



Verband Berlin-Brandenburgischer
Wohnungsunternehmen e.V.

NORD-OST BRANDENBURGER GENOSSENSCHAFTEN STARTEN GEMEINSAME WERBE- UND IMAGEKAMPAGNE

22.08.2005 Fachinformation

Bereits im April 2004 haben sich elf Genossenschaften aus den Landkreisen Uckermark, Märkisch-Oderland und Barnim zum Verein Nord-Ost Brandenburger Genossenschaften e.V. (VNOB) zusammengeschlossen, um das genossenschaftliche Wohnen durch gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit in Brandenburg bekannter zu machen und Mieter zu gewinnen. Jetzt startet der Verein die erste Werbe- und Imagekampagne, in deren Mittelpunkt Comedy-Spots mit der Symbolfigur "Hausmeister Fröhlich" stehen. „Nach wie vor herrschen in der Öffentlichkeit noch Informationsdefizite über die genossenschaftliche Wohnform und ihre vielfältigen Leistungen, zum Beispiel für junge Familien oder Senioren. Ein Zusammenschluss von elf Unternehmen, hinter denen über 13.700 Wohnungen stehen, wird einfach stärker wahrgenommen und kann sich am Wohnungsmarkt besser positionieren als ein einzelnes Unternehmen“, erklärt Anke Füchsel, Vorsitzende des VNOB die nord-ostbrandenburgische Initiative der Genossenschaften. Neben den Radio-Spots sollen vor allem großflächige Bannerwerbung, Kinoreklame und gemeinsame Events den Mietern das Wohnen in Genossenschaften als dritten Weg zwischen Miete und Eigentum näher bringen. „Genossenschaftler wohnen nicht nur, sondern sie bestimmen mit. Denn sie sind Mitglied einer Gemeinschaft, die sie aktiv mitgestalten können“, stellt Füchsel das Besondere am genossenschaftlichen Wohnen heraus. Darüber hinaus sei das Wohnen auf Dauer ein Aspekt, der den Bedürfnissen älterer Menschen gerecht würde und angesichts der Bevölkerungsentwicklung mehr als zeitgemäß sei. Weiterhin ist eine gemeinsame Online-Plattform geplant, die über gemeinsame Aktionen informieren und die zentrale Wohnungssuche bei den verbundenen Genossenschaften ermöglichen wird. In Brandenburg ist der VNOB die erste überregionale genossenschaftliche Interessengemeinschaft. Auf Bundesebene existieren 20 weitere Zusammenschlüsse, die alle der bundesweiten Vereinigung „Die Wohnungsbaugenossenschaften“ mit über 240 Unternehmen und rund 600.000 Wohnungen angehören. Das Wiedererkennungsmerkmal bietet ein gemeinsames Logo, das die jeweiligen Vereine durch eine eigene Wortmarke anpassen. Bei den regionalen Image- und Werbekampagnen tauschen sich die Genossenschaften mitunter aus. So stammt die Werbefigur des Hausmeister Fröhlich aus Schleswig-Holstein, wo er bereits das Aushängeschild der Mieterkampagne „Für- und miteinander, so macht Wohnen Spaß“ ist. Jetzt rührt Hausmeister Fröhlich auch die Werbetrommel für die Brandenburger Genossenschaften.

<https://bbu.de/beitraege/nord-ost-brandenburger-genossenschaften-starten-gemeinsame-werbe-und-imagekampagne>