energieeffiziente Lösungen. Oft können prioritäre Maßnahmen mit weiteren sinnvollen Veränderungen im Bestand kostengünstig gebündelt werden. Die Wirkung ist dann noch deutlich stärker.

FAZIT UND EMPFEHLUNGEN

WG Freiberg

Die WG Freiberg hat sich als vertrauenswürdiger und seriöser Anbieter etabliert, was durch die hohe Zufriedenheit und das positive Image der Genossenschaft unterstrichen wird. Dennoch gibt es Optimierungspotenzial: Die Verbesserung der Stellplatzsituation für PKWs und die Bereitstellung von Fahrradgaragen für E-Bikes sowie wohnungsnaher E-Ladesäulen, stellen unmittelbare Möglichkeiten dar, die Infrastruktur zu verbessern und auf die Bedürfnisse der Mitglieder einzugehen.

Zukünftig sollte die Genossenschaft verstärkt auf nachhaltige Maßnahmen setzen. Wir empfehlen erneut die Prüfung von Möglichkeiten zur Gewinnung von Ökostrom über die Dachflächen, sofern baulich und rechtlich umsetzbar. Dies könnte nicht nur zur Entlastung der Energiekosten beitragen, sondern auch das Engagement für Umweltschutz und soziale Verantwortung sichtbar stärken. Ebenso wichtig ist eine intensive, frühzeitige Kommunikation und die aktive Einbindung der Mitglieder in geplante Maßnahmen.

Das anhaltend hohe Interesse an Reparaturen durch genossenschaftseigene Handwerker und Hausmeister zeigt die weiterhin starke Nachfrage. Aufgrund der hohen Zahlungsbereitschaft in diesem Bereich können verlässliche und effiziente Angebote erprobt werden. Auch für alltagsunterstützende Dienste und den altersgerechten Badumbau besteht Zahlungsbereitschaft – wenn auch etwas geringer gegenüber anderen Angeboten. Diese Angebote könnten insbesondere älteren Mitgliedern ein lebenslanges Wohnen bei der WG Freiberg ermöglichen, gerade mit Blick auf den fortschreitenden demografischen Wandel.

Insgesamt zeigt sich ein großes Potenzial für die Genossenschaft, sich mit neuen Angeboten zukunftssicher aufzustellen und als serviceorientiertes Unternehmen für alle Altersgruppen zu positionieren. Gleichzeitig gilt es, die bereits guten Bewertungen langfristig zu sichern und zu stabilisieren.

THEMENÜBERSICHT

Haushaltsstruktur



- Haushaltsgröße
- Altersgruppen
- Haushaltstypen
- Einkommensquellen
- ...

Wohnzufriedenheit



- Wohnsituation
- Wohnung
- Gebäude
- Umgebung

Wohnkosten



- Höhe der Miete
- Nutzungsgebühr
- Betriebskosten
- Wärmekosten

Gemeinsam Wohnen



- Nachbarschaft

Nachhaltigkeit und Klimaschutz



- E-Mobilität
- Öko-Strom
- Nachhaltigkeit

Kundenorientierung



- Letzter Kontaktpunkt
- CES
- WoWiCall Anrufe
- Schadensmeldung
- Bedarf an Angeboten
- Spareinrichtung

THEMENÜBERSICHT

Kommunikation



- Kenntnis und Nutzung der Informationsangebote
- Beurteilung der Angebote

Unternehmen



- Leistungsprofile für das Unternehmen, die Mitarbeiter und die Hausmeister
- NPS

Der Vergleich

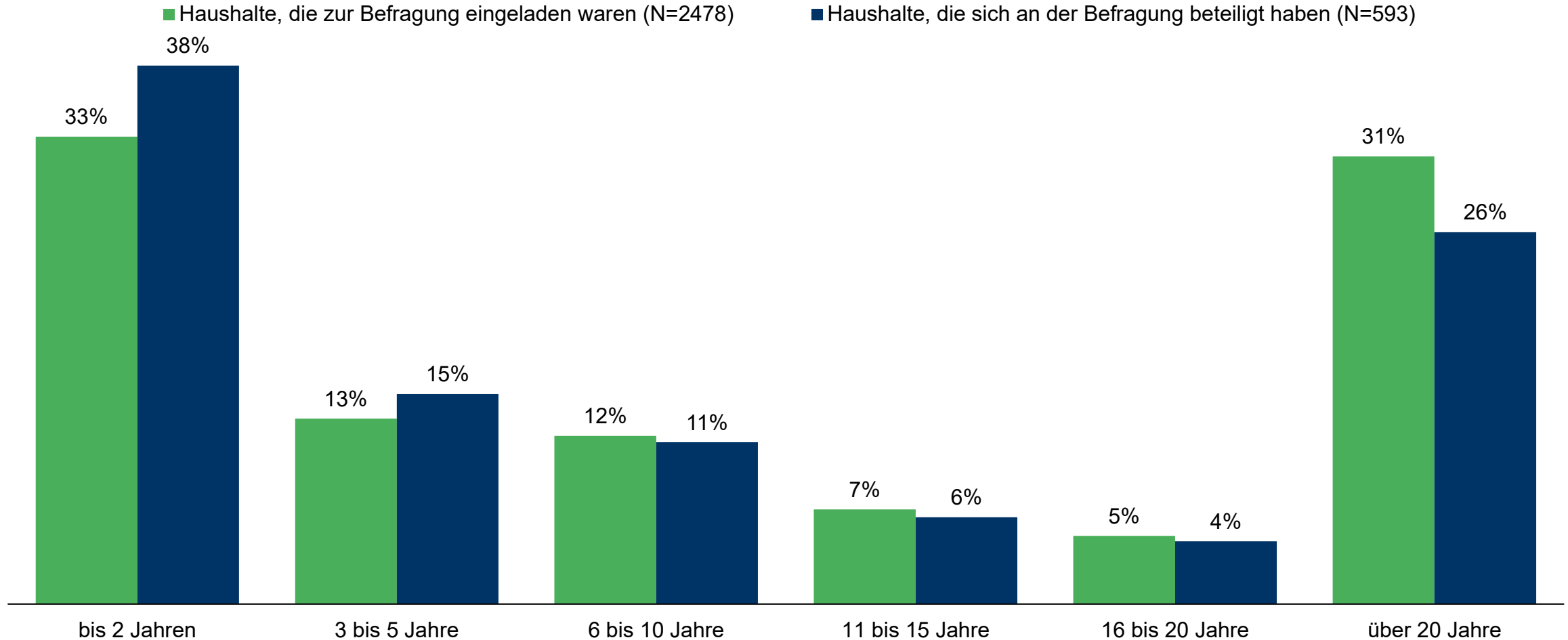


- Benchmarks – Wohnzufriedenheit, Mitarbeitende, Unternehmen und NPS



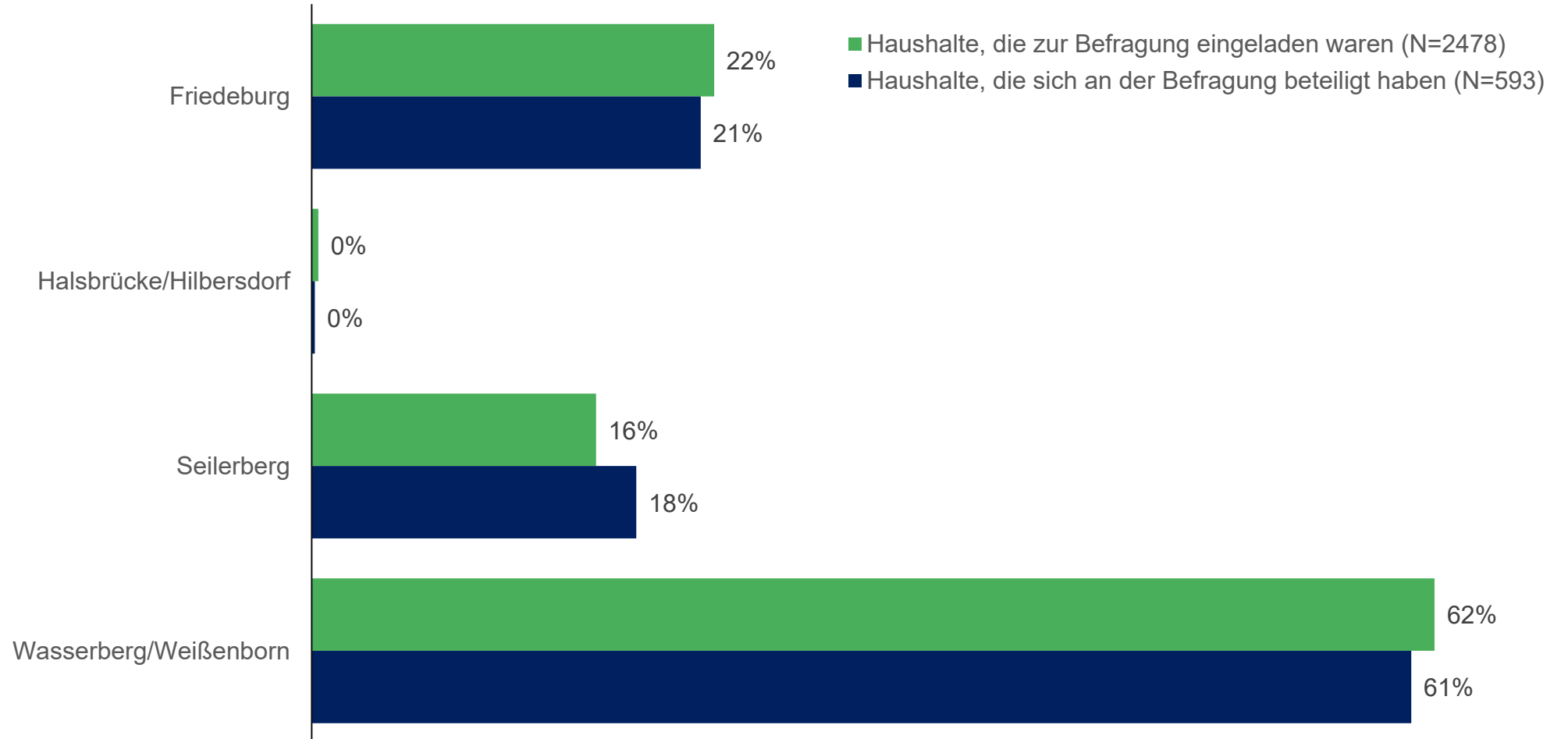
Repräsentativität 1: Die Verteilung der Wohndauerklassen zeigt eine weitgehende Übereinstimmung der eingeladenen Haushalte mit den Teilnehmer-Haushalten. Neumieter sind leicht über-, Altm Mieter leicht unterrepräsentiert.

VERGLEICH DER MIETDAUER



Repräsentativität 2: Bei den vier Stadtgebieten entspricht die Verteilung der Teilnehmerhaushalte der bekannten Verteilung in der Grundgesamtheit.

VERGLEICH DER RÄUMLICHEN VERTEILUNG

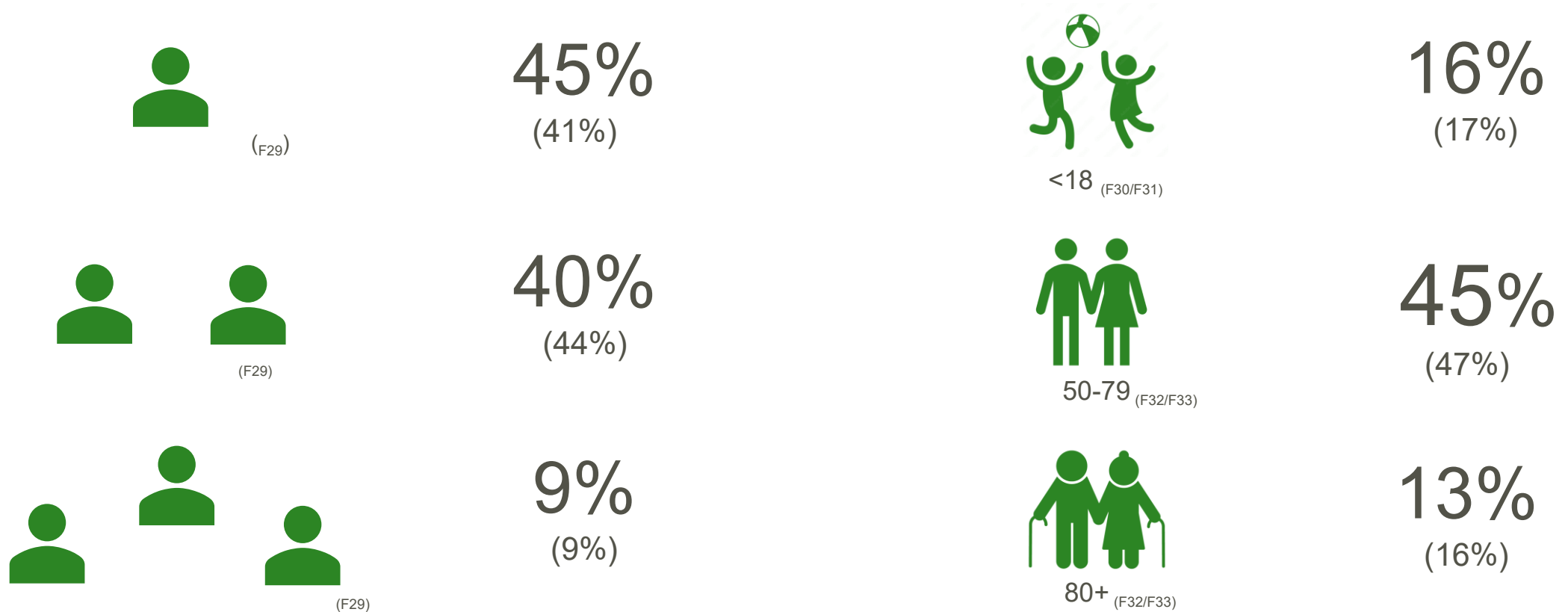


HAUSHALTSSTRUKTUR



Die Haushaltsstruktur bleibt weitgehend stabil: Der Großteil lebt in 1- und 2-Personen-Haushalten, wobei Single-Haushalte um 4% zugenommen haben. Gleichzeitig ist die Zahl der 2-Personen-Haushalte leicht rückläufig (-4%).

HAUSHALTSSTRUKTUR

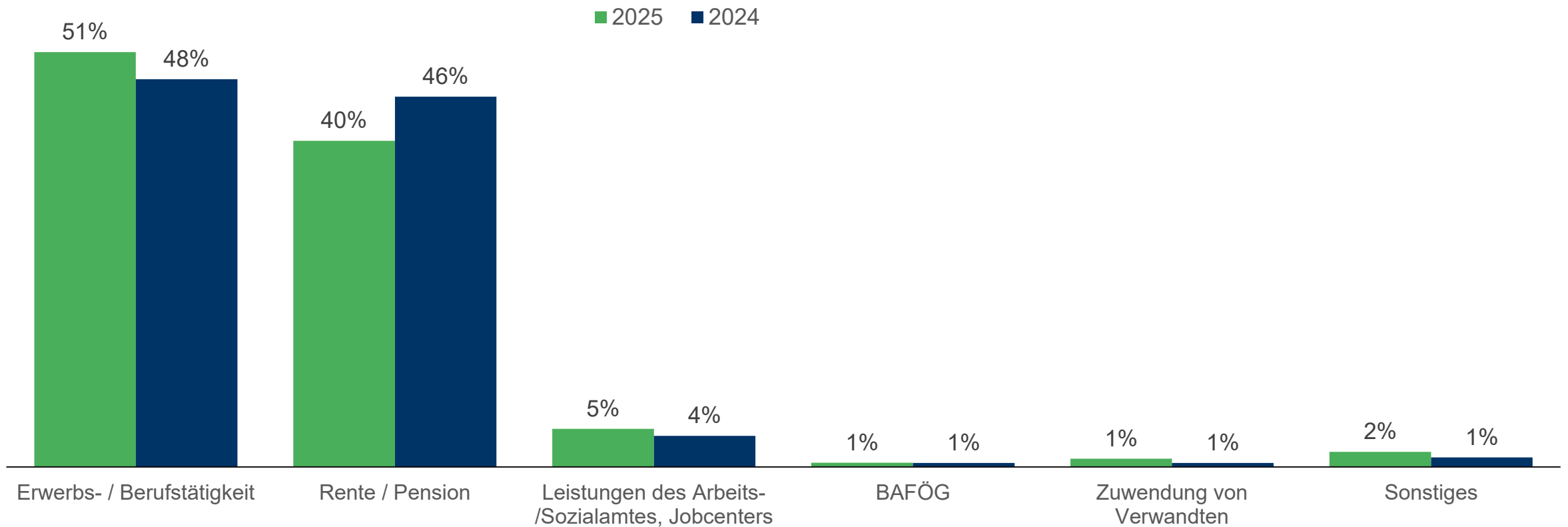


n_{F29}=592; n_{F30/F31}=593; n_{F32}=582; n_{F33}=588

Frage 29. „Wie viele Personen leben insgesamt in Ihrem Haushalt, Sie selbst mit eingeschlossen?“; Frage 30. „Wie viele Kinder bis zu 12 Jahren sind darunter?“; Frage 31. „Wie viele Jugendliche zwischen 13 und unter 18 Jahren sind darunter?“; Berechnung aus Frage 32. „Wie alt sind Sie selbst?“ und F33. „Wie alt sind die anderen erwachsenen Haushaltsmitglieder?“

Ähnlich zum Vorjahr sind die Mehrheit der Befragten erwerbstätig oder im Ruhestand – der Anteil der Rentner / Pensionäre ist um 6% auf 40% gesunken.

EINKOMMENSQUELLE



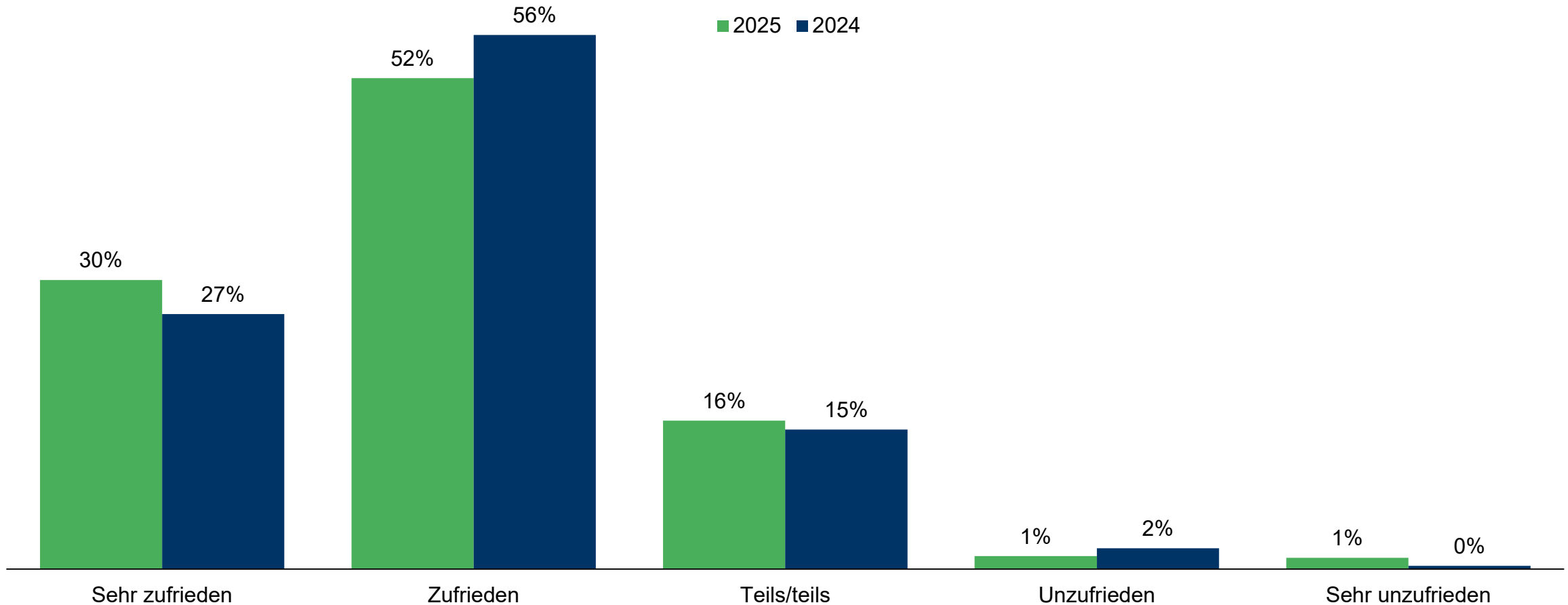
n_{F34}=591
Frage 34. „Welches ist die Haupteinkommensquelle in Ihrem Haushalt?“

WOHNZUFRIEDENHEIT



Mit 82% ist die Wohnzufriedenheit ähnlich hoch wie in 2024 (83%). 4 von 5 Mitgliedern sind (sehr) zufrieden - fast niemand ist (sehr) unzufrieden.

WOHNZUFRIEDENHEIT: ALLGEMEINE WOHNZUFRIEDENHEIT



n_{F1}=590

Frage 1: „Wie zufrieden sind Sie - alles in allem - mit Ihrer Wohnsituation?“

Ausgewählte O-Töne zu Gründen der Unzufriedenheit mit der Wohnsituation

Das Wohnumfeld verschlechtert sich, die "normalen" Mieter Mitglieder ziehen aus

Es geht im Familiengarten nicht voran. Versprochene neue Balkone werden nicht realisiert. Treffplätze, Spielplatz eben nicht wie bei Einzug alles versprochen. Und man erhält nicht mal eine Info. Auf Nachfrage auch nicht.

Die stetig steigenden Mietpreise belasten uns finanziell sehr. Bei gleichbleibenden Leistungen sind die stetigen Mieterhöhungen nicht gerechtfertigt!

Die Parksituation und die wenigen Zeiten der Grünpflege.

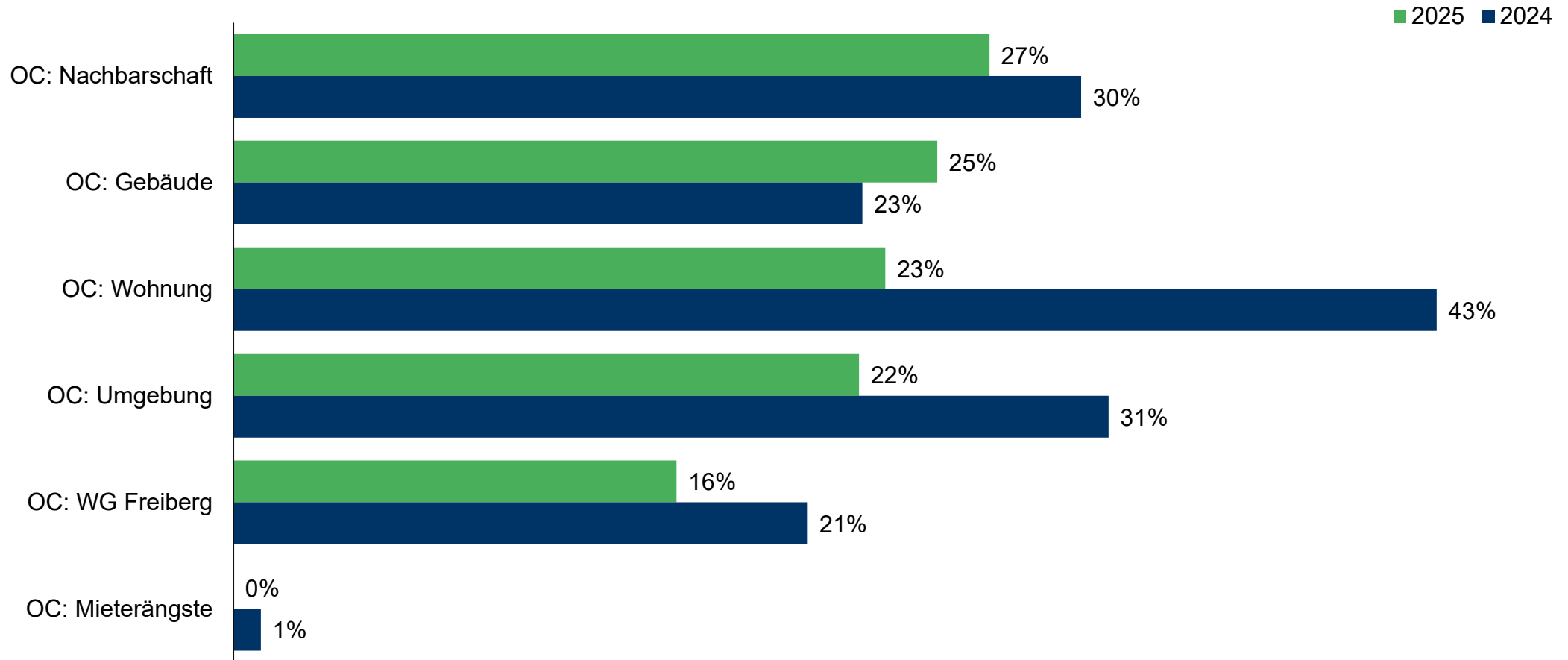
Die Parkplatz Situation Seilerberg Siedlerweg, Roscher Straße ist absolut schlecht. Ich warte seit drei Jahren auf einen Stellplatz aber werde immer wieder vertröstet. Dieses Problem muss umgehend gelöst werden.

In unseren Wohnungen (Reihenhäuser) wird nichts mehr investiert. Es werden keine Reparaturen mehr durchgeführt. Die Fassaden sehen nicht mehr schön aus und irgendwie werden die Häuser sich selbst überlassen. Für uns ist diese Situation sehr belastend, da wir nicht wissen, wie es mit unseren Häusern weitergeht und was wir noch machen können oder nicht.



Hauptgrund für die Unzufriedenheit ist derzeit die Nachbarschaft, gefolgt vom Missfallen mit den Merkmalen des Gebäudes und der Wohnung. Auffällig: Gegenüber der Vorwelle werden deutlich weniger Gründe in der Kategorie „Wohnung“ genannt.

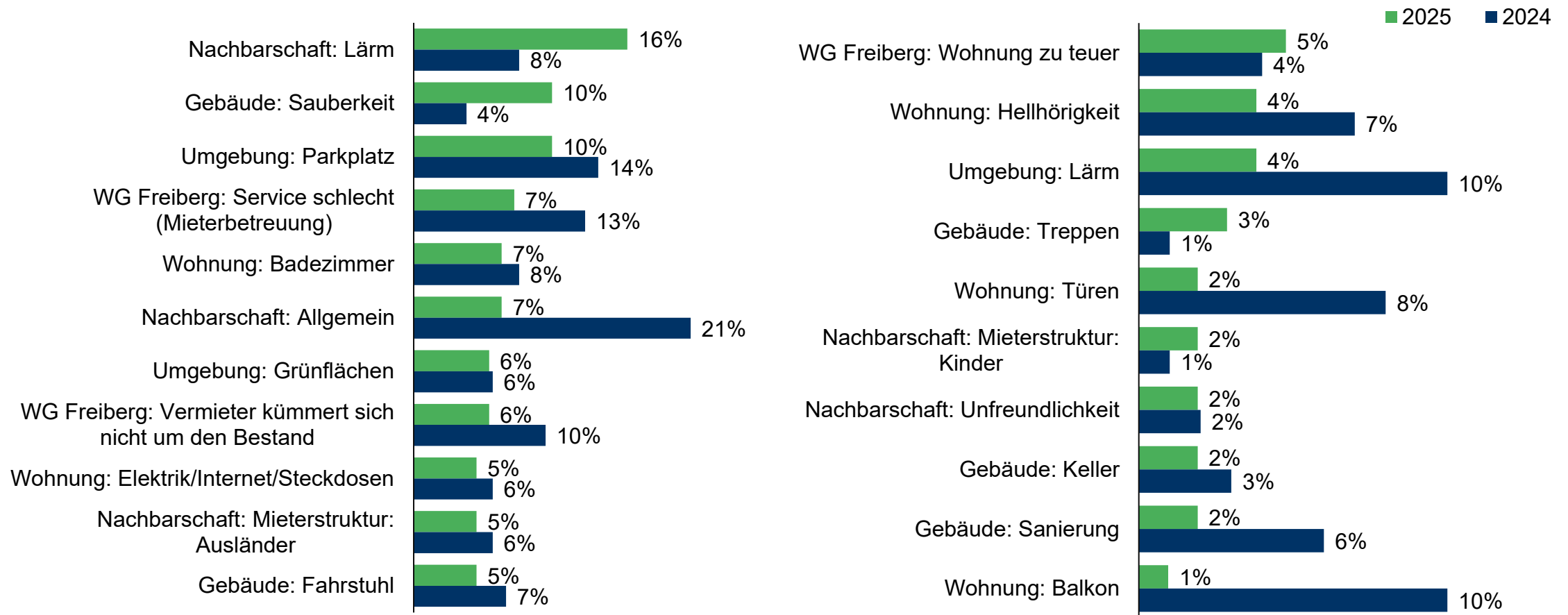
WOHNZUFRIEDENHEIT: GRÜNDE FÜR UNZUFRIEDENHEIT (OBERKATEGORIEN)



n_{F2}=107 (offene Antworten, kodiert; Basis: Mieter*innen, die bei F1 teils/teils, unzufrieden, sehr unzufrieden angegeben haben)
Frage 2: „Warum sind Sie nicht zufrieden, was stört Sie am meisten?“

In der Feinanalyse wird Nachbarschaftslärm als Hauptgrund für die Unzufriedenheit genannt. Im Vergleich zum Vorjahr wird dieser Aspekt häufiger erwähnt (+8%), während die allgemeine Unzufriedenheit mit der Nachbarschaft rückläufig ist (-14%).

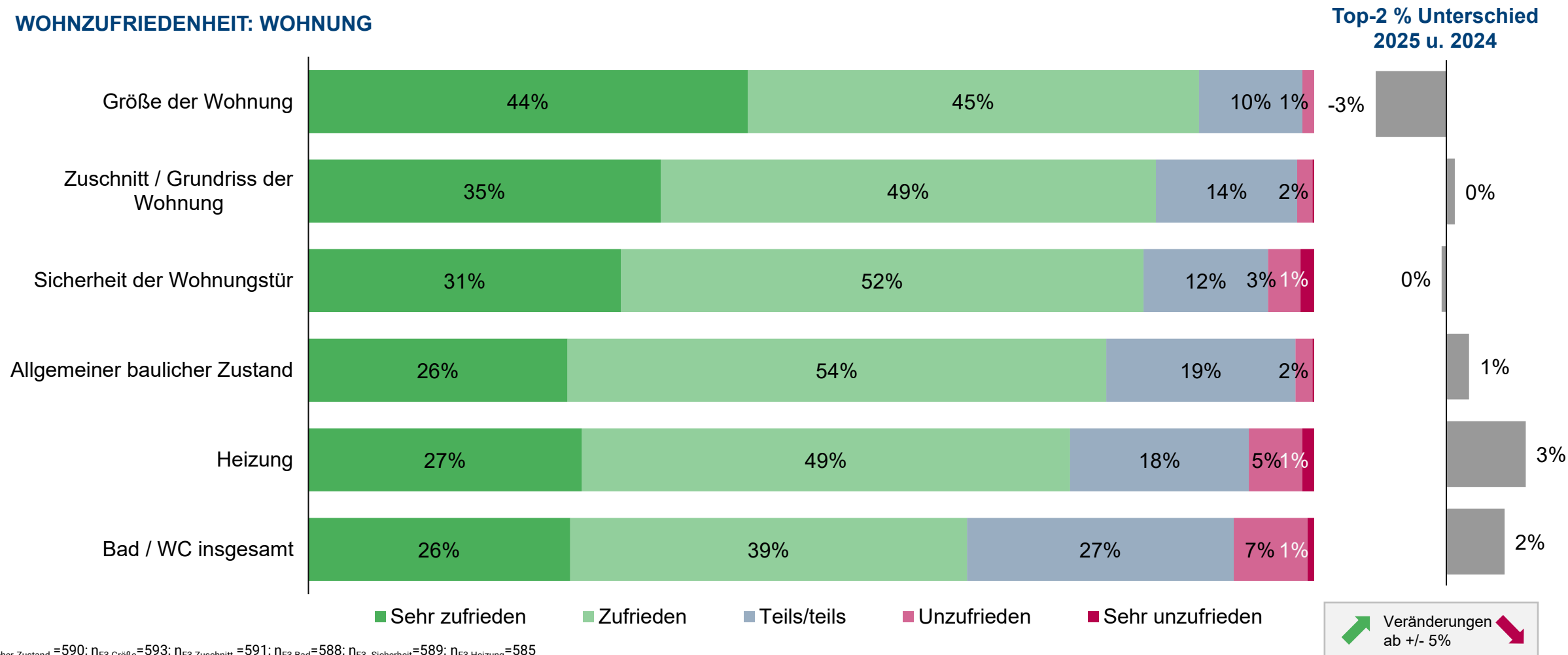
WOHNZUFRIEDENHEIT: GRÜNDE FÜR UNZUFRIEDENHEIT (KATEGORIEN)



n_{F2}=107 (offene Antworten, kodiert; Basis: Mieter*innen, die bei F1 teils/teils, unzufrieden, sehr unzufrieden angegeben haben)
Frage 2: „Warum sind Sie nicht zufrieden, was stört Sie am meisten?“

Wohnung: Unverändert zu 2024 werden Größe und Zuschnitt der Wohnung am besten beurteilt. Einige Befragte sehen Verbesserungsbedarf bei Bad und Heizung. Hier hat sich die Situation im Vergleich zum Vorjahr leicht verbessert.

WOHNZUFRIEDENHEIT: WOHNUNG

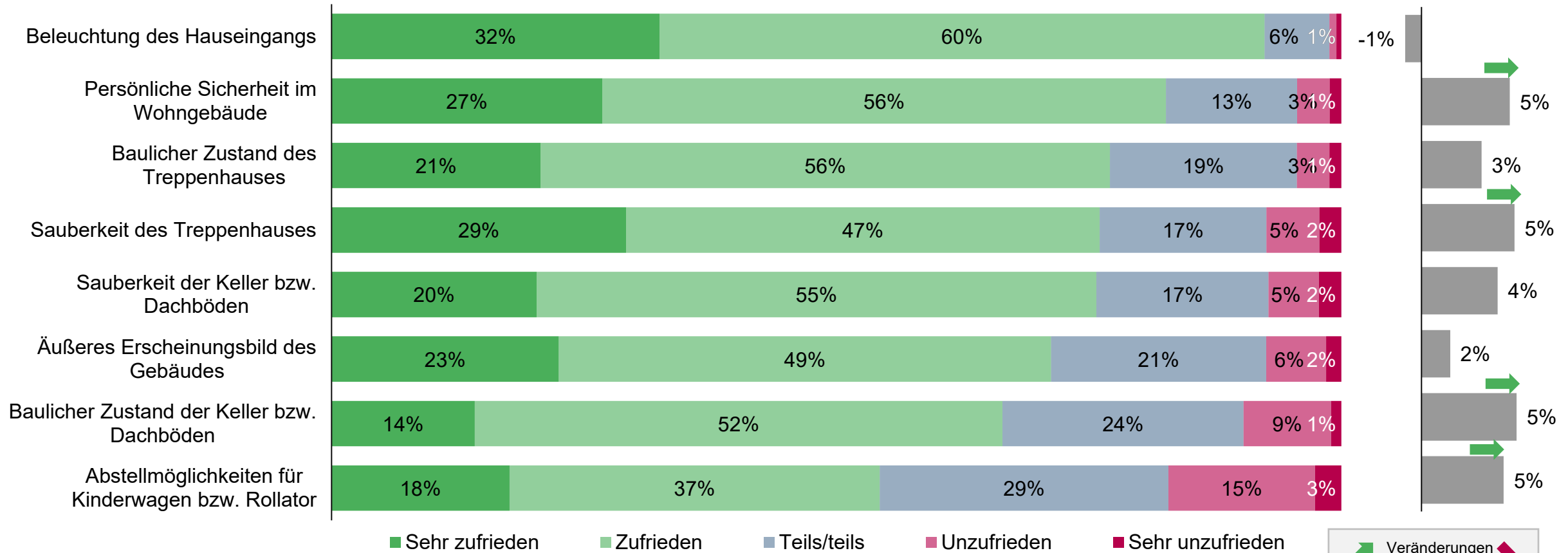


n_{F3.Baulicher Zustand} =590; n_{F3.Größe} =593; n_{F3.Zuschnitt} =591; n_{F3.Bad} =588; n_{F3.Sicherheit} =589; n_{F3.Heizung} =585
 Frage 3. „Bitte kreuzen Sie an, wie zufrieden Sie mit Ihrer Wohnung sind.“

Gebäude: Die Eigenschaften des Wohngebäudes werden besser beurteilt als im Vorjahr. Besonders gelobt werden, ähnlich zu 2024, die Beleuchtung der Hauseingänge. Allerdings besteht weiterhin Verbesserungsbedarf bei den Abstellmöglichkeiten.

WOHNZUFRIEDENHEIT: WOHNGEBÄUDE

Top-2 % Unterschied
2025 u. 2024

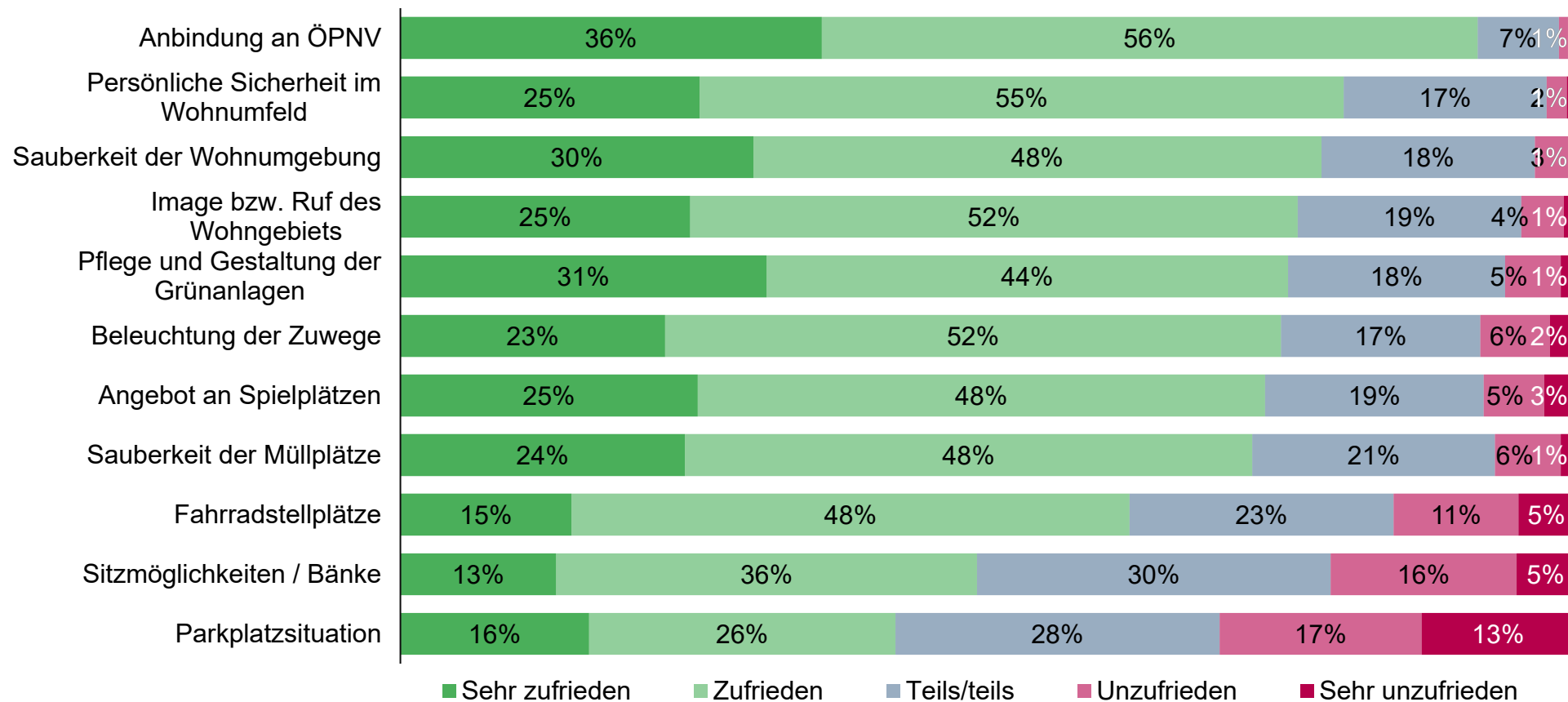


n_{F4.Erscheinungsbild}=591; n_{F4.Sauberkeit Treppe}=593; n_{F4.Sauberkeit Keller}=581; n_{F4.Baulicherzustand Keller}=578; n_{F4.Baulicherzustand Treppe}=589; n_{F4.Pers. Sicherheit}=593; n_{F4.Abstellmöglichkeit Kinderwagen}=420; n_{F4.Beleuchtung}=591
Frage 4. „Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Wohngebäude in Bezug auf folgende Aspekte?“

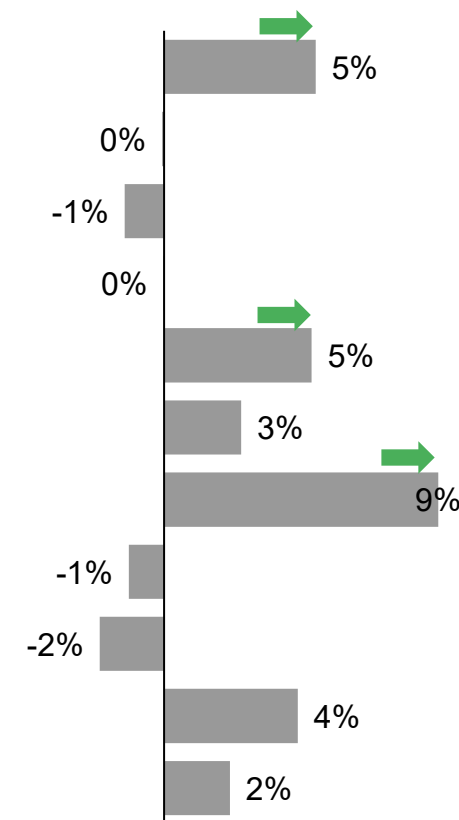
Veränderungen
ab +/- 5%

Umgebung: Ähnlich zu 2024 werden die ÖPNV-Anbindungen sowie die persönliche Sicherheit am besten beurteilt. Mit einem Zuwachs von 9 Prozentpunkten (74%) sind derzeit mehr Mitglieder mit den Spielplätzen zufrieden. Unverändert kritisch bleibt allerdings die Parkplatzsituation.

WOHNZUFRIEDENHEIT: WOHNUMGEBUNG



Top-2 % Unterschied 2025 u. 2024



Veränderungen ab +/- 5%

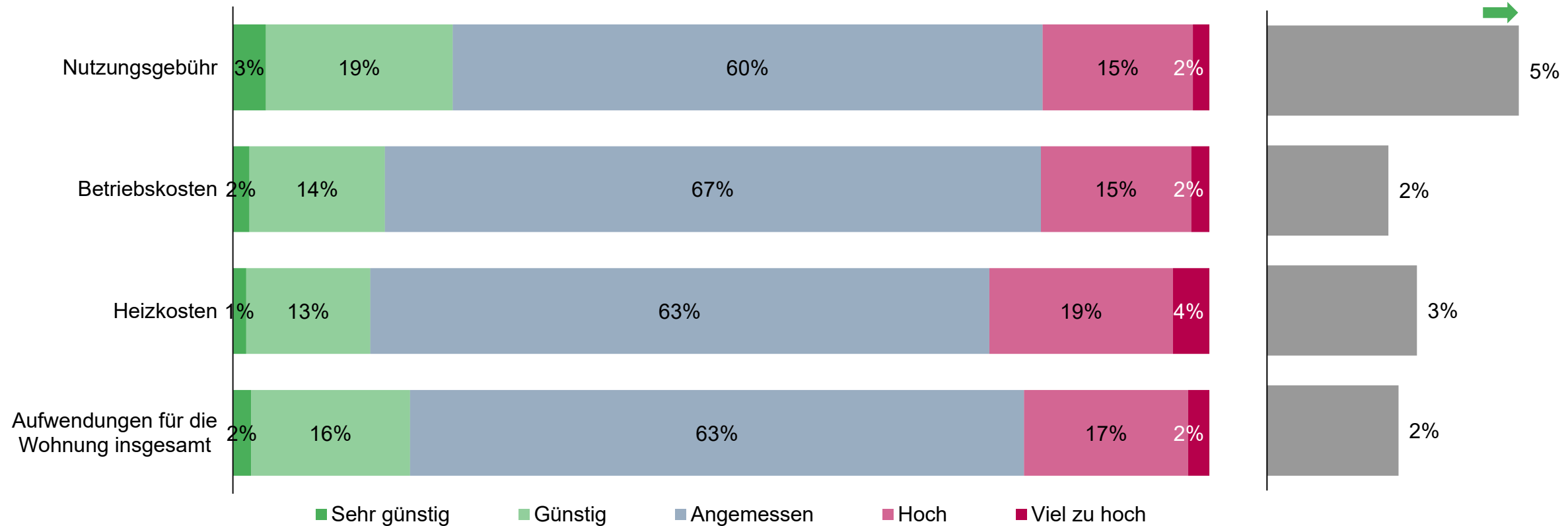
n_{F5.Sauberkeit Umgebung}=589; n_{F5.Pflege/Gestaltung}=590; n_{F5.Sauberkeit Müll}=590; n_{F5.Pers. Sicherheit}=585; n_{F5.Spielplätze}=387; n_{F5.Beleuchtung}=572; n_{F5.Sitzmöglichkeit}=505; n_{F5.Parkplatz}=529; n_{F5.Fahrrad}=480; n_{F5.ÖPNV}=521; n_{F5.Ruf}=551
 Frage 5. „Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Wohngebäude in Bezug auf folgende Aspekte?“

WOHNKOSTEN



Die Einschätzung der Wohnkosten hat sich leicht verbessert, insbesondere bei der Nutzungsgebühr (+5%). Obwohl eine Mehrheit von über 60% alle Kosten als angemessen einschätzt, sind sie dennoch für eine kleinere Gruppe (17% - 23%) (viel) zu hoch.

WOHNKOSTEN: HÖHE DER MIETE



n_{F6.Nutzung} = 591; n_{F8.Betrieb} = 590; n_{F8.Heiz} = 590; n_{F8.Gesamt} = 590
Frage 6. „Wie beurteilen Sie die Höhe Ihrer...?“

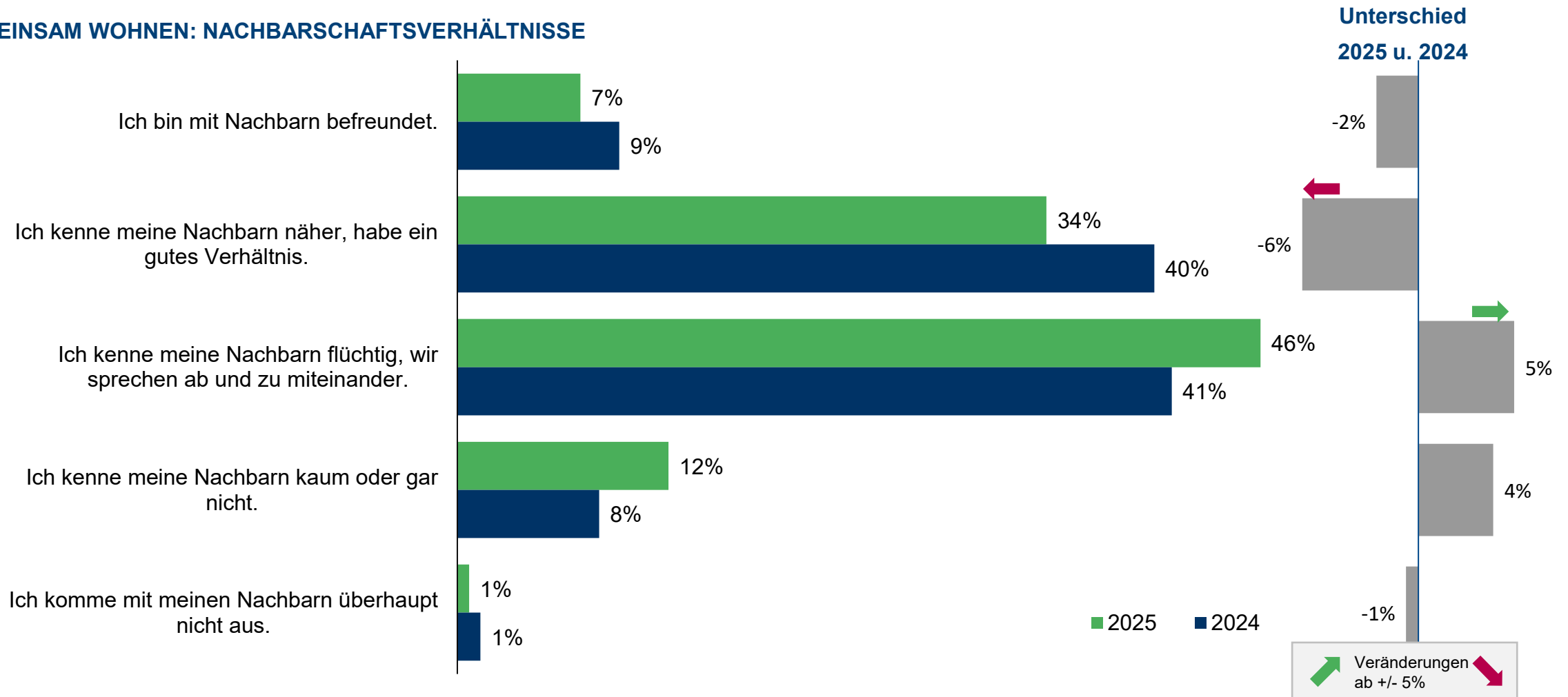
Veränderungen ab +/- 5%

GEMEINSAM WOHNEN



Die Nachbarschaftsverhältnisse bleiben überwiegend positiv: Allerdings geben derzeit weniger Befragte an, ein gutes Verhältnis zu ihren Nachbarn zu haben, während gleichzeitig der Anteil derjenigen gestiegen ist, die das Verhältnis als flüchtig beschreiben.

GEMEINSAM WOHNEN: NACHBARSCHAFTSVERHÄLTNISSE



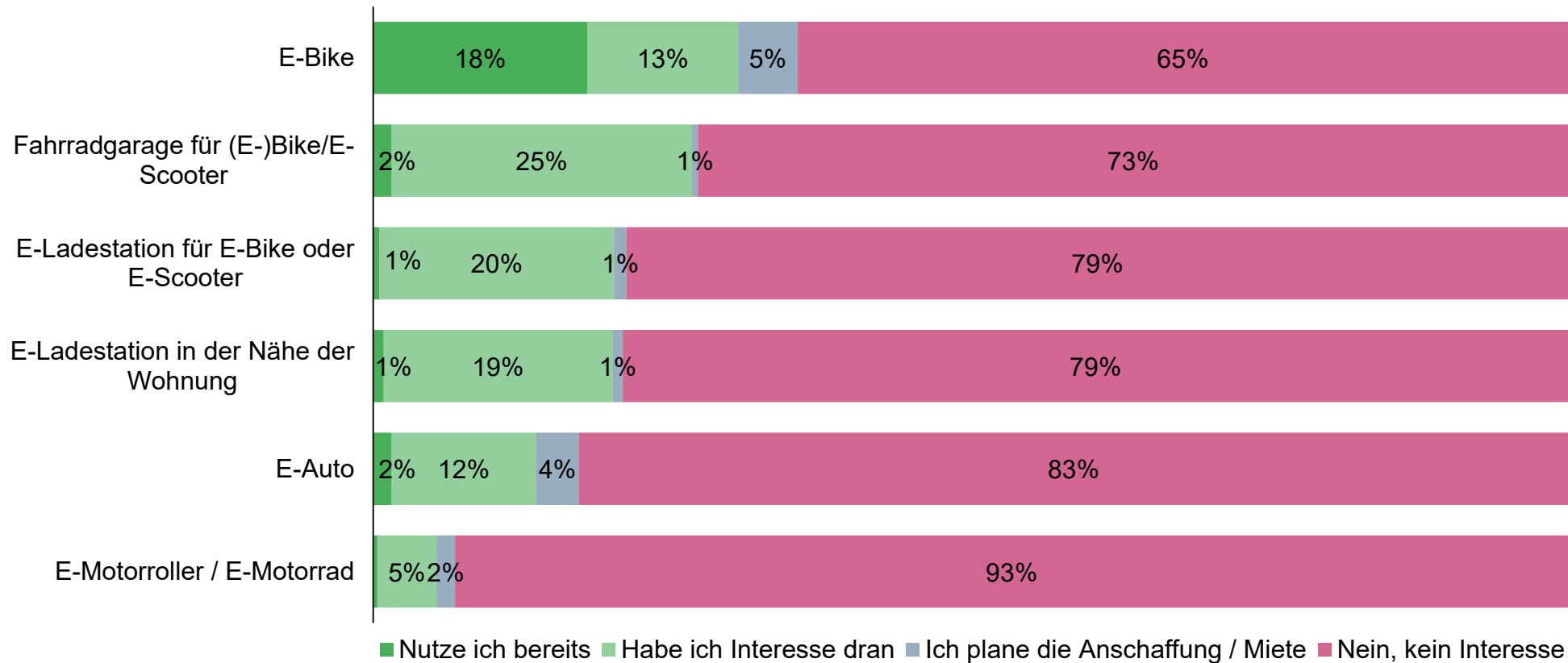
n_{F7} = 593
Frage 7 „Wie würden Sie das Verhältnis zu Ihrer Nachbarschaft beschreiben?“

NACHHALTIGKEIT UND KLIMASCHUTZ

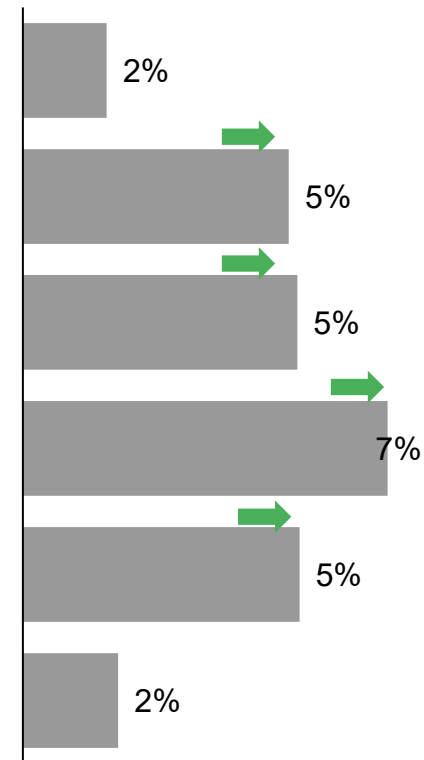


E-Mobilität ist weiterhin gefragt: Gegenüber 2024 zeigen mehr Befragte Interesse an allen Formaten – besonders deutlich ist der Anstieg bei wohnungsnahen E-Ladestationen. E-Bikes bleiben am beliebtesten. Sie werden aktuell von 18% genutzt - ein Zuwachs von 2%.

MOBILITÄTSANGEBOTE



Top-2 % Unterschied 2025 u. 2024 (Interesse)

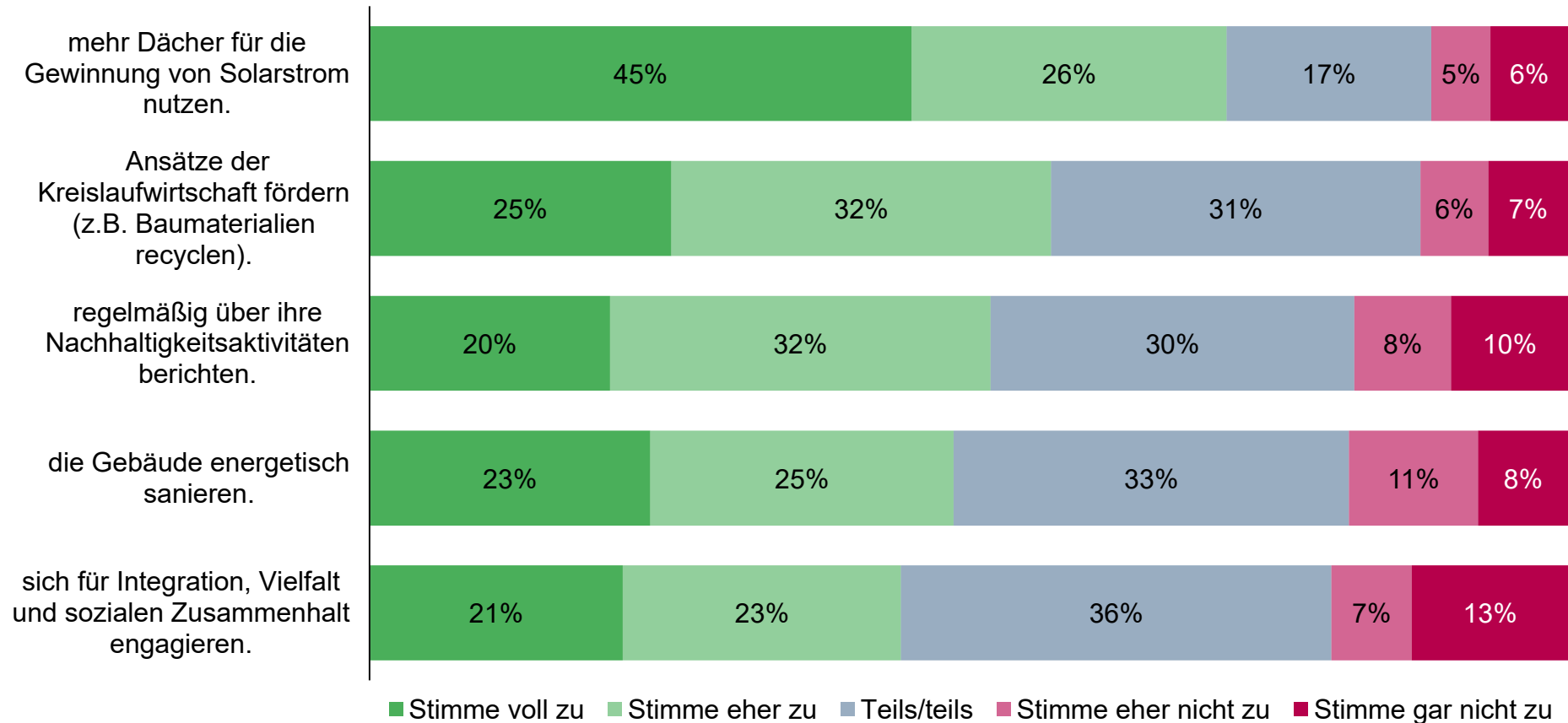


Veränderungen ab +/- 5%

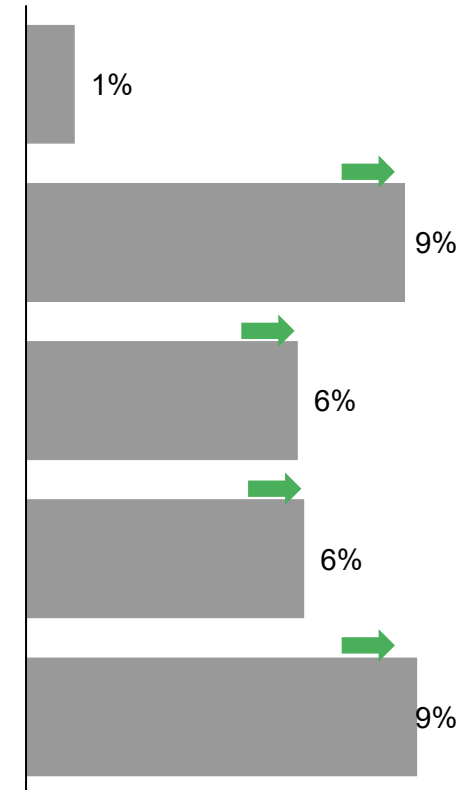
n_{F27.E-Auto}=587; n_{F27.E-Bike}=586; n_{F27.E-Motorroller / E-Motorrad}=585; n_{F27.E-Ladestationen in der Nähe}=584; n_{F27.E-Ladestationen für E-Bike oder E-Scooter}=585; n_{F27.Fahrradgarage für E-Bikes}=585
 Frage 27. „Es gibt viele neue Angebote zur Elektro-Mobilität. Was nutzen Sie bereits? Woran wären Sie interessiert?“

Die Nachhaltigkeitsorientierung bei der WG Freiberg ist gegenüber dem Vorjahr weiter gestiegen. Priorität hat weiterhin der Solarstrom (72%). Besonders deutlich sind die Zuwächse bei den Ansätzen der Kreislaufwirtschaft und im Bereich Integration, Vielfalt, sozialer Zusammenhalt.

KLIMASCHUTZ UND NACHHALTIGKEIT



Top-2 % Unterschied 2025 u. 2024



n_{F28.Dächer} =586; n_{F28.Kreislaufwirtschaft} =584; n_{F28.Gebäude energetisch sanieren} =585; n_{F28.Integration, Vielfalt und sozialen Zusammenhalt} =582; n_{F28.Nachhaltigkeitsaktivitäten} =583
 Frage 28. „Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu, auch wenn diese unter Umständen mit Kosten für Sie selbst verbunden sind?“

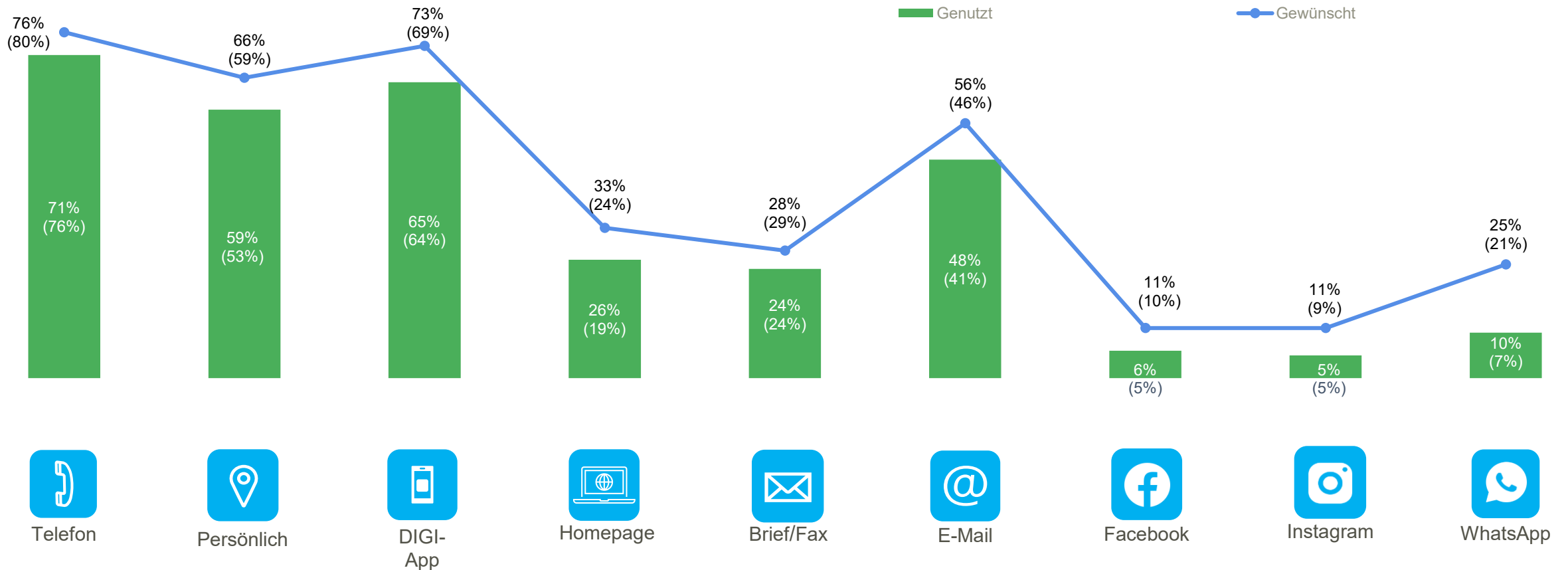
Veränderungen ab +/- 5%

KUNDENORIENTIERUNG



Die analoge Kommunikation liegt weiter vor der digitalen Kommunikation. Das Telefon wird mit 71% nach wie vor am häufigsten genutzt. Die Bedeutung der digitalen Kanäle – E-Mail, Homepage, DIGI-App sowie der WhatsApp-Kanal wird weiter wachsen.

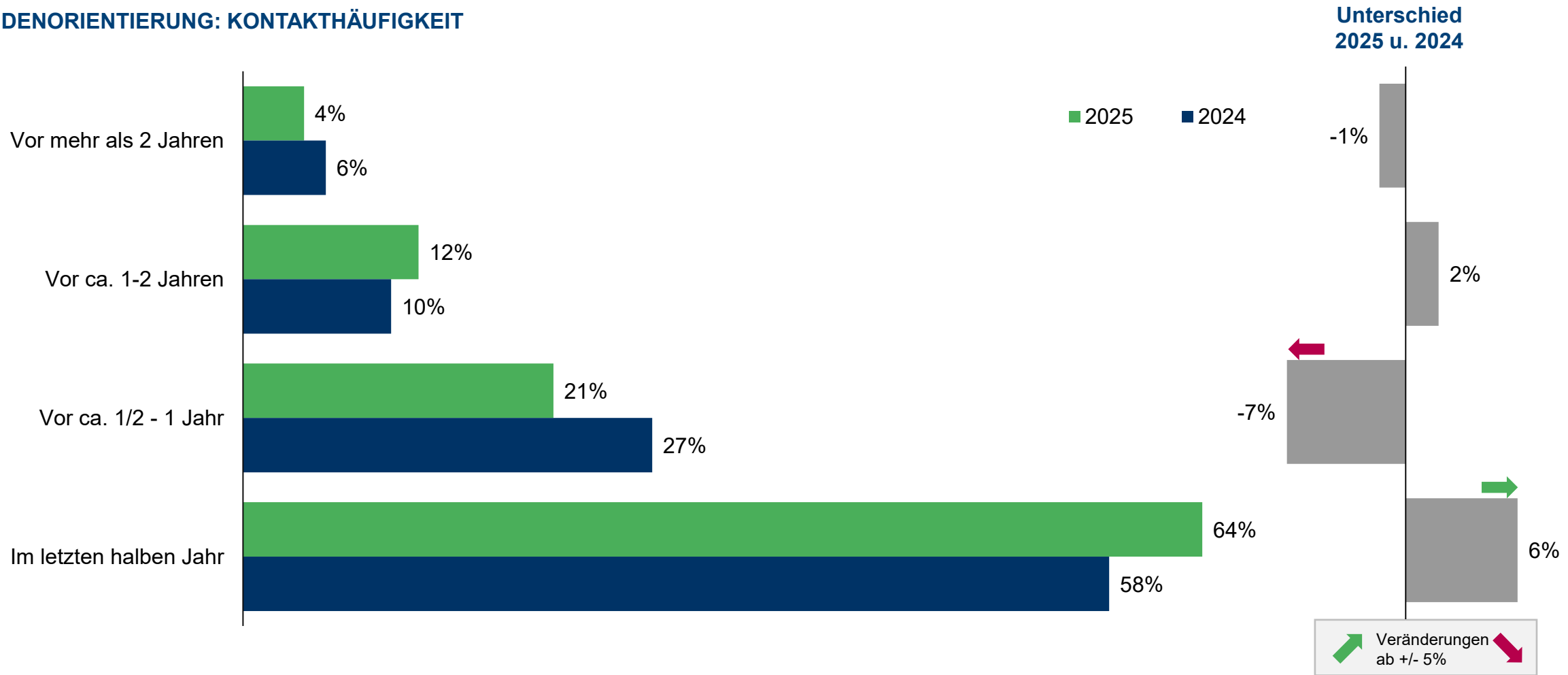
KUNDENORIENTIERUNG: KONTAKTKANÄLE



n_{F9} = 1859 (Mehrfachantwort)
Frage 9. „Welche Kontaktkanäle zur Wohnungsgenossenschaft nutzen Sie zur Zeit und welche würden Sie in Zukunft gerne nutzen?“

Kontakthäufigkeit: Fast zwei Drittel der Befragten (64%) hatte im letzten halben Jahr Kontakt zur Genossenschaft. Die Kontakthäufigkeit ist erkennbar leicht gestiegen.

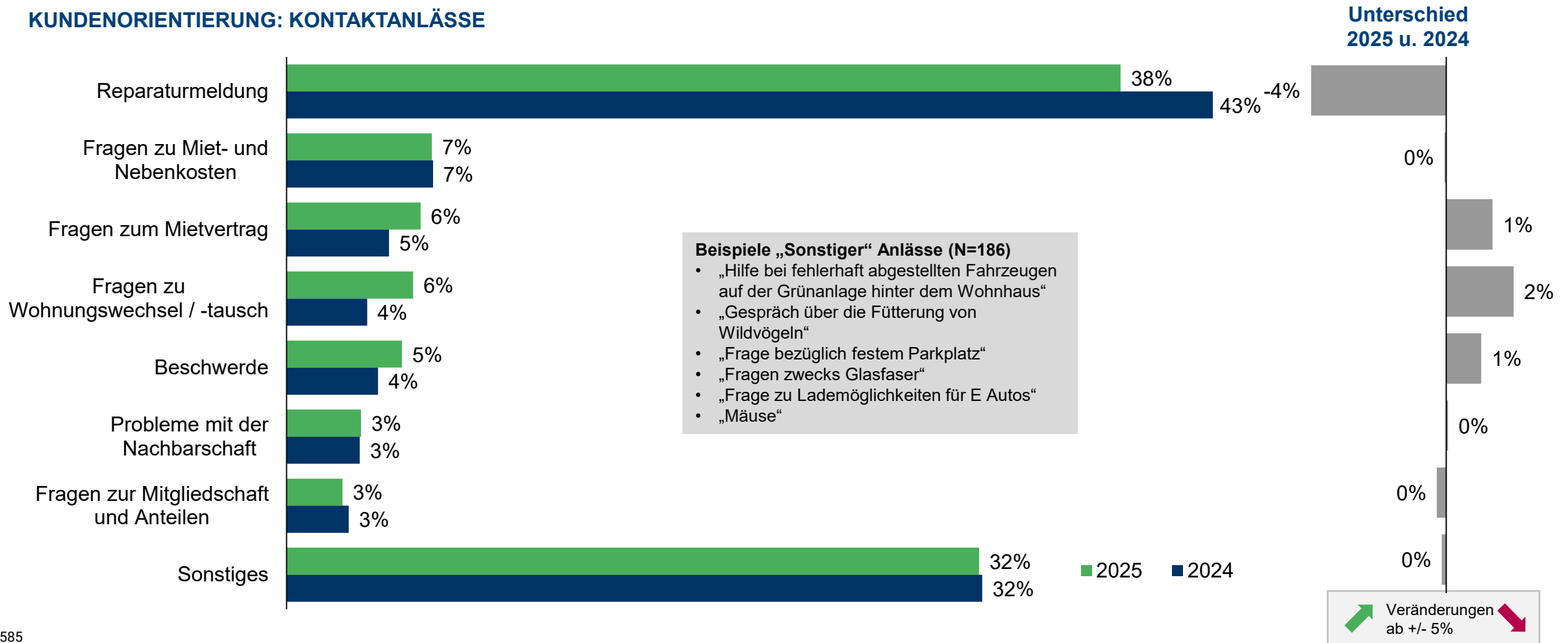
KUNDENORIENTIERUNG: KONTAKTHÄUFIGKEIT



n_{F10}=592
Frage 10. „Wann hatten Sie das letzte Mal mit der Wohnungsgenossenschaft Kontakt?“

Kontak Anlass: Reparaturmeldungen bleiben der häufigste Kontak Anlass gefolgt von Fragen zu Miet- und Nebenkosten sowie zum Mietvertrag.

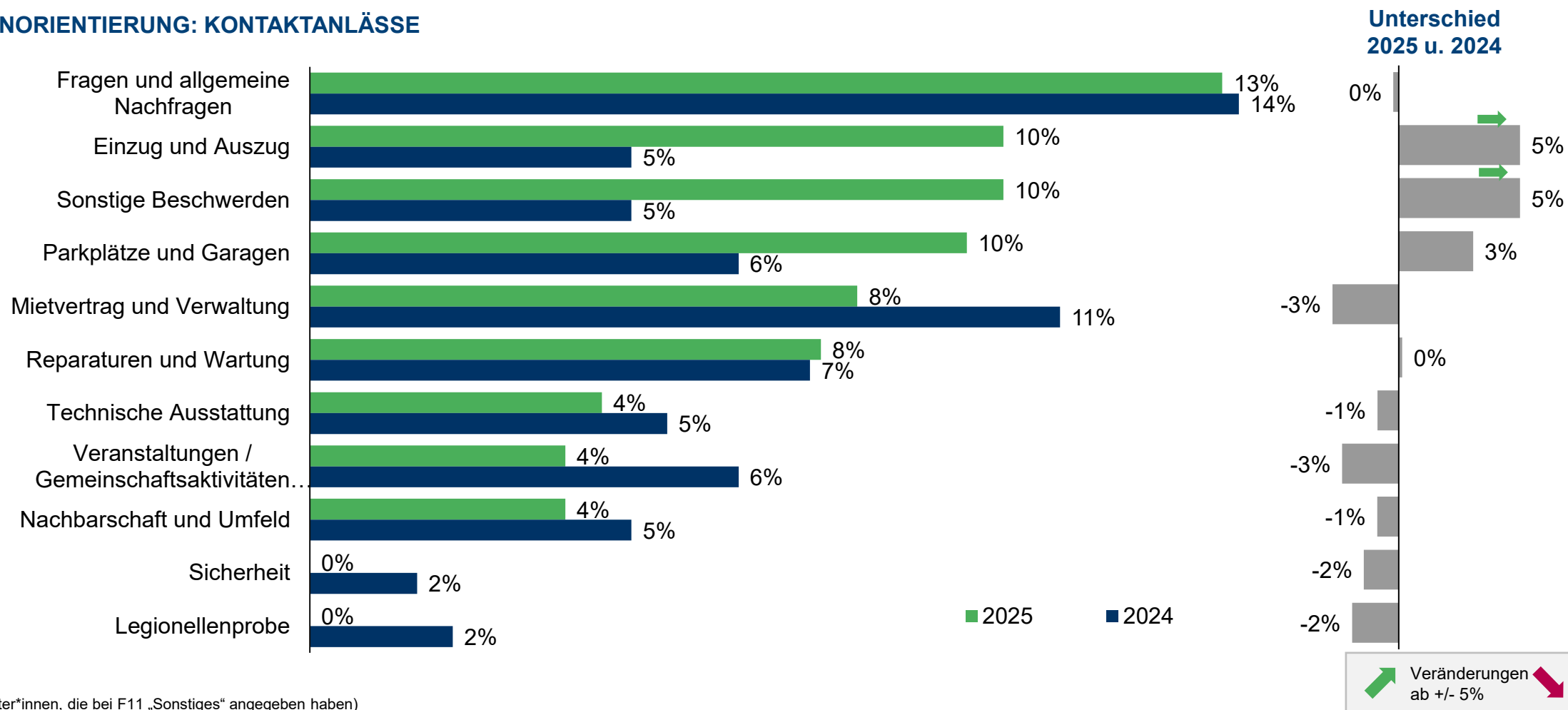
KUNDENORIENTIERUNG: KONTAKTANLÄSSE



n_{F11}=585
Frage 11. „Was war der Anlass für Ihren letzten Kontakt zur Wohngenossenschaft?“

Ähnlich zu 2024 betreffen die „Sonstigen“ Einzelanlässe vor allem Nachfragen zu laufenden Vorgängen. Neu ist der Anstieg bei Anliegen zu Fragen rund um Ein- und Auszug sowie „anderer Beschwerden“ von jeweils 5 Prozentpunkten.

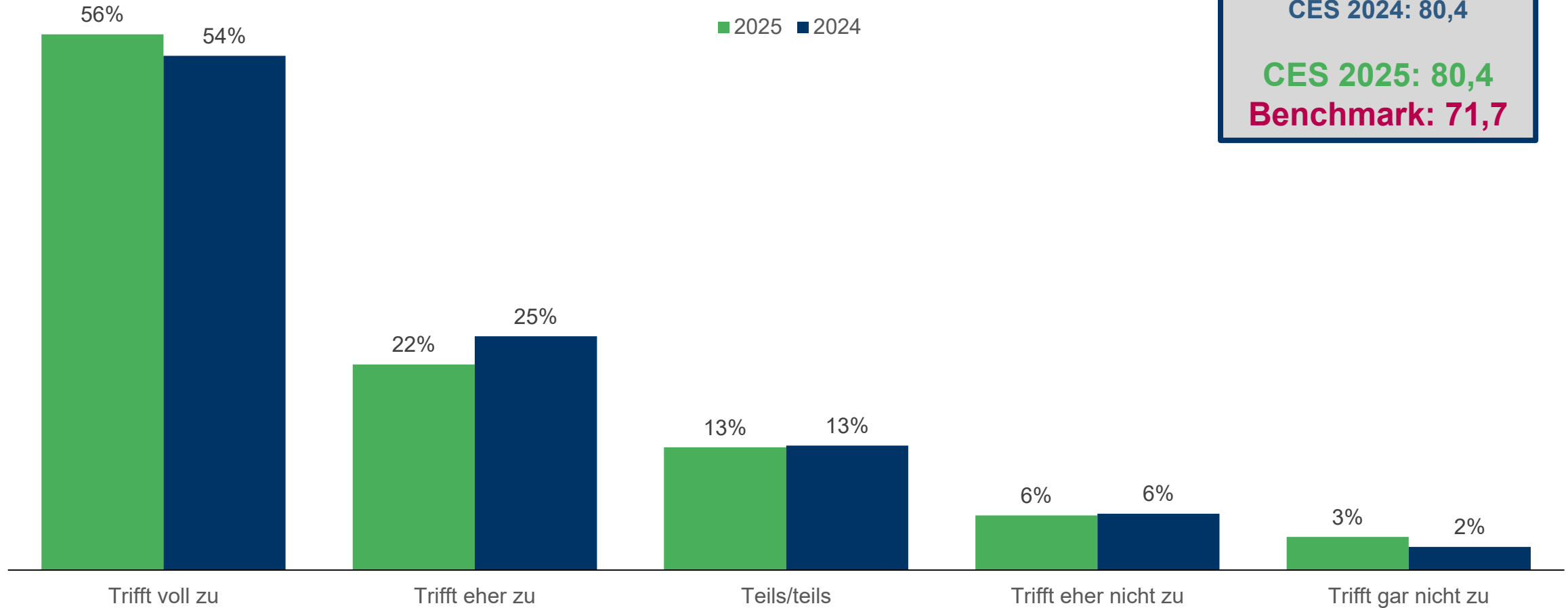
KUNDENORIENTIERUNG: KONTAKTANLÄSSE



n_{F11a}=186 (Basis: Mieter*innen, die bei F11 „Sonstiges“ angegeben haben)
Frage 11: „Was war der Anlass für Ihren letzten Kontakt zur Wohnungsgenossenschaft?“

CES: 78% der Befragten empfindet die Klärung ihrer Anliegen als unkompliziert. Der CES ist konstant und liegt weiterhin bei 80,4 und damit über dem Durchschnitt.

KUNDENORIENTIERUNG: BEWERTUNG DER ANLASSERKLÄRUNG (CES)



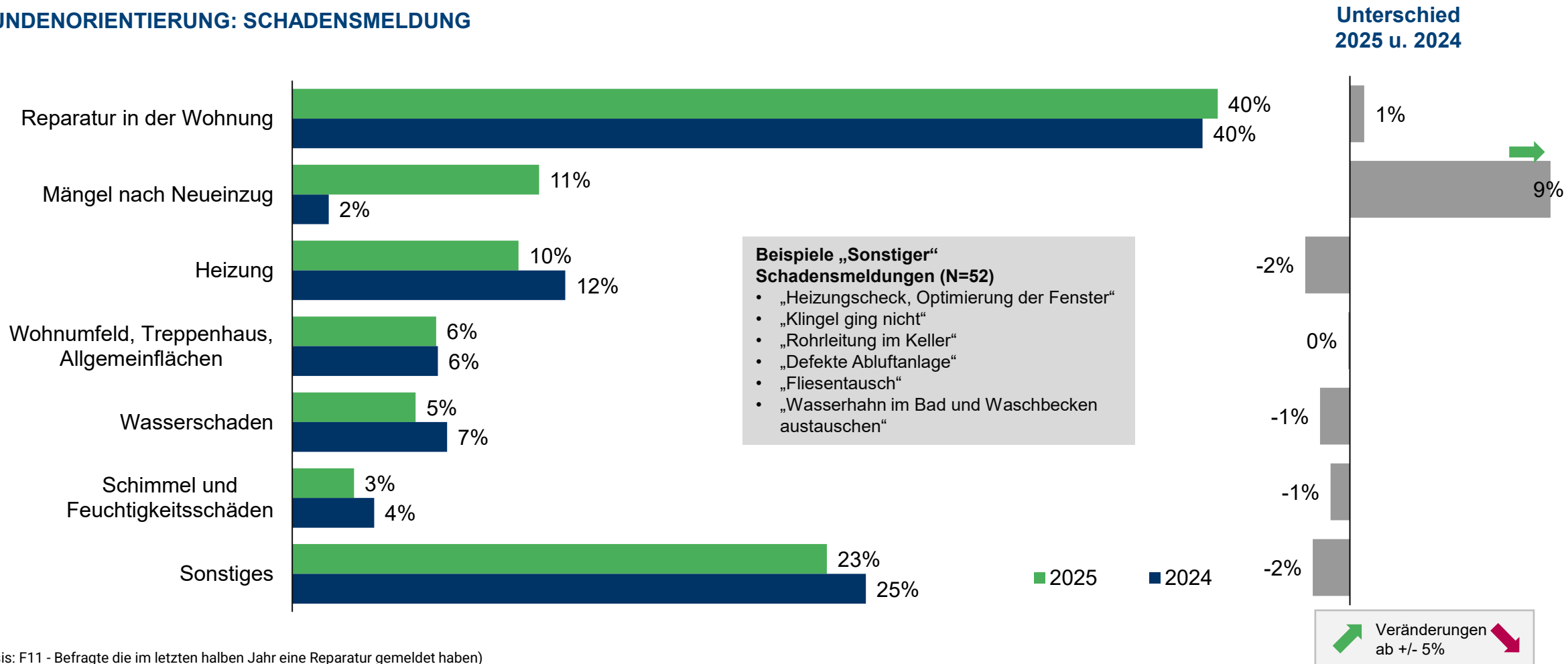
n_{F12}=574

Frage 12. „WG Freiberg hat es mir beim letzten Kontaktanlass leicht gemacht, mein Anliegen zu klären.“

*Der Customer-Effort-Score basiert auf der Frage F12. Errechnet wird hier ein Mittelwert der Antworten "trifft voll zu" = 100, "trifft eher zu" = 75, „teils/teils“ = 50, „trifft eher nicht zu“ = 25 und „trifft gar nicht zu“ = 0.

Die Mehrheit der Schadensmeldungen betrifft weiterhin Reparaturen in der Wohnung. Derzeit melden mehr Mitglieder Schäden nach dem Einzug an (+9%). Das könnte auch mit dem höheren Anteil an Neumieter in der aktuellen Stichprobe zusammenhängen.

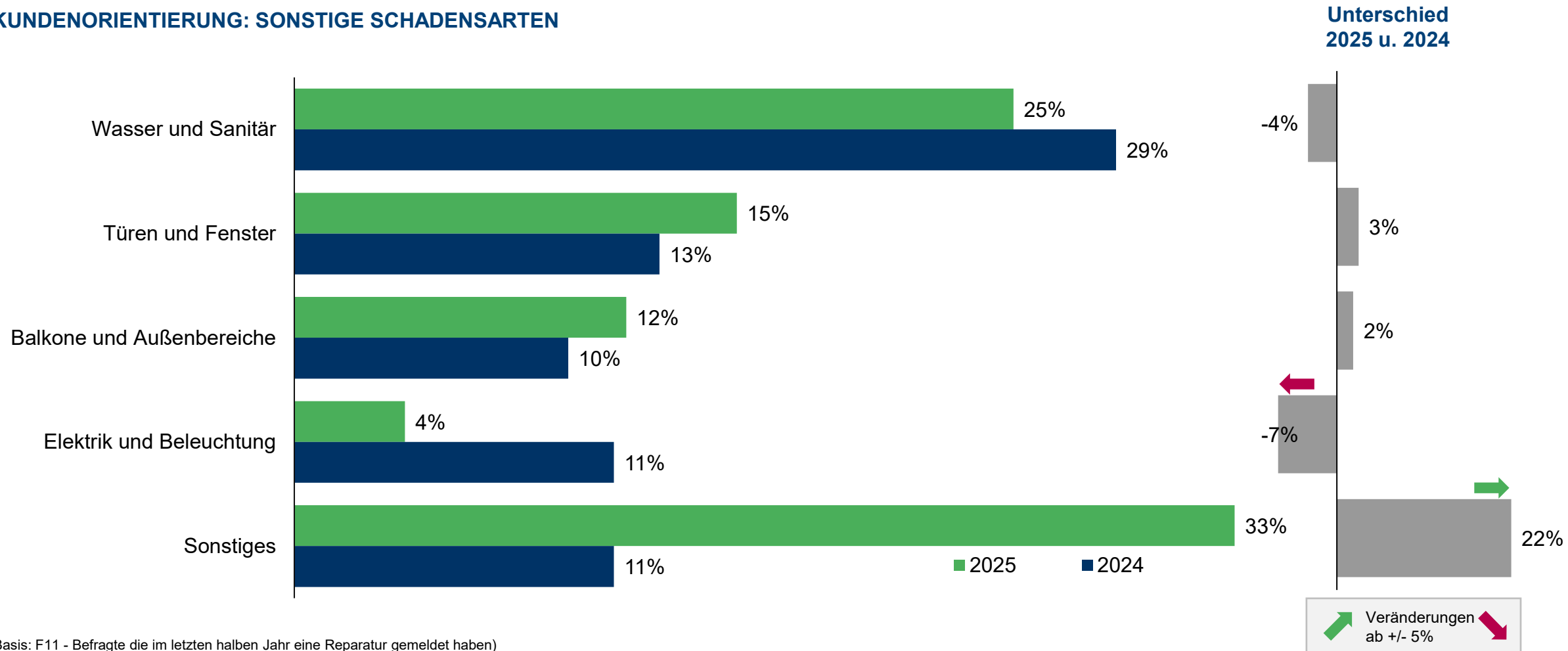
KUNDENORIENTIERUNG: SCHADENSMELDUNG



n_{F13}=224 (Basis: F11 - Befragte die im letzten halben Jahr eine Reparatur gemeldet haben)
 Frage 13. „Wenn Sie im letzten halben Jahr eine Reparatur gemeldet haben, um welche Art von Schaden handelte es sich?“

Bei den „Sonstigen“ Schadensmeldungen dominieren Wasser- und Sanitärschäden. Derzeit melden vermehrt Befragte einzigartige „Sonstige“ Schadensarten, die nicht den bestehenden Hauptkategorien zugeordnet werden können.

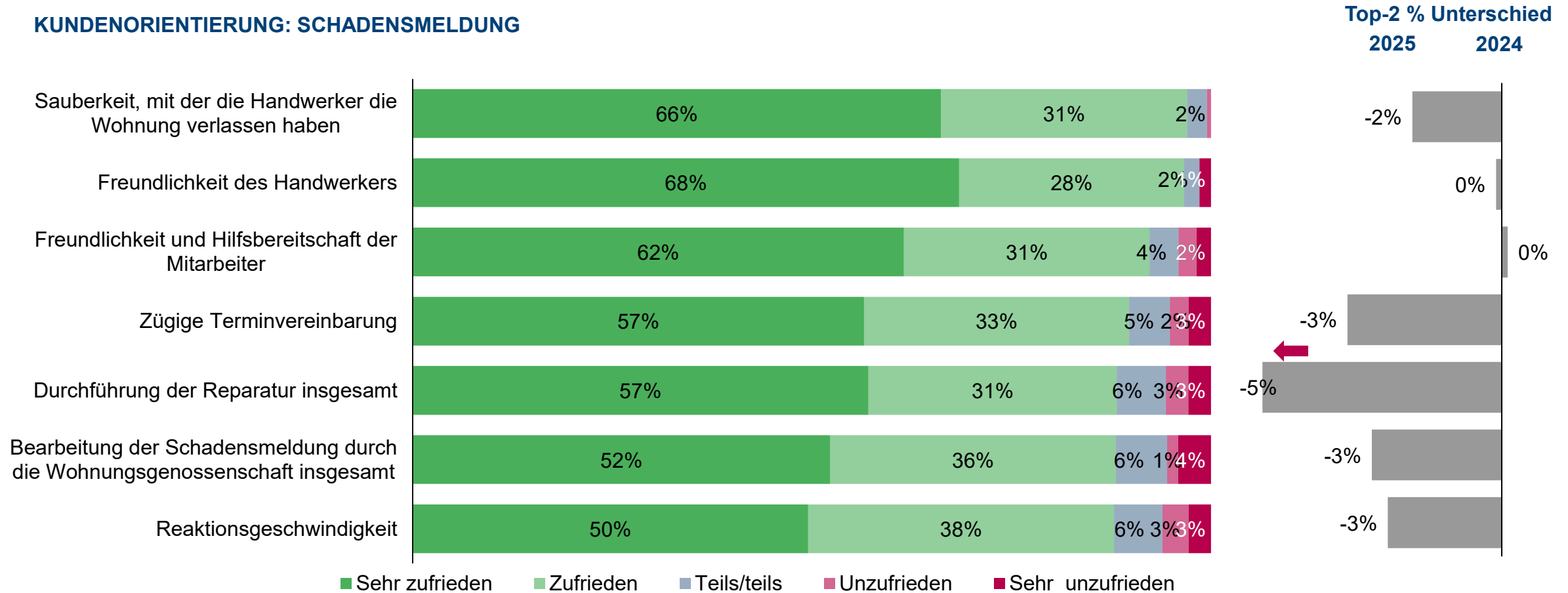
KUNDENORIENTIERUNG: SONSTIGE SCHADENSARTEN



n_{F13a}=52 (Basis: F11 - Befragte die im letzten halben Jahr eine Reparatur gemeldet haben)
Frage 13. „Sonstige Art von Schaden - Kategorien“

Die Reparaturdurchführung wird weiterhin positiv bewertet: Die Mehrheit ist (sehr) zufrieden. Aktuell zeigt sich allerdings bei einigen Aspekten ein leichter Rückgang zu 2024 – insbesondere die Gesamtbewertung der Reparatur sinkt dabei um 5 Prozentpunkte.

KUNDENORIENTIERUNG: SCHADENSMELDUNG

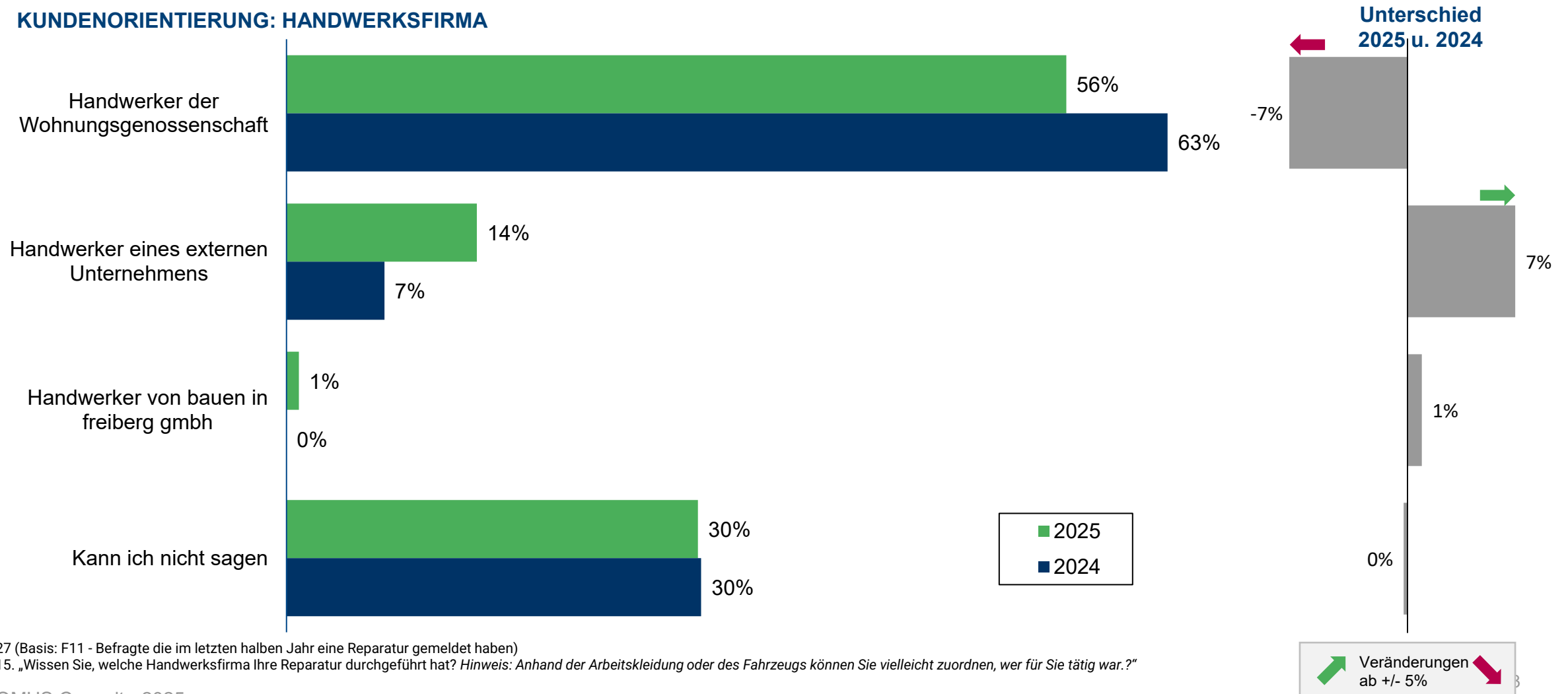


n_{F14, Freundlichkeit Mitarbeiter}=221; n_{F14, Terminvereinbarung}=214; n_{F14, Bearbeitung Insgesamt}=218; n_{F14, Durchführung Insgesamt}=212; n_{F14, Reaktionsgeschwindigkeit}=214; n_{F14, Freundlichkeit Handwerker}=206; n_{F24, Sauberkeit}=201 (Basis: F11 - Befragte die im letzten halben Jahr eine Reparatur gemeldet haben)

Frage 14. „Sie haben gerade angegeben, dass Sie im letzten halben Jahr eine Reparatur gemeldet haben. Wie zufrieden waren Sie mit der Bearbeitung der Reparatur?“

Reparaturen werden nach wie vor überwiegend durch das Handwerkerteam der WG durchgeführt. Allerdings ist dieser Anteil im Vergleich zu 2024 um 7% gesunken, während gleichzeitig mehr Schäden von externen Unternehmen behoben werden.

KUNDENORIENTIERUNG: HANDWERKSFIRMA

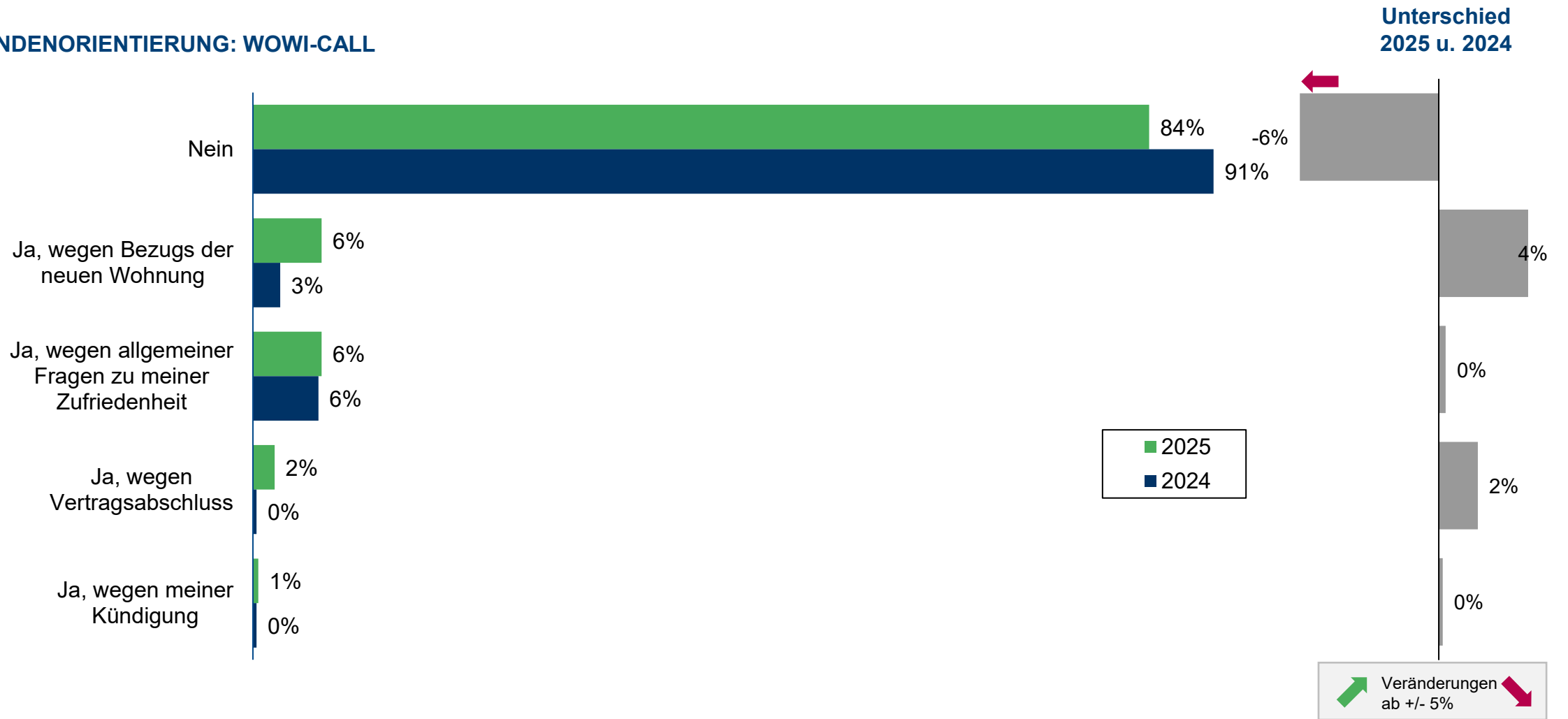


n_{F15}=227 (Basis: F11 - Befragte die im letzten halben Jahr eine Reparatur gemeldet haben)

Frage 15. „Wissen Sie, welche Handwerksfirma Ihre Reparatur durchgeführt hat? Hinweis: Anhand der Arbeitskleidung oder des Fahrzeugs können Sie vielleicht zuordnen, wer für Sie tätig war.“

WoWi-Call: Derzeit berichten 84% bereits einen WoWi-Anruf geführt zu haben – das sind 7% mehr als 2024. Auffällig sind die etwas häufigeren Anrufe wegen Neubezug und Vertragsabschluss.

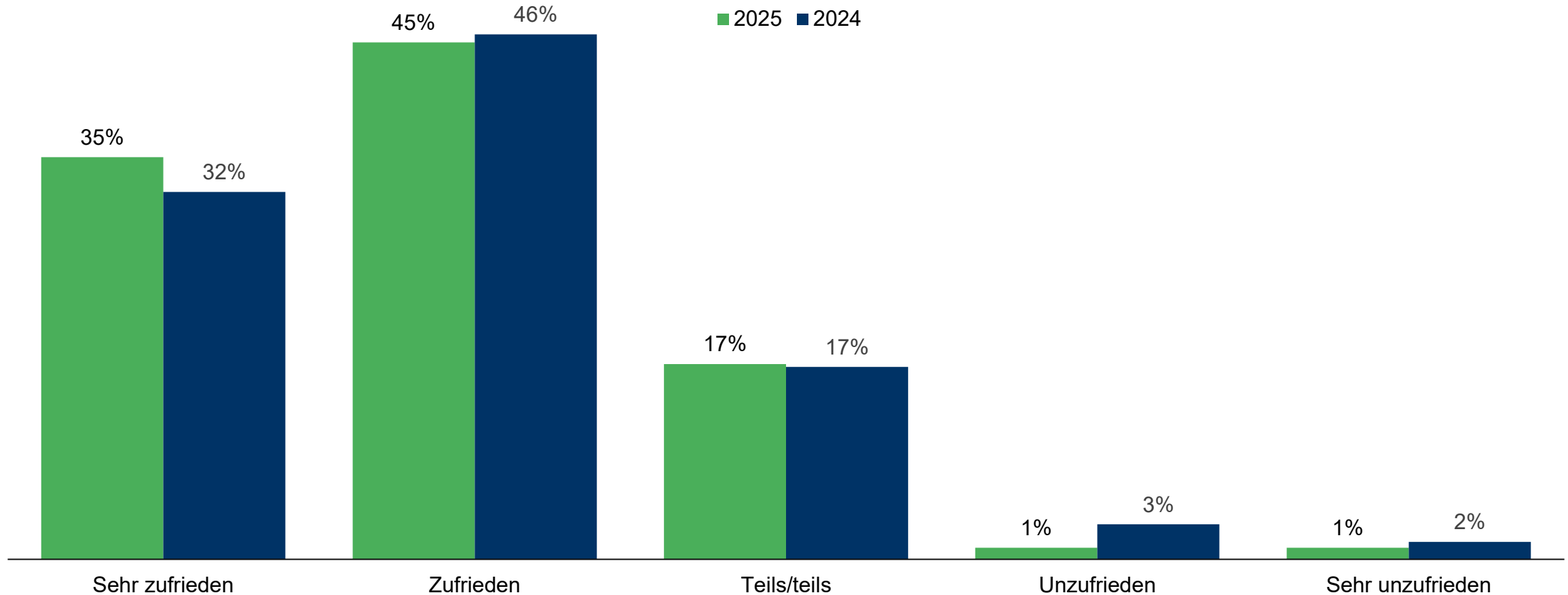
KUNDENORIENTIERUNG: WOWI-CALL



n_{F16}=587
Frage 16. „Wurden Sie in den letzten Monaten im Auftrag der Wohnungsgenossenschaft angerufen, um ein Feedback zu geben? Bei "Nein" bitte mit Frage 20 fortfahren“

Die Bewertung der WoWi-Calls hat sich mit derzeit 81% Zufriedener geringfügig zur Vorwelle (+3%) verbessert. Gleichzeitig empfinden weniger Befragte die Anrufe als störend (2% 2025 vs. 5% 2024).

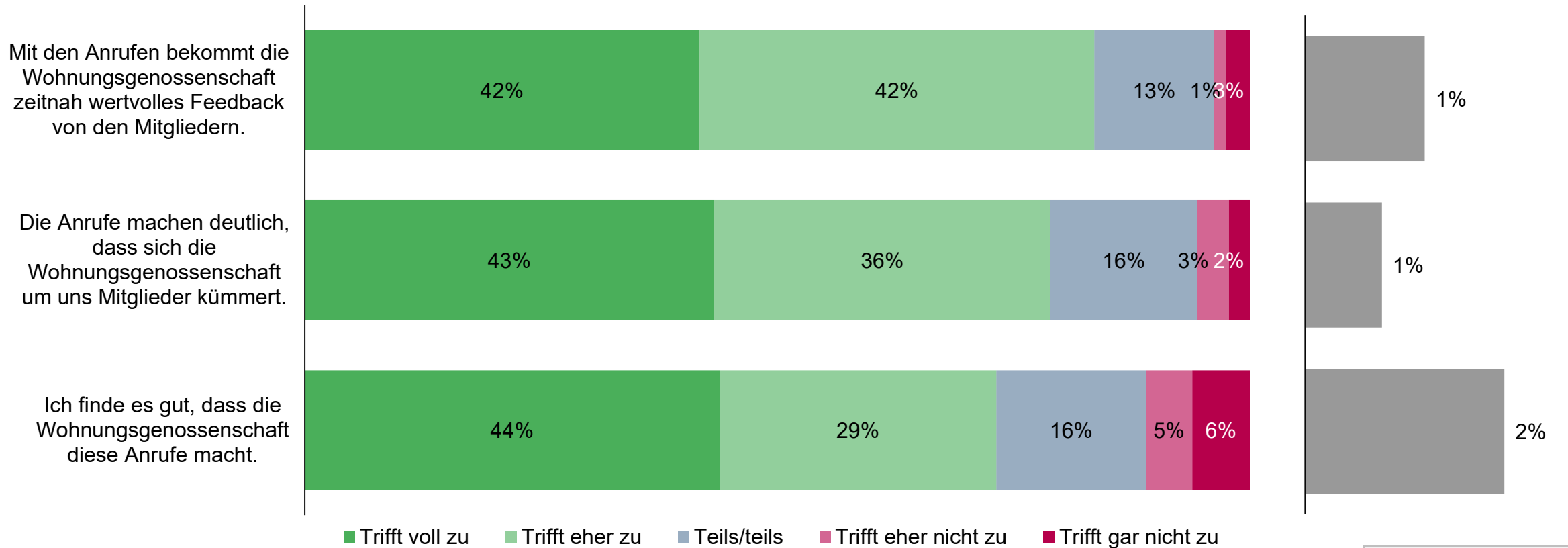
KUNDENORIENTIERUNG: ZUFRIEDENHEIT MIT WOWI-CALL



n_{F18}=99 (Basis: F16 – Mieter*innen, die einen Feedback-Anruf erhalten haben)
Frage 18. „Wie zufrieden waren Sie insgesamt mit dem Anruf?“

WoWi-Calls werden als sinnvoll angesehen: Ähnlich zur Vorwelle, empfinden auch die aktuell angerufenen Befragten die Anrufe als positiv.

KUNDENORIENTIERUNG: WOWI-CALL

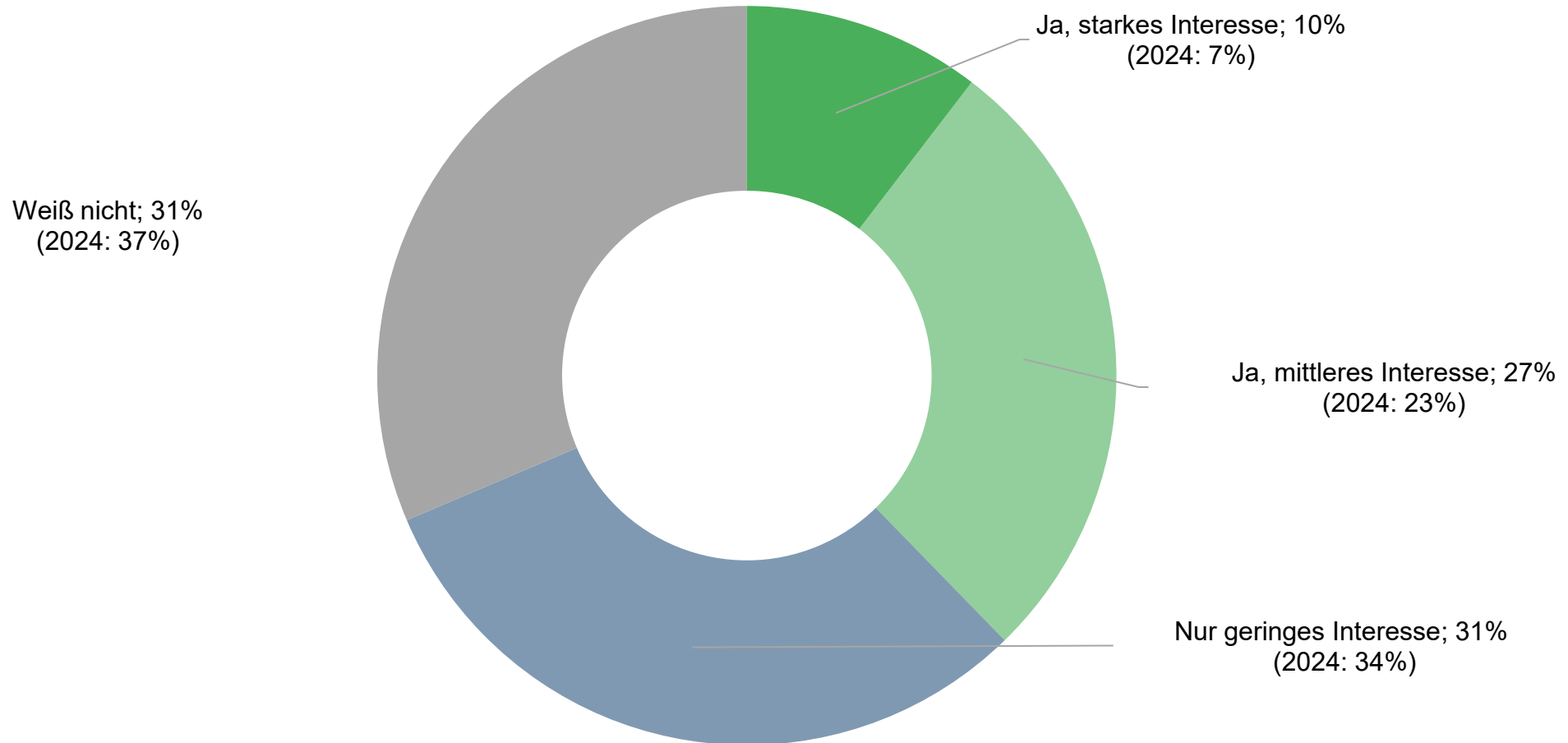


n_{F17.Kümmert sich um Mitglieder}=90; n_{F17.Zeitnah wertvolles Feedback}=79; n_{F17.Find ich gut}=82 (Basis: F16 – Mieter*innen, die einen Feedback-Anruf erhalten haben)
 Frage 17. „Wenn Sie angerufen wurden: Wie beurteilen Sie diesen Anruf-Service der Wohnungsgenossenschaft?“

Veränderungen ab +/- 5%

Höheres Interesse an der Spareinrichtung: 38% der Befragten bekunden aktuell Interesse an der Nutzung – das sind 8% mehr als 2024. Dennoch sind 62% zurückhaltend oder sind unentschieden.

KUNDENORIENTIERUNG: SPAREINRICHTUNG



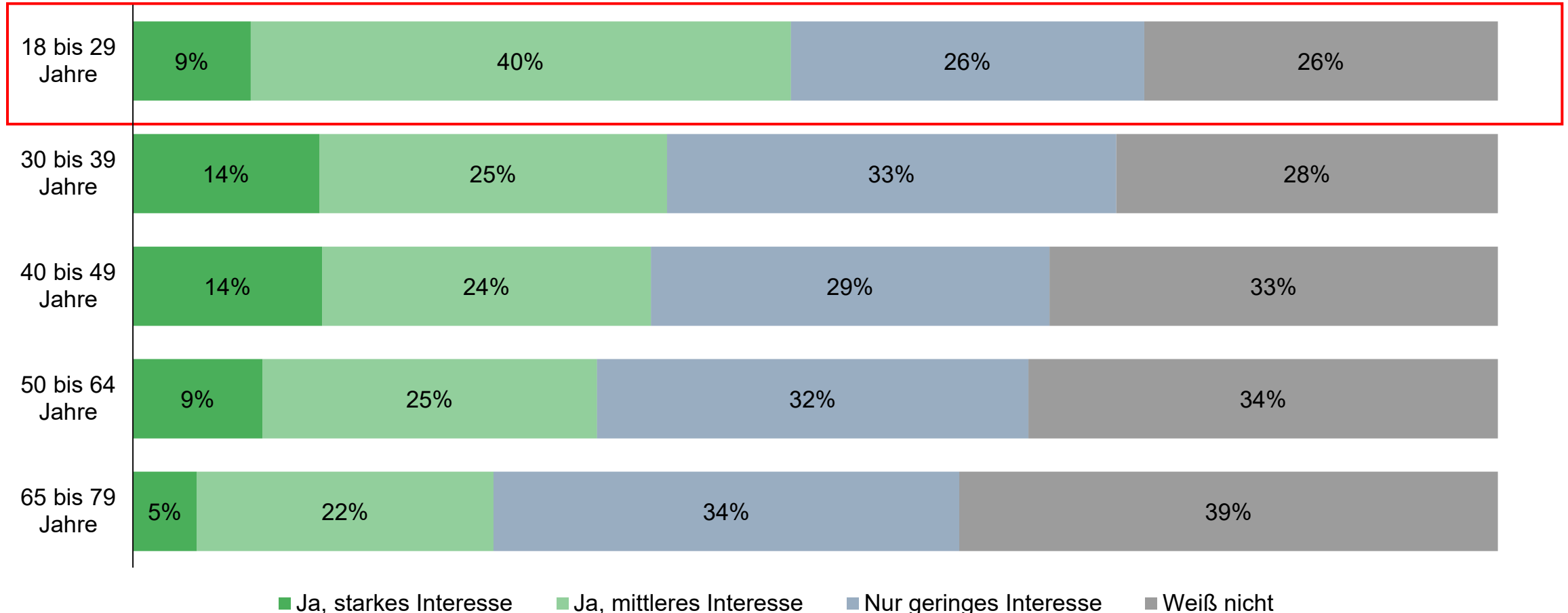
n_{F24}=586

Frage 24. „Die Wohnungsgenossenschaft plant die Herausgabe von klassischen und geschützten Sparbüchern exklusiv für ihre Mitglieder. Die Sparbuchzinsen sollen dabei sehr gut sein. Sämtliche Spareinlagen der Mitglieder sollen ausschließlich in die Immobilien der Wohnungsgenossenschaft investiert werden. Hätten Sie Interesse an der Spareinrichtung der Wohnungsgenossenschaft?“

© DOMUS Consult - 2025

Ein erhöhtes Interesse an der Spareinrichtung zeigt sich insbesondere bei jüngeren Mitgliedern in der Altersspanne von 18 bis 29 Jahren.

KUNDENORIENTIERUNG: SPAREINRICHTUNG

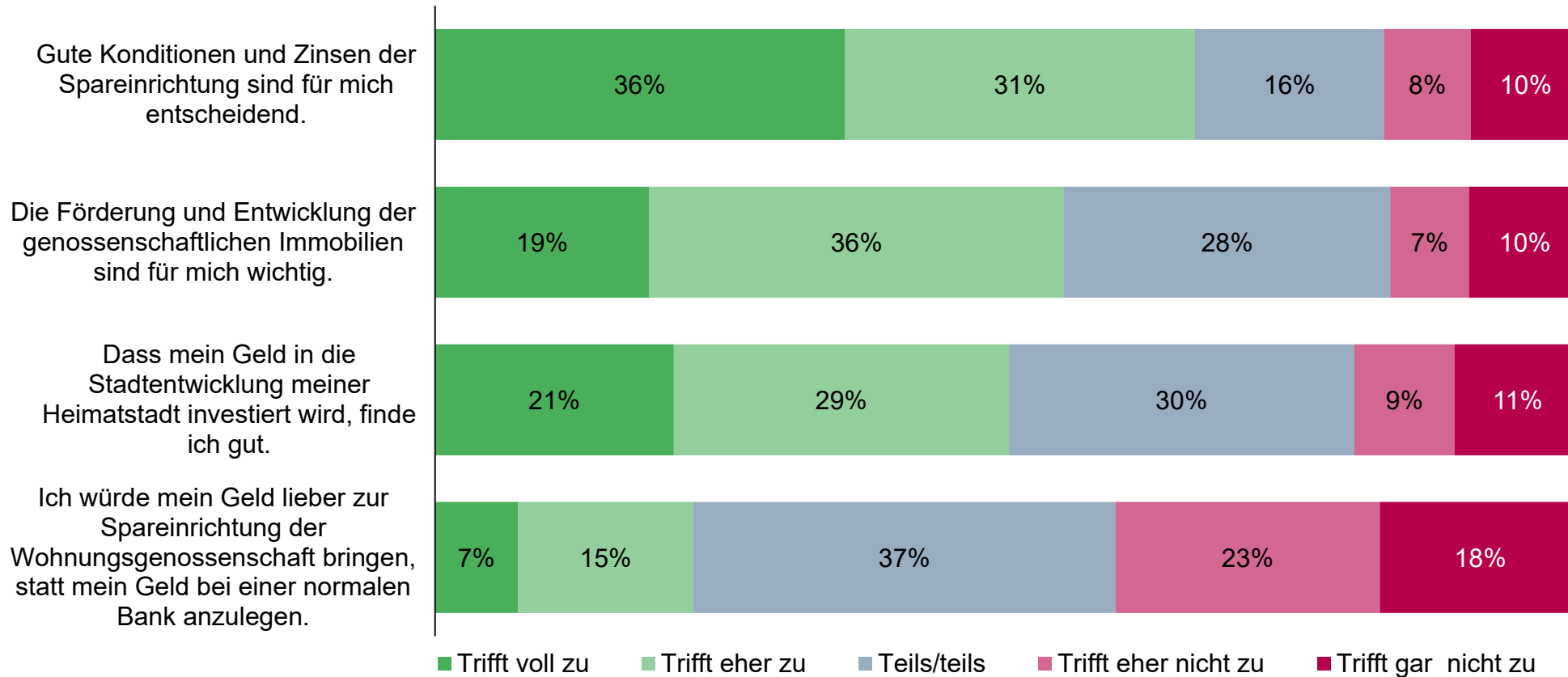


$n_{F24/18-29} = 139$, $n_{F24/30-39} = 161$, $n_{F24/40-49} = 137$, $n_{F24/50-64} = 253$, $n_{F24/65-79} = 299$, $n_{F24/80+} = 174$

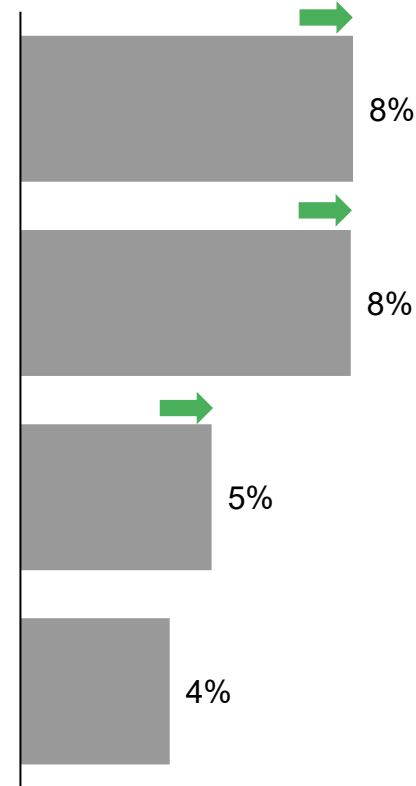
Frage 24. „Die Wohnungsgenossenschaft plant die Herausgabe von klassischen und geschützten Sparbüchern exklusiv für ihre Mitglieder. Die Sparbuchzinsen sollen dabei sehr gut sein. Sämtliche Spareinlagen der Mitglieder sollen ausschließlich in die Immobilien der Wohnungsgenossenschaft investiert werden. Hätten Sie Interesse an der Spareinrichtung der Wohnungsgenossenschaft?“

Die Zustimmungswerte zur Spareinrichtung sind 2025 klar höher und die Prioritäten unverändert: Gute Konditionen und Zinsen sowie die Investition des Kapitals in genossenschaftliche Immobilien sind die wichtigsten Argumente.

KUNDENORIENTIERUNG: SPAREINRICHTUNG



Top 2 Unterschied 2025 u. 2024



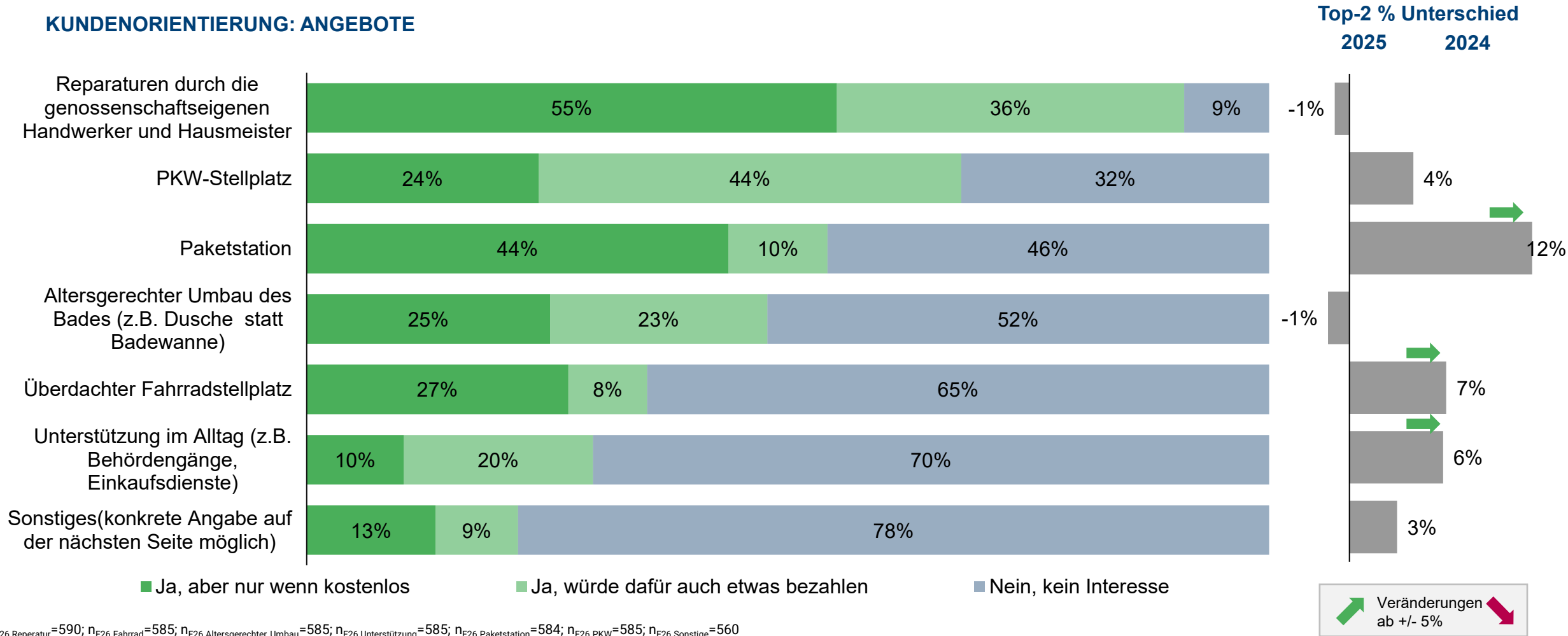
Veränderungen ab +/- 5%

n_{F25.Geld lieber bei Genossenschaft}=581; n_{F25.Konditionen/Zinsen}=582; n_{F25.Förderung Genossenschaft}=583; n_{F25.Stadtentwicklung}=581

Frage 25. „Unter der Voraussetzung, dass sämtliche Sparguthaben der gesetzlich vorgeschriebenen Einlagensicherung unterliegen, wie schätzen Sie die geplante Spareinrichtung der Wohnungsgenossenschaft ein?“

Erweitertes Leistungsangebot: Gegenüber 2024 ist das Interesse leicht gestiegen. Auffällig: 12% mehr Befragte wünschen sich eine Paketstation. Wichtigstes Angebot sind unverändert Reparaturleistungen durch die Genossenschaft selbst.

KUNDENORIENTIERUNG: ANGEBOTE



n_{F26.Reperatur}=590; n_{F26.Fahrrad}=585; n_{F26.Altersgerechter Umbau}=585; n_{F26.Unterstützung}=585; n_{F26.Paketstation}=584; n_{F26.PKW}=585; n_{F26.Sonstige}=560
 Frage 26. „Hätten Sie Interesse an folgenden Angeboten und Services?“

An „Sonstigen“ erweiterten Angeboten wurde beispielsweise genannt ...

„Einkaufsmöglichkeiten, Parkplätze“

„Der Aufzug, ein größerer Balkon, Austausch von Fenstern mit höherer Energieeffizienz“

„Es wäre schön, wenn mal was gegen die Tauben unternommen wird. Die scheissen einen die Balkonbrüstung zu und ich habe beobachtet, das manche Mieter, die auch noch füttern und brüten lassen. Da braucht man sich nicht wundern. Aber ich denke da stoße ich auf „Taube“ Ohren, da die Viecher ja geschützt sind. Leider“

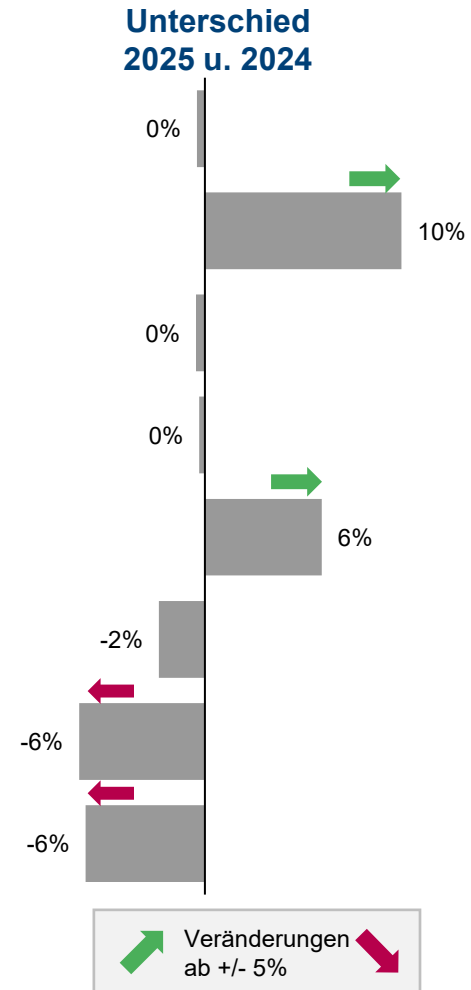
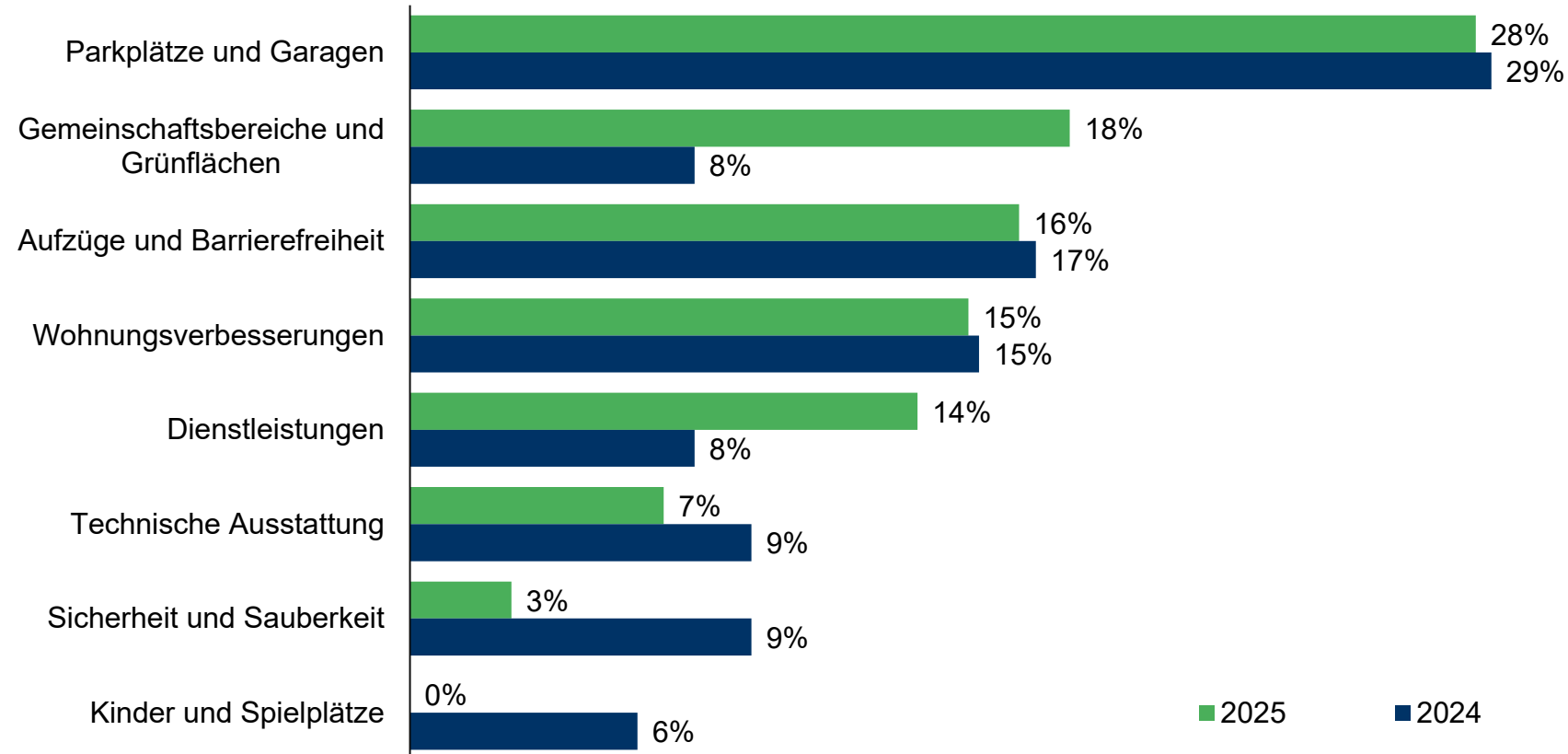
„Lademöglichkeit für Elektroautos“

„Abgeschlossener Müllplatz, da es immer wieder Probleme bei der Mülltrennung gibt, die durch die freie und offene Zugänglichkeit der Tonnen ermöglicht werden“

„Ich bzw. wir hätte immer noch großes Interesse an einem Balkonkraftwerk. Aber da es leider immer noch keine Lösung für die Anbringung an unseren Balkonen gibt, würde ich mir wünschen das da Lösungen auf die Mieter zukommen“

Die Kategorisierung der „Sonstigen“ Leistungsangebote zeigt weiterhin den hohen Bedarf nach Parkplätzen und Garagen. Allerdings rücken derzeit Gemeinschaftsbereiche und Grünflächen stärker in den Fokus: Mit einem Zuwachs von 10 Prozentpunkte.

KUNDENORIENTIERUNG: ANGEBOTE



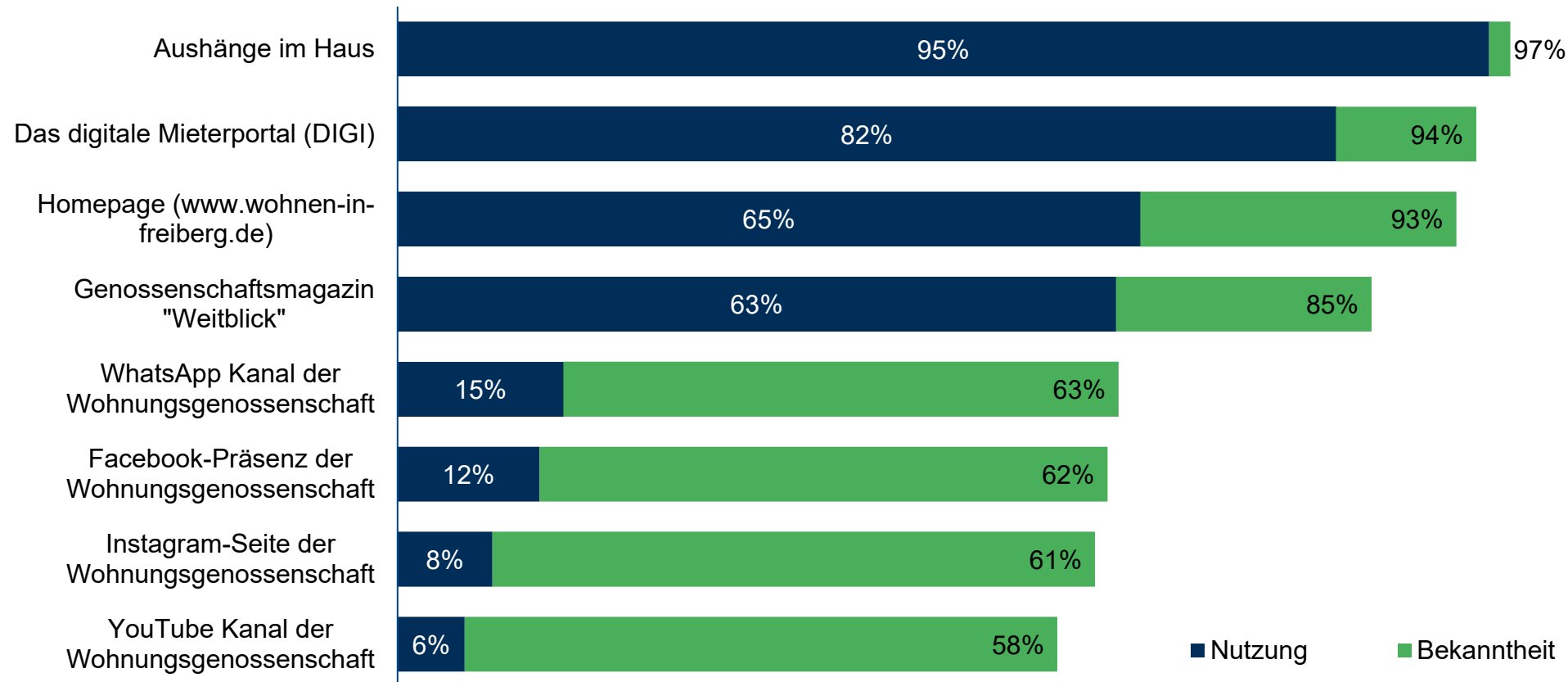
n_{F26}=74 (Personen mit Interesse an "Sonstigen Angeboten")
 Frage 26: „Hätten Sie Interesse an folgenden Angeboten und Services?“ - "Sonstige Angebote" (Kategorisierung offener Antworten)

INFORMATION UND KOMMUNIKATION

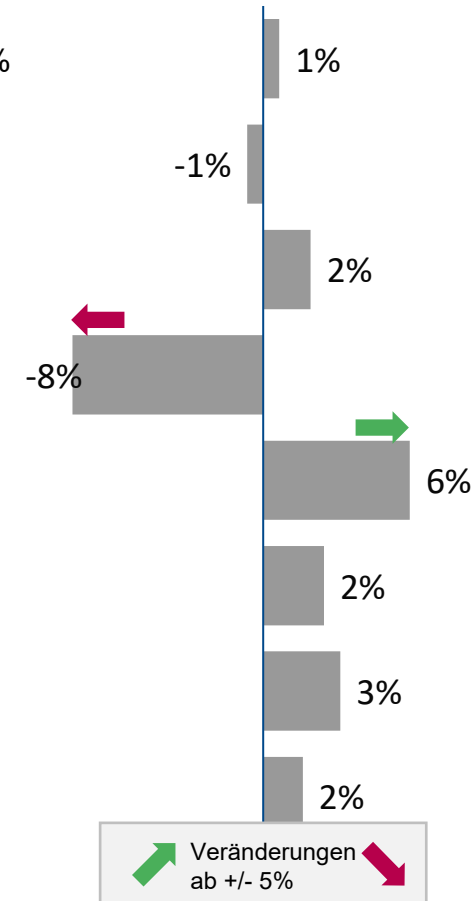


Informationsangebote: Die Aushänge und die DIGI-App bleiben die beliebtesten Medien. Die Social-Media-Kanäle werden minimal häufiger genutzt – vermutlich begünstigt durch den höheren Anteil an jüngeren Mitgliedern (18-29 Jahre).

INFORMATION UND KOMMUNIKATION: BEKANNTHEIT UND NUTZUNG



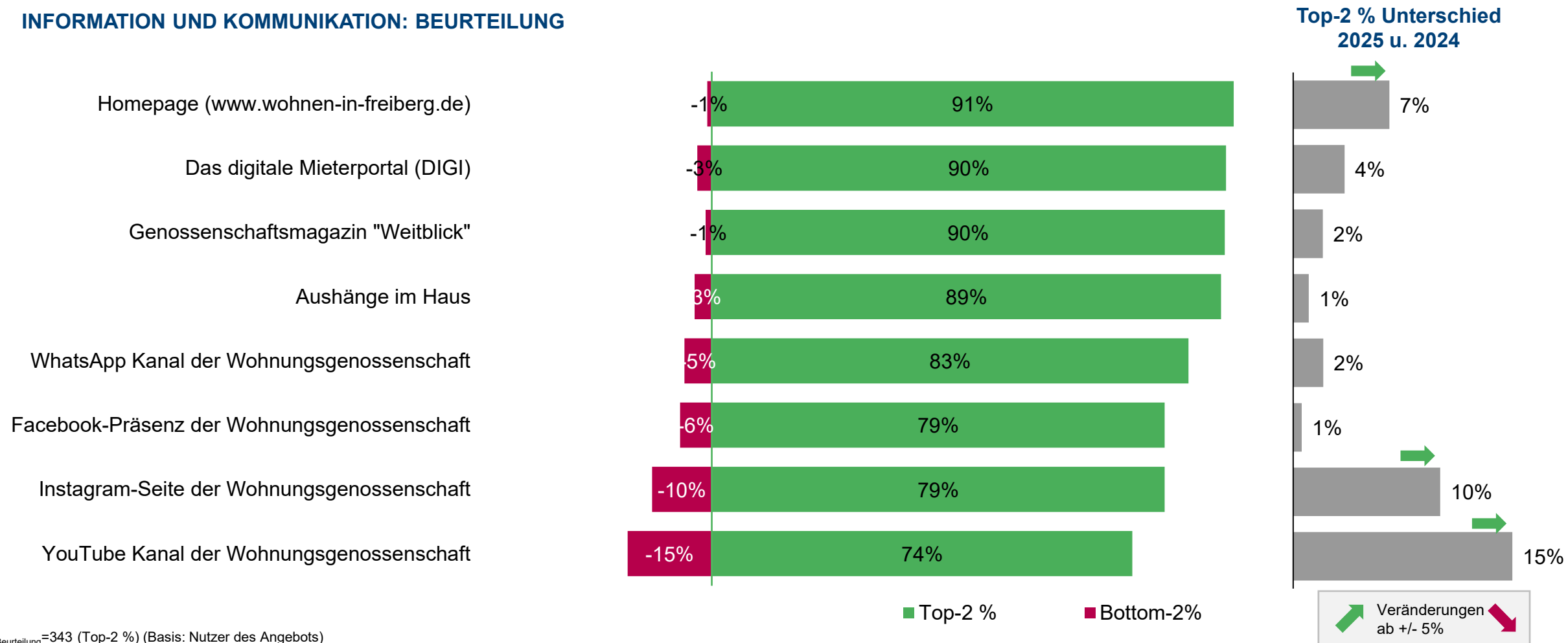
Unterschied Nutzung zu 2024



n_{F23.Homepage}=579; n_{F23.Mieterportal (DIGI)}=579; n_{F23.Magazin}=586; n_{F23.Facebook-Auftritt}=580; n_{F23.Instagram-Auftritt}=579; n_{F23.YouTube-Kanal}=579; n_{F23.WholesApp Kanal}=579; n_{F23.Instagram-Auftritt}=579; n_{F23.Aushänge}=592
 Frage 23. „Welche Informationskanäle der Wohnungsgenossenschaft nutzen Sie und wie beurteilen Sie das Informationsangebot?“

Höhere Zufriedenheit mit den Informationsangeboten: Alle Kanäle werden von den Nutzern etwas besser bewertet, insbesondere der YouTube-Kanal schneidet besser ab (+15%) – parallel zur gestiegenen Nutzung der Social-Media-Kanäle.

INFORMATION UND KOMMUNIKATION: BEURTEILUNG



n_{F23c}: Beurteilung = 343 (Top-2 %) (Basis: Nutzer des Angebots)
 Frage 23: „Welche Informationskanäle der Wohnungsgenossenschaft nutzen Sie und wie beurteilen Sie das Informationsangebot?“

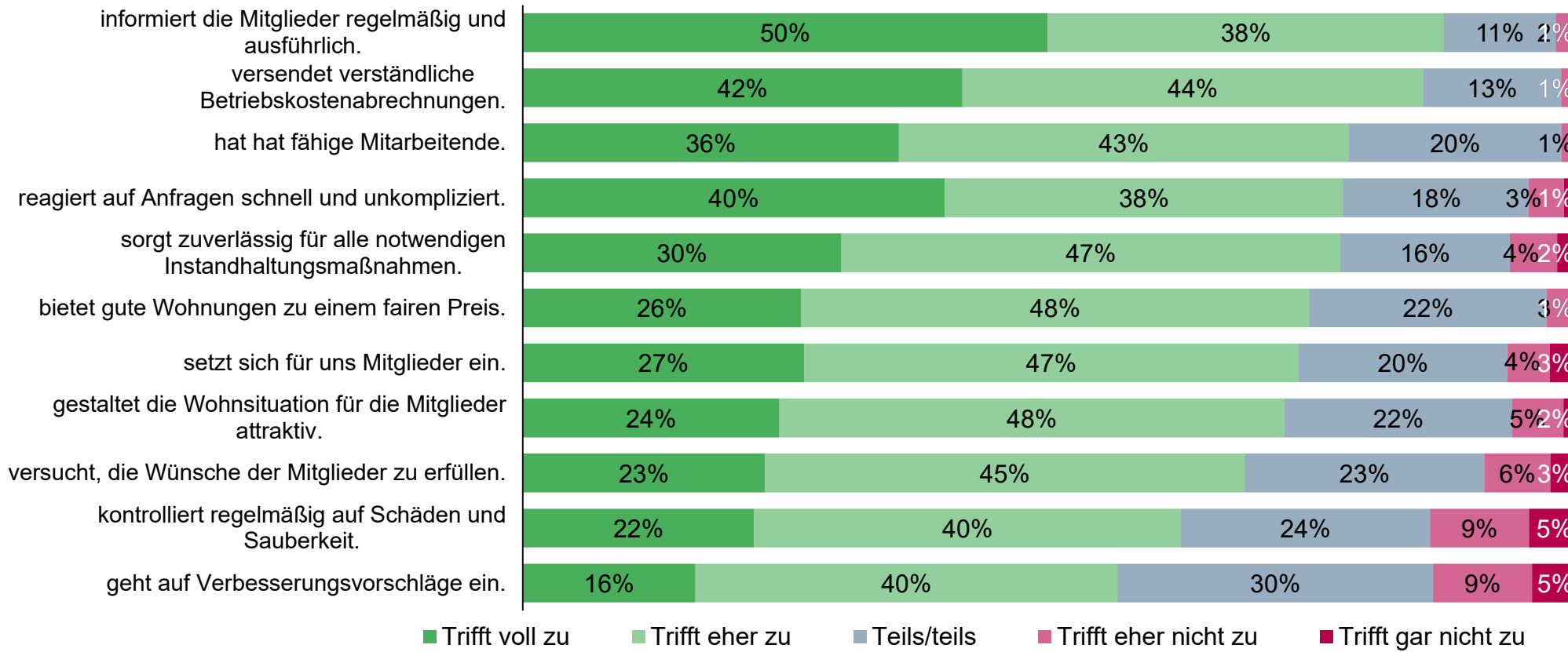
DAS UNTERNEHMEN: LEISTUNGSPROFILE UND IMAGE



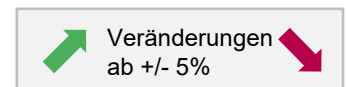
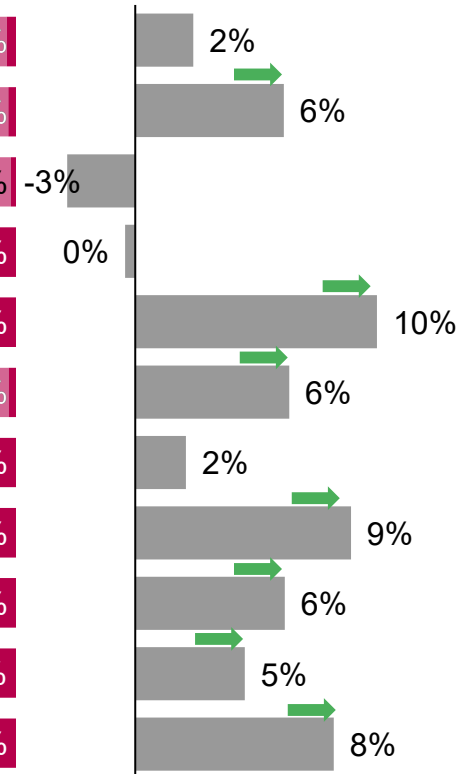
Nahezu alle Leistungsaspekte schneiden besser ab: Besonders die Zufriedenheit mit den Instandhaltungsmaßnahmen steigt um 10% (77%). Trotz anhaltender Kritik am Umgang mit Verbesserungsvorschlägen sind 8% zufriedener als im Vorjahr.

UNTERNEHMEN: LEISTUNGSPROFIL

„Die Wohngenossenschaft...“



Top-2 % Unterschied 2025 u. 2024



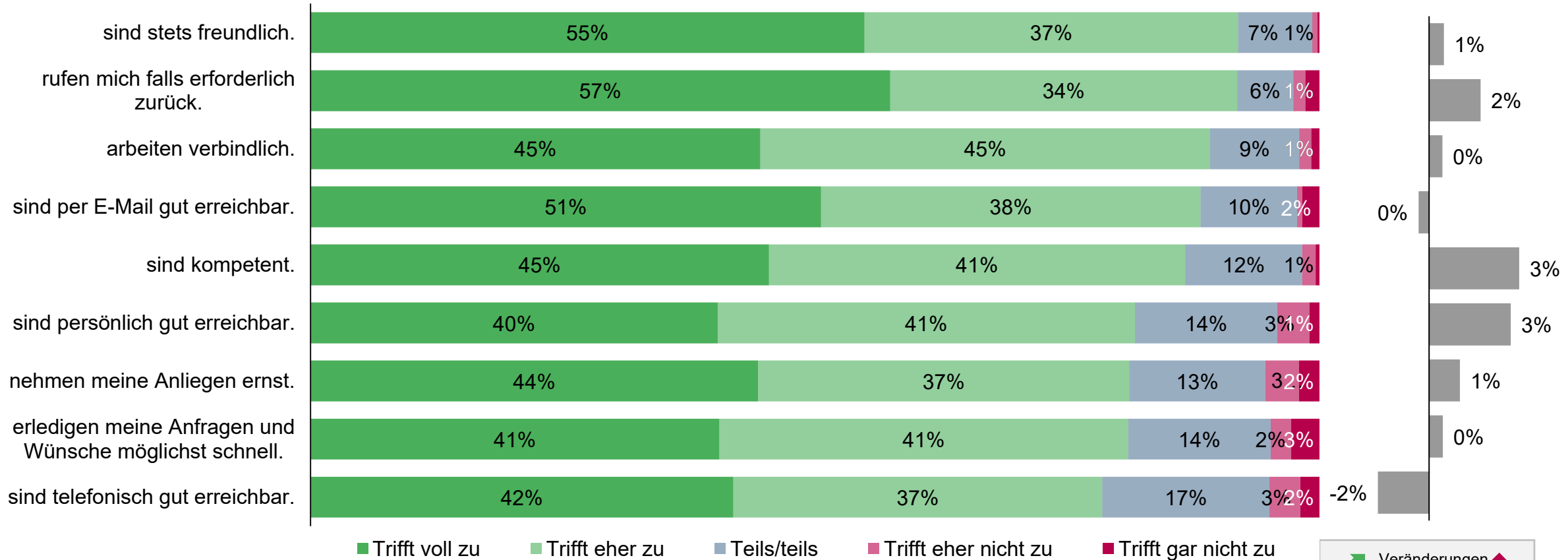
n_{F20.Preis}=547; n_{F20.Einsetzen}=496; n_{F20.Fähig}=517; n_{F19.Informiert regelmäßig}=568; n_{F20.Reagiert schnell}=536; n_{F20.Kontrolliert regelmäßig}=416; n_{F20.Instandhaltung}=468; n_{F19.Veränderungsvorschläge}=288; n_{F20.Wünsche Mieter*innen}=432; n_{F20.Attraktive Wohnsituation}=515; n_{F20.Betriebskostenabrechnung}=512
 Frage 20 „Die Wohngenossenschaft...“
 © DOMUS Consult - 2025

Die Mitarbeitenden erhalten Top-Bewertungen. Verglichen mit 2024 werden sogar auf fast allen Eigenschaften bessere Werte erreicht. Gelobt wird insbesondere die Freundlichkeit, die Rückrufe und die verbindliche Arbeitsweise.

UNTERNEHMEN: KONTAKT MIT DEN MITARBEITENDEN

„Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Verwaltung...“

Top-2 % Unterschied
2025 u. 2024

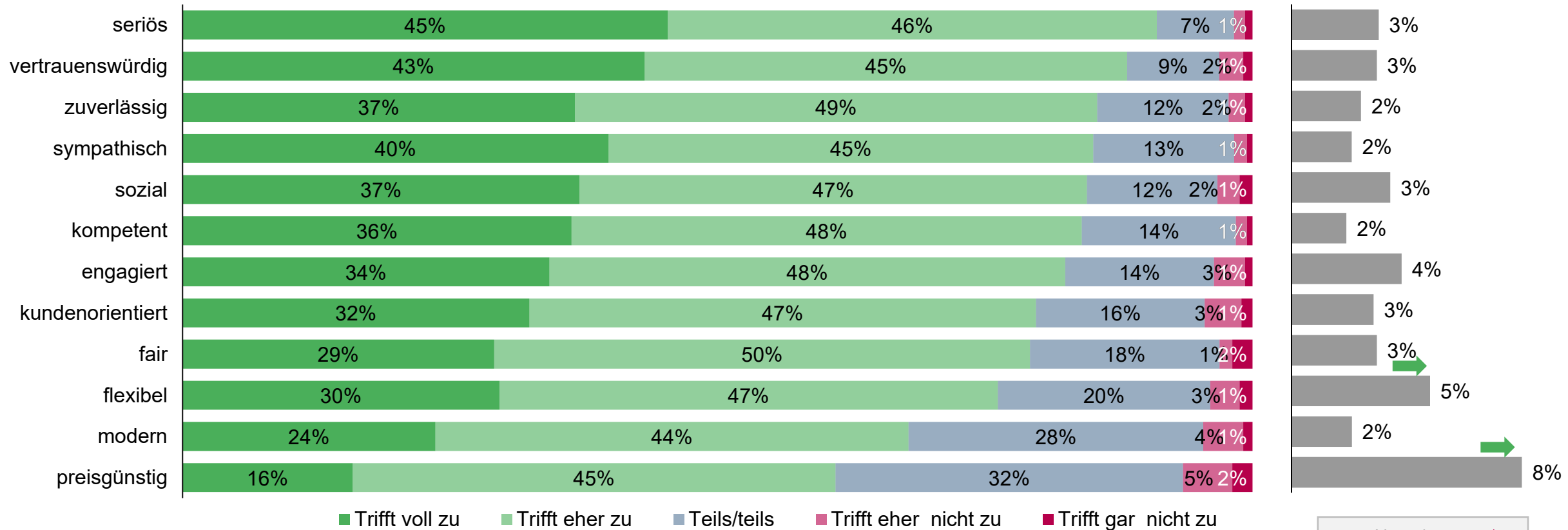


n_{F21.Persönlich}=503; n_{F21.Telefonisch}=525; n_{F21.E-Mail}=407; n_{F21.Freundlich}=570; n_{F21.Kompetent}=526; n_{F21.verbindlich}=498; n_{F21.schnell}=538; n_{F21.ernst}=541; n_{F21.rufen zurück}=503
Frage 21 „Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter...“

Veränderungen ab +/- 5%

Auch das Imageprofil verzeichnet bei allen abgefragten Eigenschaften einen Zuwachs bei der Zustimmung. Die Mehrheit der Befragten verbindet, wie schon im Vorjahr, die Genossenschaft mit Eigenschaften wie seriös, vertrauenswürdig und zuverlässig.

UNTERNEHMEN: IMAGE

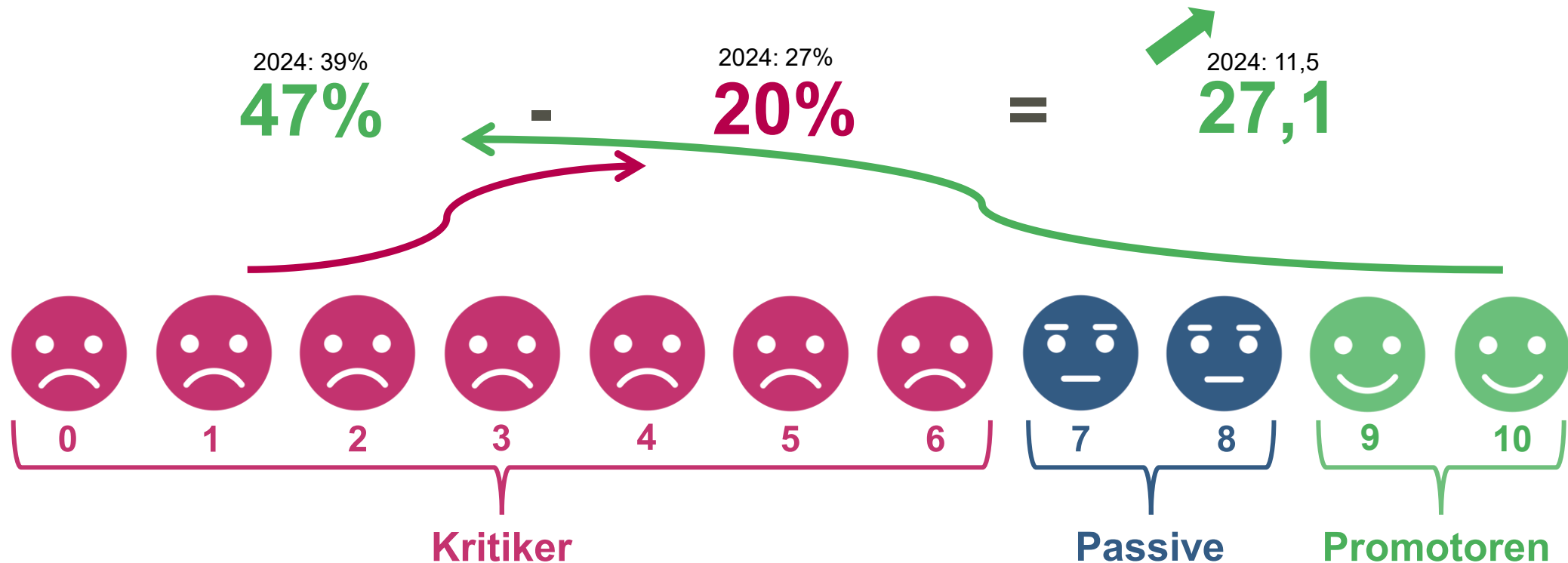


n_{F22.serios}=582; n_{F22.vertrauenswürdig}=581; n_{F22.sympathisch}=585; n_{F22.sozial}=582; n_{F22.zuverlässig}=586; n_{F22.kompetent}=583; n_{F22.fair}=587; n_{F22.kundenorientiert}=583; n_{F22.engagiert}=583; n_{F22.preisgünstig}=585; n_{F20.flexibel}=584; n_{F20.modern}=588,
 Frage 22: „Wie sehr treffen die folgenden Eigenschaften auf die Wohnungsgenossenschaft bzw. ihr Angebot zu?“

Veränderungen ab +/- 5%

Mehr Empfehlungen, weniger Kritik: Gegenüber der Vorwelle würden mehr Befragte die WG Freiberg weiterempfehlen. Gleichzeitig ist die Anzahl der Kritiker gesunken. Dadurch erzielt das Unternehmen einen deutlich besseren NPS.

UNTERNEHMEN: NPS



NPS® Satmetrix Systems, Inc., Bain & Company und Fred Reichheld

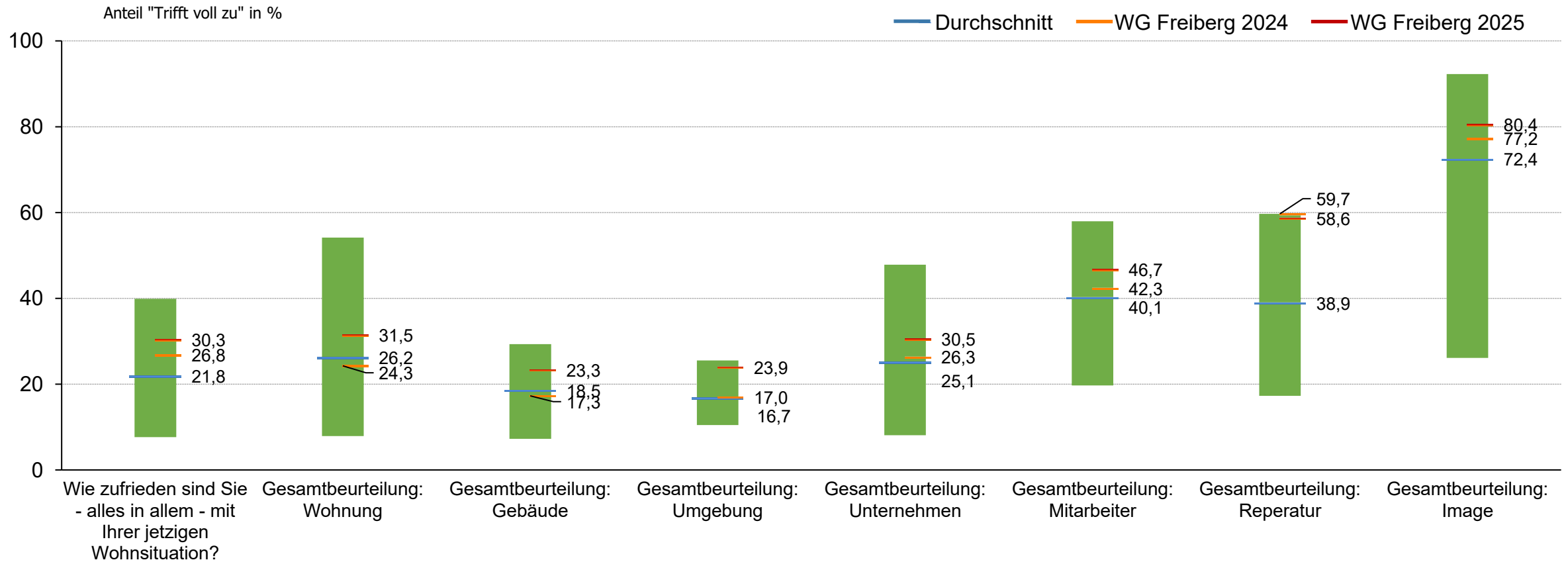
n_{F8}=591
Frage 8 „Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die WG Freiberg an einen Freund oder Bekannten weiterempfehlen?“

BENCHMARKING: WG VORWÄRTS IM VERGLEICH



Alle allgemeinen Leistungsindikatoren zeigen gegenüber dem Vorjahr eine positive Entwicklung. Die Beurteilung der Umgebung liegt jetzt sogar über dem Branchendurchschnitt.

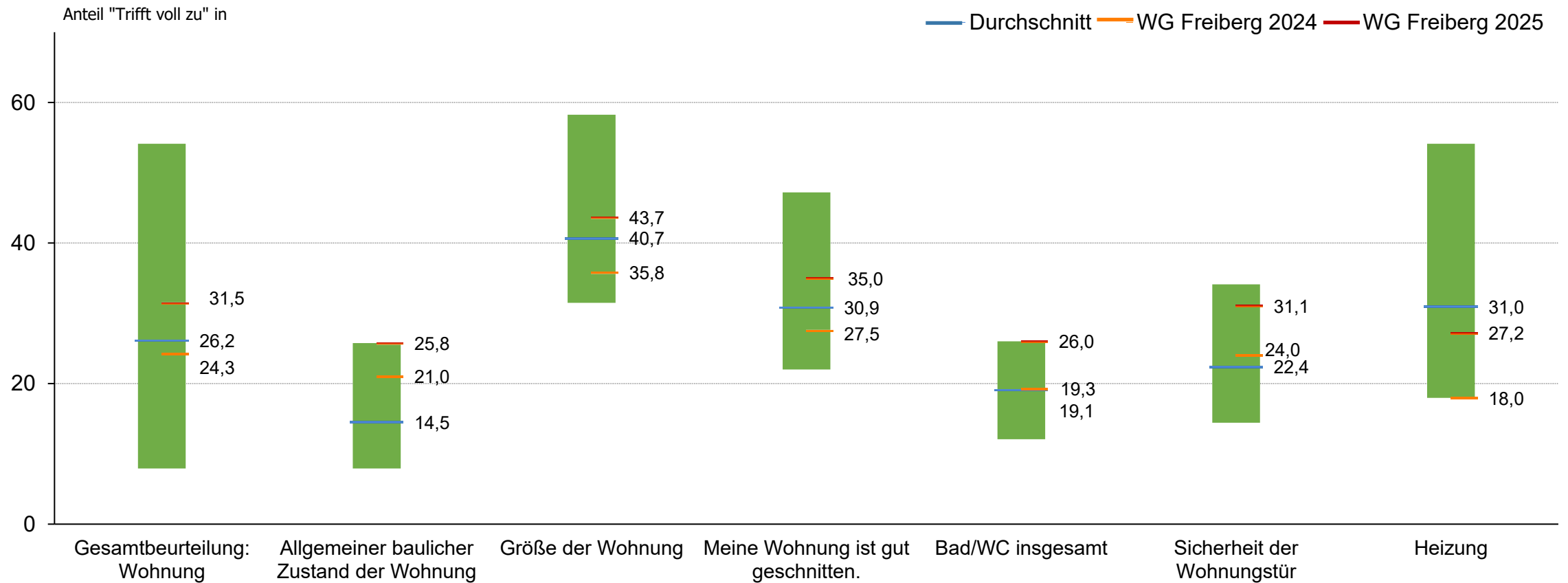
BENCHMARKING: ÜBERSICHT



Quelle: Mieterbefragungen DOMUS Consult (ehemals Analyse & Konzepte), Basis: 37 Unternehmen, Stand 29.01.2025

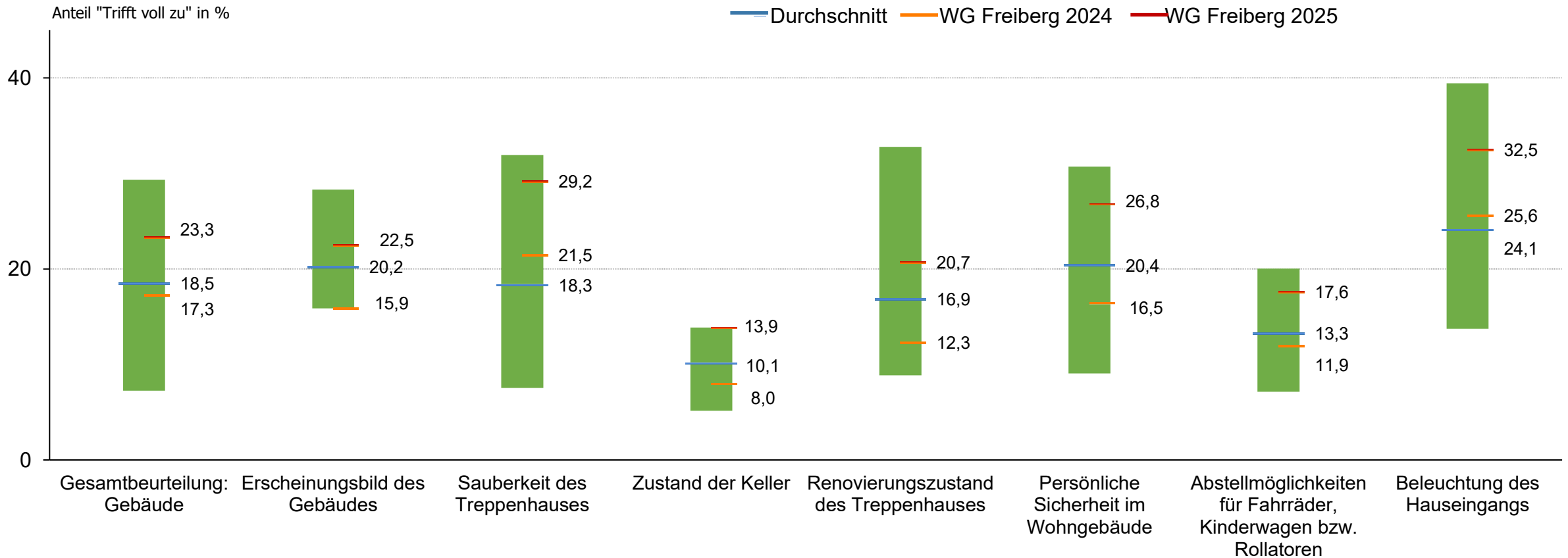
Die Wohnungsmerkmale werden durchweg positiver bewertet als 2024. Größe, Zuschnitt und Bad / WC liegen aktuell sogar über dem Durchschnitt. Trotz des Anstiegs der Bewertung der Heizung um 9,2 Prozent, bleibt die Heizung unterdurchschnittlich.

BENCHMARKING: WOHNUNG



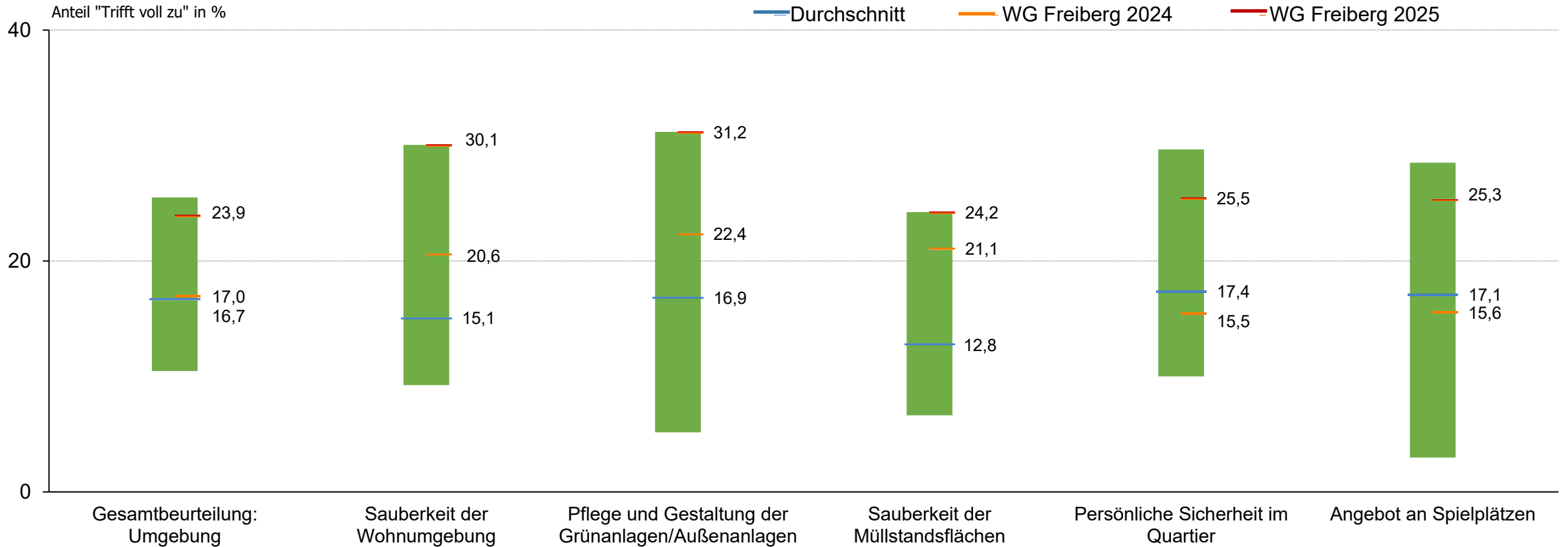
Die Mitglieder bewerten die Eigenschaften der Gebäude positiver als 2024. Einzelne Indikatoren liegen inzwischen über dem Durchschnitt. Insbesondere das Sicherheitsgefühl im Gebäude ist um 10,3% höher als 2024.

BENCHMARKING: GEBÄUDE



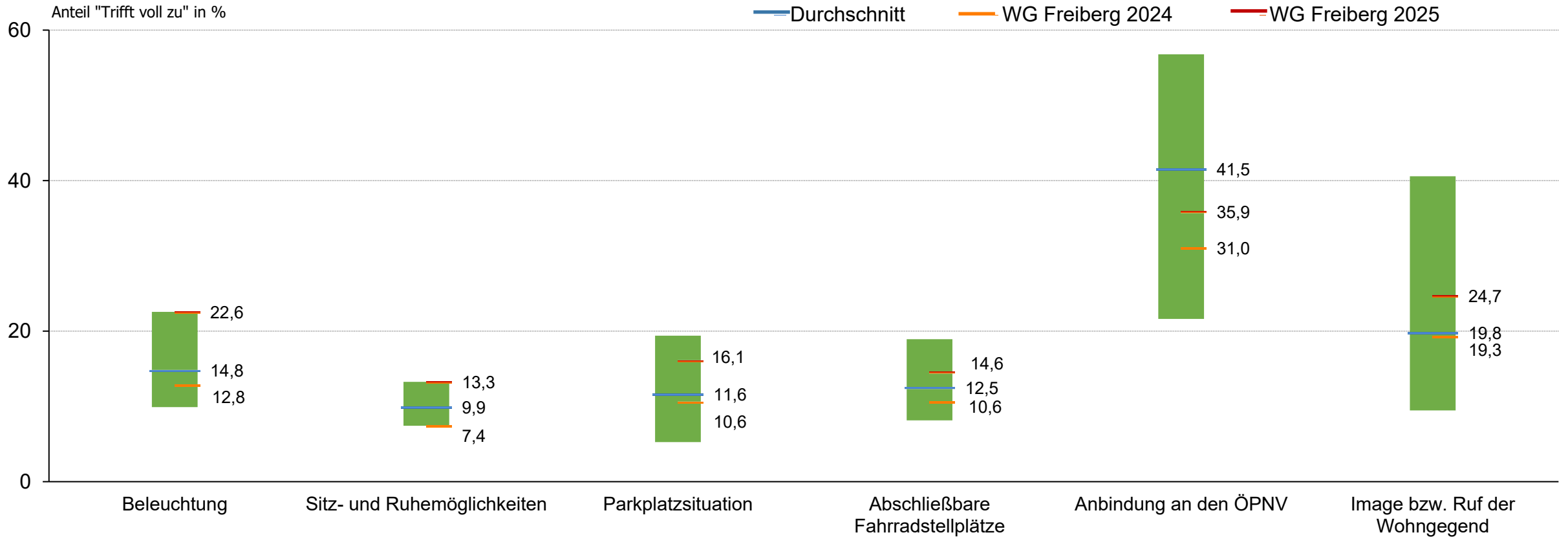
Viele Merkmale der Umgebung liegen 2025 im Spitzenbereich des Benchmarks. Besonders erfreulich: Die persönliche Sicherheit im Quartier wird um 10% besser beurteilt als 2024.

BENCHMARKING: UMGEBUNG (1/2)



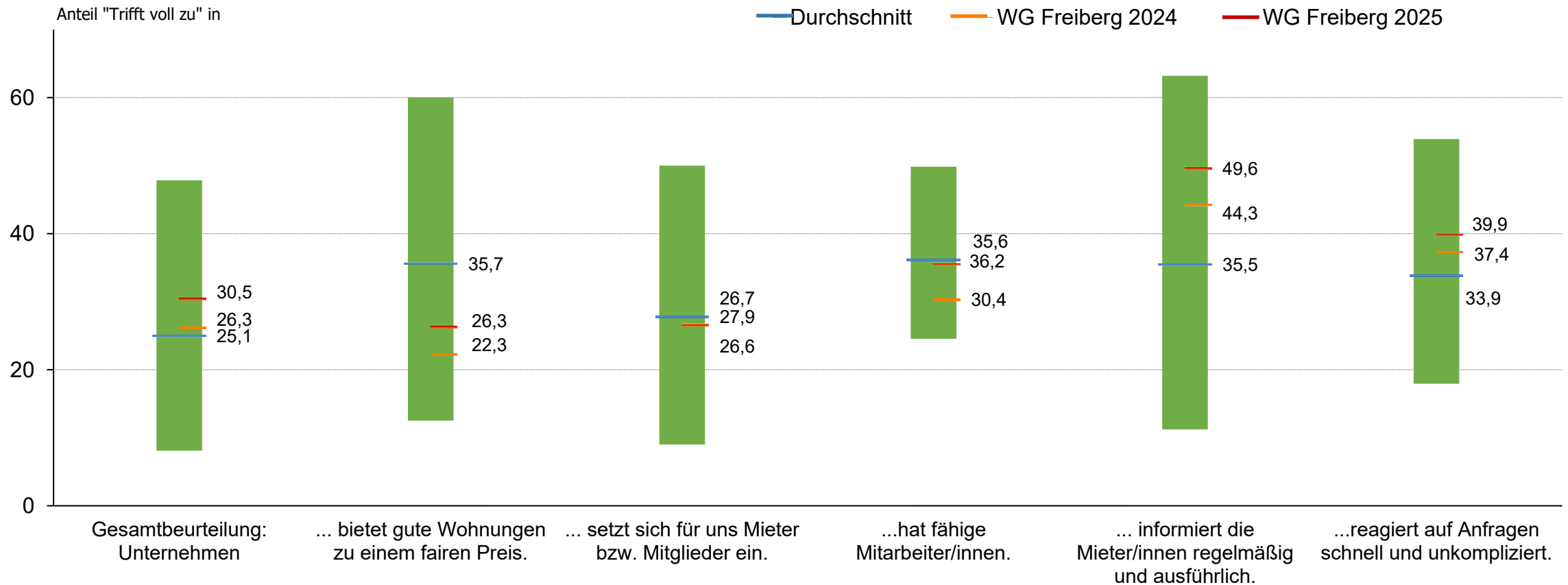
Umgebung: Trotz eines Anstiegs in der Bewertung, bleibt das ÖPNV-Angebot in den Wohnquartieren der WG Freiberg im Branchenvergleich unter dem Durchschnitt.

BENCHMARKING: UMGEBUNG (2/2)



Die Leistungsindikatoren der WG Freiberg erreichen bessere Werte und liegen in einigen Fällen über dem Benchmark. Allerdings bleibt die Mietpreisbeurteilung unterdurchschnittlich.

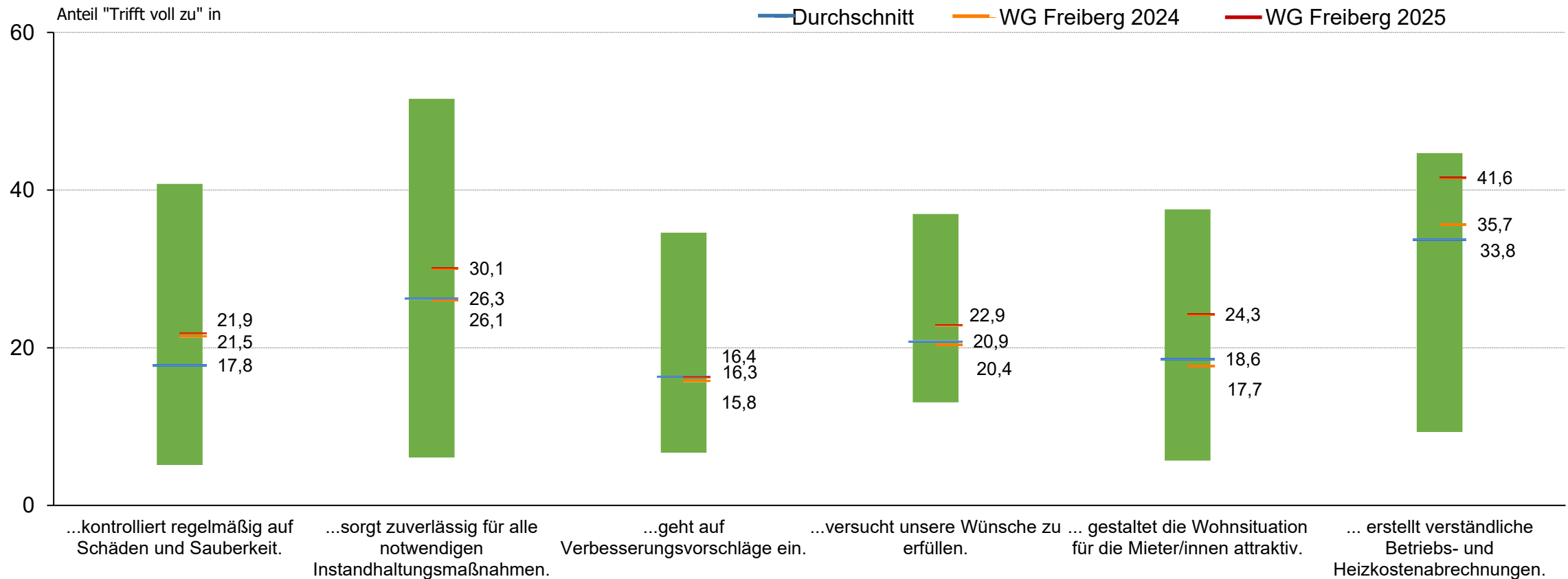
BENCHMARKING: UNTERNEHMEN (1/2)



Quelle: Mieterbefragungen DOMUS Consult (ehemals Analyse & Konzepte), Basis 37 Unternehmen, Stand 29.01.2025

Unternehmen: Auch die Bewertung der Verständlichkeit der Betriebskostenabrechnung der WG Freiberg ist verbessert und liegt nun im oberen Bereich des Benchmarks.

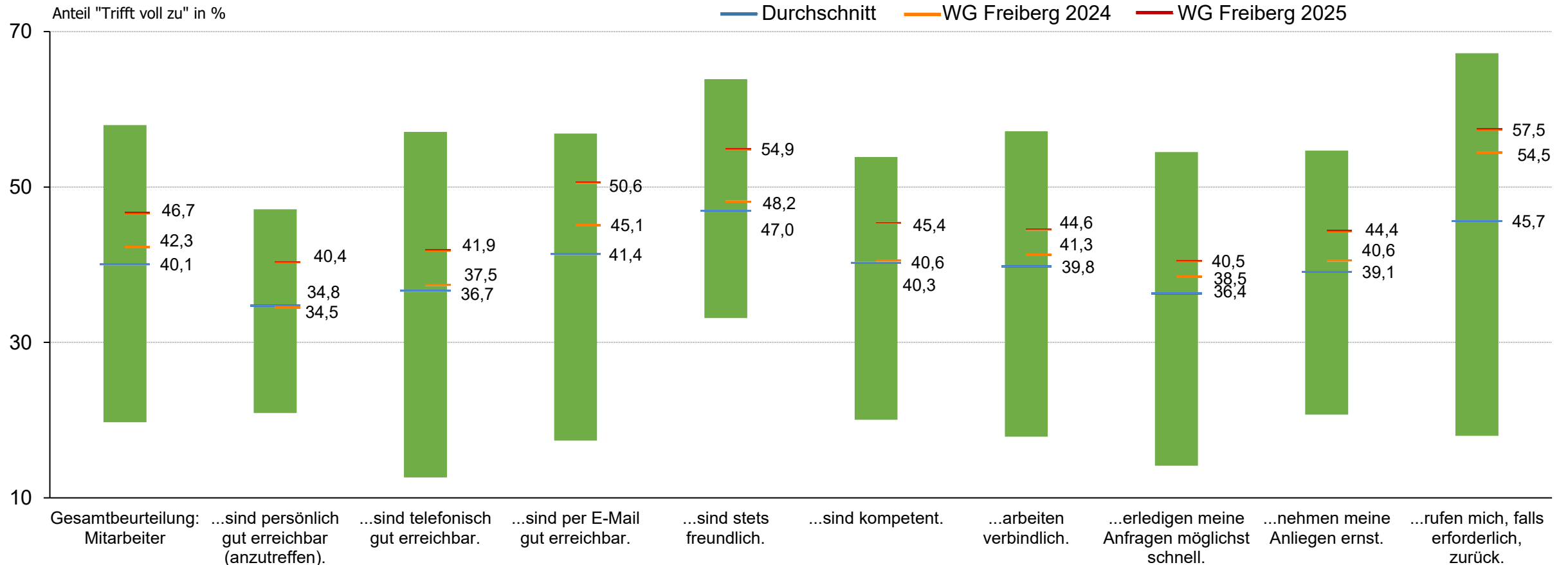
BENCHMARKING: UNTERNEHMEN (2/2)



Quelle: Mieterbefragungen DOMUS Consult (ehemals Analyse & Konzepte), Basis 37 Unternehmen, Stand 29.01.2025

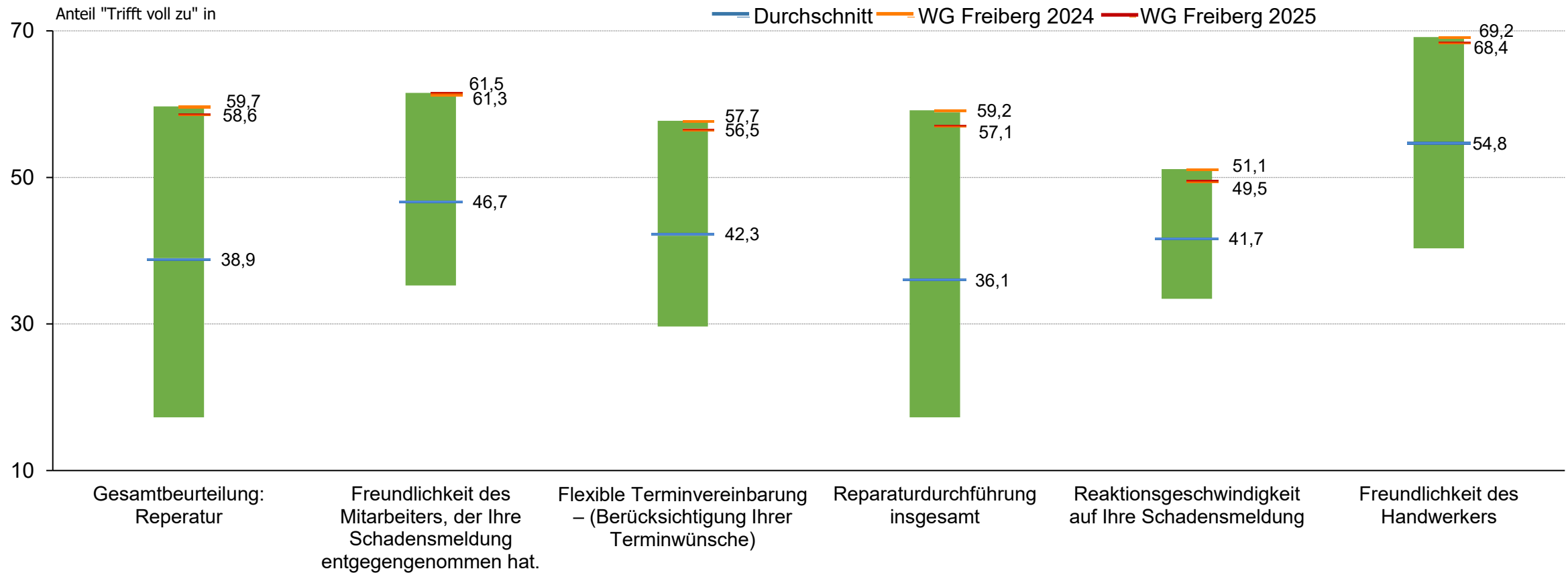
Auch die Mitarbeitenden werden auf allen Leistungsindikatoren besser eingeschätzt und liegen über dem Benchmark. Insbesondere die Freundlichkeit wird mit einem Zuwachs von 6,6 Prozentpunkten besser bewertet.

BENCHMARKING: MITARBEITENDE



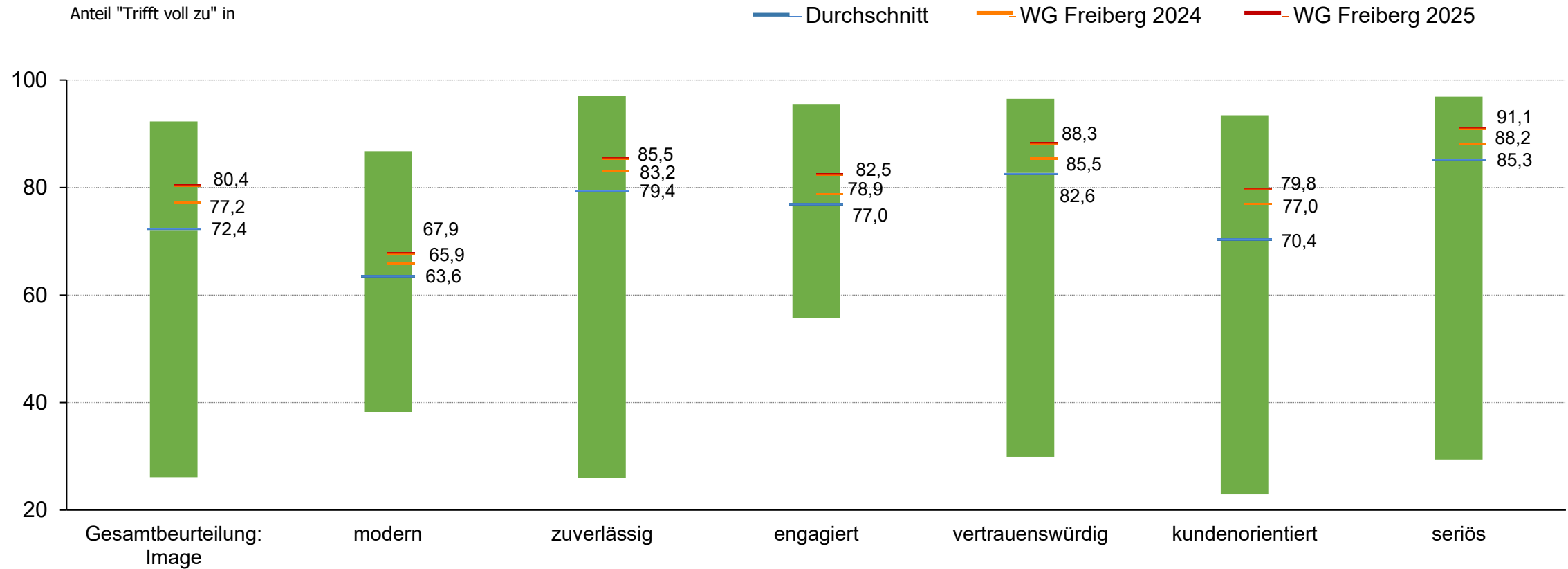
Reparaturmanagement: Die WG Freiberg erreicht auch in 2025 eine absolute Spitzenposition im Benchmark – die aktuellen Werte fallen geringfügig niedriger aus.

BENCHMARKING: REPARATUR



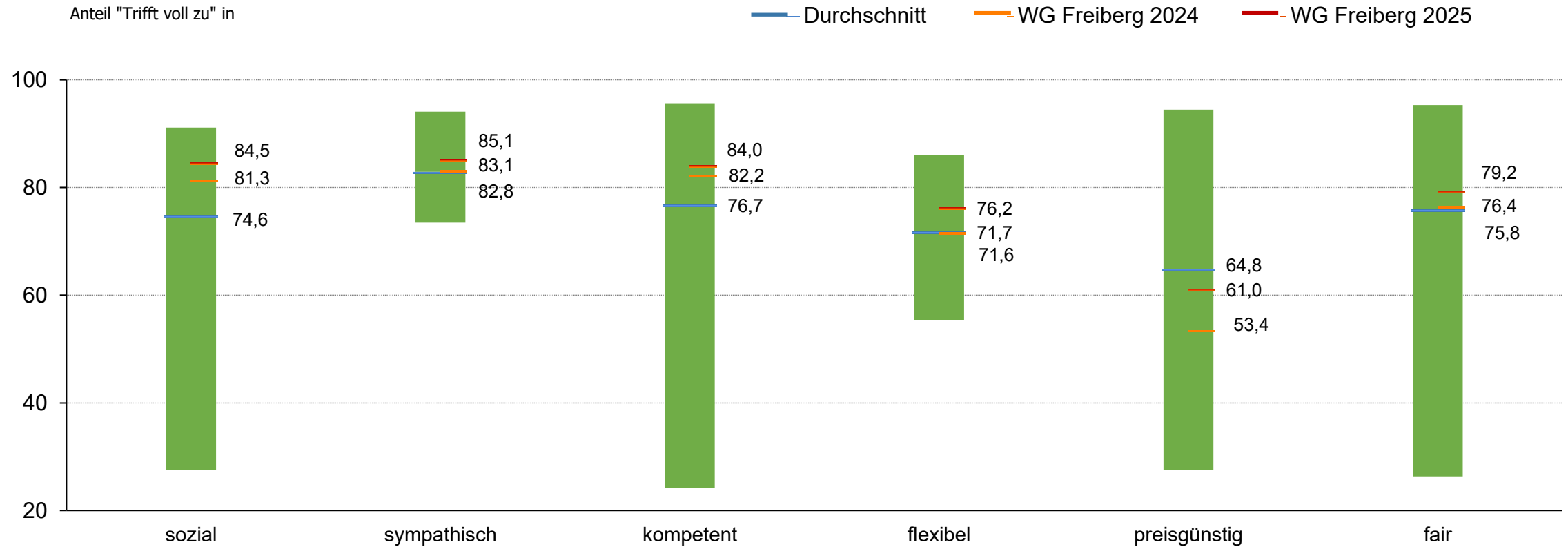
Sämtliche Imagemerkmale der WG Freiberg erzielen im Vergleich zum Vorjahr etwas höhere Einschätzungen.

BENCHMARKING: IMAGE (1/2)



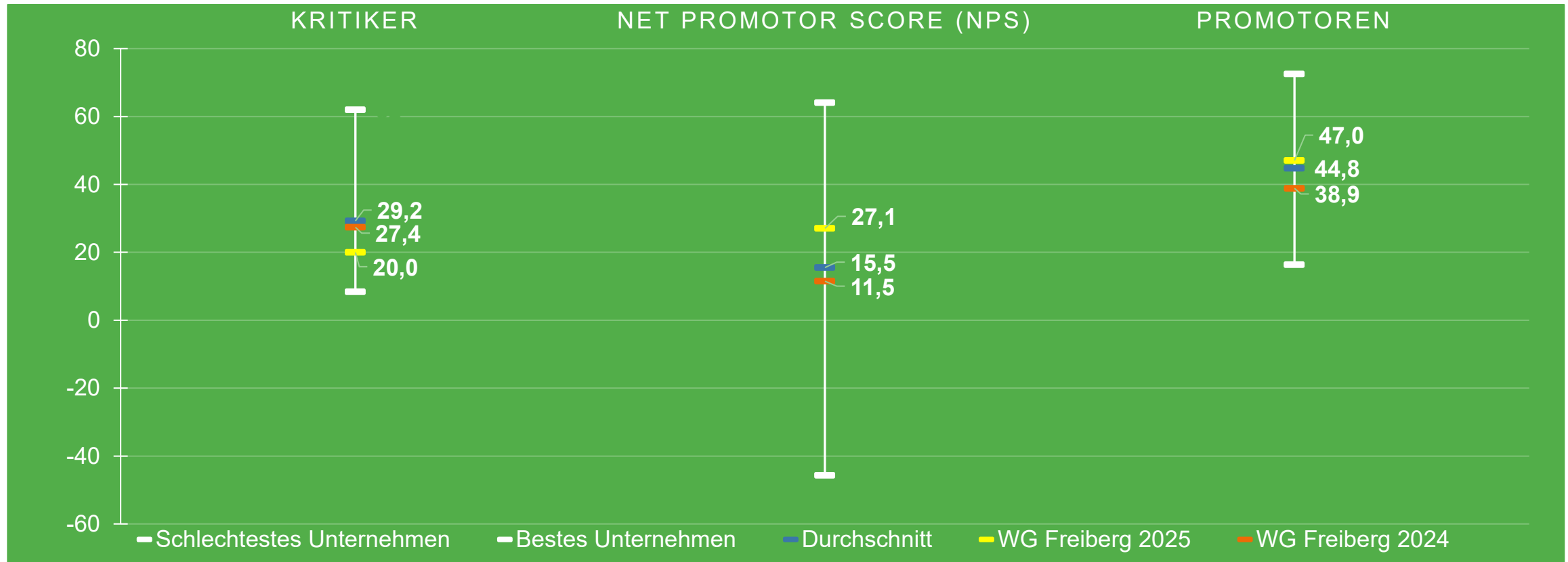
Auch die Flexibilität und die Sympathie der WG Freiberg werden aktuell überdurchschnittlich beurteilt. Nur das Attribut „preisgünstig“ bleibt unter dem Benchmark-Mittelwert.

BENCHMARKING: IMAGE (2/2)



Die Reputation der WG Freiberg verbessert sich: Durch die höhere Anzahl an Promotoren gegenüber 2024 steigt der NPS und liegt nun über dem Benchmark.

BENCHMARKING: NET PROMOTER SCORE (NPS®)



Quelle: Mieterbefragungen DOMUS Consult (ehemals Analyse & Konzepte), Basis 37 Unternehmen, Stand 29.01.2025

EMPFEHLUNGEN



EMPFEHLUNGEN

FAZIT UND EMPFEHLUNGEN



Wohnen

Wir empfehlen der Genossenschaft, künftig verschiedene Maßnahmen in den Blick zu nehmen. Im Bereich der Wohnungen sollte der Fokus insbesondere auf notwendigen Modernisierungen liegen – vor allem in den Bereichen Bad und WC. Dabei ist es sinnvoll, zunächst Bestände mit erkennbarem Modernisierungsbedarf zu identifizieren und diese vorrangig zu modernisieren.

Hinsichtlich des Wohnumfeldes sollten, falls möglich, zusätzliche – gegebenenfalls auch kostenpflichtige – Stellplätze geschaffen werden. Ergänzend dazu könnten mehr Abstellmöglichkeiten sowie Sitzgelegenheiten im direkten Wohnumfeld zur Verfügung bereitgestellt werden.



Image

Ein kontinuierliches Qualitätsmanagement ist erforderlich, um die sehr guten Bewertungen in vielen Bereichen (insbesondere das Schadensmanagement oder die Leistung der Mitarbeitenden), langfristig zu sichern. Um dieses Niveau zu halten, sollten positive Erfahrungen der Bereiche als Best Cases geteilt werden („Lernen am Fall“).

Auch wenn die Nutzung digitaler Kommunikationskanäle weiter zugenommen hat, ist es wichtig, alle Kontaktwege gleichermaßen zu pflegen und vor allem die analogen weiterhin gut zu pflegen.

Ein zusätzlicher Impuls für das Image der Genossenschaft könnte durch die Bereitstellung wohnungsnaher Angebote entstehen – etwa durch Fahrradabstellplätze oder Paketstationen.



Kosten

Um die als teils (viel) zu hoch empfundenen Betriebs- und Heizkosten zu senken, – ein Eindruck, der sich ähnlich schon im Vorjahr zeigt – könnten energetische Sanierungen sowie die Nutzung von Strom aus Photovoltaikanlagen auf den Dächern sinnvoll sein.

Mit Blick auf die Finanzierung von Modernisierungen kann die WG prüfen, ob eine moderate Anpassung der Nutzungsgebühren angebracht wäre. Dabei ist eine transparente und gut nachvollziehbare Kommunikation entscheidend – insbesondere im Hinblick darauf, dass bereits jetzt ein Teil der Mitglieder bei den Nutzungskosten an ihre Belastungsgrenze stoßen.



Nachhaltigkeit

Das hohe Interesse an grünen Strom unterstreicht das Potenzial, das in Photovoltaiklösungen für die WG Freiberg liegt. Damit lassen sich nicht nur ökologische Ziele verfolgen, sondern auch die Mitglieder bei ihren – weiterhin als zu hoch empfundenen – Energiekosten entlasten.

Das Interesse an energetischen Sanierungen ist jedoch fragmentiert: 44% der Befragten äußern Interesse, 33% sind unentschlossen und 19% lehnen sie ab. Dennoch erscheint es möglich auch unentschlossenen Mitglieder durch geeignete Informationen mitzunehmen. Transparente Kommunikation über die vielfältigen Vorteile – bei gleichzeitiger ehrlicher Benennung der möglichen zeitweisen Unannehmlichkeiten – bauen Vorbehalte ab und erhöhen die Akzeptanz.

Vielen Dank!

Ihre Ansprechpartner:innen



André Hahn

Tel. 040-4850098-47
hahn@domusconsult.de



Erika Fiokouna

Tel. 040-4850098-49
fiokouna@domusconsult.de



Christine Manschwetus

Tel. 040-4850098-43
manschwetus@domusconsult.de

DOMUS Consult
Wirtschaftsberatungsgesellschaft mbH
Niederlassung Hamburg
Gasstraße 10, 22761 Hamburg
www.domusconsult.de

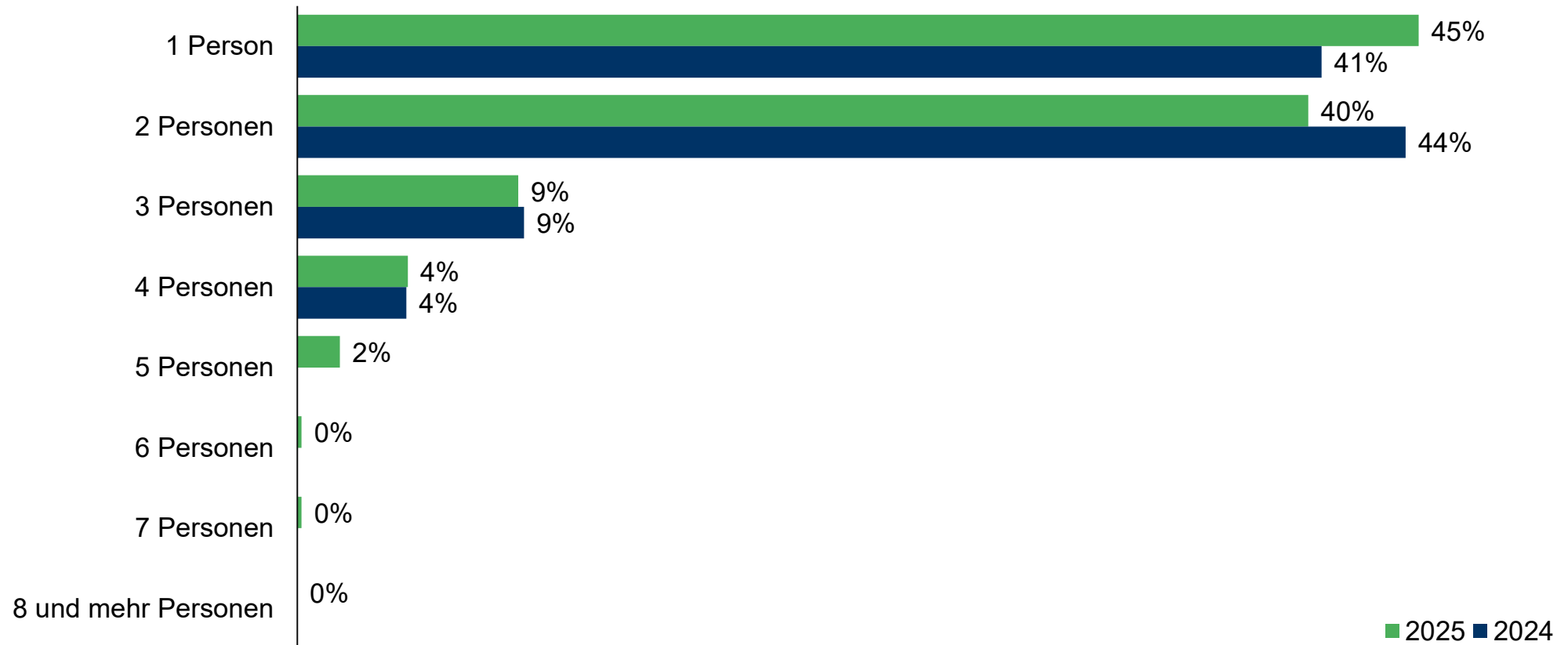


ANHANG: Soziodemographie



Die Haushalte der WG Freiberg bestehen überwiegend aus 1- bis 2-Personen-Haushalten. Gegenüber dem Vorjahr ist ein höherer Anteil an Ein-Personen-Haushalte zu erkennen, während sich umgekehrt der Anteil der 2-Personen-Haushalte verringert hat.

HAUSHALTSGRÖßE



n_{F29}=592;
Frage 29. „Wie viele Personen leben insgesamt in Ihrem Haushalt, Sie selbst mit eingeschlossen?“

Unverändert zu 2024 leben in 13% der Haushalte Kinder unter 12 Jahre.

HAUSHALTE MIT KINDERN



n_{F30}=593
Frage 30. „Wie viele Kinder bis zu 12 Jahren sind darunter?“

Auch der Anteil an Jugendlichen (13 bis 17 Jahre) in den Haushalten der WG Freiburg liegt stabil bei etwa 6%.

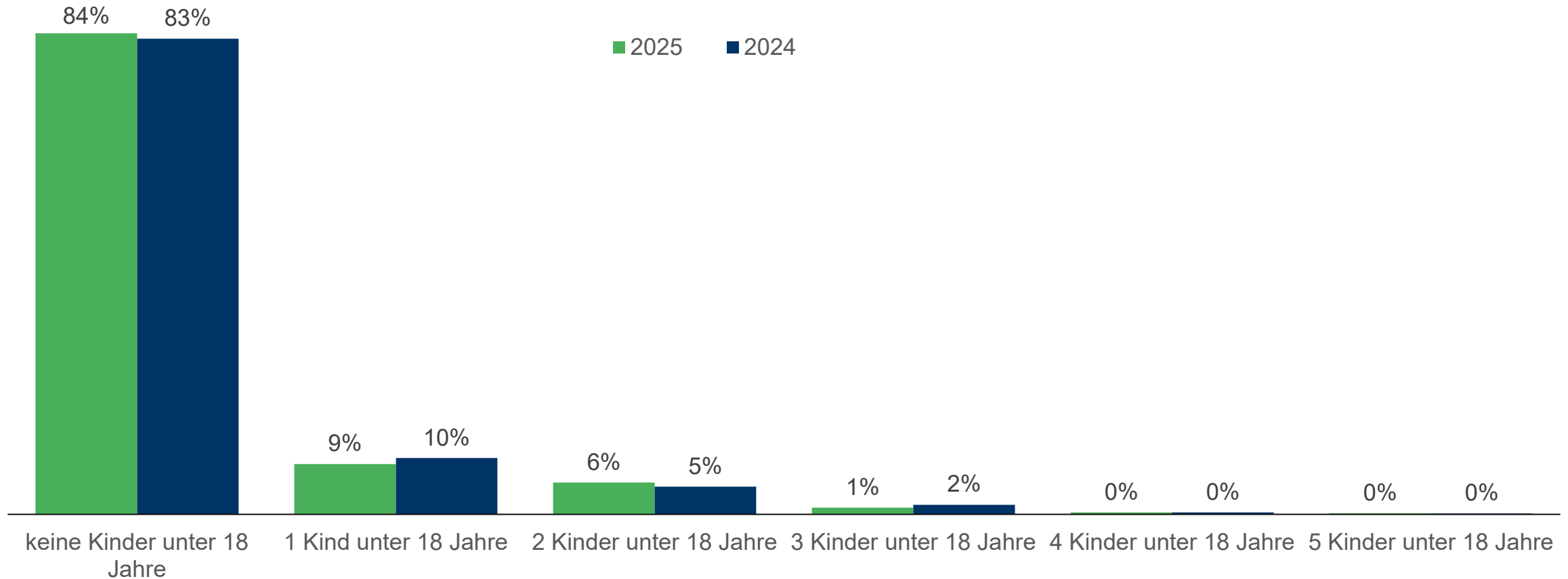
HAUSHALTE MIT JUGENDLICHEN



n_{F31}=593
Frage 31. „Wie viele Jugendliche zwischen 13 und unter 18 Jahren sind darunter?“

Entsprechend gibt es auch bei zusammenfassender Betrachtung der Haushalte mit Kindern oder Jugendlichen keine Veränderungen. Der Anteil mit Kindern / Jugendlichen liegt aktuell bei 16 Prozent.

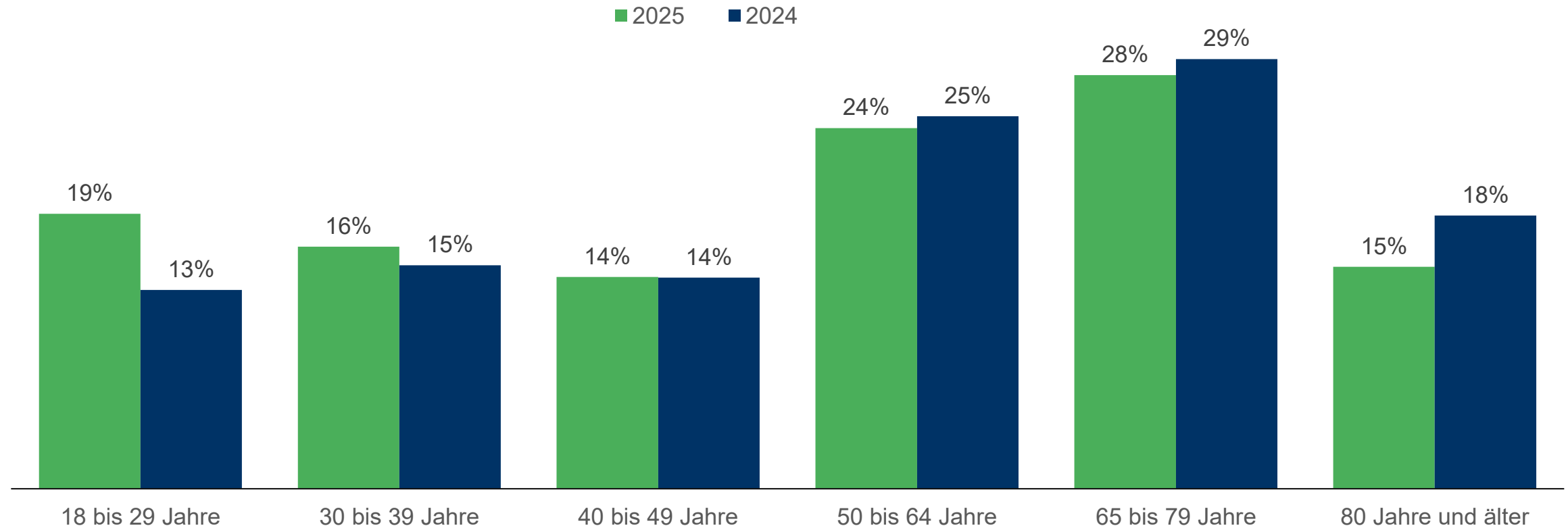
HAUSHALTE MIT KINDERN UND JUGENDLICHEN



n_{F30/F31}=593
Frage 30. „Wie viele Kinder bis zu 12 Jahren sind darunter?“, Frage 31. „Wie viele Jugendliche zwischen 13 und unter 18 Jahren sind darunter?“

Die Altersverteilung der erwachsenen Haushaltsmitglieder zeigt eine Verjüngung gegenüber der Vorwelle. So gibt es mehr jüngere Haushalte und gleichzeitig weniger Haushalte mit älteren Erwachsenen.

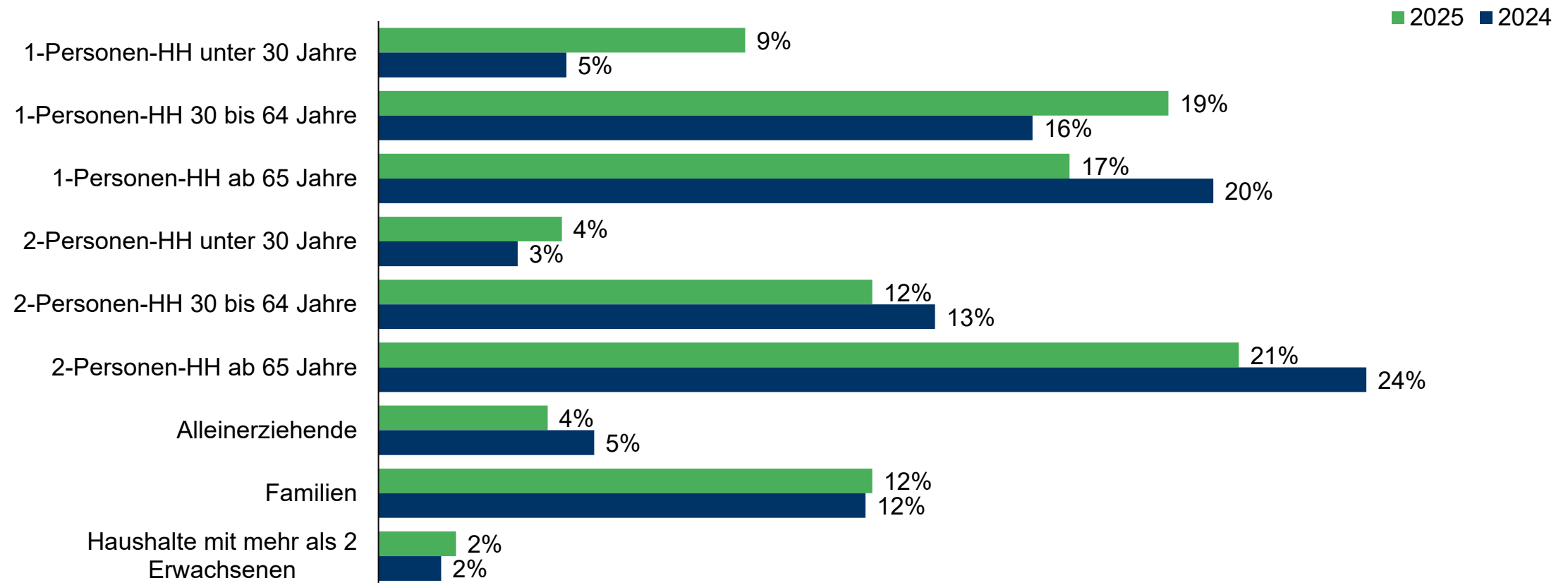
ALTERSSTRUKTUR ALLER ERWACHSENEN HAUSHALTSMITGLIEDER



n_{F32}=582; n_{F33}=588
Berechnung aus Frage 32. „Wie alt sind Sie selbst?“ und F33. „Wie alt sind die anderen erwachsenen Haushaltsmitglieder?“

Noch differenzierter wird das Bild bei den Haushaltstypen. Hier ist erkennbar, dass die Verjüngung stärker bei den Ein-Personenhaushalten zu beobachten ist.

HAUSHALTSTYPEN



n_{F29}=592; n_{F30/F31}=593; n_{F32}=582; n_{F33}=588

Frage 29. „Wie viele Personen leben insgesamt in Ihrem Haushalt, Sie selbst mit eingeschlossen?“; Frage 30. „Wie viele Kinder bis zu 12 Jahren sind darunter?“; Frage 31. „Wie viele Jugendliche zwischen 13 und unter 18 Jahren sind darunter?“; Berechnung aus Frage 32. „Wie alt sind Sie selbst?“ und F33. „Wie alt sind die anderen erwachsenen Haushaltsmitglieder?“