

## Mitgliederzufriedenheit und Member Value bei Wohnungsgenossenschaften

Der wirtschaftliche Erfolg von Wohnungsgenossenschaften hängt entscheidend von der Schaffung von Werten für ihre Mitglieder (Member Value) ab. Eine grundlegende Voraussetzung für die Erzielung eines möglichst hohen Member Values besteht darin, ihn messbar zu machen und sich dabei an den Wünschen der Mitglieder zu orientieren.



Zur Umsetzung der beiden genannten Anforderungen wurde im Rahmen eines Forschungsprojekts des IfG Institut für Genossenschaftswesen Münster ein innovatives Modell zur Bewertung entwickelt, das die Erwartungshaltung der Mitglieder an die Leistungen ihrer Genossenschaft erfassen und bewerten kann.

Die Ergebnisse hat der Autor in zwei Arbeitspapieren des IfG beschrieben. Im er-

sten Teil geht es u. a. um die Leistungsfähigkeit der Genossenschaft insgesamt sowie in den Bereichen Wohnung, Wohnumfeld, Nachbarn, Kommunikation, Dienstleistungen und Dividendenzahlungen. Die Antworten von rund 2.400 Mitgliedern aus elf Genossenschaften liegen der Auswertung zugrunde.

Im zweiten Teil entwickelt der Autor individuell für jede Genossenschaft ein Modell zur Berechnung des Member-Value-Index.

Jörg-Matthias Böttiger, Ein Ansatz zur Operationalisierung des Member Value für Wohnungsgenossenschaften und Benchmarkergebnisse zur Mitgliederzufriedenheit von Wohnungsgenossenschaften, Arbeitspapiere Nr. 79 und 80, IfG Münster, April 2009, Download im Internet unter [www.wiwi.uni-muenster.de/o6/forschen/veroeffentlichungen/workingpapers.php](http://www.wiwi.uni-muenster.de/o6/forschen/veroeffentlichungen/workingpapers.php)