

# Die Wohnungswirtschaft

# DW

74. Jahrgang

06 / 2021

Tarifverträge:  
Zustande-  
kommen und  
Wirkung

Seite 66

## Thema des Monats

14

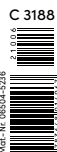
Gemeinschaftliche Wohnprojekte:  
Vielfalt unter einem Dach

38

Mieterkommunikation:  
Von Kundencenter bis Chatbot

26

Geothermie:  
Ökologisch und wirtschaftlich



TDM MIETERKOMMUNIKATION

# Von der Mieterzeitschrift zum Mieterportal

Telefon oder Videokonferenz? Mieterzeitschrift oder Facebook? Kundenzentrum oder Mieterportal? Wohnungsunternehmen stehen vor der Frage, wie sie in Zeiten der Digitalisierung am besten mit ihren Mietern kommunizieren. Ein Überblick über die Kanäle der Mieterkommunikation.

Von Christian Hunziker

**W**enn die Menschen in der brandenburgischen Kleinstadt Prenzlau wissen wollen, wie die Bauarbeiten am innerstädtischen Wohnprojekt Schützen-Quartier voranschreiten, müssen sie ihre

Wohnung nicht verlassen. Sie können sich auf Youtube die April-Ausgabe von „Stadtgespräch TV“ anschauen und werden dann nicht nur über das wichtige Neubauprojekt der Wohnbau GmbH Prenzlau informiert, sondern auch über weitere aktuelle Themen rund um die Stadt und ihre Wohnungsgesellschaft.

Mieterfernsehen, wie es das kommunale Unternehmen in Prenzlau realisiert, ist einer von einer ganzen Reihe von Kanälen, mit denen die Wohnungswirtschaft mit ihren Mietern kommuniziert. Dabei hat sich die Zahl dieser Kanäle in den letzten Jahren deutlich erhöht. Lange vorbei ist die Zeit, als es für Mieter hauptsächlich drei Kommunikationswege gab: das persönliche Vorsprechen im Kundenzentrum, die telefonische Kontaktaufnahme und die Lektüre der Mieterzeitschrift, die alle paar Monate im Briefkasten lag. Mittlerweile sind Mieterapps, Mieterportale und andere digitale Kommunikationskanäle dabei, sich auf breiter Front durchzusetzen. Und die Corona-Krise mit ihren Kontaktbeschränkungen hat diese Entwicklung beschleunigt.



**Christian Hunziker**

freier  
Immobilienjournalist  
BERLIN

## Die Mieterzeitschrift bleibt wichtig

Bedeutet diese Entwicklung das Aus für die gute alte Mieterzeitschrift? Nein, antwortet René Stüpmann, Geschäftsführer der Wohnbau Prenzlau. Das Magazin „Stadtgespräch“ dient nach seinen Worten nicht nur der Information der Mieter, sondern trägt auch zur Imagebildung bei. Denn das Magazin, das eine Auflage von 22.000 Exemplaren – in einer Stadt mit nur 19.000 Einwohnern – hat, wird in Prenzlau und den umliegenden Gemeinden an alle Haushalte verteilt.

Die Herausgabe einer Mieterzeitschrift bleibt sinnvoll, findet auch Dr. Cathrin Christoph, die mit ihrem Unternehmen Christoph Kommunikation



Das Mietermagazin „Stadtgespräch“ erscheint fünfmal im Jahr und wird an alle Haushalte in Prenzlau und Umgebung verteilt

Wohnungsunternehmen in Kommunikationsfragen berät. Sie weist darauf hin, dass sich Umfragen zufolge drei Viertel aller Mieter freuen, wenn sie eine Print-Ausgabe im Briefkasten finden.

Nicht nur an Mieter richtet sich auch das „Stadtgespräch TV“ in Prenzlau. Nachdem die Sendungen lange in Zusammenarbeit mit einem lokalen Fernsehsender produziert und ausgestrahlt wurden, ist jetzt jeden Monat auf Youtube eine neue, etwa fünfminütige Sendung zu sehen. Moderiert werden die Beiträge nicht von professionellen Fernsehgesichtern, sondern von Mitarbeitern der Wohnbau Prenzlau – durch die April-Ausgabe etwa führt Jenny Busse, die für die Öffentlichkeitsarbeit des Wohnungsunternehmens verantwortlich ist.

### Wohnungsgenossenschaften im Fernsehen

Mit einem professionellen Fernsehsender arbeiten hingegen die Hamburger Wohnungsgenossenschaften zusammen, die sich an „Nachbarn on Air“ (Noa4) beteiligen. Produziert werden die Beiträge von der On Air New Media GmbH, die auch für den Norderstedter Lokalsender Noa4 verantwortlich ist. Die wöchentlich drei Sendungen sind im Kabelnetz zu sehen, wobei die jeweils letzten drei Sendungen zu jeder vollen Stunde wiederholt werden.

Wie Angelina Circi aus der Redaktion von Noa4 erläutert, laufen die Sendungen unter dem Begriff Business TV, was bedeutet, dass sich die Genossenschaften finanziell daran beteiligen. Die Themen werden laut Circi teilweise von den Genossenschaften und teilweise von der Redaktion vorgeschlagen. Wichtig ist dabei, dass die Themen einen Nachbarschaftsbezug haben und nicht nur für Mitglieder der beteiligten Genossenschaften relevant sind. „Das Konzept ist Infotainment aus der Nachbarschaft“, sagt Circi. Nach ihren Angaben erreicht Noa4 rund 500.000 Haushalte in Hamburg und Umgebung.

### Mieterportale und Mieterapps

Den wohl entscheidenden Umbruch in der Mieterkommunikation bedeuten aber Mieterportale und Mieterapps. Eine Vorreiterin war dabei die Flüwo Bauen Wohnen eG in Stuttgart, die 2014 für ihr damals innovatives Mieterportal mit dem DW-Zukunftspreis der Immobilienwirtschaft ausgezeichnet wurde. Mittlerweile sind laut der Flüwo 30 % der mietenden Mitglieder im Portal registriert, wobei die Altersgruppe der 20- bis 49-Jährigen überrepräsentiert ist. Seit 2014 hinzugekommen ist die Möglichkeit, die Dienstleistungen aus dem Portal auch in einer



Noa4-Redakteurin und -Moderatorin Angelina Circi (Mitte) bei Dreharbeiten in der Nachbarschaft: Hamburger Wohnungsgenossenschaften informieren mittels des Nachbarschaftsfernsehens Noa4



Mieterkommunikation auf ganz persönliche Art: Joachim Effertz, Vorstand der Lüdenscheider Wohnstätten AG, gratuliert Mieter Erhard Müller zum 90. Geburtstag

App (Android und iOS) zu nutzen. Mit der Quote sei die Flüwo „durchaus zufrieden“, sagt Pressesprecher Dominik Ottmar. „Trotzdem ist es unser Anliegen, diese Rate durch fortlaufende Verbesserungen und Marketingaktivitäten weiter zu steigern.“

Nur gut ein Jahr brauchte die Wohnbau Prenzlau, um für ihren Onlineservice „Friedrich“ ebenfalls eine Teilnahmequote von 30 % zu erreichen. Bis zum Jahr 2025 strebt sie sogar eine Quote von 75 % an. Bei „Friedrich“ handelt es sich um ein mit einer App kombiniertes Portal, über das die Mieter >

zum Beispiel Änderungen an den Kontaktdaten und defekte Glühbirnen im Treppenhaus melden können. Außerdem informiert die Wohnbau auf diesem Weg über Neuigkeiten aus dem Wohngebiet. „Mit dem Online-Service ‚Friedrich‘ verfolgen wir zwei Ziele“, sagt Geschäftsführer Stüpmann. „Wir wollen die Effizienz unserer Prozesse steigern und es den Kunden einfacher machen, wenn sie einen Schaden melden wollen oder ein anderes Anliegen haben.“

## „Wir haben wöchentlich circa 4.500 Kontakte über einen Messenger, davon 95 % über Whatsapp.“

Nils Roschin  
LEG-Pressesprecher

Mieterportale und -apps gibt es auch bei den Großen der Branche. So hat im April die GWG München mbH angekündigt, im Frühsommer die Pilotphase für ihr Mieterportal zu starten. Schon länger gibt es die Kundenapp „Mein Vonovia“, die

nach Angaben des Dax-Konzerns Vonovia SE bisher über 150.000-mal heruntergeladen worden ist und zurzeit etwa 48.000 aktive Nutzer verzeichnet. Die Mieter können über die App zum Beispiel Reparaturen melden, selbständig einen Handwerkertermin vereinbaren und den Status ihrer Anfragen in Echtzeit verfolgen. Ganz neu ermöglicht es die Vonovia zukünftigen Mietern sogar, über die App ihren Mietvertrag abzuschließen.

### Whatsapp und Facebook

Bei der LEG Wohnen GmbH, die 2017 als einer der ersten großen Vermieter eine Mieterapp und ein Mieterportal eingeführt hat, sind bisher bereits 7.000 Mietverträge über digitale Tools abgeschlossen worden. Die LEG setzt in der Mieterkommunikation darüber hinaus auch auf Messenger-Dienste wie Whatsapp, Telegram und Threema. „Wir haben wöchentlich circa 4.500 Kontakte über einen Messenger, davon 95 % über Whatsapp“, berichtet Nils Roschin von der LEG-Pressestelle. „Klare Vorteile sehen wir durch die Erreichbarkeit über den Chatbot 24/7 und den schnellen Kommunikationsweg. Wir können den Kunden da abholen, wo es für ihn von Vorteil ist.“

### INTERVIEW MIT MARCUS BERBIC

## „Das Digitale Brett kann in beide Richtungen kommunizieren“



Ein Kanal der Mieterkommunikation sind digitale Informationstafeln. Doch braucht es diese überhaupt noch, wenn sich Mieterportale und Mieterapps immer mehr durchsetzen? Marcus Berbic, Geschäftsführer der Mieterinfo.tv Kommunikationssysteme GmbH & Co. KG, gibt Antwort.

**Herr Berbic, welche Vorteile hat Ihr Digitales Brett im Vergleich zum herkömmlichen Schwarzen Brett, wie es in vielen Hauseingängen hängt?**

Die Kommunikation über Digitale Bretter ist schnell, effizient und stets aktuell. Die Mitarbeiter sparen Zeit, weil sie nicht alle Objekte einzeln aufsuchen müssen. Wir können Echtzeit-Inhalte von Dritten einbinden – zum Beispiel von örtlichen Verkehrsunternehmen oder Nachrichtenportalen. Außerdem können die Wohnungsun-

ternehmen sicher sein, dass auf den Digitalen Brettern nur autorisierte Informationen angezeigt werden.

**Kommunikation ist keine Einbahnstraße vom Vermieter zum Mieter. Welche Möglichkeiten bietet das Digitale Brett für Mieter, die mit dem Vermieter in Kontakt treten wollen, und für den Austausch der Mieter untereinander?**

Im Gegensatz zu herkömmlichen Aushängen kann das Digitale Brett in beide Richtungen kommunizieren. Wir haben unter anderem Module zur Abgabe von Schadensmeldungen und Reinigungsnachweisen entwickelt. Außerdem können wir die Verfügbarkeit von E-Bikes und anderen Sharing-Fahrzeugen über das Digitale Brett anzeigen – als Baustein von Mobilitätskonzepten rund um die Immobilie. Auch Nachrichten von Mieter zu Mieter sind möglich, zum Beispiel um

einen Umzug anzukündigen oder aktive Nachbarschaftshilfe anzubieten – nach dem Muster „Suche/Biete“.

**Viele Unternehmen haben mittlerweile ein Mieterportal oder eine Mieterapp. Warum braucht es dann noch ein Digitales Brett?**

Digitale Bretter sind Push-Kommunikation. Im Gegensatz zur App oder zum Portal müssen die Menschen die Inhalte also nicht erst anfordern, sondern sie werden sofort beim Betreten des Hauses informiert. Insofern erreichen die Wohnungsunternehmen mit diesem Kommunikationskanal imagefördernd und sehr zuverlässig alle Bewohner, Gäste und Dienstleister – ohne Menschen zu diskriminieren, die kein Smartphone haben.

**Vielen Dank für das Gespräch.**

Das Interview führte Christian Hunziker.

## THEMA DES MONATS

Messengerdienste wie Whatsapp werden von vielen Mietern gern genutzt, wie Kommunikations-expertin Dr. Cathrin Christoph bestätigt. „Wohnungs-unternehmen berichten, dass sie manche Menschen sogar ausschließlich über Whatsapp erreichen“, verdeutlicht sie dies. Sie weist jedoch auf die datenschutzrechtlichen Herausforderungen hin, die bei der Nutzung von Whatsapp zu beachten sind, und rät davon ab, Whatsapp einfach so auf das Diensthandy zu laden.

Ebenfalls eine wachsende Rolle spielen soziale Medien wie Facebook und Instagram. „Facebook bietet die Möglichkeit, Themen schnell umzusetzen, und dient zudem dazu, jüngere Menschen, die Prenzlau verlassen haben, über die positive Entwicklung der Stadt zu informieren“, erklärt Geschäftsführer Stüp-mann. Auf der Bewertungsseite können die Nutzer zudem – auch kritische – Kommentare abgeben. Das, sagt Stüpmann, sei besser, als wenn die Mieter sich mit ihrer Kritik an die örtliche Tageszeitung wenden würden.

Auch die Lüdenscheider Wohnstätten AG (Lüwo) nutzt Facebook und Instagram, wobei das Un- >



So sieht die App des Mieterportals der Flüwo aus



**WIR** knüpfen mit Data Exchange an Ihr System an.

**SIE** haben Ihr Immobilienportfolio locker im Griff.

**techem**

Managen Sie große Immobilienportfolios jetzt noch effizienter: Die neuen Techem Data Exchange Services bieten eine einheitliche API, über die sich Ihr System einfacher und sicher an unseres andocken lässt. Für schnellen automatischen Datenaustausch, der viel Zeit spart. **Damit Sie sich aufs Wesentliche fokussieren können: techem.de**



Ein Bild aus Vor-Corona-Zeiten: „Singende Balkone“ heißt die Freiluft-Konzertreihe der Gewoba im Bremer Stadtteil Osterholz-Tenever

ternehmen mindestens zweimal wöchentlich eine Meldung postet – etwa Wohnungsangebote, Erfahrungsberichte der Auszubildenden oder Warnungen vor falschen Handwerkern. „Instagram wird vor allem von jüngeren Menschen bis 35 Jahre genutzt, während wir mit Facebook eher die Älteren erreichen“, sagt Lüwo-Vorstand Joachim Effertz. Mietverträge werden nach seinen Worten über diese Social-Media-Kanäle nur in Einzelfällen angebahnt. „Die sozialen Netzwerke“, sagt Effertz, „sind keine Vertriebskanäle, sondern Image- und Kommunikationskanäle“. Allerdings stellt Effertz fest, dass zumindest in Lüdenscheid „ein Großteil der Kommunikation mit den Mietern über persönliche Kontakte läuft“. Das geht so weit, dass der Lüwo-Geschäftsführer höchstpersönlich Mietern, die 90 Jahre oder älter sind, zum Geburtstag gratuliert.

### Kundenzentren verlieren an Bedeutung

Nur ist der persönliche Kontakt in Corona-Zeiten nicht unproblematisch. Das betrifft insbesondere die Kundenzentren, die vielerorts geschlossen oder nur nach Anmeldung geöffnet sind. Wohnungsunternehmen suchen deshalb neue Kontaktwege – etwa in Jena, wo die Jenawohnen GmbH Wohnungssuchenden ganz neu eine Online-Beratung via Video-Telefonie anbietet. Interessenten können sich so, ohne vor Ort sein zu müssen, aktuelle Angebote und die Grundrisse der verfügbaren Wohnungen zeigen lassen. Das digitale Angebot werde sehr gut

angenommen, sagt eine Sprecherin der Stadtwerke Jena GmbH, zu der die Jenawohnen gehört. „Aus diesem Grund wird die Möglichkeit der Online-Beratung dauerhaft in unsere Terminbuchungssoftware aufgenommen.“

Ohnehin scheint die Bedeutung des klassischen Kundenzentrums zu schwinden. „Die persönliche Kommunikation in den Geschäftsstellen wird immer unwichtiger“, stellt dazu Dr. Christoph fest. Das bestätigt der Prenzlauer Wohnungswirtschaftler René Stüpmann: Seit zehn Jahren sei das Besucheraufkommen im Kundenzentrum rückläufig.

Insbesondere große Wohnungsunternehmen fördern denn auch – wenn es nicht das Mieterportal oder die Mieterapp sein soll – die Kommunikation

über das Telefon. So hat die Berliner Degewo AG Anfang 2020 ihren Kundenservice komplett neu organisiert und eine zentrale Kundenberatung eingeführt, die sich um alle eingehenden Anrufe und E-Mails kümmert. Die Mieter wenden sich also nicht mehr an ihr jeweiliges Kundenzentrum. Diese Lösung sei sehr gut angenommen worden, sagt eine Sprecherin der Degewo. Im Jahr 2020 seien 352.000 Anfragen von der zentralen Kundenberatung abschließend bearbeitet oder an den zuständigen Fachbereich weitergeleitet worden.

### Es wird wieder Feste geben

Für die Kommunikation mit den Mietern nutzt die Degewo aber auch noch einen ganz anderen Kanal: ein großes Mieterfest, das vor Corona jeden Sommer



Jenawohnen informiert Wohnungsinteressenten seit Neuestem mittels einer Videoberatung über aktuelle Angebote

gefeiert wurde. Dieses Fest soll wieder stattfinden, sobald das wieder möglich ist, sagt die Degewo-Sprecherin. Der bisherige Erfolg und die gerade jetzt deutlich spürbare Sehnsucht der Menschen nach Festivitäten unter freiem Himmel seien gute Argumente für die Wiederaufnahme dieser Tradition.

„Der persönliche Kontakt bleibt extrem wichtig“, betont auch Stüpmann aus Prenzlau. „Deshalb wird es nach der Corona-Pandemie wieder Veranstaltungen wie den Mieterstammtisch, das Wohnbaufest, Weihnachtskonzerte und das Osterbaseln geben.“

Solange das nicht möglich ist, lassen sich Wohnungsunternehmen Alternativen einfallen. In Bremen etwa hat die Gewoba Aktiengesellschaft Wohnen und Bauen ihr traditionelles Freiluftkonzert der „Singenden Balkone“ in der Großwohnsiedlung OTe

## „Instagram wird vor allem von jüngeren Menschen bis 35 Jahre genutzt, während wir mit Facebook eher die Älteren erreichen.“

Joachim Effertz  
Lüwo-Vorstand

(Osterholz-Tenever) in Form von Youtube-Videos in den digitalen Raum verlegt.

Apropos digitaler Raum: Vielleicht, so vermutet zumindest Kommunikationsexpertin Dr. Christoph, wird es – die Klärung der Datenschutzfragen vorausgesetzt – bald einen weiteren Kanal der Mieterkommunikation geben. „In Zukunft“, sagt sie, „könnte es möglich sein, über Sprachassistenten wie Siri und Alexa mit dem Wohnungsunternehmen zu kommunizieren.“



Rund 30% der Mieter der Wohnbau Prenzlau nutzen bereits den Onlineservice „Friedrich“

[www.wisag.de](http://www.wisag.de)



 **wisag**

## Gepflegt. Gewartet. Gesichert. Full Service für Wohnimmobilien.

Ob Wartung und Instandsetzung, Reinigung, Sicherheit oder Grünpflege: Um Attraktivität und Wert Ihrer Liegenschaften zu erhalten, sind viele Services gefragt – nicht aber viele Dienstleister. Als erfahrener Branchenspezialist bieten wir Ihnen alle gewünschten Facility Services aus einer Hand.

Ihre Vorteile: Kosteneffizienz durch clever gebündelte Maßnahmen, Qualität durch gut ausgebildete Mitarbeiter, die immer in Ihrer Nähe sind. Und Mieter, die sich in Ihrer Anlage rundum wohlfühlen.

Ihr Ansprechpartner:

René Trageser  
Tel. +49 69 505044-183  
[rene.trageser@wisag.de](mailto:rene.trageser@wisag.de)