

1. Preis

Wohnungsbaugenossenschaft DPF e.G.

Schwarzmeerstraße 25, 10319 Berlin

„Erfolgreiche Marketingkonzepte und –aktivitäten zur Kundengewinnung und Kundenbindung“




Nr. Wettbewerbsbeitrag: 4

Bewerber
Firma **Wohnungsbaugenossenschaft DPF e.G.**
Name, Vorname
Straße **Schwarzmeerstraße 25**
PLZ, Stadt **10319 Berlin-Friedrichsfelde**
Telefon, Telefax **(030) 515 55-0, (030) 512 32 66**
e-mail **info@DPFonline.de**
Bearbeiter / Bearbeiterin **Frau Locke/Herr Scheller**



Mit der Unterschrift bestätigen Sie die Richtigkeit Ihrer Angaben.

Berlin, den 15. Januar 2004

Wohnungsbaugenossenschaft DPF e.G.
Schwarzmeerstraße 25, 10319 Berlin-Friedrichsfelde

Genossenschaft

X

Gesellschaft

„Erfolgreiche Marketingkonzepte und –aktivitäten zur Kundengewinnung und Kundenbindung“

1. **Konzeption der Wohnmarke „DPF learn & living“–
eine Aktivität zur Vermietung, Mitgliedergewinnung
und –bindung**



2. **Mitgliederbindung durch das deutschlandweite
Service-Projekt „Gästewohnungstausch“**



3. **Marketingkonzeption „Würfelmietvertrag“–
eine Aktivität zur Vermietung von Wohnungen
des Bautyps WBS70**



„Erfolgreiche Marketingkonzepte und –aktivitäten zur Kundengewinnung und Kundenbindung“

Vorbemerkungen:

Im Rahmen des im Jahre 2000 verabschiedeten
„Unternehmenskonzeptes 2000plus“
beschloss die Genossenschaft eine neue strategische
Unternehmensausrichtung.

Gegenstand des Konzeptes ist unter anderem die
stärkere Zielgruppenorientierung der Wohnungs-
angebote, insbesondere auch zur Gewinnung von
Jung-Mitgliedern für die Genossenschaft.

Weiterhin wollen wir zur Schaffung einer höheren
Attraktivität und zur Verbesserung unserer
Wettbewerbsposition die Kernleistung der DPF durch
ausgewählten Service ergänzen.



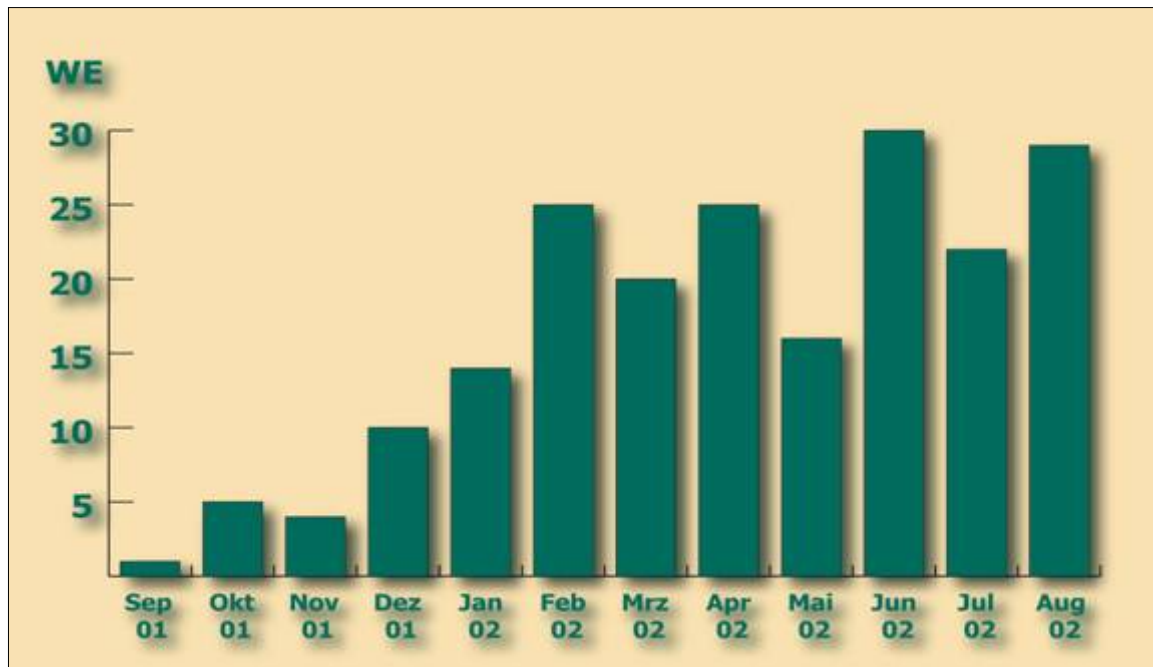
„Erfolgreiche Marketingkonzepte und –aktivitäten zur Kundengewinnung und Kundenbindung“

Zu 1. „DPF learn & living“ :

Zu dem Bestand der DPF gehören in den Wohnanlagen Schwarzmeerstraße 23-25 und Rummelsburger Straße 37 in Berlin-Friedrichsfelde insgesamt 540 Ein-Zimmer-Wohnungen. Die komplett modernisierten Wohnungen mit einer Wohnfläche von jeweils 25 m² verfügen über ein Duschbad mit Toilette, eine separate Küche und einen Wohnraum mit Balkon.

Aufgrund der idealen Verkehrs-Anbindung und der vielfältigen Ausbildungseinrichtungen (z.B. der FHTW) sowie der zahlreichen Sport- und Einkaufsmöglichkeiten im Umfeld ist dieser Standort besonders für junge Leute geeignet.

Zunehmend wurden Schwierigkeiten bei der Weitervermietung der Wohnungen festgestellt.



Die Leerstandssituation in diesem Wohnungssegment stellte sich im Sommer 2002 wie oben gezeigt dar

„Erfolgreiche Marketingkonzepte und –aktivitäten zur Kundengewinnung und Kundenbindung“

Die Spielregeln:

1. Beibringung eines Ausbildungsvertrages oder einer Immatrikulationsbescheinigung,
2. Beitritt zur Genossenschaft mit 25 Pflichtanteilen (= 775,00 Euro zzgl. 75,00 Euro Eintrittsgeld) gemäß Satzungsregelung, wobei hiervon nur 6 Anteile a 31,00 € sofort einzuzahlen sind,
3. 19 Geschäftsanteile werden gemäß einer speziellen Ratenzahlungsvereinbarung über eine Laufzeit von 2 Jahren gezahlt,
4. Abschluss eines Dauernutzungsvertrages mit einer um 25% reduzierten Nutzungsgebühr,
5. jährliche Überprüfung der Zielgruppenberechtigung, bei Fortfall der Voraussetzungen ist die übliche Nutzungsgebühr zu zahlen.

Rechtliche Voraussetzungen:

1. Änderung der Satzung der Genossenschaft durch Beschluss der Vertreterversammlung (§ 17 „Pflichtanteile“ sowie der dazugehörigen Anlage, Beschränkung auf bis zu 15% des in Frage kommenden Wohnungsbestandes),
2. Entwicklung von speziellen vertraglichen Regelungen in dem abzuschließenden Nutzungsvertrag.

„Erfolgreiche Marketingkonzepte und –aktivitäten zur Kundengewinnung und Kundenbindung“

Vermarktung:

- Veröffentlichung im Internet (www.DPFonline.de),
- Veröffentlichung in den DPF-Mitgliederinformationen,
- Entwicklung von Flyern,
- Aushängen von Plakaten in Universitäten und Fachhochschulen,
- Herausgabe einer Pressemitteilung,
- Nutzung des „Schneeball-effektes“ durch zufriedene Nutzer (= größtes Potential).

Los

25 tolle Apartments 1 Zimmer, 25m², Bad, Dusche, Küche, Balkon
Rummelsburger Straße

25 tolle Apartments 1 Zimmer, 25m², Bad, Dusche, Küche, Balkon
Schwarzmeerstraße

U Laufe in 5 Minuten zu Deiner Wohnung
U-Bahn of Friedrichshagen

Entscheidung zur steigend schaft

MONOPO LI CHTENBERG
MIETEN & MONETEN MACHEN

U Kaufe 25 Geschäftsanteile und zahle bequem in 25 Raten

U Schließe den Mietvertrag

25 Monate Moneten machen

Streiche satte **25 %** Preisvorteil ein und zahle nur 160 Euro Miete

Streiche satte **25 %** Preisvorteil ein und zahle nur 160 Euro Miete

DPF Wohnungsbaugenossenschaft DPF e.G. Schwarzmeistr. 25 10319 Berlin
Fon: 030 515 55 0 Fax: 030 512 32 66 info@DPFonline.de www.DPFonline.de

DPF Wohnungsbaugenossenschaft DPF e.G.
Wir geben Raum zum Leben

DPF Wohnungsbaugenossenschaft DPF e.G.
Wir geben Raum zum Leben

Spielregeln
Damit Deine Wohnungssuche in Berlin nicht tatsächlich zum Monopoly wird, hat die Wohnungsbaugenossenschaft DPF e.G. das bekannte Brettspiel etwas vereinfacht – wir haben nur zwei Straßen und einen Bahnhof und wir haben den Faktor "Risiko" durch "Sicherheit und Stabilität" ersetzt. Und wie funktioniert es? Ganz einfach:

1. Du kennst die 1-Zimmer-Apartments noch nicht? Dann gehe Sie zur Rummelsburger Str. 37 oder Schwarzmeerstraße 23/25 und besichtige die Wohnung. Findest Du sie nicht? Dann gehe über U-Bahnhof "Friedrichshagen".
2. Alles passt? Du hast einen Ausbildungsvertrag oder eine Einstellungsbestätigung Deiner Universität? Dann los – gehe weiter zur Geschäftsstelle der DPF.
3. Jetzt musst Du nur noch Mitglied bei uns werden. Was das heißt und wie das geht? Ganz einfach: Die Wohnung hat 25 m² – also kaufst Du 25 Geschäftsanteile. Jetzt bist Du Mitglied. Und weil Du noch nicht soviel Geld hast, haben wir uns etwas Besonderes einfallen lassen...
4. Du zahlst 25 Raten, das heißt die Erste mit 186 Euro* und jede weitere nur 25 Euro monatlich. Und das Beste ist: unsere Goldgrube! Jetzt streichst Du satte 25 % Preisvorteil ein und zahlst nur 160 Euro Miete im Monat!!! Da machst Du richtig Moneten...

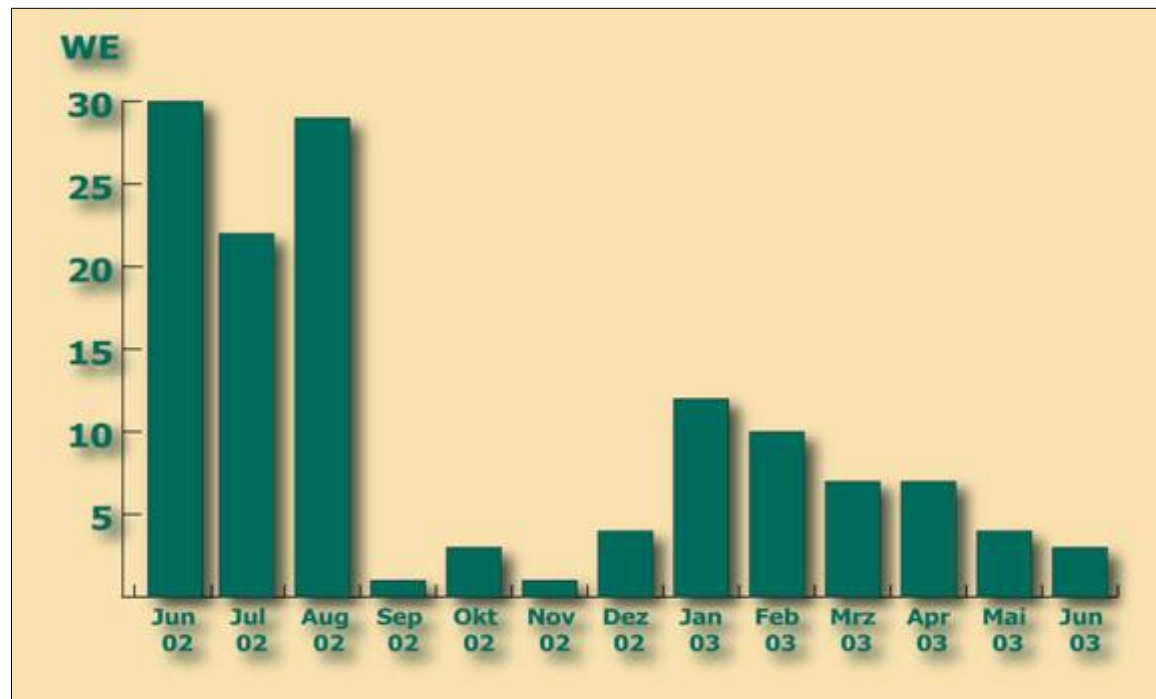
* zzgl. Nebenkosten

„Erfolgreiche Marketingkonzepte und –aktivitäten zur Kundengewinnung und Kundenbindung“

Ergebnisse:

Durch die zuvor beschriebene Wohnmarke konnten innerhalb weniger Monate die bestehenden **Leerstände bei den Ein-Zimmer-Wohnungen vollständig abgebaut** werden. Das für Azubis und Studenten zur Verfügung gestellte Kontingent wurde vollständig ausgeschöpft. Für frei werdende „learn & living“-Wohnungen wird in der Abteilung Vermietung eine Warteliste geführt.

Gleichzeitig wurden für die DPF junge Mitglieder auf Grund der angesparten Geschäftsanteile gewonnen, bei denen eine große Chance besteht, dass diese nach der Beendigung der Ausbildung bzw. des Studiums einen Wohnungswechsel innerhalb der Genossenschaft anstreben. Hiervon wurde trotz der kurzen Laufzeit des Modells bereits Gebrauch gemacht.



Leerstandsentwicklung Sommer 2002 bis Sommer 2003

„Erfolgreiche Marketingkonzepte und –aktivitäten zur Kundengewinnung und Kundenbindung“

Zu 2. „Gästewohnungstausch“:

Entsprechend der Zielstellung der Genossenschaft aus dem beschlossenen „Unternehmenskonzept 2000plus“ wurden in dem Zeitraum von Oktober 2001 bis Januar 2003 insgesamt **drei Gästewohnungen** zur Nutzung für die Mitglieder eingerichtet.

Hiervon wurde eine Gästewohnung gemeinsam mit der benachbarten Wohnungsgenossenschaft MERKUR eG in dem Bestand unserer Genossenschaft realisiert.

Nach der Fertigstellung der Gästewohnungen wurde allen interessierten Genossenschaftsmitgliedern die Möglichkeit der Besichtigung geboten. Hiervon wurde reger Gebrauch gemacht.



„Erfolgreiche Marketingkonzepte und –aktivitäten zur Kundengewinnung und Kundenbindung“

In unserem viermal jährlich erscheinenden Mitglieder-Informationsheft wurden Fertigstellung und günstige Konditionen zusätzlich kommuniziert. Die positiven Erfahrungen der ersten Nutzer der Gästewohnungen führten zu einer rasch ansteigenden Nachfrage dieses neuen Service durch die Mitglieder der Genossenschaft.

Die Akzeptanz unter den Mitgliedern war für uns Anlass, das Angebot fortzuentwickeln und einen „Mehrwert“ genossenschaftlichen Wohnens zu schaffen. Das Konzept ist einfach aber wirkungsvoll:




Durch das Projekt „Gästewohnungstausch“ ermöglichen Genossenschaften mit Gästewohnungen ihren Mitgliedern die gegenseitige Nutzung in ganz Deutschland.

Nach entsprechenden Recherchen wurden Kontakte zu einer Vielzahl von Genossenschaften in Deutschland aufgenommen. Aufgrund der überzeugenden Idee beschlossen folgende **acht Genossenschaften** die Teilnahme an diesem Projekt:

„Erfolgreiche Marketingkonzepte und –aktivitäten zur Kundengewinnung und Kundenbindung“



1. **Hamburg:** Wohnungsgenossenschaft von 1904 eG
2. **Leipzig:** Vereinigte Leipziger Wohnungsgenossenschaft eG
3. **Rostock:** Wohnungsgenossenschaft Schiffahrt-Hafen eG
4. **Greifswald:** Wohnungsgenossenschaft Greifswald eG
5. **Bergen auf Rügen:** Wohnungsgenossenschaft „Rugard“ Bergen eG
6. **Waren/Müritz:** Warener Wohnungsgenossenschaft eG
7. **Bad Karlshafen (Weserbergland):** Gemeinnützige Wohnungsgenossenschaft für den ehemaligen Landkreis Hofgeismar eG
8. **Berlin:** Wohnungsbaugenossenschaft DPF e.G.

-  Die seit November 2003 bestehende Kooperation der Genossenschaften (8).
-  Derzeit hinzukommende Genossenschaften (4).
-  Eventuell weitere sich anschließende Genossenschaften (2).

„Erfolgreiche Marketingkonzepte und –aktivitäten zur Kundengewinnung und Kundenbindung“

Durch die acht Genossenschaften wurde gemeinschaftlich ein „Reisekatalog“ erarbeitet, der in einer Auflage von 24.200 Exemplaren gedruckt und an alle Mitglieder der verbundenen Genossenschaften verteilt wurde.



„Erfolgreiche Marketingkonzepte und –aktivitäten zur Kundengewinnung und Kundenbindung“

Beschreibung des Projektes in dem „Reisekatalog“:

Sie reisen gern...

Dann dürfen wir Ihnen eine neue Idee vorstellen:

Ein Kooperationsprojekt von Wohnungsgenossenschaften aus Berlin, Hamburg, Hofgeismar/Weserbergland, Bergen auf Rügen, Rostock, Leipzig, Waren an der Müritz und Greifswald. Sie sind Mitglied in einer dieser Genossenschaften? Dann haben Sie die Möglichkeit, einen ganz besonderen Service nutzen zu können...

Sie wohnen in einer großen Stadt und wollen dem turbulenten Treiben einmal entfliehen? Oder Sie möchten sich gern ein neues Musical ansehen? Es gibt so viele Gründe für einen kleinen Urlaub zwischendurch. Mit der Buchung einer Gästewohnung in einer der beteiligten Genossenschaften wohnen Sie während Ihres Aufenthaltes in vollständig möblierten Appartements, die alle Bequemlichkeiten des täglichen Wohnens fast wie zu Hause bieten – und das zu günstigen Preisen! Wie das funktioniert und was das kostet? Die Preise für die Übernachtungen in einer Gästewohnung legt die jeweilige Genossenschaft fest. Detaillierte Informationen darüber erhalten Sie unter den jeweiligen Städten...

Mit diesem Procedere sichern wir die Nutzung dieses Service ausschließlich Ihnen zu – sozusagen mitgliedexklusiv!

Viel Spaß bei Ihren Planungen und

... Gute Reise!

In sämtlichen beteiligten Genossenschaften wurde dieser Service in den Informationsheften der Genossenschaften kommuniziert.

„Erfolgreiche Marketingkonzepte und –aktivitäten zur Kundengewinnung und Kundenbindung“

Die Internet-Präsenz wurde durch ein Mitglied der DPF programmiert.
Sämtliche beteiligten Genossenschaften verlinken hierauf ihre Homepages.

Der Internet-Auftritt erfüllt folgende Aufgaben:

www.Gaestewohnungstausch.de

- Informationen über das Projekt „Gästewohnungstausch“ sowie die einzelnen Reiseziele. Darüber hinaus werden die Gästewohnungen entsprechend dem Reisekatalog vorgestellt (Fotos, Lage, Größe, Preise, etc.).
- Buchungsanfragen können auch direkt über das Internet ausgelöst und sofort an die entsprechende Genossenschaft weitergeleitet werden. Da es sich um einen „mitgliederexklusiven“ Service der Genossenschaften handelt, ist sichergestellt, dass Buchungen nur durch Mitglieder ausgelöst werden können.



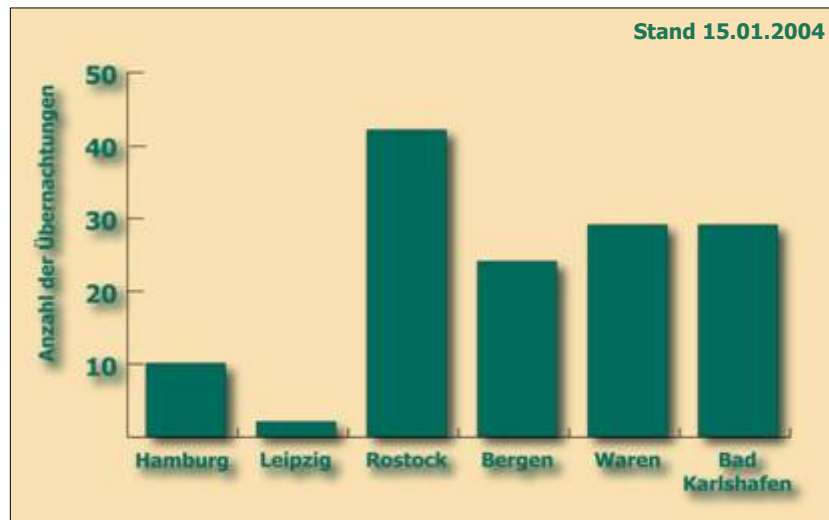
„Erfolgreiche Marketingkonzepte und –aktivitäten zur Kundengewinnung und Kundenbindung“

Ergebnisse:

Seit dem Start des Gemeinschaftsprojektes im **November 2003** sind folgende Buchungen bei der DPF erfolgt:

1. Unsere Mitglieder buchten

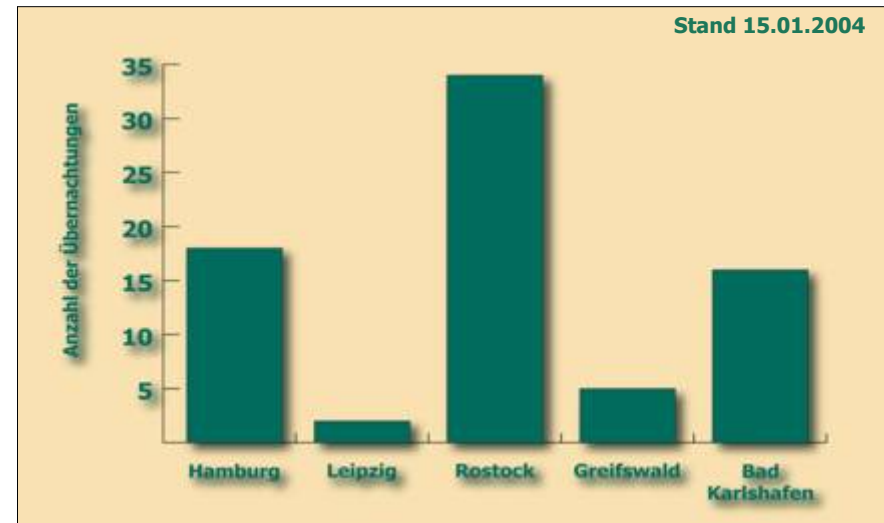
bei Partnergenossenschaften:



**Insgesamt erfolgten 28 Buchungen
mit 136 Übernachtungen**

2. Mitglieder der Kooperationsgenossenschaften

buchten unsere Gästewohnungen:



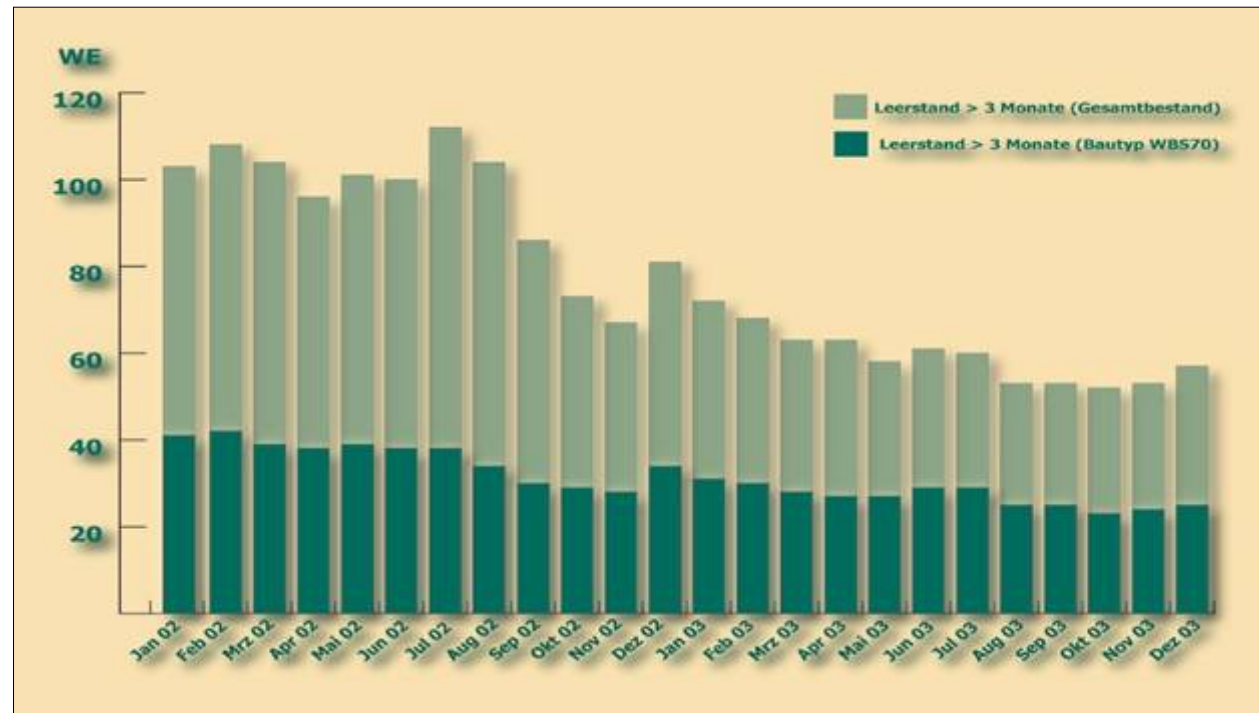
**Insgesamt erfolgten 24 Buchungen
mit 75 Übernachtungen**

„Erfolgreiche Marketingkonzepte und –aktivitäten zur Kundengewinnung und Kundenbindung“

Zu 3. „Würfelmietvertrag“ :

Zu dem Bestand der DPF gehören in Lichtenberg/Friedrichsfelde und Marzahn/Springfuhl insgesamt 881 Wohnungen der Wohnungsbauserie WBS70.

- 1-Zimmer-Wohnungen: 131
- 2-Zimmer-Wohnungen: 192
- 3-Zimmer-Wohnungen: 309
- 4-Zimmer-Wohnungen: 239
- 5-Zimmer-Wohnungen: 10



Während der Gesamtleerstand > 3 Monate kontinuierlich gesenkt werden konnte, wirkten sich die gebündelten Maßnahmen zur Leerstandsbeämpfung auf den WBS70 - Bestand deutlich geringer aus.

„Erfolgreiche Marketingkonzepte und –aktivitäten zur Kundengewinnung und Kundenbindung“

Marketingkonzeption „Würfelmietvertrag“:

Die Wohngebäude des Typs WBS70 der Wohnungsbaugenossenschaft DPF e.G. befinden sich an den jeweiligen Standorten in unmittelbarer Nachbarschaft mit einer gleichartigen Bebauung weiterer Marktteilnehmer. Lagekriterien und Ausstattungsmerkmale können somit nur bedingt zu einer Abgrenzung des Angebotes führen.

Mit dem Ziel, eine stärkere Aufmerksamkeit für die Wohnungsangebote zu erreichen, wurden diese Angebote um einen spielerischen Anreiz erweitert – ein Würfelspiel.

Das Würfelspiel:

1. Der Wohnungsinteressent entscheidet sich zu einer Mitgliedschaft und einem Nutzungsvertrag und unterzeichnet diesen.
2. Anschließend wird mit einem Würfel einmalig gewürfelt.
3. Aus der erwürfelten Augenzahl leitet sich die Anzahl der Monate ab, für welche die Nettomietzahlung erlassen wird.
4. In der ersten derartigen Vermarktungsaktion anlässlich des WOHNTAGES® 2003 entsprach die gewürfelte Augenzahl der Anzahl der mietfreien Monate. In der zweiten Vermarktungsaktion über den Jahreswechsel 2003/2004 ermittelten sich die mietfreien Monate aus der halbierten Augenzahl.

„Erfolgreiche Marketingkonzepte und –aktivitäten zur Kundengewinnung und Kundenbindung“

Vermarktungsaktion 1:

Anlässlich des WOHN-TAGES® 2003 wurde diese Idee erstmals vorgestellt. Ausschließlich die 4-Zimmer-Wohnungen wurden für einen begrenzten Zeitraum mit „Würfelmietvertrag“ angeboten.



Der große Wurf!

Entscheiden Sie sich bis zum 31. Juli 2003 für eine unserer Vier-Zimmer-Wohnungen und mit ein bisschen Würfelglück können Sie dann bis zu **6 Monate mietfrei** wohnen. Machen Sie Ihren großen Wurf! Viel Glück!

Entdecken Sie unsere attraktiven 4-Zimmer-Wohnungen in Marzahn/Springpfuhl und Lichtenberg/Friedrichsfelde. Die Häuser sind alle hochwertig saniert, in freundlicher, grüner Umgebung. Die modernen 88,50 m² großen Wohnungen mit verglaster Loggia gibt es bereits ab **480 Euro/mtl. warm**

Kennenlernen?
Heute von 13.00 bis 17.00 Uhr in der Märkischen Allee 74 und „Am Tierpark 5“.

Fragen Sie uns auch gleich nach den vielen Umbaumöglichkeiten!

Lichtenberg 515 55 110 • Marzahn 515 55 111
Wohnungsbaugenossenschaft DPF e.G.
Wir geben Raum zum Leben

Anzeigenschaltung in der Berliner Zeitung



Entdecken Sie unsere attraktiven 4-Zimmer-Wohnungen in Marzahn am Springpfuhl. Die Gebäude wurden umfassend saniert und modernisiert. Alle Wohnungen verfügen über einen separaten Hobby- bzw. Abstellraum und eine verglaste Loggia. Die großzügigen 88,5 m² großen Wohnungen können Sie bereits ab **480 Euro/mtl. (warm)** anmieten. Haben Sie Interesse? Dann sprechen Sie mit uns. Sie erreichen uns unter der Telefonnummer 030 - 515 55 112. Erkundigen Sie sich auch gleich nach den vielen Umbaumöglichkeiten. Denn als besonderen Service bieten wir Ihnen die Möglichkeit, Grundriss und Ausstattung der Wohnung nach Ihren Wünschen zu gestalten.

Fordern Sie Ihr Glück heraus...!

Wenn Sie bis zum 31. Juli 2003 einen Nutzungsvertrag für eine 4-Zimmer-Wohnung abschließen, dann können Sie mit dem entsprechenden Glück beim Würfeln entsprechend Ihrer gewürfelten Punktzahl bis zu **6 Monate mietfrei** wohnen. Viel Glück bei Ihrem großen Wurf dabei!

Anschauen – Mieten - Würfeln

Flyer zur ersten Vermarktungsaktion anlässlich des WOHN-TAGES® 2003

„Erfolgreiche Marketingkonzepte und –aktivitäten zur Kundengewinnung und Kundenbindung“

Vermarktungsaktion 2:

In einer weiteren Aktion wurden alle Wohnungstypen in den besagten Objekten als Weihnachts- bzw. Neujahrsspecial – ebenfalls für einen begrenzten Zeitraum – angeboten.

Berliner Zeitung, Immobilienteil, Ausgabe 13. Dezember 2003					
Rubrik: Lichtenberg					
Zi	m ²	Miete in EUR	BK/NK	frei	Lage, Ausstattung, Anbieter, Telefon
3	68,00	392,18 w	in kl.	s of ort	Super Weihnachts-Special !!! Nur für kurze Zeit! Am Tierpark 9 , zentrumsnah in grüner Umgebung, vergl. Loggia, gefl. WB, ZH, Übern. EBK mgl., Aufzug, netter Hausmeister inkl., www.DPFonline.de, Weihnachtsbonus: Würfeln Sie um Ihren Mietnachlass! Fragen und Besichtigung: ab Heute Tel. 030-51555110
4	88,50	463,50 w	in kl.	s of ort	Super Weihnachts-Special !!! Nur für kurze Zeit! Am Tierpark 9 , zentrumsnah in grüner Umgebung, sep. Arbeits-/Hobbyraum, vergl. Loggia, WB, ZH, Aufzug, netter Hausmeister inkl., www.DPFonline.de, Weihnachtsbonus: Würfeln Sie um Ihren Mietnachlass! Fragen und Besichtigung: ab Heute Tel. 030-51555110
2	49,10	304,27 w	in kl.	s of ort	Super Weihnachts-Special !!! Nur für kurze Zeit! Am Tierpark 7 , grüne, zentrumsnahe Lage Nähe U-Bhf. Friedrichsfelde, sep. Küche mit Fenster, WB, ZH, Aufzug, netter Hausmeister inkl., www.DPFonline.de, Weihnachtsbonus: Würfeln Sie um Ihren Mietnachlass! Fragen und Besichtigung: ab Heute Tel. 030-51555110
1	32,60	200,37 w	in kl.	s of ort	Super Weihnachts-Special !!! Nur für kurze Zeit! Am Tierpark 13 , grüne, zentrumsnahe Lage Nähe U-Bhf. Friedrichsfelde, sep. Küche mit Fenster, WB, ZH, Aufzug, netter Hausmeister inkl., www.DPFonline.de, Weihnachtsbonus: Würfeln Sie um Ihren Mietnachlass! Fragen und Besichtigung: ab Heute Tel. 030-51555110

Ergebnisse:

Durch die zuvor beschriebenen Aktionen zum WOHNTAG® 2003 und zum Jahreswechsel 2003/2004 konnten **in kurzer Zeit 13* Wohnungen vermietet** werden, darunter 7 unserer großen 4-Zimmer-Wohnungen.

Die eher außergewöhnliche Verbindung eines rationalen Wohnungsangebotes mit dem Reiz einer spielerischen, vom Glück abhängigen, Komponente wurde von den Wohnungsinteressenten ausnahmslos positiv wahrgenommen.

* Die Vermietungsaktion zum Jahreswechsel ist noch nicht abgeschlossen.