



# Mieterkommunikation – Zielgruppenorientierte Kommunikationsstrategien in der Wohnungswirtschaft

vdw-Fachkonferenz

„Kommunikation mit dem Mieter – Praktische Erfahrungen mit innovativen Kommunikationswegen“

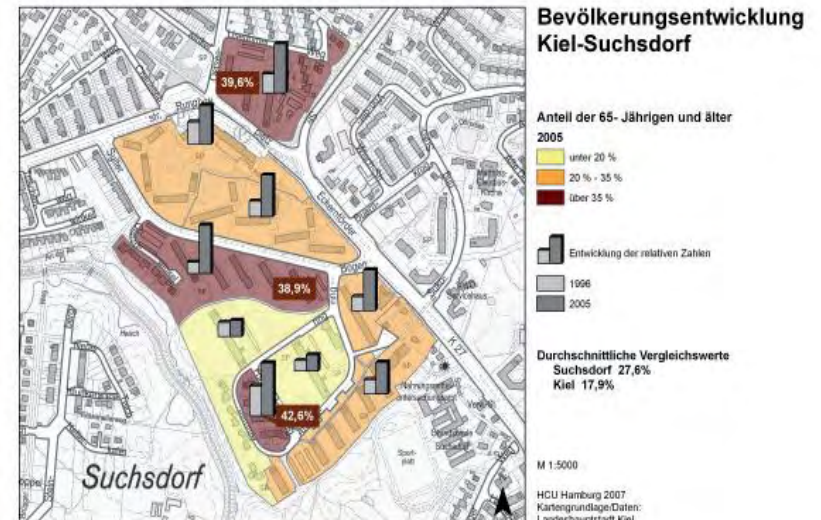
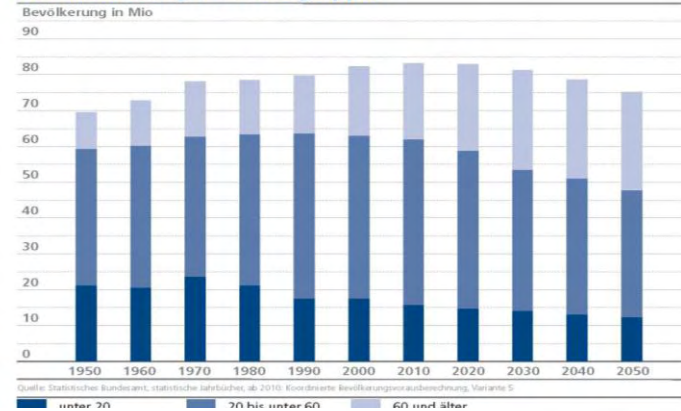
Mainz, 27. Oktober 2010

Dr. Immanuel Stieß, ISOE

# Demographischer Wandel

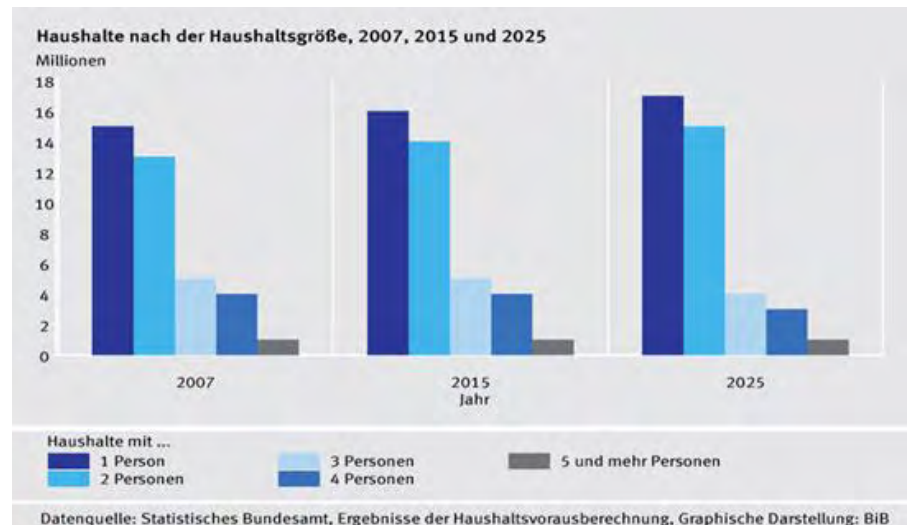
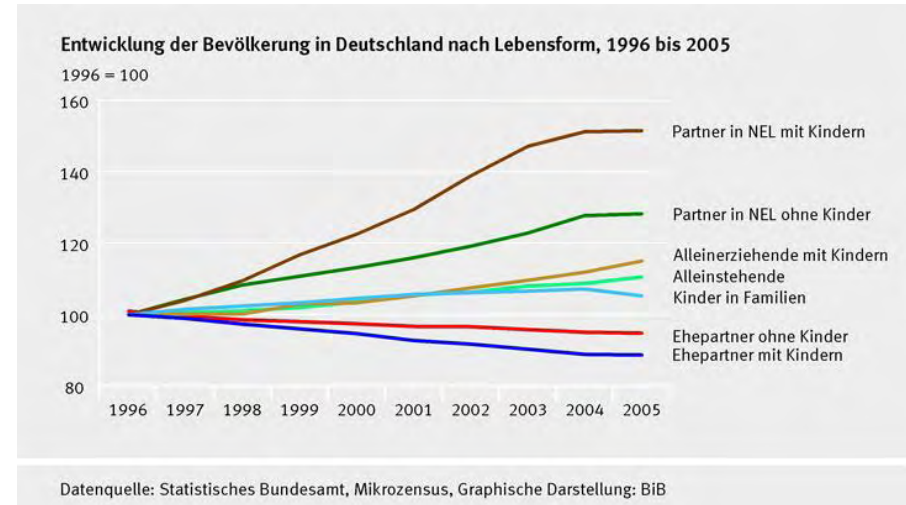
- Zwischen 1960 und 2005 sank der Anteil der unter 20-Jährigen an der Bevölkerung von 28 auf 20 Prozent
- Parallel stieg der Anteil der Personen, die 60 Jahre und älter waren, von 17 auf 25 Prozent
- Nach Modellrechnungen des Stat. Bundesamts kann der Anteil der über 60-Jährigen bis zum Jahr 2050 auf über 35% steigen
- Bereits heute wird in vielen Quartieren der 1950er und 1960er Jahre dieser Anteil erreicht!

### Die Entwicklung der Altersgruppen



# Pluralisierung von Lebensformen

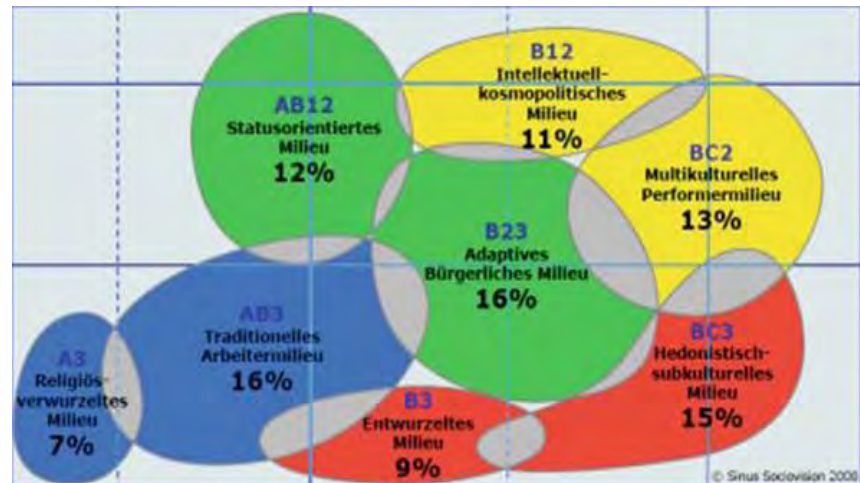
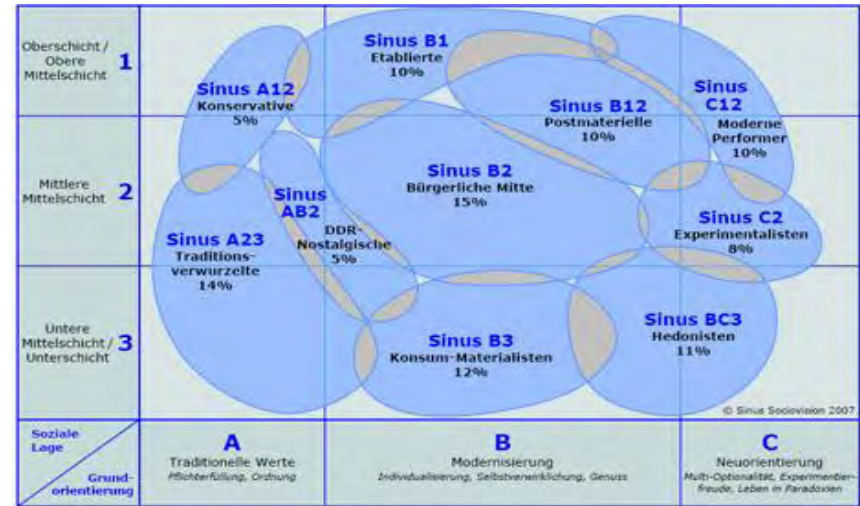
- Lebensformen jenseits der Kleinfamilie gewinnen an Bedeutung
- Ein-Personen-Haushalte stellen die häufigste Lebensform dar (2006: 38,8%)
- Der Anteil der Mehr-Personen-Haushalte geht kontinuierlich zurück
- In knapp der Hälfte der Mehr-Personen-Haushalte leben keine Kinder
- Durchschnittliche Haushaltsgröße sinkt kontinuierlich (2006: 2,04)





# Ausdifferenzierung von Lebensstilen

- Seit den 1970er Jahren haben sich unterschiedliche Lebensstile ausdifferenziert.
- Die soziale Selbst- und Fremdwahrnehmung wird nicht mehr nur durch objektive Merkmale (Einkommen, Beruf, Bildung) bestimmt, sondern richtet sich auch an soziokulturellen Merkmalen (Einstellungen, Werte, Orientierungen) aus.
- Durch Zuwanderung entstehen neue und veränderte Milieu-Konfigurationen.



# Zielgruppenbezogene Mieterkommunikation



- Welche Zielgruppe(n) soll erreicht werden?
- Was ist über die Wünsche und alltäglichen Bedürfnisse dieser Zielgruppe(n) bekannt?
- Wie können die Zielgruppe bzw. die Zielgruppen erreicht werden?
- Welche Ressourcen stehen dafür zur Verfügung?

# „Aktive Familien“ – Ansprüche an das Wohnen

- „Gediegenes“ Wohnen
  - Harmonisch, Gefühl von Sicherheit und Geborgenheit
- Ganz wichtig: Das Wohl der Kinder
  - Gute Infrastruktur, v.a. Schulen, passendes Freizeitangebot
- Enge soziale und emotionale Bindung an das Quartier
- Große Sensibilität für das Image des Quartiers
  - vor allem im Hinblick auf Sicherheit
- Machbarkeitsorientierung: Kosten als wichtiger Parameter
  - Häufig Eigenleistungen, um den eigenen Lebensstandard zu erhöhen
- Pragmatische Kalkulation der Mobilitätskosten
  - Wohnen in der Stadt, Verzicht auf 2.PKW



Quelle: Woonbron 2005

# „Vorausschauende 50plus“ – Ansprüche an das Wohnen

- Biographische Umbruchsituation, Vorsorge für das Leben im Alter
  - Empty Nest, (Vor-)Ruhestand
- Selbständigkeit im Alter erhalten
  - Wohnung und Wohnumfeld: pflegeleicht und „convenient“
- Praktische Wohnung, die wenig(er) Aufwand macht
  - 2- bis 3-Zimmer-Wohnungen
- Nähe zu Kindern, Enkeln, Freunden
  - Hoffen auf Unterstützung im Alter
- Leben in der Stadt
  - Geschäfte des täglichen Bedarfs, Ärzte, ÖPNV gut zu Fuß erreichbar
  - Entlastung von PKW-Abhängigkeit
- Zuverlässiger Service des Vermieters



Quelle: Woonbron 2005

- Einfache Basisansprüche
  - Funktionales Wohnen ohne massive Mängel oder Beeinträchtigungen
  - Nähe zur Ausbildungsstätte/Uni, gute Verkehrsanbindung
  - Mobilität ohne Auto
- Funktionaler Quartiersbezug
  - Flexibilität und Toleranz hinsichtlich Quartier und Bewohnerstruktur
  - Problematische Sozialstruktur wird in Kauf genommen
- Zentral: Preiswert Wohnen
  - Einfache Standards auch mit hinnehmbaren Wohnungsmängeln
  - Wichtiger: Ruhiges Wohnumfeld (Lernen)



Quelle: Hoogvliet Brandbook

[http://www.identiteitenbranding.nl/pdf/Hoogvliet\\_Brandbook\\_RTb.pdf](http://www.identiteitenbranding.nl/pdf/Hoogvliet_Brandbook_RTb.pdf)



## Mieterkommunikation bei einer Sanierung

# Sanieren als bauliche und soziale Herausforderung



- In vielen Siedlungen der 1960er und frühen 1970er Jahre findet ein Generationenwechsel statt:
  - Alteingesessene Bewohner sterben oder müssen ihre Wohnung altersbedingt verlassen.
  - Eine neue Generation zieht nach.
- Unterschiedliche Lebensstile, Wertvorstellungen und Gewohnheiten prallen aufeinander und können zu Konflikten zwischen den verschiedenen Gruppen führen.
- Wie kann das Zusammenleben unterschiedlicher Mietergruppen gestaltet werden?

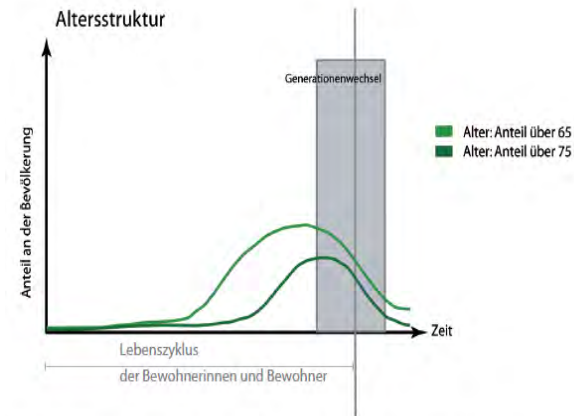


Abb. 13: Soziodemographischer Lebenszyklus der Bewohnerinnen und Bewohner, Altersstruktur (Quelle: Eigene Darstellung)

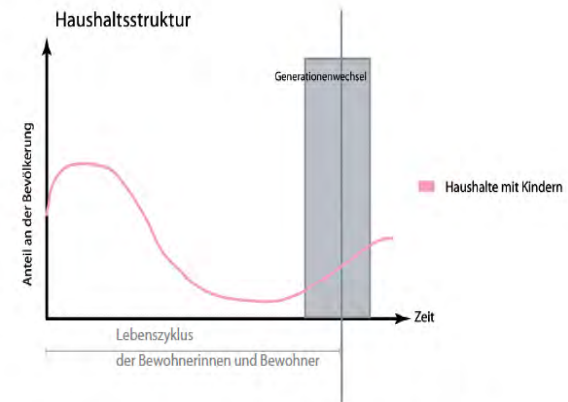


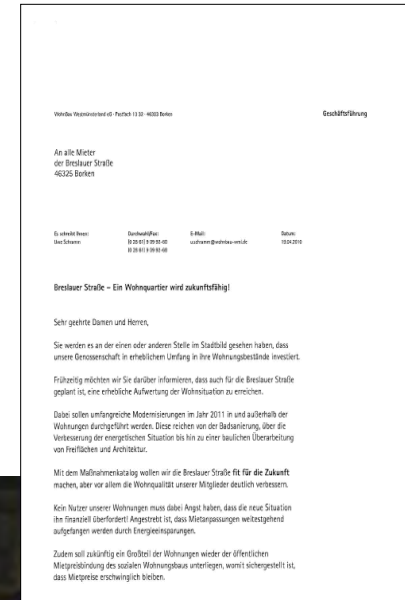
Abb. 14: Soziodemographischer Lebenszyklus der Bewohnerinnen und Bewohner, Haushaltsstruktur (Quelle: Eigene Darstellung)

# Was kann Mieterkommunikation leisten?

- Akzeptanz schaffen und Identifikation stiften
  - Zufriedenheit mit Ergebnissen erzeugen
  - Befürchtungen und Ängste abbauen
  - Eigenverantwortung der Mieter stärken
- Qualität von Lösungen verbessern
  - Informationszugang erleichtern
  - Bedürfnisse, Interessen und Positionen ermitteln
  - breite Informationsgrundlage schaffen
  - Kreative Potenziale aktivieren
- Mitwirkungs- und Gestaltungsmöglichkeiten schaffen
  - Konsensfindung und Konfliktregelung ermöglichen
- Lernprozesse anstoßen
  - sowohl im Unternehmen als auch innerhalb der Mieterschaft
- Umsetzungsorientierung fördern
  - Widerstände frühzeitig erkennen, Feedback ermöglichen

# Mieterkommunikation bei einer Sanierung

- Erhebung von Daten
  - Erkunden von Interessen und Meinungen
- Vermittlung und Weitergaben von Informationen
  - Mieteranschreiben, Mieterzeitung, Aushänge
  - Mietersprechstunde
  - Internet
  - Mieterversammlung



- Aktivieren
  - Eigene Aktivitäten in der Mieterschaft anregen
  - Soziale Kontakte zwischen Mieterinnen und Mietern stärken
- Mitwirkung
  - Planungsbeteiligung
  - Handwerkliche Beteiligung bei der Durchführung von Maßnahmen
  - (Finanzielle Beteiligung)
- Mieterkommunikation begleitet und ergänzt planerisch-bauliche Entwicklungsstrategien!



# Hans-Böckler-Siedlung Offenbach (2002)

Mieterbaustelle

ISOE



# Hans-Böckler-Siedlung Offenbach (2002)

Mieterbaustelle

ISOE



# Hans-Böckler-Siedlung Offenbach (2002)

Mieterbaustelle

ISOE



# Hans-Böckler-Siedlung Offenbach (2002)

ISOE



## Hans-Böcker-Siedlung (2002)





# Mieterkommunikation - Schritte und Inhalte

<b>Gebietsauswahl</b>	Panelbefragung Siedlungsbegehung	Mieter- zufriedenheit
<b>Bestandsaufnahme</b>	[Mieterbefragung] Bekanntgabe Begehungen	Mieterdaten Bewertung Wohnsituation
<b>Entwurfsplanung</b>	Mieterversammlung [Planerrunden]	Planungsstand Konzeptbewertung durch Mieter
<b>Ausführungsplanung</b>	Ankündigung Modernisierungs- Vereinbarung	Information zu Umfang u. Ablauf
<b>Bauausführung</b>	Aushang Termine Sprechstunde	Bauzeiten Sonderwünsche Beschwerden
<b>Nutzungsphase</b>	Workshop Mieterinformation	Feedback Nutzungshinweise

# Bilanz der Mieterkommunikation

## Vorteile des Wohnungsunternehmens

- Verbesserte Informationsbasis
- Breiteres Spektrum von Optionen
- Hohe Akzeptanz für umfangreiche bauliche Veränderungen
- Synergien durch Integration von Mieterkommunikation und Kundenbetreuung
- Verbesserte Planungssicherheit und geringere Kosten für juristische Auseinandersetzungen
- Einsparungen durch Mieterselbsthilfe bei der Gestaltung der Außenanlagen
- Verringertes Leerstandsrisiko und Begrenzung der Fluktuation durch verbesserte Kundenbindung
- Langfristige Sicherung der Vermietbarkeit

## Vorteile für Mieterinnen und Mieter

- Verbesserter Zugang zu Informationen über die Modernisierung
- Bessere Möglichkeit zur Wahrung der Mieterinteressen
- Verringerte Eingriffe in bestehende Nutzungen
- Aufwertung der Nutzungsqualität des Wohnumfelds durch Angebote für unterschiedliche Bewohnergruppen
- Gemeinsame Lernprozesse durch moderierte Planerrunden
- Geringere Belästigungen durch individuell abgestimmte Planung und Serviceangebote

Herzlichen Dank  
für Ihre Aufmerksamkeit!

[www.isoe.de](http://www.isoe.de)  
[stiess@isoe.de](mailto:stiess@isoe.de)