



Member Value in Wohnbaugenossenschaften

**Abschlussauswertung für
Wohnbaugenossenschaften Schweiz (WBG)**

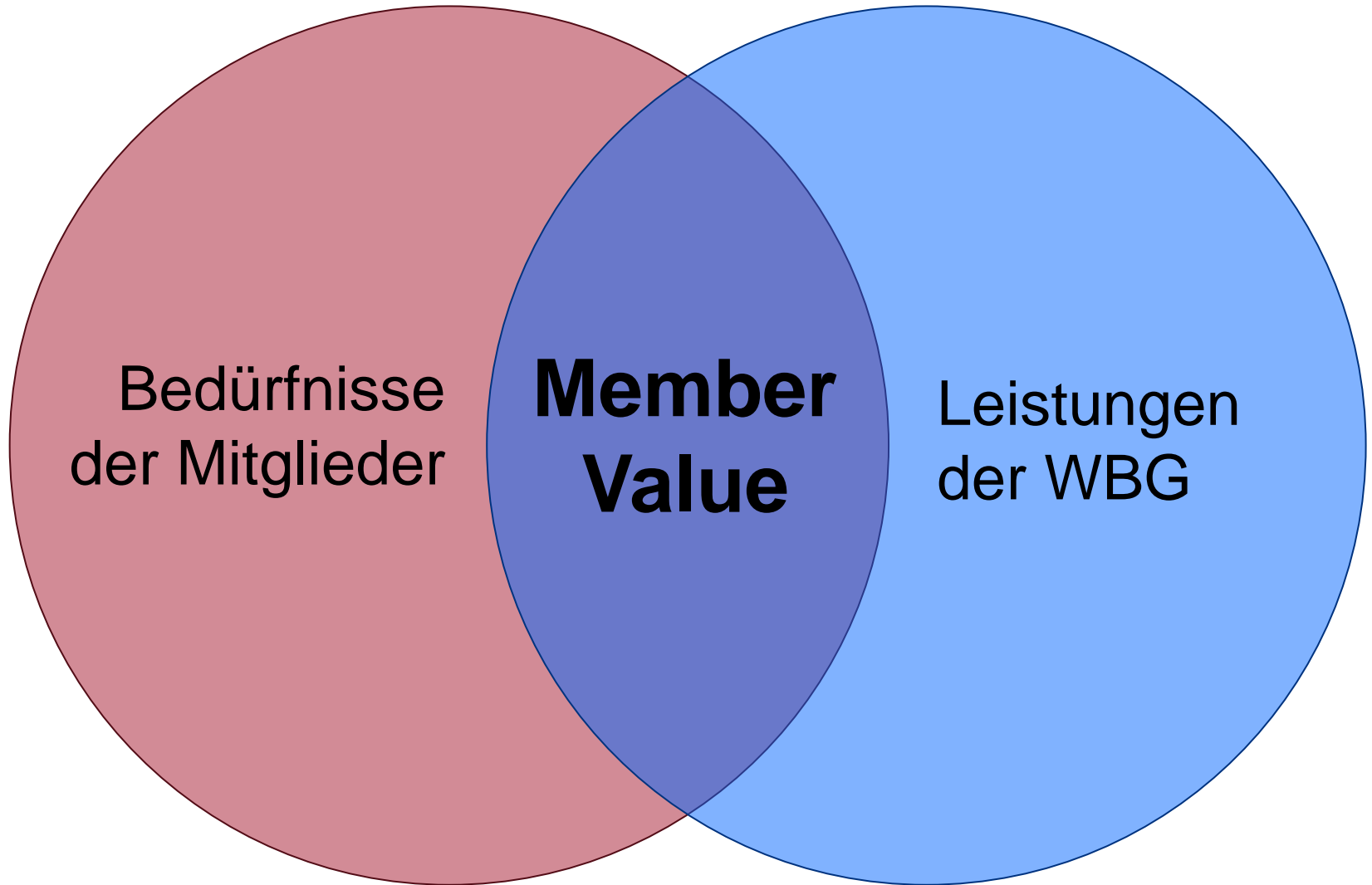
Peter Suter

März 2016

Forschungsfragen

- 1) Welche Eigenschaften und Leistungen von Wohnbaugenossenschaften erzeugen in der Wahrnehmung ihrer Mitglieder einen Nutzen (Member Value)?
- 2) Wie lässt sich das Engagement von Mitgliedern Wohnbaugenossenschaft erklären?

Grundkonzept des Member Value



Bedürfnisse
der Mitglieder

**Member
Value**

Leistungen
der WBG

Forschungsdesign

- Zwei Phasen
 1. 8 qualitative Interviews

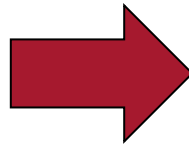
 2. A) Pretest
B) Quantitativer (online) Fragebogen
 - Management von Wohnbaugenossenschaften
 - Mitglieder von Wohnbaugenossenschaften

- Frage nach den Bedürfnissen der Mitglieder und nicht nach konkreten Leistungen der WBG

Member Value Dimensionen

Bedürfnisse (Theorie)

Subsistenz
Zuneigung
Mitwirkung
Schaffen
Autonomie
Macht
Sicherheit
Verstehen
Genuss
Identität
Ästhetik
Wirksamkeit



Was Mitglieder wollen:

sich sicher fühlen
informiert sein
finanzielle Vorteile
schön und komfortabel wohnen
sicher wohnen
gute Nachbarschaft
sich identifizieren
sich selbst verwirklichen
eine politisch einflussreiche WBG
wirksam sein
unterhalten werden

«sich sicher fühlen» versus «sicher wohnen»

- Basierend auf der Theorie und den qualitativen Interviews wurden Fragen für sämtliche Mitgliederbedürfnisse formuliert (vgl. was Mitglieder wollen – Folie 5).
- Die Mehrheit der Bedürfnisse wurde über mehrere gebündelte Einzelfragen erhoben, einzig «eine politisch einflussreiche WBG» und «sich sicher fühlen» wurde über eine einzige Frage gemessen.
- Beispiel
 - Das Bedürfnis «sicher wohnen» bezieht sich auf die Wohnungssicherheit und umfasst:
 - Wenn eine Wohnung frei wird, habe ich die Möglichkeit die Wohnung oder gar die Siedlung zu wechseln.
 - Die Wohnbaugenossenschaft bietet mir eine hohe Wohnsicherheit, z.B. Umzugsmöglichkeit bei Familienzuwachs und Verständnis bei persönlichen oder finanziellen Problemen.
 - Das Bedürfnis «sich sicher fühlen» ist ein generelles Bedürfnis und wurde grundsätzlich abgefragt über:
 - Ich kann mich sicher fühlen.

Methodisches Vorgehen

- Vollständige Erhebung aller Mitglieder von WBG-Schweiz (1090 Mitglieder; nicht alle sind Genossenschaften)
- Datenerhebung
 - Online-Mitgliederfragebogen wurde via Verband von den einzelnen Wohnbaugenossenschaften ihren Mitgliedern zugestellt
 - Online-Management-Fragebogen wurde den Wohnbaugenossenschaften seitens des Verbandes WBG zugestellt

Datensätze

	Mitglieder	WBG
Total	2865 (681 schriftlich)	303
Verwertbar	1561	120
in beiden Datensätzen	1428	69 (51 mit 4< Fragebogen)

- Beide Datensätze wurden kombiniert.
- Die 51 Management-Datensätze beinhalten 1428 Mitgliederdaten

WBG Charakteristik	Anzahl	Prozent
Grösse		
• < 20 Wohnungen	5	9.6%
• 20-50 Wohnungen	13	25.0%
• 50-150 Wohnungen	8	15.4%
• 150-400 Wohnungen	13	25.0%
• > 400 Wohnungen	13	25.0%
Alter der WBG		
• < 30 Jahre	11	21.2%
• 30-59 Jahre	15	28.8%
• 60-90 Jahre	19	36.5%
• > 90 Jahre	7	13.5%
Selbstverwaltungsgrad		
• Nur Hauptamtliche	10	20.0%
• Mehrheitlich Hauptamtliche	13	26.0%
• Mehrheitlich Ehrenamtliche	16	32.0%
• Nur Ehrenamtliche	11	22.0%


Ergebnisse


- Was wollen die Mitglieder von Wohnbaugenossenschaften, resp. was ist ihnen wichtig?
 - ▶ Differenziert nach Grösse (Anzahl Wohnungen)
 - ▶ Differenziert nach Selbstverwaltungsgrad
- In welchen Bereichen klaffen die Erwartungshaltungen der Mitglieder mit den Leistungen der Wohnbaugenossenschaft am stärksten auseinander?
- Wie lässt sich das Engagement der Mitglieder erklären?

Ansprüche der Mitglieder (Wichtigkeit)

Anzahl Wohnungen	unter 20	20-50	50-150	150-400	über 400
sich sicher fühlen	5.91	6.44	6.53	6.47	6.48
informiert sein	6.07	6.17	6.22	6.11	6.19
finanzielle Vorteile	5.48	5.64	5.95	6.21	6.30
schön und komfortabel wohnen	5.43	5.85	6.24	5.92	6.10
sicher wohnen	4.86	5.48	5.75	5.73	5.98
gute Nachbarschaft	5.73	5.87	5.77	5.57	5.71
sich identifizieren	5.32	5.52	5.41	5.30	5.40
sich selbst verwirklichen	5.13	4.90	4.86	4.64	4.93
eine politisch einflussreiche WBG	4.38	3.73	4.10	4.32	4.65
wirksam sein	4.84	4.87	4.36	4.39	4.49
unterhalten werden	4.05	4.20	4.13	4.05	4.55
TOTAL	57.2	58.7	59.3	58.7	60.8

 1. Priorität


 2. Priorität


 3. Priorität

Ansprüche der Mitglieder (Wichtigkeit)

Selbstverwaltungsgrad	Ehrenamtlich	Primär ehrenamtlich	Primär hauptamtlich	Hauptamtlich
sich sicher fühlen	6.67	6.30	6.36	6.41
informiert sein	6.18	6.17	6.10	6.22
finanzielle Vorteile	5.98	5.87	5.93	6.12
schön und komfortabel wohnen	6.32	5.80	5.78	5.94
sicher wohnen	5.73	5.58	5.39	5.98
gute Nachbarschaft	5.84	5.78	5.55	5.82
sich identifizieren	5.51	5.47	5.21	5.48
sich selbst verwirklichen	4.70	4.95	4.74	5.07
eine politisch einflussreiche WBG	3.34	4.34	4.52	4.71
wirksam sein	4.42	4.88	4.36	4.64
unterhalten werden	4.03	4.29	4.08	4.58
TOTAL	58.7	59.4	58.0	61.0

 1. Priorität

 2. Priorität

 3. Priorität

Bedürfnisse der Mitglieder

- Die Mitglieder wollen sich in erster Linie sicher fühlen und gut informiert sein, die finanziellen Vorteile kommen erst an dritter Stelle!
- Während bei kleineren Wohnbaugenossenschaften grosser Wert auf gute Nachbarschaftsbeziehungen gelegt wird, sind bei grossen Wohnbaugenossenschaften die günstigen Mieten wichtiger.
- Eher unbedeutend hingegen sind der politische Einfluss der Wohnbaugenossenschaft, Möglichkeiten wirksam zu werden und ein «Unterhaltungsprogramm».
- Tendenziell ist die Erwartungshaltung der Mitglieder von grossen hauptamtlich geführten Wohnbaugenossenschaften grösser als bei kleineren.

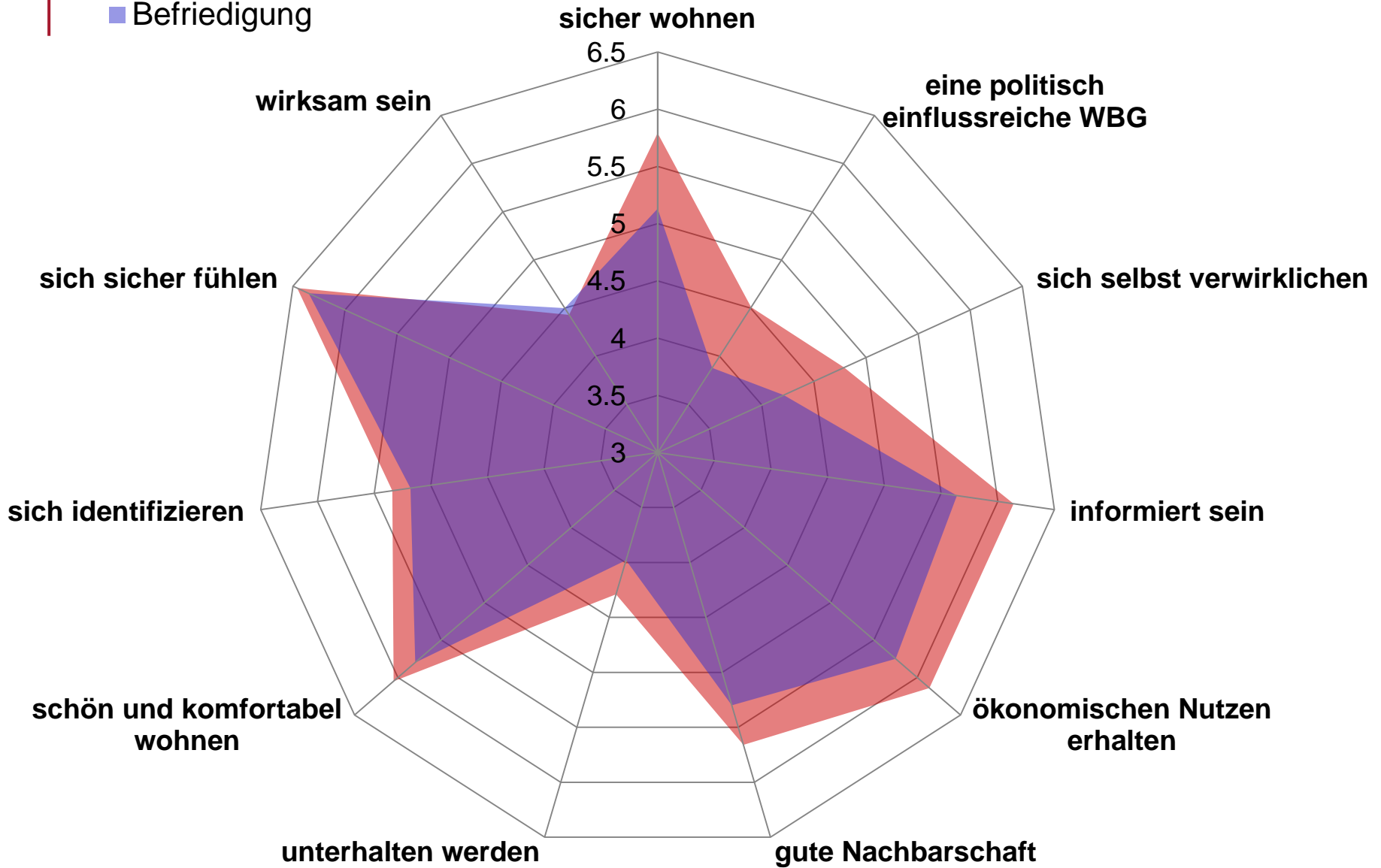
Erwartungshaltungen und Befriedigung

- In welchen Bereichen klaffen die Erwartungshaltungen der Mitglieder mit den Leistungen der Wohnbaugenossenschaft am stärksten auseinander?

Wichtigkeit und Befriedigung der Ansprüche

Was Mitglieder wollen:	Wichtigkeit (Skala 1-7)	Befriedigung (Skala 1-7)
sich sicher fühlen	6.46	6.35
informiert sein	6.14	5.64
finanzielle Vorteile	6.14	5.75
schön und komfortabel wohnen	6.05	5.80
sicher wohnen	5.79	5.13
gute Nachbarschaft	5.66	5.30
sich identifizieren	5.34	5.18
sich selbst verwirklichen	4.79	4.21
eine politisch einflussreiche WBG	4.51	3.88
wirksam sein	4.43	4.50
unterhalten werden	4.29	3.98

- Wichtigkeit
- Befriedigung



Ansatzpunkte

- In den Bereichen Information und sicheres Wohnen besteht insgesamt das grösste Verbesserungspotential.
- Bei komplett hauptamtlich verwalteten, mittelgrossen (150-400 Wohnungen) Wohnbaugenossenschaften ist die Diskrepanz zwischen Erwartungshaltung und Deckungsgrad am grössten.
 - Sind die Ansprüche zu hoch?
 - Müssen die Wohnbaugenossenschaften mehr leisten?
 - Herausforderung das einzelne Mitglied zu erreichen

Wünsche Auszählung

Wünsche	Nennungen
Verwaltung	196
Renovation und Unterhalt	162
Nachbarschaft	157
Partizipation	123
Ausstattung	119
Aussenraum	118
Regeln	107
Preis	75
Ordnung	71
Genossenschaftsgedanke	65
Gemeinsame Aktivitäten	54

Wünsche	Nennungen
Altersgerecht	48
Divers	47
Modernität	43
Nachhaltigkeit	43
Parkplatz	43
Wohnungswechsel	43
Gemeinschaftsraum	41
Haustier	21
Expansion	18
Sicherheit	17
Politisches Engagement	13

Wünsche Beispiele

- Qualitativ hochstehende Renovationen/Ausbaustandard
- Mehr Offenheit/Freiheit für Anliegen der Mitglieder
- Mitbestimmung der Mitglieder
- Seniorengerechte Wohnungen
- Günstige Mieten
- Durchmischung/Verjüngung
- Kommunikation zur Verwaltung (Dienstleistungsorientierung)
- Ökologische Aspekte (z.B. Solarenergie)
- Stärkeres Miteinander
- Möglichkeit von Wohnungswechseln

Wunschwolke



Engagement der Mitglieder

- Wie lässt sich das Engagement der Mitglieder erklären?

Zusammenhang zum Engagement

wirksam sein	.684 ^{**}
sich selbst verwirklichen	.472 ^{**}
sich identifizieren	.469 ^{**}
gute Nachbarschaft	.452 ^{**}
eine politisch einflussreiche WBG	-.338 [*]

Nicht relevante Faktoren:

sich sicher fühlen	
informiert sein	
finanzielle Vorteile	
schön und komfortabel wohnen	
sicher wohnen	
unterhalten werden	

Signifikanzen: ** > 0.01; * > 0.05

Organisatorische Kontrollvariablen	
• Anzahl Wohnungen	-.488**
• Grad der Selbstverwaltung	.259
• Alter der WBG	-.557**
Individuelle Kontrollvariablen	
• Alter des Mitgliedes	.000
• Bildungsniveau	.346*
• Zeit in Wohnung	-.280*
Management Faktoren	
• Passive Integration	.299*
• Aktive Integration	.341*
• Professionelle Steuerung	-.168
• Bedachte Steuerung	-.092
• Werte erhalten	.011
• Werte etablieren	.127

Signifikanzen: ** > 0.01; * > 0.05

Erklärung des Engagements

	Effektstärke	
Organisatorische und individuelle Kontrollvariablen		
• Selbstverwaltungsgrad	.291	*
• Alter der WBG	-.425	**
• Bildungsstand	.309	*
Management Faktoren		
• Passive Integration	.331	*
• Werte erhalten	-.226	+
Korrigiertes R²	.459	

Signifikanzen: *** > 0.001; ** > 0.01; * > 0.05; + > 0.1

Diskussion der Ergebnisse

- Die Wichtigkeit und der Befriedigungsgrad hängen eng miteinander zusammen: Passung oder Gewöhnung?
 - Die wichtigsten Dimensionen sind nicht unbedingt, diejenigen, bei denen angesetzt werden muss!
 - Den Mitglieder wollen sich in erster Linie sicher fühlen und gut informiert sein, die finanziellen Vorteile kommen erst an dritter Stelle!
 - Zentrale Ansatzpunkte sind die «Information» und das «sichere Wohnen»
-
- Einzelne Member Values können sich gegenüber stehen → Spannungsfelder: Man muss sich entscheiden!
 - Zur Förderung des Engagements müssten «unwichtige» Bedürfnisse stärker befriedigt werden → z.B. Wirksamkeit.
 - Um das Engagement der Mitglieder zu steigern ist eine gewisse Flexibilität im Management und den Strukturen der Wohnbaugenossenschaft notwendig.

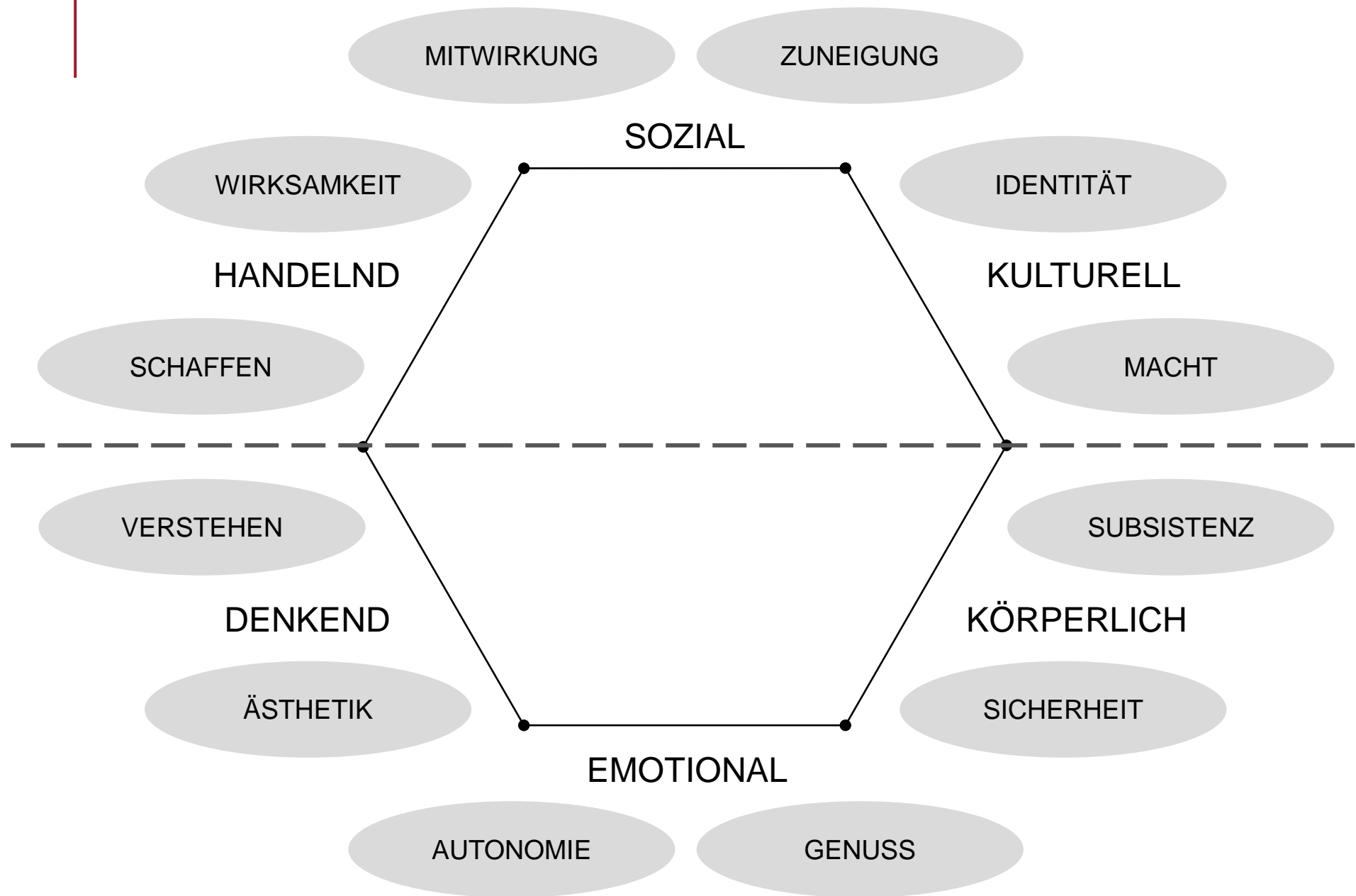
Fazit

- Es lassen sich keine Einheits-Rezepte ableiten
- Die Wohnbaugenossenschaften selbst sind gefragt:
 - ▶ Wer sind wir? Was wollen wir? → Prioritäten setzen
 - ▶ Wohnbaugenossenschaften müssen für sich jeweils spezifische Massnahmen ableiten um die Bedürfnisse ihrer Mitglieder zu befriedigen.

12 Grundbedürfnisse

Subsistenz	Sicherheit
Zuneigung	Verstehen
Mitwirkung	Genuss
Schaffen	Identität
Autonomie	Ästhetik
Macht	Wirksamkeit

- Differenzierung zwischen Bedürfnissen und «satisfieren»
 - Wichtigkeit versus Grad der Bedürfnisbefriedigung



Korrelation: informiert sein

Variablen	Korrelation nach Pearson	Signifikanz (2-seitig)	N
Anzahl Wohnungen	-.280*	.046	51
Grad der Selbstverwaltung	.320*	.025	49
Alter der WBG	-.110	.441	51
Passive Integration	.178	.212	51
Aktive Integration	.367**	.008	51
Professionelle Steuerung	.084	.557	51
Bedachte Steuerung	.256	.070	51
Werte erhalten	.319*	.024	50
Werte etablieren	.296*	.035	51

Korrelation: Expansionsabsicht

Variablen	Korrelation nach Pearson	Signifikanz (2-seitig)	N
Anzahl Wohnungen	.436**	.001	51
Grad der Selbstverwaltung	-.430**	.002	49
Alter der WBG	.138	.334	51
Passive Integration	.008	.955	51
Aktive Integration	-.142	.321	51
Professionelle Steuerung	.369**	.008	51
Bedachte Steuerung	.148	.300	51
Werte erhalten	.240	.093	50
Werte etablieren	.072	.616	51

Korrelation: eine politisch einflussreiche WBG

Variablen	Korrelation nach Pearson	Signifikanz (2-seitig)	N
Anzahl Wohnungen	.383**	.005	52
Grad der Selbstverwaltung	-.304*	.032	50
Alter der WBG	.439**	.001	52
Passive Integration	-.055	.697	52
Aktive Integration	-.238	.089	52
Professionelle Steuerung	.258	.065	52
Bedachte Steuerung	.152	.282	52
Werte erhalten	-.004	.978	51
Werte etablieren	-.160	.258	52

Korrelation: sicher wohnen

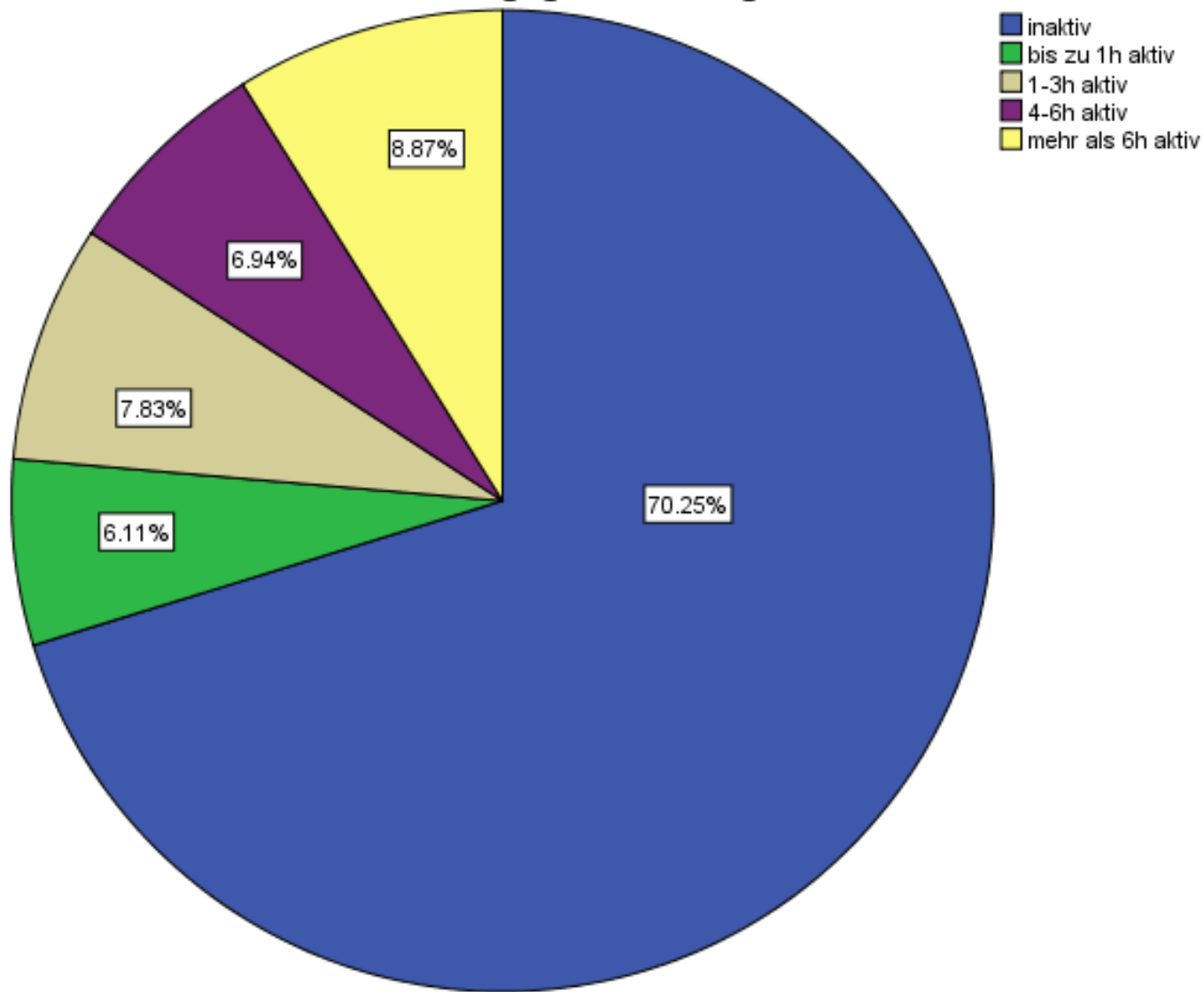
Variablen	Korrelation nach Pearson	Signifikanz (2-seitig)	N
Anzahl Wohnungen	.104	.467	51
Grad der Selbstverwaltung	.111	.447	49
Alter der WBG	.075	.603	51
Passive Integration	.099	.488	51
Aktive Integration	.015	.919	51
Professionelle Steuerung	.069	.632	51
Bedachte Steuerung	-.029	.841	51
Werte erhalten	-.058	.688	50
Werte etablieren	-.064	.655	51

Korrelation: sich selbst verwirklichen

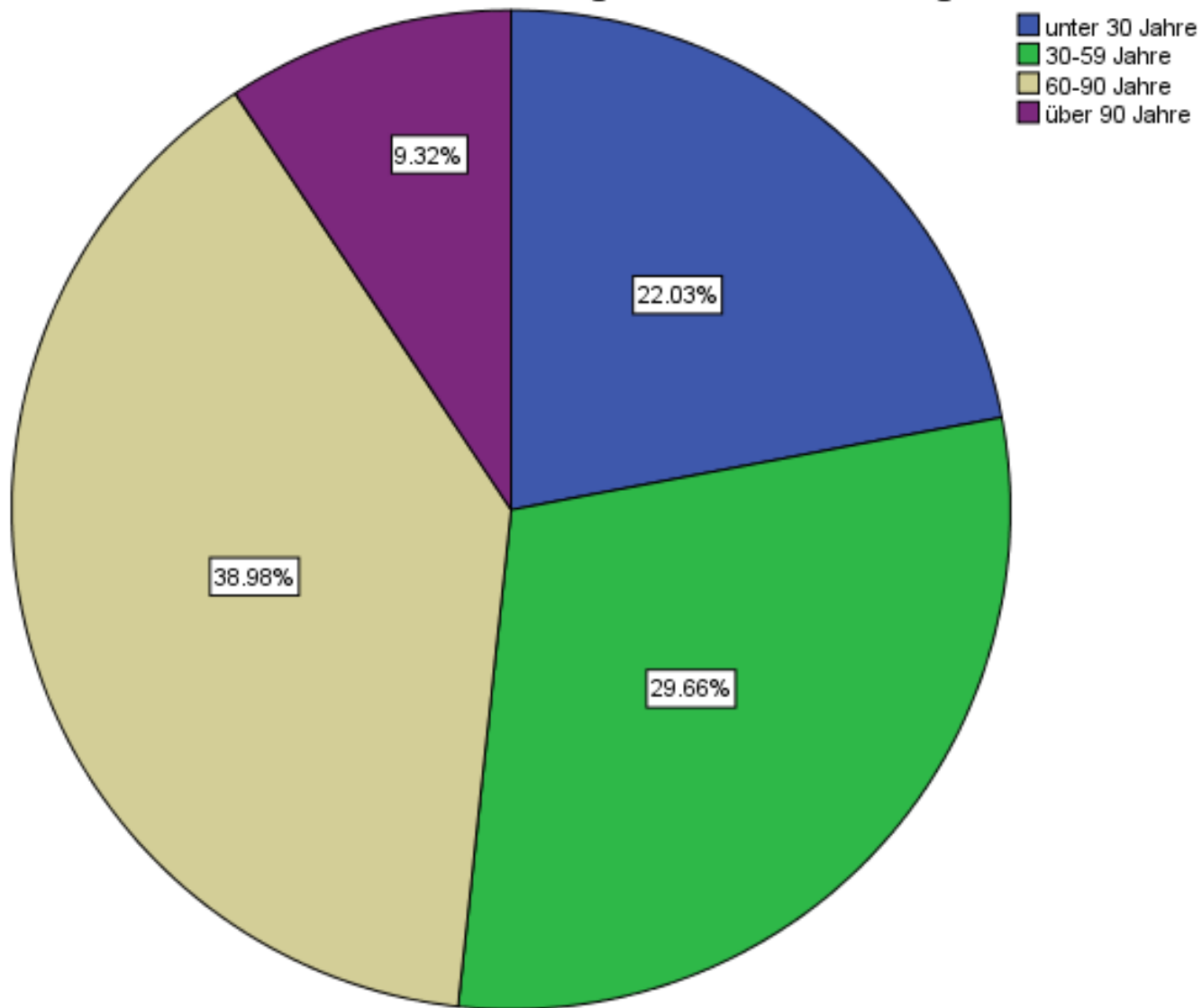
Variablen	Korrelation nach Pearson	Signifikanz (2-seitig)	N
Anzahl Wohnungen	-.434**	.001	51
Grad der Selbstverwaltung	.063	.669	49
Alter der WBG	-.441**	.001	51
Passive Integration	.166	.246	51
Aktive Integration	.348*	.012	51
Professionelle Steuerung	-.032	.821	51
Bedachte Steuerung	.100	.486	51
Werte erhalten	.074	.607	50
Werte etablieren	.048	.740	51

Auswertungen des Managementfragebogens

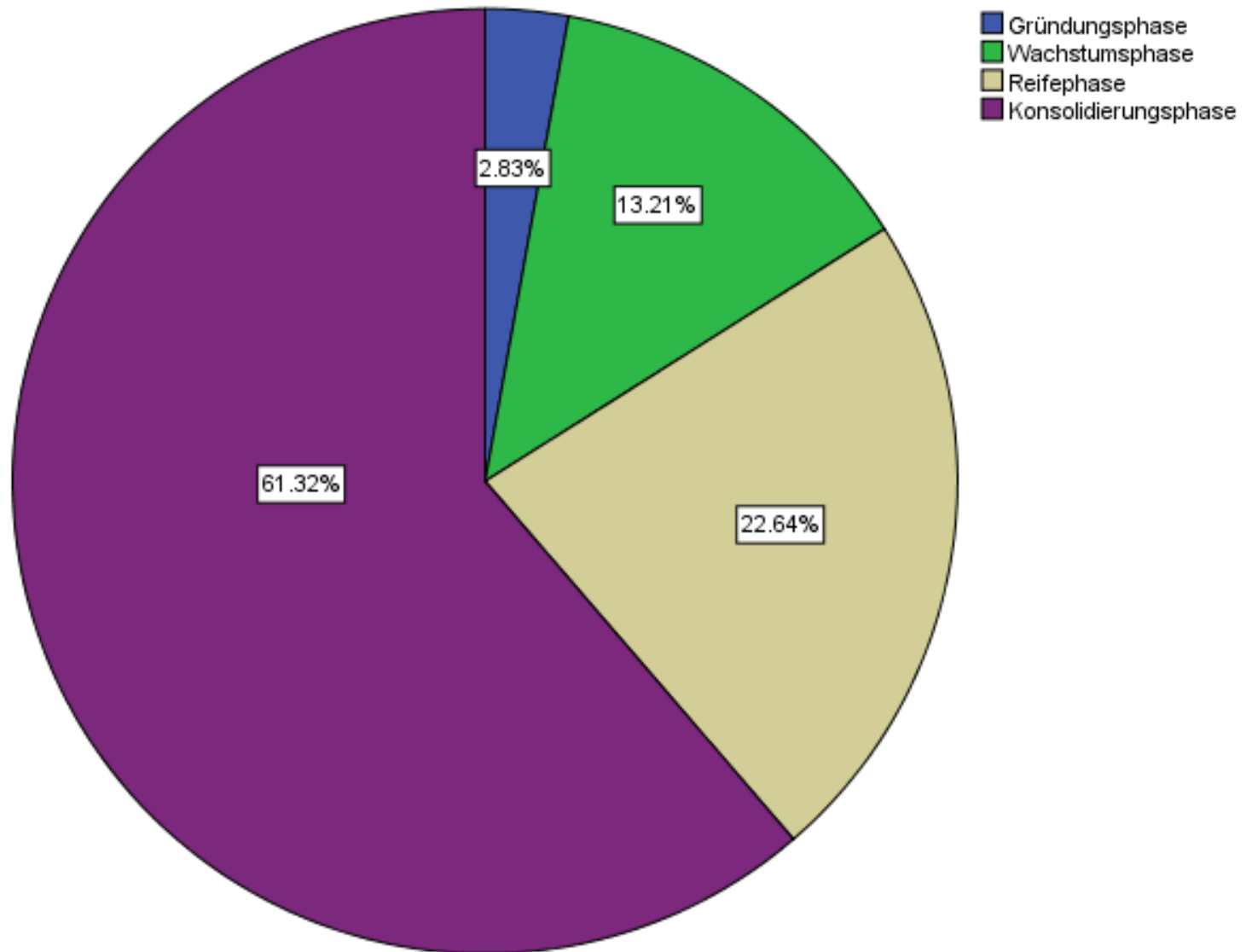
Ø Ehrenamtliches Engagement pro Monat



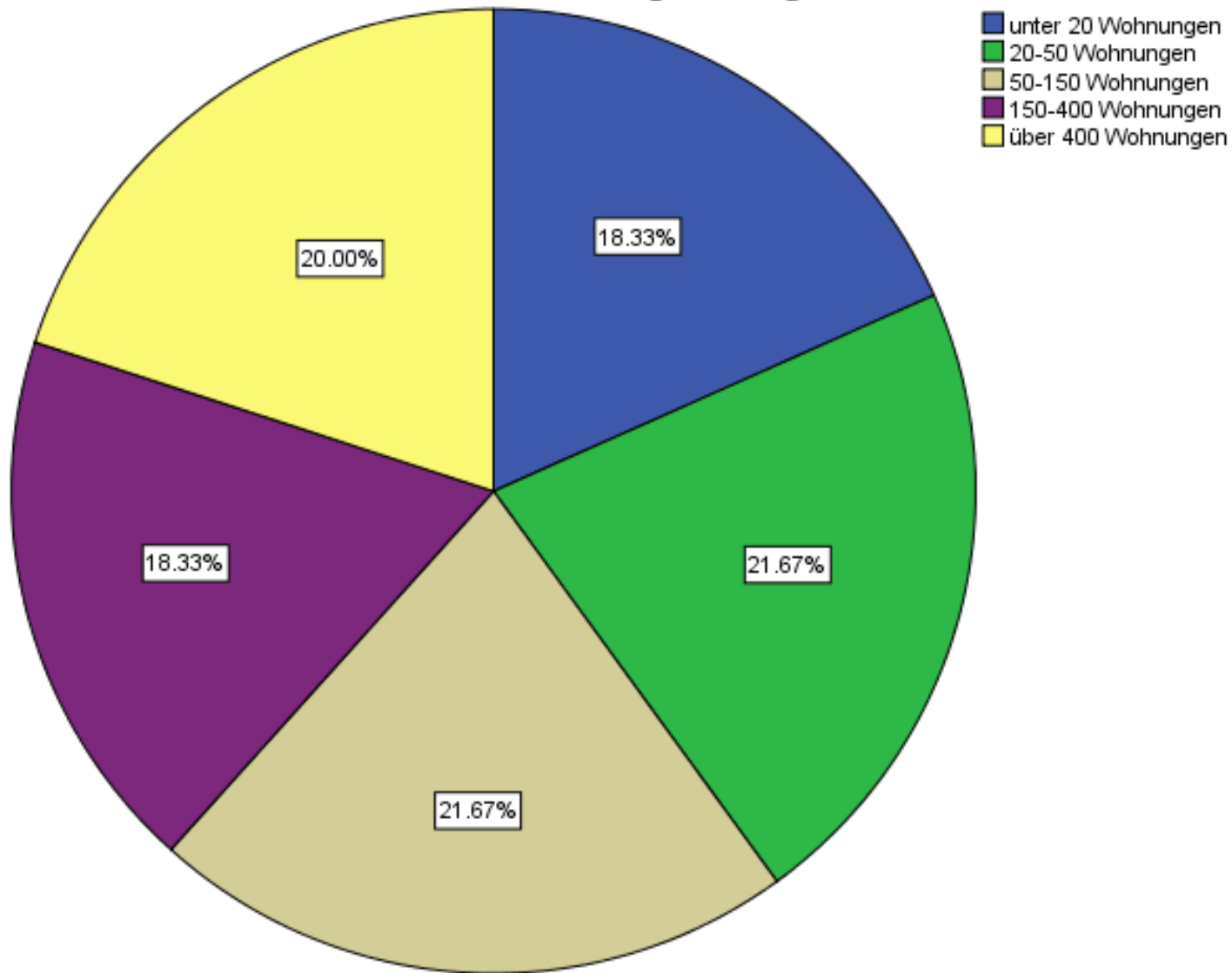
Alter der Wohnbaugenossenschaften



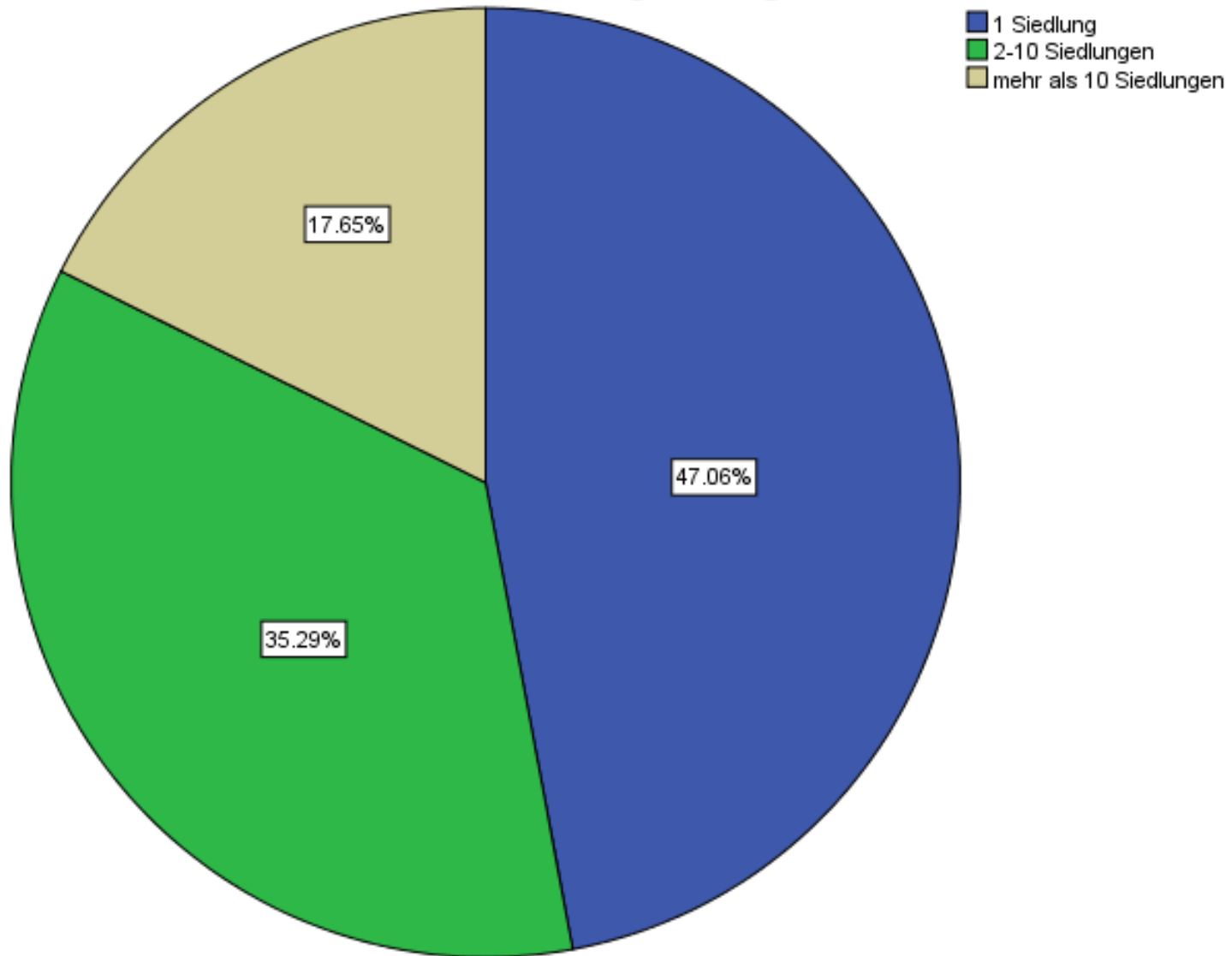
Lebenszyklus-Phase



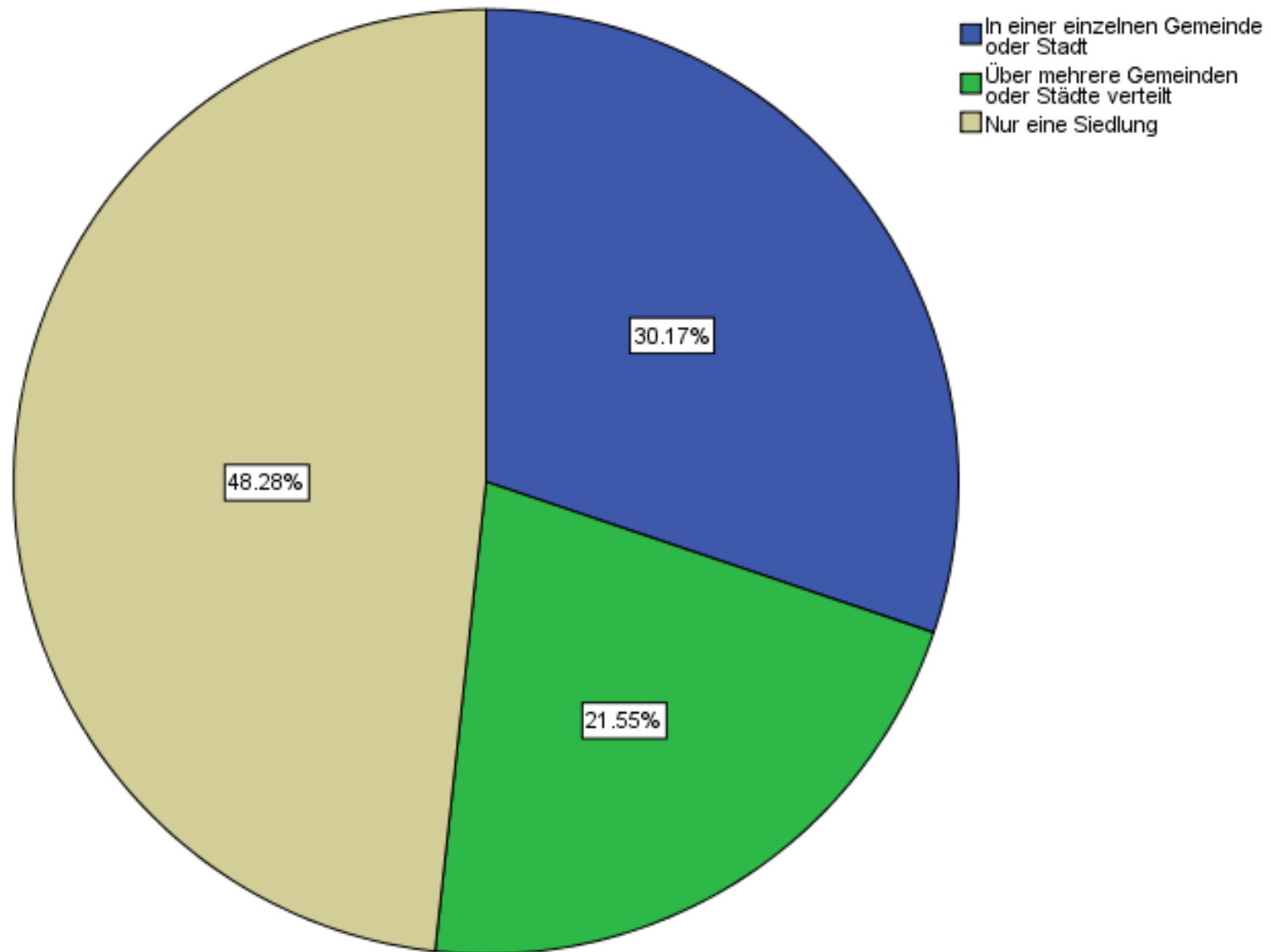
Anzahl Wohnungen



Anzahl Siedlungen



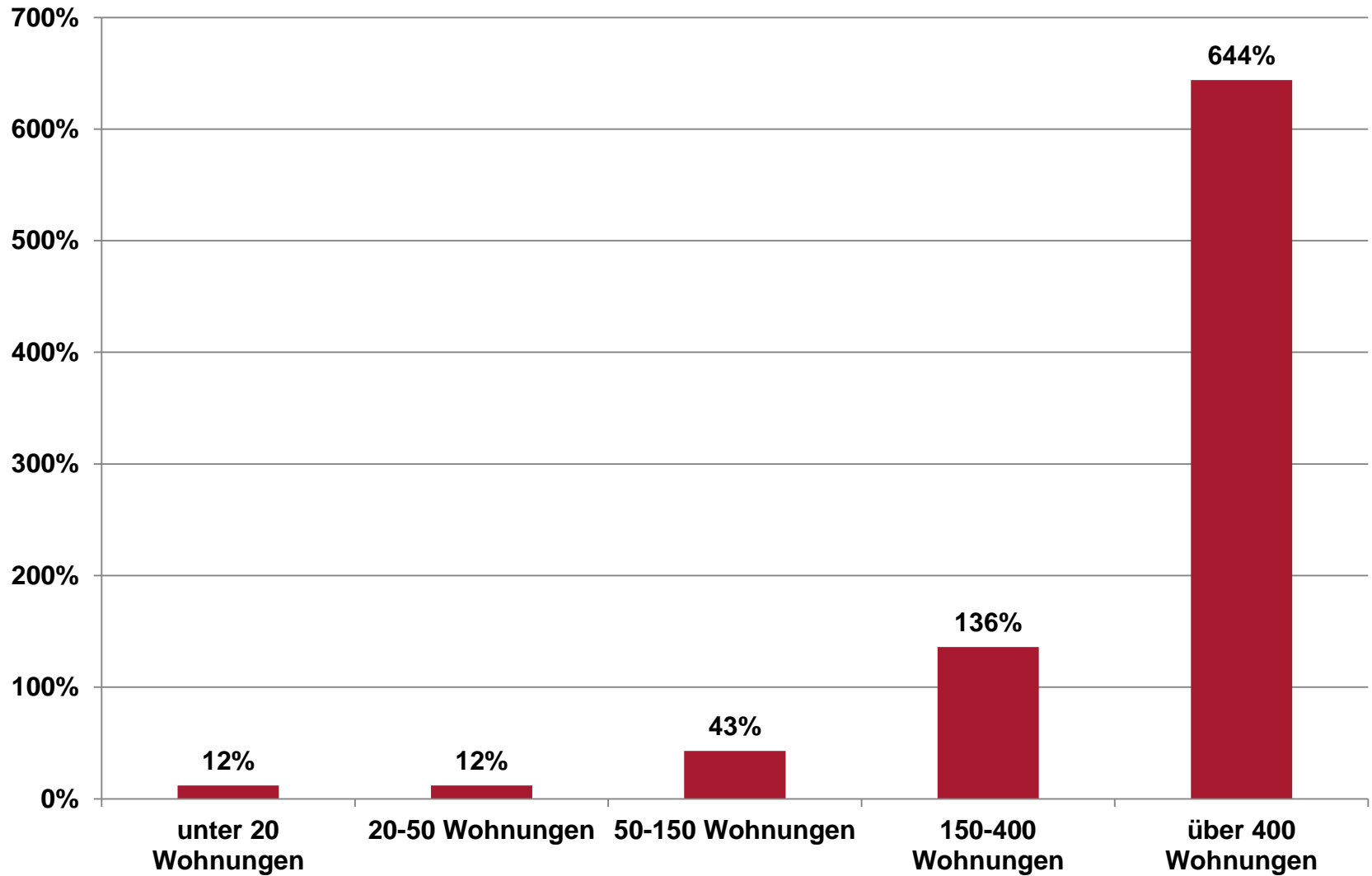
Verteilung der Siedlungen



Mittelwertsvergleiche

	Mietzinshöhe	Finanzstärke der WBG	Stellenprozent Geschäftsstelle	% Mitglieder, die regelmässig an Aktivitäten teilnehmen
Grösse WBG				
unter 20 Wohnungen	2.81	4.25	12%	57%
20-50 Wohnungen	2.29	4.72	12%	46%
50-150 Wohnungen	1.92	5.01	43%	33%
150-400 Wohnungen	1.71	5.65	136%	32%
über 400 Wohnungen	2.00	6.20	644%	25%
Alter WBG				
unter 30 Jahre	3.04	4.73	48%	52%
30-59 Jahre	2.06	5.16	87%	44%
60-90 Jahre	1.80	5.36	253%	30%
über 90 Jahre	1.70	5.55	678%	29%

Ø Stellenprozente für Geschäftsstelle



Mitgliederverständnis

	Wir kümmern uns seitens des Managements sehr gut um unsere Mitglieder, versuchen aber gleichzeitig den Einfluss der Mitglieder auf das Management gering zu halten.	In unserer Wohnbaugenossenschaft haben die Mitglieder das Sagen. Das Management übernimmt lediglich operative Aufgaben und bildet den formellen Rahmen.	Wir haben in unserer Wohnbaugenossenschaft ein starkes Management, versuchen aber bewusst den Einfluss und die Mitwirkung der Mitglieder zu stärken.
Grösse WBG			
unter 20 Wohnungen	3.55	4.14	4.32
20-50 Wohnungen	3.83	3.30	5.32
50-150 Wohnungen	4.48	3.00	5.09
150-400 Wohnungen	4.39	2.80	4.84
über 400 Wohnungen	4.95	2.14	4.95
Alter WBG			
unter 30 Jahre	3.48	3.65	4.67
30-59 Jahre	3.83	3.56	4.97
60-90 Jahre	4.85	2.48	4.91
über 90 Jahre	4.20	2.80	5.70

Skala: stimme gar nicht zu=1;...; stimme voll und ganz zu=7

Korrelationsanalyse Managementvariablen I

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Alter WBG	1										
2	Anzahl Wohnungen	.408**	1									
3	Grad der Selbstverwaltung	-.351**	-.503**	1								
4	Stellenprozente in Geschäftsstelle	.336**	.901**	-.428**	1							
5	Anzahl Vorstandsmitglieder	.311**	.483**	-.286**	.484**	1						
6	% Vorstandsmitglieder, die in WBG wohnen	.136	-.015	.181	.059	.039	1					
7	Entschädigung der Vorstandstätigkeit (j/n)	-.484**	-.210*	.256**	-.168	-.188*	-.025	1				
8	Höhe Entschädigung der Vorstandstätigkeit	.298**	.076	-.278**	.020	-.029	.061	. ^c	1			
9	Überalterungsproblem im Vorstand	.018	-.124	.227*	-.257*	-.160	.006	-.297**	.171	1		
10	Mietzinshöhe	-.484**	-.129	.127	-.097	-.214*	-.228*	.321**	-.087	-.119	1	
11	Expansionsabsicht	.133	.240**	-.376**	.266*	.155	-.172	-.126	.236*	-.111	-.044	1
12	Finanzstärke der WBG	.271**	.315**	-.175	.299**	.318**	-.042	-.316**	-.011	-.084	-.218*	.309**

Korrelationsanalyse Managementvariablen II

- Je älter die WBG:
 - desto grösser;
 - desto geringer der Selbstverwaltungsgrad;
 - desto mehr Stellenprozente in der Geschäftsstelle;
 - desto mehr Vorstandsmitglieder;
 - desto eher und höher werden Vorstandsmitglieder entschädigt;
 - desto tiefer sind die Mietzinsen und
 - desto grösser ist die Finanzstärke.
- Je grösser die WBG:
 - desto geringer der Selbstverwaltungsgrad;
 - desto mehr Stellenprozente in der Geschäftsstelle;
 - desto mehr Vorstandsmitglieder;
 - desto eher werden Vorstandsmitglieder entschädigt;
 - desto stärker sind die Expansionsabsichten und
 - desto grösser ist die Finanzstärke.

Korrelationsanalyse Managementvariablen III

- Je höher der Selbstverwaltungsgrad der WBG:
 - desto weniger Stellenprozente in der Geschäftsstelle;
 - desto weniger Vorstandsmitglieder;
 - desto geringer werden Vorstandsmitglieder entschädigt;
 - desto grösser ist das Überalterungsproblem im Vorstand und
 - desto geringer sind die Expansionsabsichten.
- Je mehr Stellenprozente in der Geschäftsstelle:
 - desto mehr Vorstandsmitglieder;
 - desto geringer ist das Überalterungsproblem im Vorstand;
 - desto stärker sind die Expansionsabsichten und
 - desto grösser ist die Finanzstärke.
- Je mehr Vorstandsmitglieder in der Wohnbaugenossenschaft selbst wohnen:
 - desto tiefer sind die Mietzinsen.

Korrelationsanalyse Managementvariablen IV

- Je eher die Vorstandsmitglieder entschädigt werden:
 - desto grösser ist das Überalterungsproblem im Vorstand und
 - desto tiefer sind die Mietzinsen.
- Je höher die Vorstandsmitglieder entschädigt werden:
 - desto grösser sind die Expansionsabsichten.
- Je höher die Finanzstärke:
 - desto grösser die Anzahl Vorstandsmitglieder;
 - desto eher werden Vorstandsmitglieder entschädigt;
 - desto tiefer sind die Mietzinsen und
 - desto grösser sind die Expansionsabsichten.

Begriffsklärungen: Mittelwert und Standardabweichung

■ Mittelwert

- ▶ Der Mittelwert beschreibt den statistischen Durchschnittswert. Für den Mittelwert addiert man alle Werte eines Datensatzes und teilt die Summe durch die Anzahl aller Werte.

■ Standardabweichung

- ▶ Die Standardabweichung ist ein Mass für die Streubreite der Werte einer Variable um dessen Mittelwert. Vereinfacht gesagt, ist die Standardabweichung die durchschnittliche Entfernung aller gemessenen Ausprägungen eines Merkmals vom Durchschnitt. Je kleiner also die Standardabweichung desto ähnlicher wurde die Frage beantwortet.

Begriffsklärung: Korrelation

■ Korrelation

- ▶ Eine Korrelation beschreibt eine Beziehung zwischen zwei Variablen. Diese Beziehung wird im Korrelationskoeffizienten ausgedrückt, der sich zwischen Null (=kein Zusammenhang) und Eins (=starker Zusammenhang) bewegt. Der Korrelationskoeffizient sagt jedoch nichts über die Richtung (Ursache-Wirkung), sondern lediglich über die Stärke des Zusammenhangs aus. Die positive Korrelation zwischen der Finanzstärke und der Anzahl Vorstandsmitglieder sagt also nicht aus, dass es sich lohnt die Anzahl Vorstandsmitglieder zu erhöhen und damit automatisch die Finanzkraft und auch nicht, dass bei einer Steigerung der Finanzstärke die Anzahl Vorstandsmitglieder erhöht werden soll.

Ein signifikanter Korrelationskoeffizient bedeutet, dass der Zusammenhang nicht bloss zufällig zustande gekommen ist.

Member Value Mittelwertsvergleiche

- Wohnform
- Alter

Member Values nach Wohnform

Member Values	Einpersonenhaushalt	mit Partnerin oder Partner	Alleinerziehend mit Kind(ern)	Familie mit Kind(ern)	Wohn-gemeinschaft	Andere Wohnform
Gesamtzufriedenheit	6.40	6.42	6.31	6.20	6.45	6.08
sich sicher fühlen	6.17	6.12	6.35	5.98	6.21	6.00
informiert sein	5.42	5.50	5.22	5.17	5.68	4.74
finanzielle Vorteile	5.63	5.52	5.49	5.16	5.67	5.63
schön und komfortabel wohnen	5.36	5.60	5.36	5.39	5.36	5.74
sicher wohnen	4.66	5.03	4.66	4.62	4.98	4.68
gute Nachbarschaft erfahren	4.83	4.95	5.05	5.15	4.68	5.40
sich identifizieren	4.59	4.81	4.51	4.68	4.65	4.13
sich selbst verwirklichen	3.73	3.78	3.75	3.92	4.22	4.35
wirksam sein	3.64	3.95	3.60	3.91	3.73	4.04
eine politisch einflussreiche WBG	3.58	3.65	3.51	3.36	3.44	3.00
unterhalten werden	3.17	3.40	3.29	3.73	3.43	2.75

Skala: kein Nutzen=1;...; grosser Nutzen=7

Member Values nach Alter

Member Values	bis 35 Jahre	36-45 Jahre	46-55 Jahre	56-65 Jahre	über 65 Jahre
Gesamtzufriedenheit	6.36	6.20	6.12	6.40	6.53
sich sicher fühlen	6.18	5.90	5.98	6.20	6.25
informiert sein	5.17	5.23	5.17	5.63	5.58
finanzielle Vorteile	5.71	5.16	5.33	5.43	5.63
schön und komfortabel wohnen	5.48	5.21	5.28	5.55	5.65
sicher wohnen	4.81	4.47	4.56	4.93	5.09
gute Nachbarschaft erfahren	4.62	5.08	4.86	4.84	5.30
sich identifizieren	4.18	4.60	4.63	4.89	5.00
sich selbst verwirklichen	3.87	3.88	3.79	3.81	3.80
wirksam sein	3.49	3.79	3.85	3.96	3.96
eine politisch einflussreiche WBG	3.16	3.35	3.62	3.53	3.77
unterhalten werden	3.42	3.55	3.42	3.30	3.40

Skala: kein Nutzen=1;...; grosser Nutzen=7