

Veranstaltungen

Szymanski: Wohnungsunternehmen sind wichtige Partner der Stadtentwicklung

Bad Saarow (tahl) – Bevölkerungsrückgang, entspannte Wohnungsmärkte, Mieterfluktuation – die Wohnungsmärkte in Berlin und Brandenburg verändern sich. Wie den neuen Rahmenbedingungen zu begegnen ist, war die zentrale Frage der neunten BBU-Tage, die vom 1. bis 3. März in Bad Saarow stattfanden.

Auf Einladung des Verbandes Berlin-Brandenburgische Wohnungsunternehmen BBU versammelten sich am Scharmützelsee rund 420 Vertreter von Wohnungsunternehmen beider Länder zur größten Fachtagung der regionalen Wohnungswirtschaft. Im Zentrum der Diskussionen standen Konzepte, mit denen sich die Branche auf die Zukunft vorbereiten kann, um weiter erfolgreich auf dem Wohnungsmarkt zu agieren. Intensiv diskutierte Themen waren beispielsweise die Zukunft des Wohnens, Marketingmaßnahmen zum Abbau des Leerstands und aktuelle Fragen der Wohnwertsteigerung. Auch Frank Szymanski, brandenburgischer Minister für Stadtentwicklung, Wohnen und Verkehr, nutzte die Gelegenheit, sich mit den anwesenden Branchenvertretern auszutauschen. Er betonte die Bedeutung der Wohnungsunternehmen als wichtige Partner der Stadtentwicklung und dankte ihnen für ihr Engagement. Auch in Zukunft müssten alle Akteure vor Ort an einem Strang ziehen, um die brandenburgischen Städte als Anker und Zentrum des Lebens zu unterstützen, so der Minister.

Einen Höhepunkt bildete die Preisverleihung des BBU-Wettbewerbs „Erfolgreiche Marketingkonzepte und -aktivitäten zur Kundengewinnung und Kundenbindung“. Bereits zahlreiche Wohnungsunternehmen versuchen, durch neue Services und Dienstleistungen die Attraktivität ihrer Bestände zu erhöhen, dadurch neue Mieter zu gewinnen und angestammte Kunden zu halten. Der Wettbewerb zeichnete besonders innovative Konzepte aus und regte andere Unternehmen zur Nachahmung an. Maßgebliche Unterstützung des Wettbewerbs leistete der Hammonia-Verlag Hamburg, der bereits traditionsgemäß die Urkunden zur Verfügung stellte.

Preisträger des BBU-Tage-Wettbewerbs in der Kategorie Genossenschaften

1. Preis: Wohnungsbaugenossenschaft DPF e.G. (Bin-Friedrichsfelde)

Die Jury vergibt den 1. Preis für die in sich schlüssigen und miteinander abgestimmten Aktivitäten:

– Wohnmarke „DPF learn & living“ – Eine Aktivität zur Vermietung, Mit-

gliedergewinnung und -bindung junger Leute

– Mitgliederbindung durch das deutschlandweite Serviceprojekt „Gästewohnungstausch“

– Marketingkonzeption „Würfelmietvertrag“, eine Aktivität zur Vermietung von Wohnungen des Bautyps WBS 70.



Erster Preis „Genossenschaften“: Andreas Böhm von der Wohnungsgenossenschaft DPF e. G., Berlin (li.), Ludwig Burkardt (m.) und Prof. Dr. Heger

1. Preis: WGLi Wohnungsgenossenschaft Lichtenberg e.G. (Berlin)

Die Jury würdigt insbesondere die Aktivitäten zur Gewinnung von Studenten und Auszubildenden mit dem Sonderprogramm 2003 „Studenten und Azubis“, mit dem im Jahr 2003 ca. 10.000 qm Wohnfläche vermietet werden konnten. Die Einbeziehung der Auszubildenden der WGLi sowie junger Künstler aus der WGLi-Mitgliedschaft und junger Frauen aus einer Freizeiteinrichtung stellt die Jury als beispielhaft heraus.

2. Preis: WBG Eigentum 2000 e.G. (Berlin)

Mit dem Motto „Die Genossenschaft mit den gewissen Extras“ hat die WG 2000 ihr in sich schlüssiges und beispielhaftes Marketingkonzept vorgestellt. Die Jury würdigt insbesondere die Einbeziehung der Mitglieder der Genossenschaft in Marketingaktivitäten.

2. Preis: Wohnungsbaugenossenschaft Eberswalde-Finow (Eberswalde)

Der Preis wird für die Werbekonzeption und die verschiedenen Aktionen zur Einbeziehung der Mieter verliehen. Besonders gewürdigt wird die Unterstützung des Vereins „Dreipunkt“ e. V., dessen Mitglieder aus vielen Generationen

stammen und mit Unterstützung der Wohnungsbaugenossenschaft viele Freizeitaktivitäten in Bildung, Kultur und Sport durchführen.

Sonderpreis: Chemnitzer Allgemeine Wohnungsbaugenossenschaft e. G.

Der Preis wird für das überzeugende CI-Konzept der Genossenschaft vergeben. Alle werblichen und kommunikativen Äußerungen vom Logo über die Geschäftspapiere, Anzeigen, Prospekte, Internetauftritt bis zur Fahrzeugbeschriftung basieren auf einem CI-Konzept.

Preisträger des BBU-Tage-Wettbewerbs in der Kategorie Gesellschaften

1. Preis: WIS Wohnungsbaugesellschaft im Spreewald mbH (Lübbenau)

Das integrierte Konzept der WIS wird von der Jury als beispielhaft und übertragbar für Wohnungsunternehmen in kleineren Städten gewürdigt. Die vielfältigen Aktivitäten, von denen vor allem der Leerstandsabbau, die Schaffung zielgruppengerechter Angebote und deren Vermarktung gewürdigt wurde, wird durch vielfältige Aktivitäten zur Erhöhung der Kundenbindung unterstützt.

1. Preis: Gewoba Potsdam mbH

Die Jury würdigt die umfangreichen organisatorischen Maßnahmen für die Umsetzung des Anspruchs „Kundenorientierung“ in ein integriertes Unternehmenskonzept. Kundengewinnung und Kundenbindung bilden im Unternehmen die Grundlage für wirtschaftlichen Erfolg. Die Gewoba formuliert „Kundenorientierung“ bewusst als strategisches Unternehmensziel, um die gesamte Organisation den vom Markt vorgegebenen Bedingungen anpassen zu können

2. Preis: HOWOGE mbH (Berlin)

Die Jury würdigt die langjährigen Aktivitäten der HOWOGE durch die Entwicklung eines Images, die Bestandsmieter zur stärkeren Identifikation mit dem Unternehmen zu bewegen und in Neukunden den Wunsch zum Wohnen bei der HOWOGE zu wecken. Das Kundenbindungsprogramm der HOWOGE umfasst ein Bündel von Maßnahmen, begonnen von der Schaffung eines nachfrageorientierten Wohnraums über Concierge- und Fachdienstleistungen, bis zum 24-Stunden-Bereitschaftsdienst der Hausmeister.

Detaillierte Informationen zu den Wettbewerbsbeiträgen:

Michaela Tahl, Tel.: 030/89781123 bzw. E-Mail: michaela.tahl@bbu.de