

1. Preis

WGLi Wohnungsgenossenschaft Lichtenberg e.G.

Landsberger Allee 180 b, 10369 Berlin

Wettbewerb anlässlich der BBU-Tage 2004



Nr. Wettbewerbs-
beitrag: 6

**„Erfolgreiche Marketingkonzepte
und -aktivitäten zur Kundengewinnung und Kundenbindung“**

Bewerber:

WGLi Wohnungsgenossenschaft Lichtenberg e.G.

Landsberger Allee 180 B, 10369 Berlin

Telefon: 030 / 97 000 321 Telefax: 030 / 97 000 360

e-mail: melanie.amft@wgli.de

Bearbeiterinnen: Frau Melanie Amft und Frau Jutta Dudziak

Ort, Datum

Berlin, 19.01.2004

Genossenschaft



Gesellschaft



... die Gliederung



1. Einleitung
2. Grundlagen der WGLI-Marketingaktivitäten 2003
 - 2.1 Mitglieder-/Mieterbefragung
 - 2.2 Marketingkonzept
 - 2.3 Sozio-ökonomische Studie
3. Gewinnung neuer Mitglieder und Mieter
 - 3.1 Zielgruppe und Strategie
 - 3.2 Aktivitäten
 - 3.2.1 **Sonderprogramm 2003 „Studenten und Azubis“ (Folie 18 - 33)**
 - 3.2.2 Programm für junge Familien mit Kindern
4. Mitglieder-/Mieterbindung
 - 4.1 Zielgruppe und Strategie
 - 4.2 Aktivitäten

1. Einleitung



Die Marketingaktivitäten der WGLi Wohnungsgenossenschaft Lichtenberg e.G. erfolgten 2003 auf Grundlage fundierter analytischer und konzeptioneller Arbeiten, die insbesondere durch Mitarbeiter der Marketingabteilung, des Bereiches Bestandsmanagement und des Bereiches Controlling der WGLi erbracht wurden.

Genutzt wurden dafür insbesondere Dokumente und Analysen des BBU und Erfahrungen, die im Rahmen der Imagekampagne Berliner Wohnungsbaugenossenschaften gesammelt wurden.

Bekanntermaßen gibt es nicht die Einzelmaßnahme oder die Einzelaktion, die zu den gewünschten Ergebnissen in Bezug auf Kundengewinnung und Kundenbindung führt.

1. Einleitung



Nur ein klug gewählter Mix sehr verschiedener operativer Aktivitäten kann zum Erfolg führen und dies wiederum nur auf einer soliden theoretisch-fundierten und konzeptionellen Grundlage.

In diesem Sinne erfolgte die Marketingarbeit der WGLi 2003, die sich betreffs der Mitglieder-/Mieterbindung vor allem auf ältere Mitglieder und Mieter konzentrierte, und die Mitglieder-/Mietergewinnung, die sich speziell auf junge Familien konzentrierte.

Mittels des Sonderprogramms 2003 „Studenten und Azubis“ im Rahmen der Mitglieder-/Mietergewinnung konnten ca. 10.000 Quadratmeter Wohnfläche (1- und 5-Zimmer-Wohnungen) vermietet werden.

2. Grundlagen der WGLi-Marketingaktivitäten 2003



2.2 Marketingkonzept

Erarbeitet wurde ein WGLi-Marketingkonzept mit den Schwerpunkten Vermietung und Bestandsentwicklung.

Ausgehend von der Unternehmensphilosophie und dem Unternehmensleitbild der WGLi “WOHNEN IST LEBEN” ist darin auf der Basis einer kontinuierlich fortzuschreibenden Situationsanalyse, vor allem Marktanalyse, beschrieben, welche Marketingziele und –strategien kurz-, mittel- und **langfristig** verfolgt werden und welche Aufgaben durch welche Mitarbeiter zu erfüllen sind.

Das Marketingkonzept unterscheidet Maßnahmen, die sich auf die **Gewinnung neuer Mitglieder und Mieter, auf die Mitglieder-/Mieterbindung sowie auf die Bestandsentwicklung** beziehen und führt diese in Jahresmaßnahmen bis 2006 im erweiterten Marketingmix mit entsprechende Schwerpunktthemen der einzelnen Jahre zusammen.

3. Gewinnung neuer Mitglieder und Mieter



3.2 Aktivitäten

3.2.1 Sonderprogramm 2003 „Studenten und Azubis“

Um den Einzug insbesondere in finanzieller Hinsicht für die Studenten und Azubis attraktiv zu machen, bieten wir das sog. Nichtmitgliedergeschäft gemäß § 2 Abs. 4 der Satzung der WGLi (Genossenschaftsanteile müssen nicht geleistet werden) an. Wir sehen dies im Einklang mit dem Genossenschaftsgedanken.

Den jungen Leuten wird während der Ausbildung oder des Studiums die Möglichkeit geboten, preiswert eine Genossenschaftswohnung zeitlich befristet zu beziehen.

Erklärtes Anliegen ist es, diese jungen Leute dann nach der Ausbildung für eine Mitgliedschaft zu interessieren.

3. Gewinnung neuer Mitglieder und Mieter



3.2 Aktivitäten

3.2.1 Sonderprogramm 2003 „Studenten und Azubis“

In alle Aktivitäten (Inhalte, Gestaltung, Organisation) im Rahmen dieses Sonderprogramms wurden junge Leute einbezogen:



◆ die WGLi-Azubis
(die WGLi hat jährlich drei Azubis)

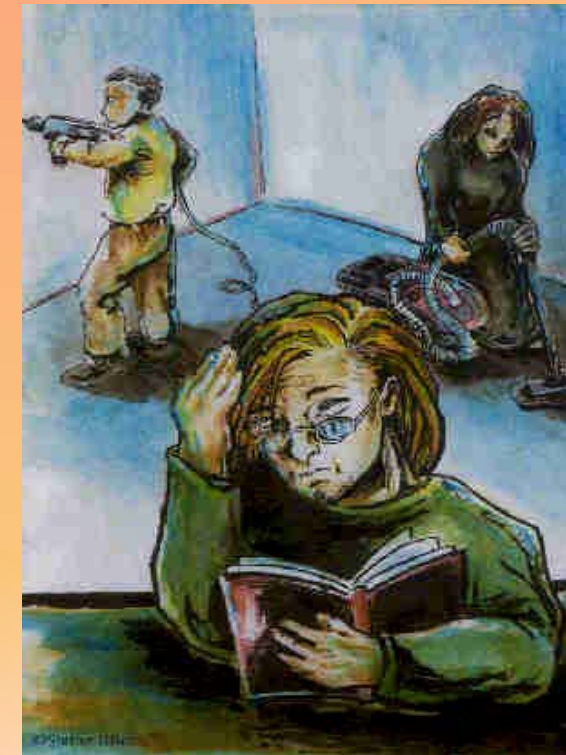
- ◆ junger Künstler (Maler) aus der WGLi-Mitgliedschaft
- ◆ junge Frauen aus dem Fotozirkel des Kreaifithaus, Freizeiteinrichtung, die in einem der WGLi-Kieze gelegen ist.

3. Gewinnung neuer Mitglieder und Mieter



3.2 Aktivitäten

3.2.1 Sonderprogramm 2003 „Studenten und Azubis“



Der junge Künstler entwickelte in Absprache mit den WGLi-Azubis Zeichnungen, die für verschiedene Werbemedien genutzt wurden (Anzeigen, Plakate, Flyer, Internet).

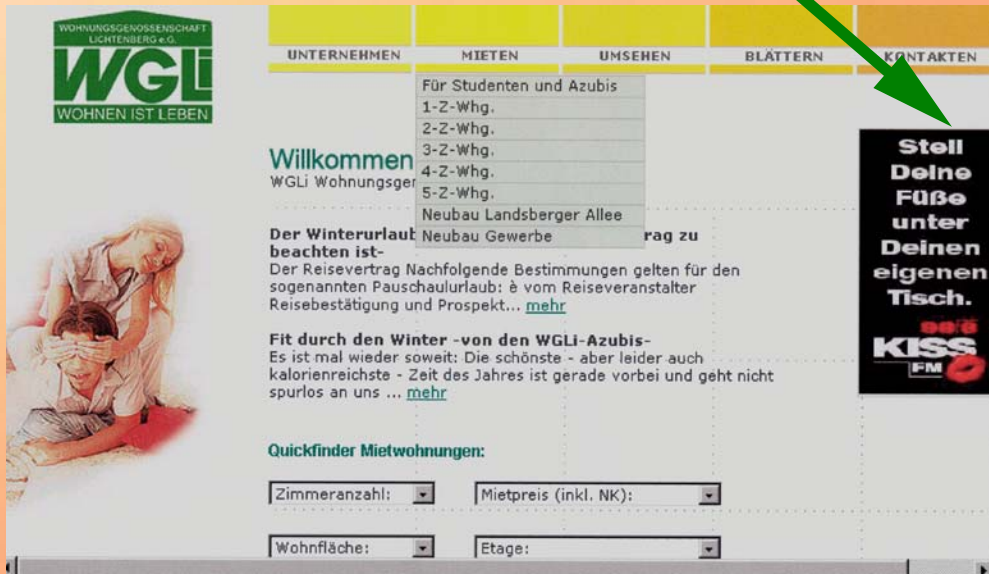
3. Gewinnung neuer Mitglieder und Mieter



3.2 Aktivitäten

3.2.1 Sonderprogramm 2003 „Studenten und Azubis“

Besondere Ansprache über Buttons auf der Startseite im Internet:



Auf der Startseite unserer Homepage sind Buttons zu Aktionsseiten entsprechend anstehender Aktivitäten und besonderer Angebote eingestellt.

Dabei wird mit vielen Illustrationen (hier z. B. Hinweis auf Hörfunkwerbung auf Kiss FM) gearbeitet, um Emotionen anzusprechen.

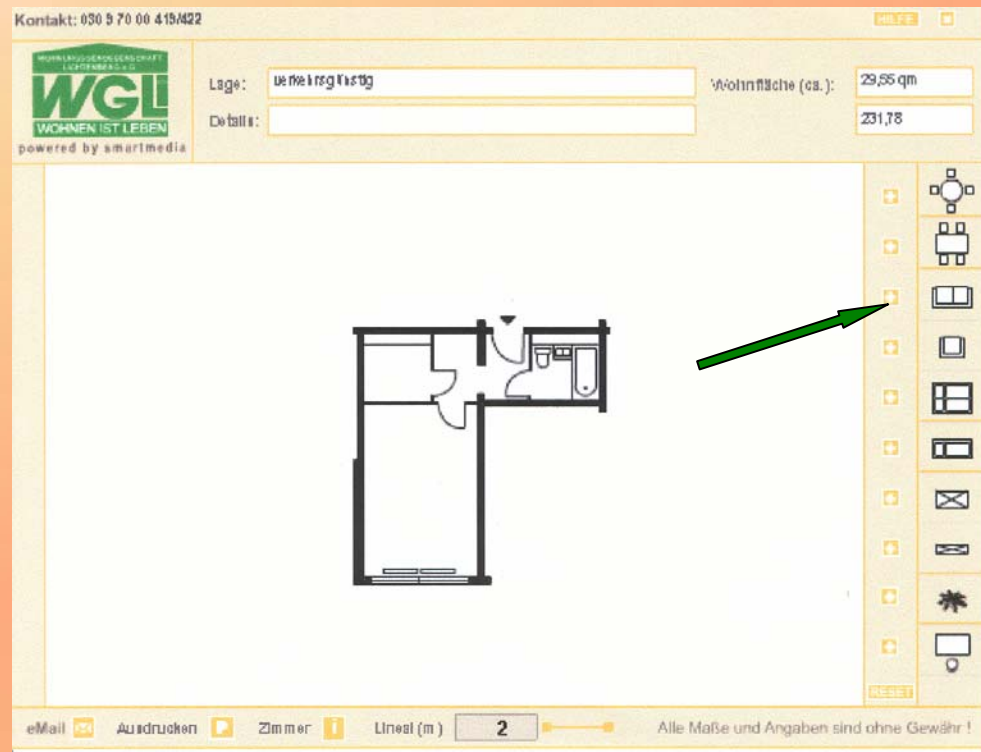
3. Gewinnung neuer Mitglieder und Mieter



3.2 Aktivitäten

3.2.1 Sonderprogramm 2003 „Studenten und Azubis“

Grundrisstool im Internet:



Mit dem Grundrisstool besteht die Möglichkeit, sich schon ´mal seine neue Wohnung auf dem Bildschirm einzurichten.

Da kann z. B. von jungen Leuten simuliert werden, wie die Möbel aus dem bisherigen Kinderzimmer oder die alte Couch der Oma in die erste eigene Wohnung bei der WGLi passen könnten.

3. Gewinnung neuer Mitglieder und Mieter



3.2 Aktivitäten

3.2.1 Sonderprogramm 2003 „Studenten und Azubis“

◆ Werbung in Printmedien

Es wurden sehr unterschiedliche Formate und Layouts entwickelt.

Beispiel:

Studenten und Azubi Sonderaktion

... mit **preiswerten Wohnungen** für Azubi und Studenten

im Grünen - mitten in der Stadt

1-Zimmerwohnung ca. 30 m² ab 210 € (warm)

030 / 97 000 444
Mo-Fr 8-19 Uhr

WGLi Wohnungsgenossenschaft Lichtenberg e.G.
Landsberger Allee 180/B · 10369 Berlin

- sehr gute Infrastruktur
- Fernheizung u. Satellitenfernsehen inklusive
- citynah und verkehrsgünstig

ausgezeichnet für gutes Betriebsklima im Jahr 2003

WOHNEN IST LEBEN

Veröffentlichung in diversen Studenten- und Szenemagazinen

3. Gewinnung neuer Mitglieder und Mieter

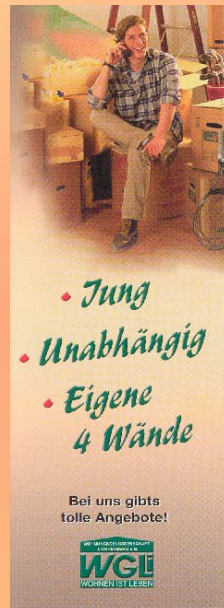


3.2 Aktivitäten

3.2.1 Sonderprogramm 2003 „Studenten und Azubis“

◆ Flyer:

Die WGLI-Azubis entwickelten einen Flyer, sorgten dafür, dass er z. B. in Lichtenberg in der Fachhochschule für Verwaltung und Recht (FHVR) und der Fachhochschule für Technik und Wirtschaft (FHTW) ständig ausliegt, vor allem auch bei Tagen der offenen Tür und Immatrikulationsfeiern.



Hallo Leute!

- **gute Verkehrsanbindung**
per S-Bahn ab Landsberger Allee und Storkower Straße per Tram (Linien 5, 6, 7, 8, 15, 17, 23) oder U-Bahn und Bus
- **vorteilhafte Shoppingmöglichkeiten**
- **Citynähe**
z.B. nur 10 bis 15 Minuten zum Alex oder 25 Minuten bis zum Kladamm
- **Anspruchsvolle Wohnungen** für Azubis und Studenten zu supergünstigen Mieten ohne Kaution und Geschäftsanteile, im Lichtenberger Ortsteil Fennpfuhl
- **überzeugende Angebote**
für 1-Zimmer-Wohnungen und WG's in 4- und 3-Zimmer-Wohnungen
- **günstige Bruttowarm-Mieten**
• ca. 220,- Euro
• oder in WG's ab 185,- Euro pro Person
... mit Ausblick und Komfort
... Fernwärme und Warmwasser
... und noch dazu mit Küche und Bad
(das könnte auch für Dich eine erschwingliche Wohnung sein)
- **bei Eigenleistung bis zu 3 Monate mietfrei**
(ohne Büroabkosten)
- **Nix Wohnheim, ganz private Location mit modernem Wohnkomfort**
Auch das Wohnumfeld macht einen guten Eindruck: Läden und Shopping-Center, Restaurants, Cafés, Sportplätze, Sport- und Veranstaltungshallen wie das Velocrom, die Arena und das Sportforum, Schwimmbäder, der Fennpfuhl-Park sowie viele Clubs, Kneipen und Kinos... auch im angrenzenden Friebrichshain und Prenzlauer Berg.

z.B. 1-Zimmer-Wohnung: 20,95 m² Baujahr: QP 71

z.B. 3-Zimmer-Wohnung: 109,5 m² Baujahr: 57

Zuhause ist bei uns.

Internet:
www.wgli.de
info@wgli.de
mit ausführlichem Wohnungskatalog unterteilt mit Grundrissen

Hotline:
030/ 97 000 - 444
Mo.-Fr. 9-19 Uhr

Übrigens: lebenslanges Wohn- und Mietrecht bei Eintritt in unsere Genossenschaft. Wir beraten Euch gern über eine Mitgliedschaft.

WGLI
WOHNEN MIT LEBER

WGLI - WohnGenossenschaft
Lichtenberg e.G.
(reg. unter 1964)

Landsberger Allee 103 B
10308 Berlin

Unsere Geschäftszeiten:
Mo. - 7-15 Uhr
Di. - 9-18 Uhr
Mi. - 9-15 Uhr
Do. - 9-18 Uhr
Fr. - 9-12 Uhr

3. Gewinnung neuer Mitglieder und Mieter

3.2 Aktivitäten



3.2.1 Sonderprogramm 2003 „Studenten und Azubis“

◆ Informationen:

Seit 2003 haben die WGLi-Azubis eine eigene Seite in der Mitglieder- und Mieterzeitung „UMSCHAU“ und schreiben hier frisch und munter über Themen, die, aus ihrer Erfahrung, für junge Leute von besonderem Interesse sind.

FREIZEIT

Fit durch den Winter

WGLi-Azubis für Azubis: Auf das richtige Studio kommt es an

Um Missverständnissen bei der Wahl des passenden Fitness-Centers vorzubeugen, haben wir euch ein paar gängige Begriffe aus dem Fitnessalltag, vor allem dem Kursbereich, erläutert:

Aerobic: Schritt-kombinationen zur Förderung der Kondition und Bewegungsdynamik.
Body Workout: Total Body Conditioning
Ganzkörpertraining: Oberkörper, Bauch, Beine, Po-Training, sowie leichtes Konditionstraining.
Yoga: Klassische Techniken für gezieltes Atmen, Verbesserung von Elastizität und Gleichgewicht des eigenen Körpers.
Stretch: Beweglichkeit steigern mit stimulierenden Dehnungen

Es ist mal wieder soweit: Die Weihnachts-Feiertage stehen vor der Tür. Die schönste - aber leider auch kalorienreichste - Zeit des Jahres wird auch 2003 nicht spurlos an uns (und unseren Hüften) vorbeigehen. Seit Wochen sind die Supermärkte wieder reich bestückt mit Stollen, zu groß und breit geratene, herb riechende Gestalten mit Leerlauf im Kopf herumlaufen und anabole Steroide wie Kekse an der Bar angeboten werden? Dem ist nämlich längst nicht so! Die Fitness-Center erleben immer mehr Zulauf. Für den Körper wird „was getan“. Das ist grundsätzlich gut, da Fitness den Körper gesund erhält. Jedoch ist nicht die Gesundheit der erste Motivationsfaktor, der die Menschen in die Studios oder zumindest zum Joggen treibt, sondern der Wunsch, einen „Traumbody“ zu bekommen. Viele Studios haben ihr Angebot schon lange erweitert. Der Gerätepark ist und bleibt natürlich ein fester Bestandteil des Trainingsalltags der meisten Besucher. Trotzdem kann man in einem Fitness-Center heute weit mehr anfangen, als nur stundenlanges und stupides „Pumpen“.



Das Klischee vom Fitness-Studio als „Mucki-Bude“ stimmt schon lange nicht mehr

3. Gewinnung neuer Mitglieder und Mieter

3.2 Aktivitäten



3.2.1 Sonderprogramm 2003 „Studenten und Azubis“

◆ Vermietungsaktivitäten:

Die WGLi-Azubis waren bei allen Veranstaltungen der WGLi dabei: vom Harry-Potter-Fest im FEZ bis hin zum WOHN-TAG im Britzer Garten oder den 10. Lichtenberger Wirtschaftstagen im Roten Rathaus, um als Ansprechpartner für junge Leute da zu sein.

**Ergebnis: erreichte
Vermietung: ca. 10.000
Quadratmeter Wohnfläche**



3. Gewinnung neuer Mitglieder und Mieter

3.2 Aktivitäten



3.2.2 Programm 2003 für junge Familien mit Kindern

◆ Vermietungsaktivitäten

Anfang 2003 präsentierte die WGLI das Wochenend-Familienfest “Harry Potter” im FEZ Wuhlheide (ca. 6000 Besucher). Wir hatten dort einen Präsentationsstand und informierten Interessenten und Neugierige. Als Highlight organisierten wir ein Gewinnspiel mit anschließender Verlosung.



3. Gewinnung neuer Mitglieder und Mieter

3.2 Aktivitäten



3.2.2 Programm 2003 für junge Familien mit Kindern

◆ Vermietungsaktivitäten



Die 1. Lange Nacht der Wohnungsbesichtigung wurde gemeinsam mit der Wohnungsbaugenossenschaft „VORWÄRTS“ eG im März 2003 veranstaltet. Die Aktion war ein voller Erfolg, so dass im Herbst 2003 die 2. Lange Nacht der Wohnungsbesichtigung folgte und weitere in 2004 geplant sind.

4. Mitglieder-/Mieterbindung

4.2 Aktivitäten



◆ Sonderprogramm: Soziale Dienstleistungen

Sozialarbeit wurde auch 2003 nach einem Sozialkonzept geleistet. Dabei kommt der Betreuung älterer Genossenschaftsmitglieder und von Menschen mit Behinderungen Priorität zu. Diese Betreuung schließt Hausbesuche ein, die Unterstützung und Beratung bei der Organisation von Wohnungsanpassung, die Vermittlung von Haushaltshilfen oder die Unterbreitung von Veranstaltungsangeboten.

Erstmals wurde 2003 in diesem Sinne auf Grundlage einer entsprechenden Vereinbarung mit dem Sozio-Kulturellen Zentrum Fennpfuhl zusammengearbeitet, das Gewerberaummieter der WGLi ist.

4. Mitglieder-/Mieterbindung



4.2 Aktivitäten

◆ Information: WGLi-TV

Der mit PowerPoint erstellte genossenschaftseigene Informationskanal kann in allen Haushalten der WGLi empfangen werden. Er besteht aus sich wiederholenden 30, bis 40-minütigen Bild-Ton-Text-Schleifen, die montags bis sonntags von 7 bis 23 Uhr gesendet und mindestens zweimal wöchentlich aktualisiert werden. **WGLi-TV gibt Tipps und Infos rund ums Wohnen und Leben in der Genossenschaft, in Lichtenberg und darüber hinaus in Berlin.** Regelmäßig werden **Veranstaltungstipps** veröffentlicht, ein neues **Preisrätsel** (Gewinne z. B. Freikarten für Wintergarten, Theater des Westens, Die Wühlmäuse, Distel, Theater & Komödie am Kurfürstendamm) präsentiert und den Zuschauern ermöglicht, im „**Trödelmarkt**“ eine kostenlose Kleinanzeige zu schalten.

eine kurze Beispielschleife...

4. Mitglieder-/Mieterbindung

4.2 Aktivitäten



◆ Veranstaltungen (eine Auswahl)

Sportangebote

Im November 2003 veranstaltete die WGLI gemeinsam mit dem 3B Tischtennisverein ein Tischtennisturnier für Jung und Alt um den „WGLI-Oskar“ (Fortsetzung folgt 2004).

