



Serie:

Marketing in
BBU-Mitglieds-
unternehmen

REWOGGE Rheinsberg: Im wohnungswirtschaftlichen Orchester zusammenspielen

IM DRITTEN TEIL unserer Marketing-Serie in den BBU-Nachrichten steht die REWOGGE in Rheinsberg im Fokus. Die städtische Wohnungsbaugesellschaft hat sich zum 50. Jubiläum ein neues Logo gegeben und stellt „Wohnen in Rheinsberg“ in den Mittelpunkt ihrer Serviceorientierung, mit der Devise „Wohnen ist mehr als die eigenen vier Wände“. Die BBU-Nachrichten haben den REWOGGE-Geschäftsführer Stephan Greiner-Petter zur Strategie und den vielfältigen Projekten vor Ort befragt:

Welchen Stellenwert messen Sie dem Marketing in Ihrem Unternehmen bei?

Im Grunde ist der Bereich „Marketing“ bei der REWOGGE die Schlüsselebene bezüglich der positiven Entwicklung des Unternehmens in den letzten Jahren. Wobei der Begriff Marketing nicht als eine Art Werbeabteilung verstanden werden sollte. Eigentlich kann man schon als Vergleich von einem Konzertstück sprechen. Ein Konzert erfreut den Zuhörer nur dann, wenn die Instrumente perfekt auf den gemeinsamen Takt hö-

ren, die Partitur und der Klang des Stückes die „Zielgruppe“ mit einer gelungenen Melodie erreicht. Es ist nicht die Violine, die Harfe oder die Klarinette allein, die ein erfolgreiches Stück ausmachen, es ist das gut aufeinander abgestimmte Orchester, auf das es am Ende ankommt. Haushandwerker unterwegs im Wohnungsbestand, Mitarbeiter im Servicecenter, die Internetseite und Mieterzeitung der Firma, der Kollege bei der Wohnungsbesichtigung. Kurz: Das wohnungswirtschaftliche Orchester ist ein wichtiger Teil des Unternehmensmarketing!

Welchen Schwerpunkt setzen Sie mit Ihren Maßnahmen und was sind dabei Ihre Ziele?

Eigentlich kann von einer Zweiteiligkeit gesprochen werden. Ein Schwerpunkt in der Serviceorientierung und der Markenbildung „REWOGGE – Wohnen in Rheinsberg“. Die Marke „REWOGGE“ ist für uns keine betriebswirtschaftliche Kennzahl, die Marke über die verschiedenen serviceorientierten Angebote zu entwickeln ist nach unserer Sicht eher ein soziales, emphatisches Thema. „Wohnen ist mehr als die eigenen vier Wände“, dieser Satz umschreibt den Kern unseres Rahmens.

Foto oben: Die REWOGGE-Mieterzeitung „Stadtleben“ wurde 2015 zur besten Mieterzeitung Deutschlands gekürt

Die altersgerechte Anpassung der Bäder, Hausaufgänge, Wohnungsstrukturen, Serviceangebote im Alltag, dies sind Kernthemen die mit der Marke „REWOGE“ in unserer Region verbunden werden. Aber nicht nur das Wohnen, sondern das Leben im Quartier selbst gehört dazu. Sportkurse 60+, Schulinitiativen in Rheinsberg (essbare Schule) Ideenwerkstatt für Kinder der Wohnquartiere (Fassadengestaltung über ein Schulprojekt, essbare Wiese im Wohngebiet etc.), die REWOGE versucht mit der Unterstützung und Initialisierung verschiedener Projekte das Wohnumfeld und die Bewohner in eine positive Quartiersentwicklung mit einzubinden. Meine Idee mein Kiez meine Stadt so das Credo!

Was haben Sie in der letzten Zeit neu eingeführt, entwickelt oder geplant?

Da sind viele einzelne Themenkreise. Beispiel Kommunikation, seit 2014 haben wir das Mietermagazin „Stadtleben“ am Start, von den Mietern gern gelesen und die vielen Anregungen/Reaktionen aus der Mieterschaft können wir gut aufgreifen. Verschiedene Serviceangebote (Unterstützung im Wohnalltag, Beratung bei Sozialanträgen etc.) oder die eigenen kostenfreien Sportkurse für die Mieterschaft, die neue Internetplattform der REWOGE, unsere Mitwirkung in der Quartiersentwicklung etc. Letztendlich reden wir von einer Wandlung eines reinen Wohnungsverwalters hin zu einem Serviceunternehmen – Wohnen und Leben im Wohnquartier. Neu – und als Abschluss der Wandlung“ – ist unser neues Firmenlogo. Das 50-jährige Firmenjubiläum im Jahr 2017 haben wir für

eine „Auffrischung“ unserer Außendarstellung genutzt, das Echo aus der Mieterschaft ist absolut positiv.

Ganz subjektiv: Auf welches Projekt sind Sie besonders stolz? Worin bestand das Projekt und woran haben Sie den Erfolg gemessen?

REWOGE-Projekte gab und gibt es viele. Unser Magazin „Stadtleben“ wurde 2015 als Deutschlands beste Mieterzeitung ausgezeichnet, unser Schulprojekt „essbare Schule“ lebt beständig weiter und hat sich mittlerweile zum „essbaren Wohnquartier“ weiterentwickelt. Da gibt es so einiges, auf das ich und mein Team sehr stolz sind! Es ist eben diese beständig wachsende Mitwirkung der Quartiersbewohner die uns bestärkt, diesen Weg fortzusetzen. Richtet man den Blick zurück, dann ist ganz frisch das erste Rheinsberger Stadtfest im letzten Jahr in guter Erinnerung. Den 50.Geburtstag haben wir – gemeinsam mit den Rheinsberger Stadtwerken - genutzt um in Rheinsberg ein (echtes) Stadtfest auf die Beine zu stellen. Wenn eine ganze Stadt feiert und mehr als 3.000 Rheinsberger (und Gäste) auf dem Kirchplatz feiern, die Schloßstraße von Kinderschaaren in Besitz genommen wird, dann darf man schon stolz auf dieses Projekt sein.

Wie sind Sie auf diese Idee gekommen?

Das Stadtfest wurde „geboren“, weil wir unser Firmenjubiläum in einer besonderen Art und mit allen Rheinbergern feiern wollten. Verschiedene Grundideen gab es in der Vorbereitung schon aber der Hinweis des Bürgermeisters der Stadt, dass es eigentlich noch nie in Rheinsberg



Das Logo wurde im Jubiläumsjahr 2017 aufgefrischt (oben alt – unten die neue Version)

ein Fest direkt für die Rheinsberger gab, das war im Endeffekt der Startschuss für das Projekt. Besonders im Fokus hatten wir die Rheinsberger Kinder, für sie haben wir die gesamte Schloßstraße in eine „Spiel- und Spaßstraße“ verwandelt, bei 20 Grad und Sonnenschein natürlich der absolute Highlight.

Gibt es Partner, mit denen Sie Ihr Marketing umsetzen (in- und außerhalb des Unternehmens)?

Innerhalb unseres Hauses setzen wir die Marketingthemen sozusagen in „Eigenregie“ um. Ob es nun die Themenbeiträge für die Mieterzeitung sind oder die Ideen für unsere Serviceangebote, hier können wir auf das engagierte Team der REWOGE zurückgreifen. Layout unseres Mietermagazins oder Relaunch der Internetplattform, Umsetzung des neuen Firmenlogos etc., hier können wir auf einen starken Partner in Berlin zurückgreifen. Mit der Firma STEEG, Agentur für Kommunikation und Design, arbeiten wir seit 2014 eng und erfolgreich zusammen.



Mobile Ansicht der REWOGE-Website auf dem Smartphone (links) und im Browser (rechts)

Was planen Sie als nächstes?

Eine Anregung aus der Mieterschaft werden wir 2018 umsetzen. Neben einem Relaunch der Internetplattform wird derzeit eine „Mieter-App“ konzipiert, die wir unseren Mietern wahrscheinlich Mitte des Jahres zur Verfügung stellen können. Kontaktaufnahmen, Havarie- und Reparaturmeldungen etc., alles mit dem Smartphone – in diese Richtung wird es gehen. Im Übrigen, die Mieterin mit dieser Idee ist 71 Jahre alt!

Foto rechts: Ackern, essen, ernten in der „Essbaren Schule“ - das Projekt wurde 2017 mit den BBU-ZukunftsAwards ausgezeichnet (Foto: Mark Marquardt)



Impressionen vom Stadtfest (Fotos: REWOG)



Impressionen vom Stadtfest



Die AG Bienenschwarm



Impressionen vom Stadtfest



Die REWOG-Mieterzeitung „Stadtleben“ wurde 2015 zur besten Mieterzeitung Deutschlands gekürt