



Verband Berlin-Brandenburgischer
Wohnungsunternehmen e.V.

ZU DEN BBU-TAGEN: RELAUNCH DER RUBRIK "PR UND KOMMUNIKATION"

02.03.2012 Fachinformation

Alles neu macht der Mai? Nicht ganz. Der Neustart unserer Rubrik "PR und Kommunikation", mit der die BBU-Nachrichten von nun an wieder regelmäßig über Interessantes und Wissenswertes aus der Welt der Kommunikation berichten, wird schon in den Februar vorverlegt – unsere Antwort auf den kommenden Frühling. Dass die Reihe mit erneuerter Kraft an den Start geht, ist auch BBU-Vorstandsmitglied Maren Kern sehr wichtig: "Die Bedeutung professionelle Kommunikation wächst ständig – gerade auch für die Wohnungswirtschaft. Mit Expertenwissen und Tipps, vor allem aber auch guten Beispielen aus der wohnungswirtschaftlichen Praxis wollen wir unseren Mitgliedsunternehmen mit dieser Rubrik einen ganz praktischen Mehrwert für ihre Arbeit geben." Thema "Neue Kommunikation" im Fokus der BBU-Tage 2012 Auf den BBU-Tagen 2010 stellte Richard Gaul, ehemaliger Kommunikationschef der BMW AG, fest: "Kommunikation findet immer statt, Schweigen ist eine Art der Kommunikation, genau wie bloße Informationsvermeldung oder kontinuierliches Grundrauschen." Das gilt auch für Wohnungsunternehmen. Ob mit Kunden, Mietern, Mitgliedern, Mitarbeitern, Kommunal- oder Bezirksverwaltungen, Anteilseignern oder Gremien – immer wird kommuniziert. Die besondere Herausforderung dabei: Gerade bei der Kommunikation machen sich die derzeitigen gewaltigen technologischen Fortschritte bahnbrechend bemerkbar. Auch die Wohnungswirtschaft ist bei diesen Umwälzungen im Bereich der Kommunikation nicht außen vor. Die Digitalisierung der Medien und der sofortige Zugriff auf verschiedenste Informationen, die quasi in Echtzeit über den Äther laufen, bieten großartige Chancen für die Mietergewinnung und Mieterbindung – und ebenso große Herausforderungen. Das mobile Internet ist heute für große Teile der Bevölkerung längst selbstverständlicher Teil des Alltags. Die Verkäufe von Smartphones legten 2011 im Vergleich zum Vorjahr um fast ein Drittel auf rund zwölf Millionen Stück zu. Mobile Webanwendungen und Apps erfreuen sich bei Privatanutzern wie Unternehmen immer größerer Beliebtheit. Vor diesem Hintergrund liegt auf der Hand: Die Weiterentwicklung und Verbreitung digitaler Medien und mobiler Endgeräte wird auch die Zukunft der Wohnungswirtschaft und der BBU-Mitgliedsunternehmen weiter stark prägen. Auf den diesjährigen BBU-Tagen vom 5. bis 7. März 2012 "Erfolgsfaktor Kundenorientierung" sind die "Neuen Medien" – allen voran das "Social Web" – deshalb auch ein zentraler Fokus. Konsequentermaßen möchten wir die Themen Unternehmensrepräsentation, digitale Kommunikation und Kundenansprache via Internet auch in den BBU-Nachrichten verankern. Gute Praxisbeispiele Aber nicht nur rund um die Unternehmen verändert sich viel, sondern auch in den Unternehmen selbst – Kommunikation wird anspruchsvoller. Schlagworte sind hier Fachkräftesicherung, Serviceorientierung, Nachhaltigkeit oder Leistungsangebot. Es wird immer wichtiger, dass Unternehmen ihr Markenprofil schärfen, um als Vermieter, aber auch Arbeitgeber unverwechselbar zu sein. Außerdem gibt es längst nicht mehr "den Mieter" oder "das Mitglied". Mittlerweile artikulieren verschiedene Gesellschaftsgruppen klar und deutlich ihre Ansprüche und Forderungen, die sie auch an Wohnung und Wohnumfeld stellen. Der Aushang im Hausflur reicht da oft nicht mehr aus. Die Wohnungsunternehmen müssen darauf reagieren – und viele BBU-Mitgliedsunternehmen tun dies auch bereits sehr erfolgreich. Es gibt "Trennungswohnungen", Senioren-WGs, Stadtteilmarketing oder komplette Angebotspakete, die für Studenten, Familien, Singles, Umweltbewusste oder Menschen mit Behinderungen geschürt werden. In lockerer Folge wollen wir deshalb "Aus der Praxis" über besondere Erfolgsbeispiele aus unseren Mitgliedsunternehmen berichten. Ein Schlüssel: Motivierte Mitarbeiter Qualifizierten und dienstleistungsorientierten Mitarbeitern kommt bei der Umsetzung dieser neuen Entwicklungen in der Wohnungswirtschaft eine Schlüsselrolle zu. BBU-Vorstand Kern:

"Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter müssen diese Neuerungen nahe gebracht bekommen, die Anforderungen verstehen und leben. Auf diesem Weg muss viel erklärt werden, um die Menschen für die Ziele und die Visionen zu gewinnen – und auch um Überforderung und Verunsicherung vorzubeugen. Das ist nicht immer einfach – aber machbar und notwendig." Auch hierzu wollen wir in dieser Rubrik Anregungen und Tipps geben. Die Redaktion wünscht Ihnen beim Lesen der Neuauflage der Rubrik "Kommunikation und PR" eine angenehme Lektüre! Für Themenwünsche oder Anregungen stehen wir Ihnen unter redaktion@bbu.de gerne zur Verfügung.

<https://bbu.de/beitraege/zu-den-bbu-tagen-relaunch-der-rubrik-pr-und-kommunikation>