Genossenschaftliches Wohnen in strukturschwachen Regionen – Wege und Auswege

Maren Kern
BBU-Vorstand

Münster, den 24. März 2015

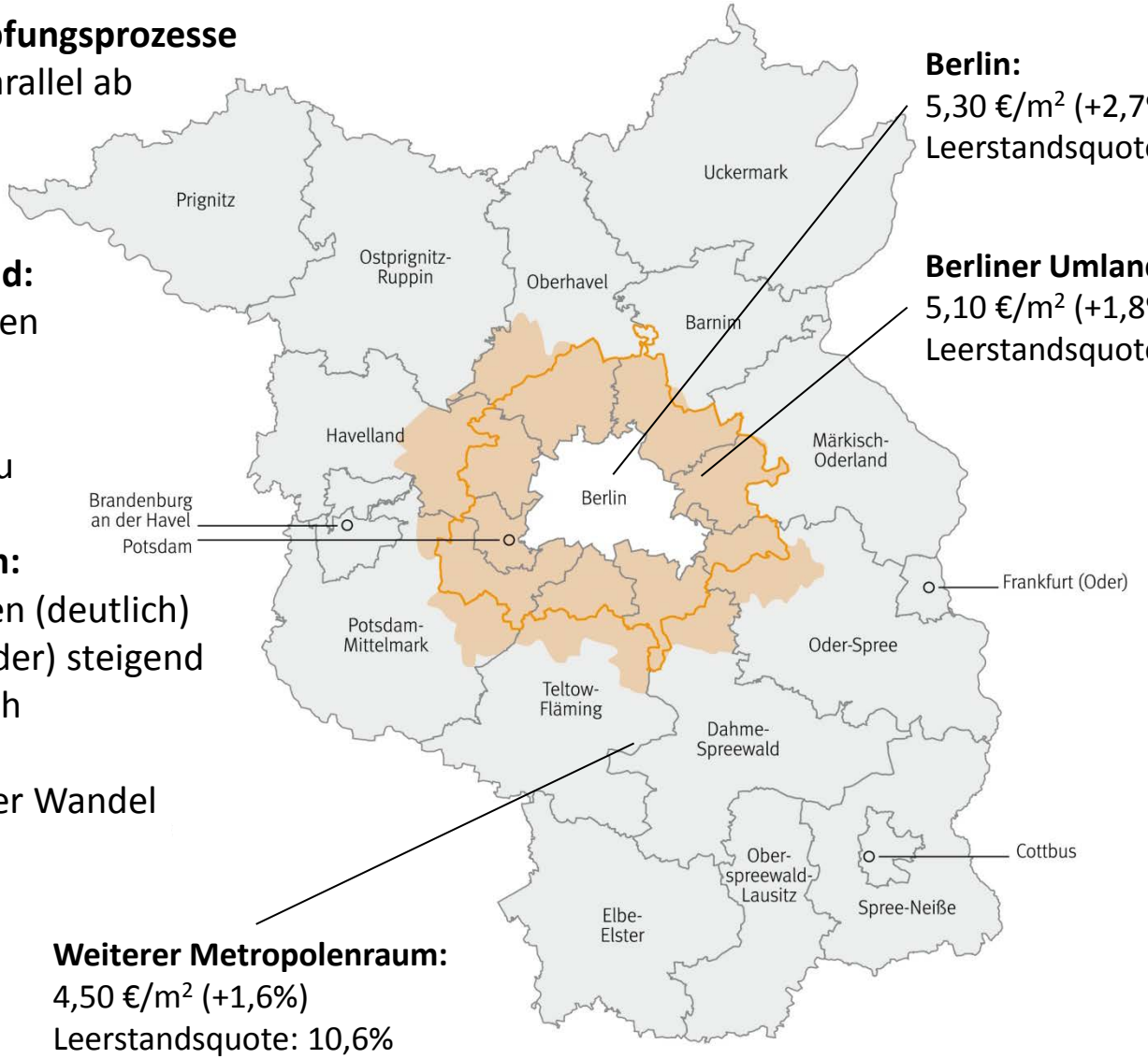
BBU Verband Berlin-Brandenburgischer Wohnungsunternehmen e.V.
Lentzeallee 107
14195 Berlin
Tel. 030 - 897 81 - 0
Fax. 030 - 897 81 -249
info@bbu.de
www.bbu.de

Der BBU – ein „Zweiländerverband“

Wachstums- und Schrumpfungsprozesse
laufen auf engem Raum parallel ab

Berlin und Berliner Umland:
- Bevölkerungszahlen steigen
- Leerstand sinkt
- Mieten steigen moderat
- Herausforderung: Neubau

Weiterer Metropolenraum:
- Bevölkerungszahlen sinken (deutlich)
- Leerstand hoch und (wieder) steigend
- Mieten stagnieren vielfach
- Herausforderungen:
  Abriss und demografischer Wandel



Berlin:
5,30 €/m² (+2,7%)
Leerstandsquote: 2,0%

Berliner Umland:
5,10 €/m² (+1,8%)
Leerstandsquote: 2,7%

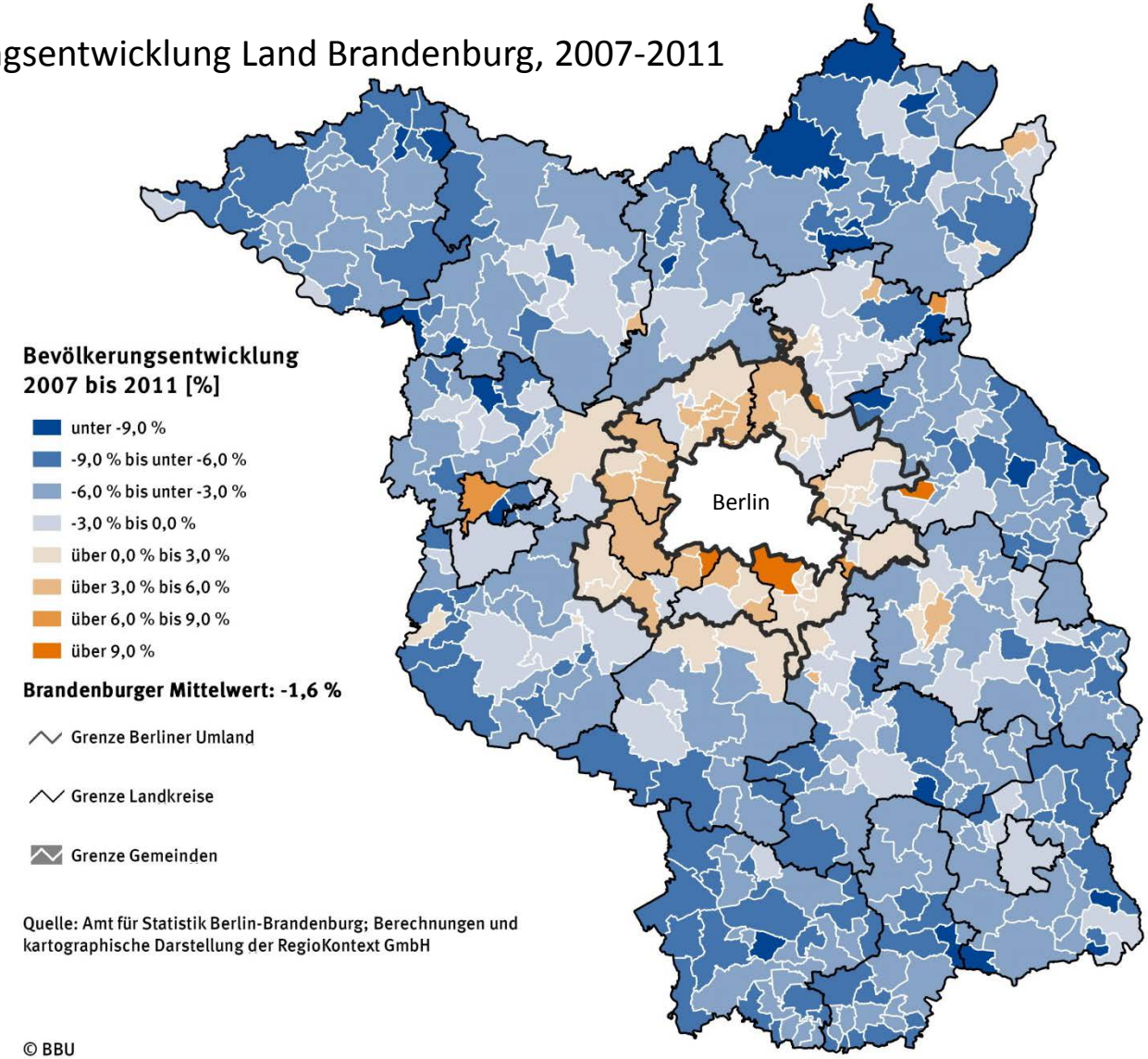
Weiterer Metropolenraum:
4,50 €/m² (+1,6%)
Leerstandsquote: 10,6%

Quelle und Grafik: BBU

©BBU

Flächendeckend (starker) Bevölkerungsrückgang

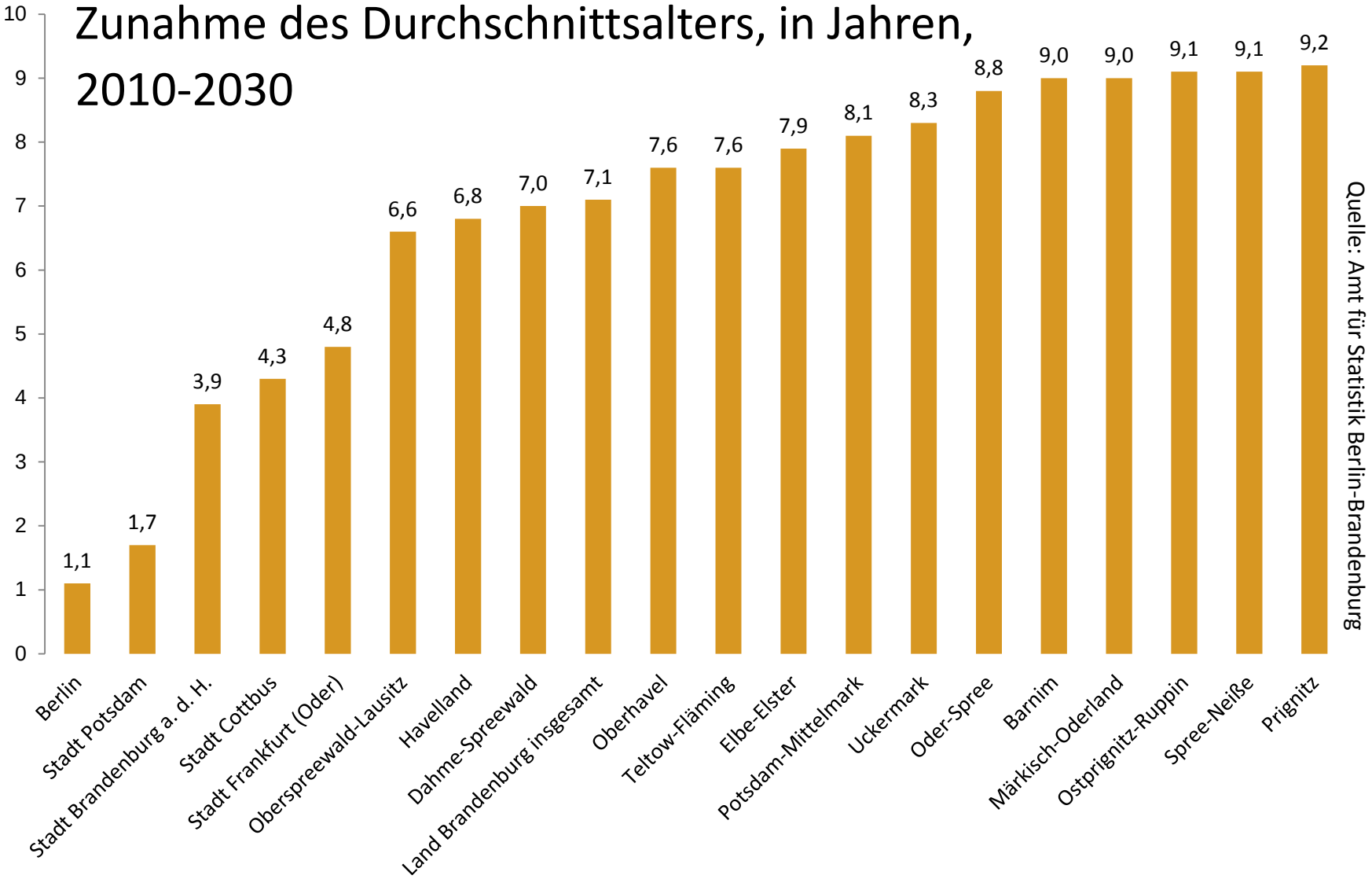
Bevölkerungsentwicklung Land Brandenburg, 2007-2011



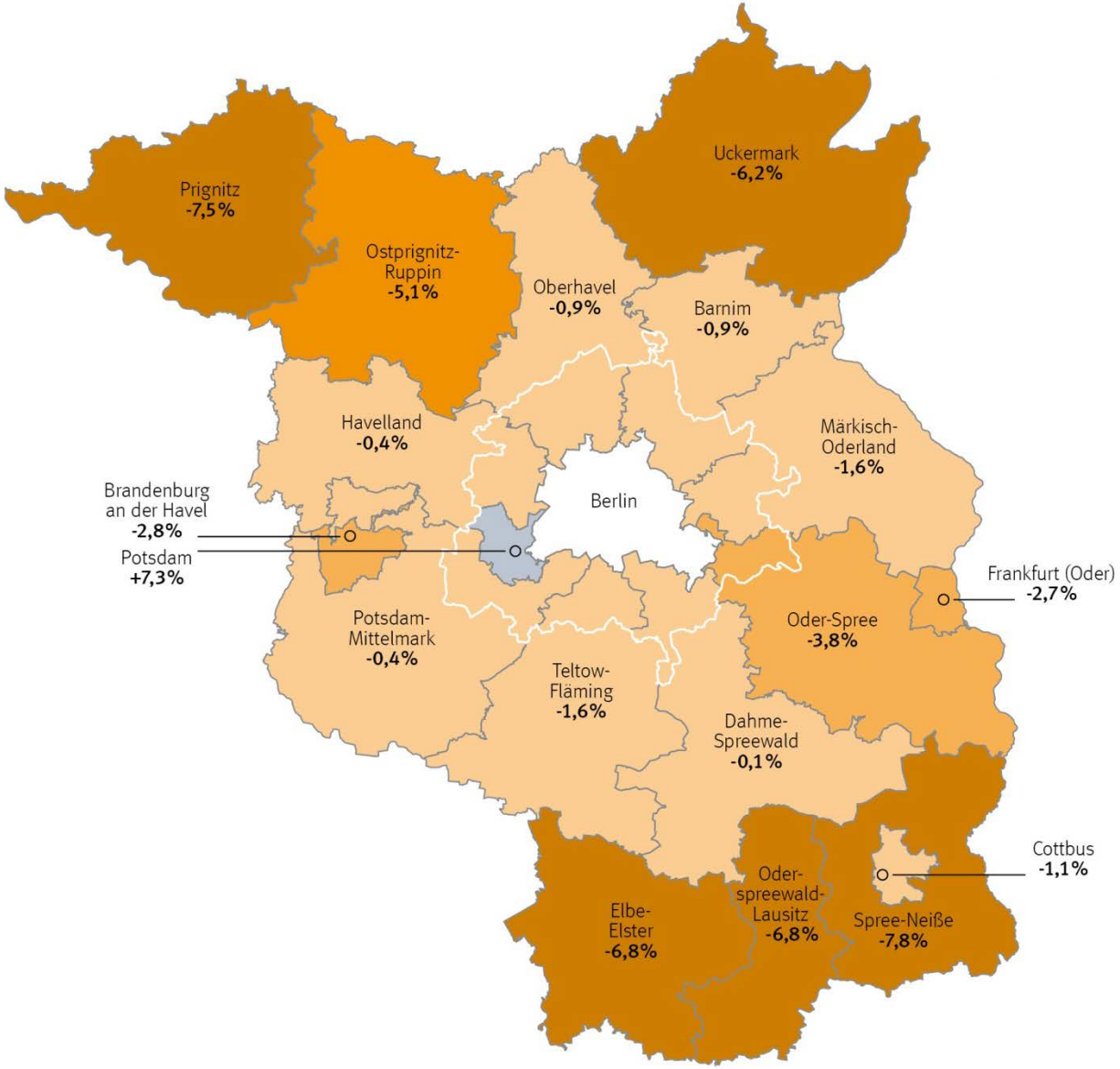
Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg; Berechnungen und kartographische Darstellung der RegioKontext GmbH

© BBU

Alterung mit „Siebenmeilenstiefeln“



Bevölkerungszahlen schrumpfen weiter



Bevölkerungsentwicklung 2014 bis 2020 in %:

Bevölkerungswachstum
- über 0,0 %

Bevölkerungsrückgang
- 0,1 % bis -2,0 %
- -2,1 % bis 4,0 %
- -4,1 % bis -6,0 %
- -6,1 % bis -8,0 %

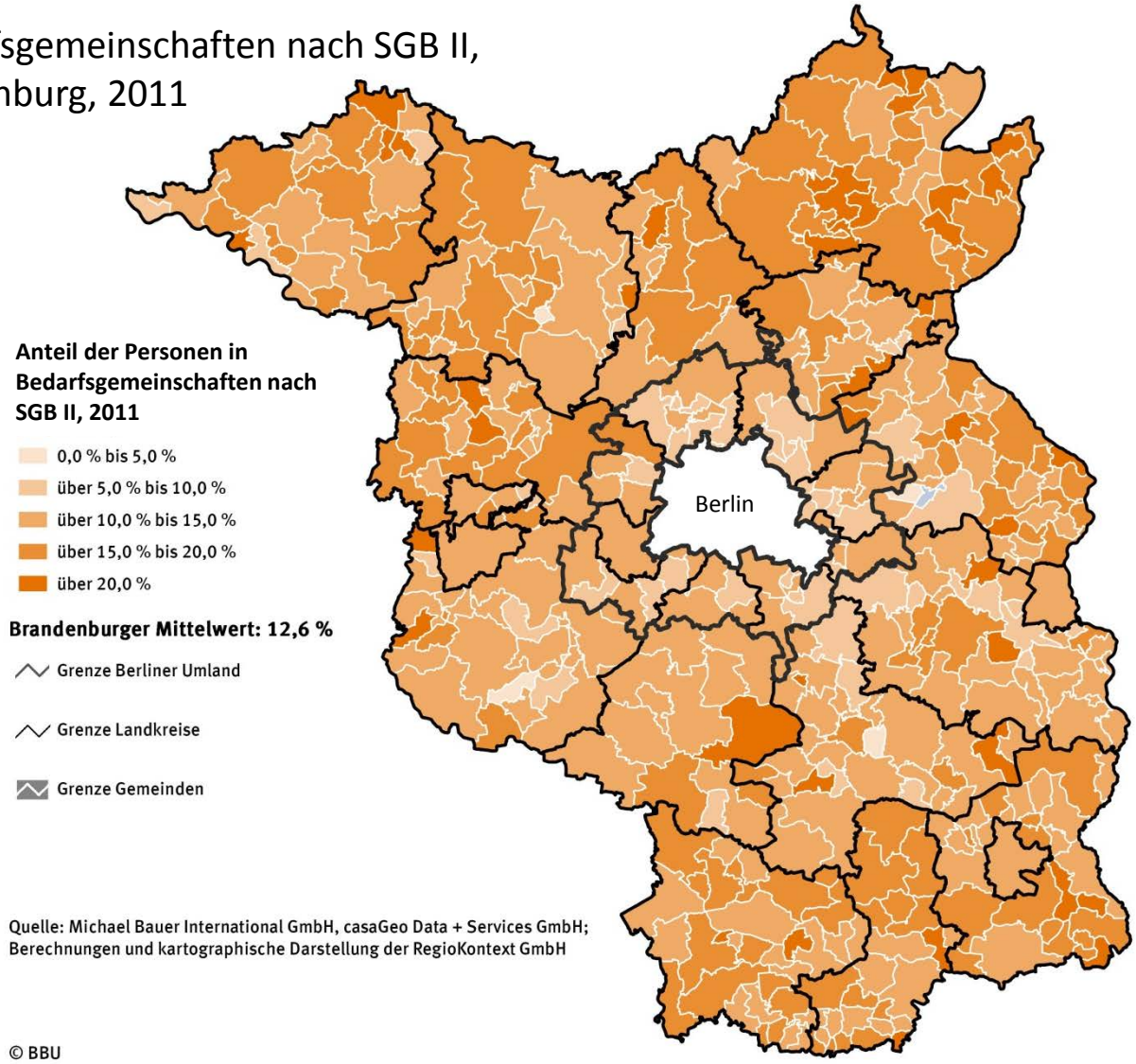
Land Brandenburg gesamt: -2,2 %

- Grenze Berliner Umland / Weiterer Metropolenraum
- Grenze Landkreise
- Kreisfreie Stadt

Quelle: Eigene Berechnung des BBU auf Basis der Bevölkerungsprognose des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg, 2011 bis 2030 / Grafik: BBU

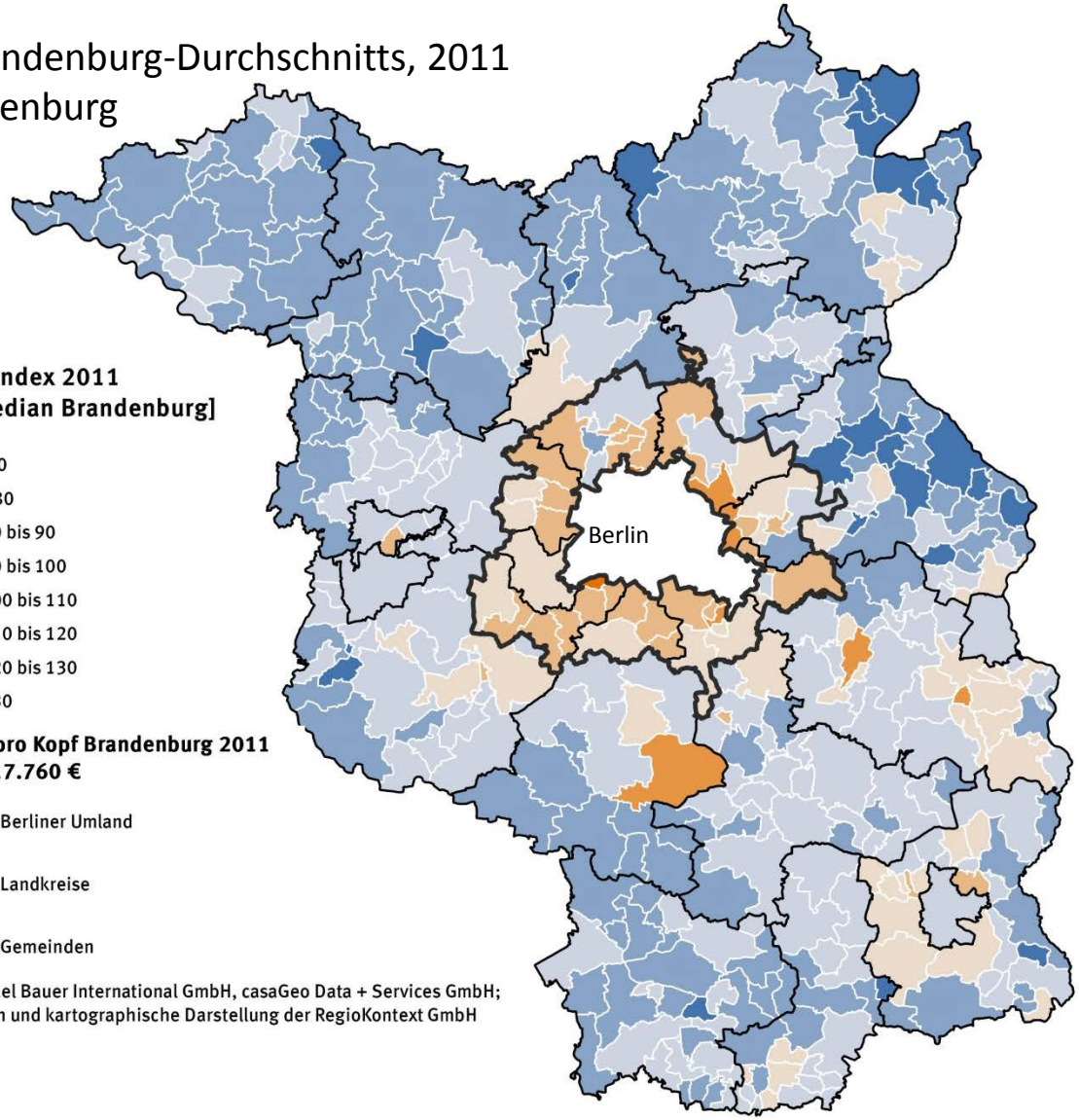
Vielfach (noch) hohe Arbeitslosigkeit

Anteil Bedarfsgemeinschaften nach SGB II, Land Brandenburg, 2011



„Randregionen“ mit schwacher Kaufkraft

Kaufkraft in % des Brandenburg-Durchschnitts, 2011
(Kaufkraft Land Brandenburg
im Vergleich zum
Bundesdurchschnitt:
ca. 88%)



Kaufkraftindex 2011
[100 = Median Brandenburg]

- unter 70
- 70 bis 80
- über 80 bis 90
- über 90 bis 100
- über 100 bis 110
- über 110 bis 120
- über 120 bis 130
- über 130

Kauftkraft pro Kopf Brandenburg 2011
(Median): 17.760 €

- Grenze Berliner Umland
- Grenze Landkreise
- Grenze Gemeinden

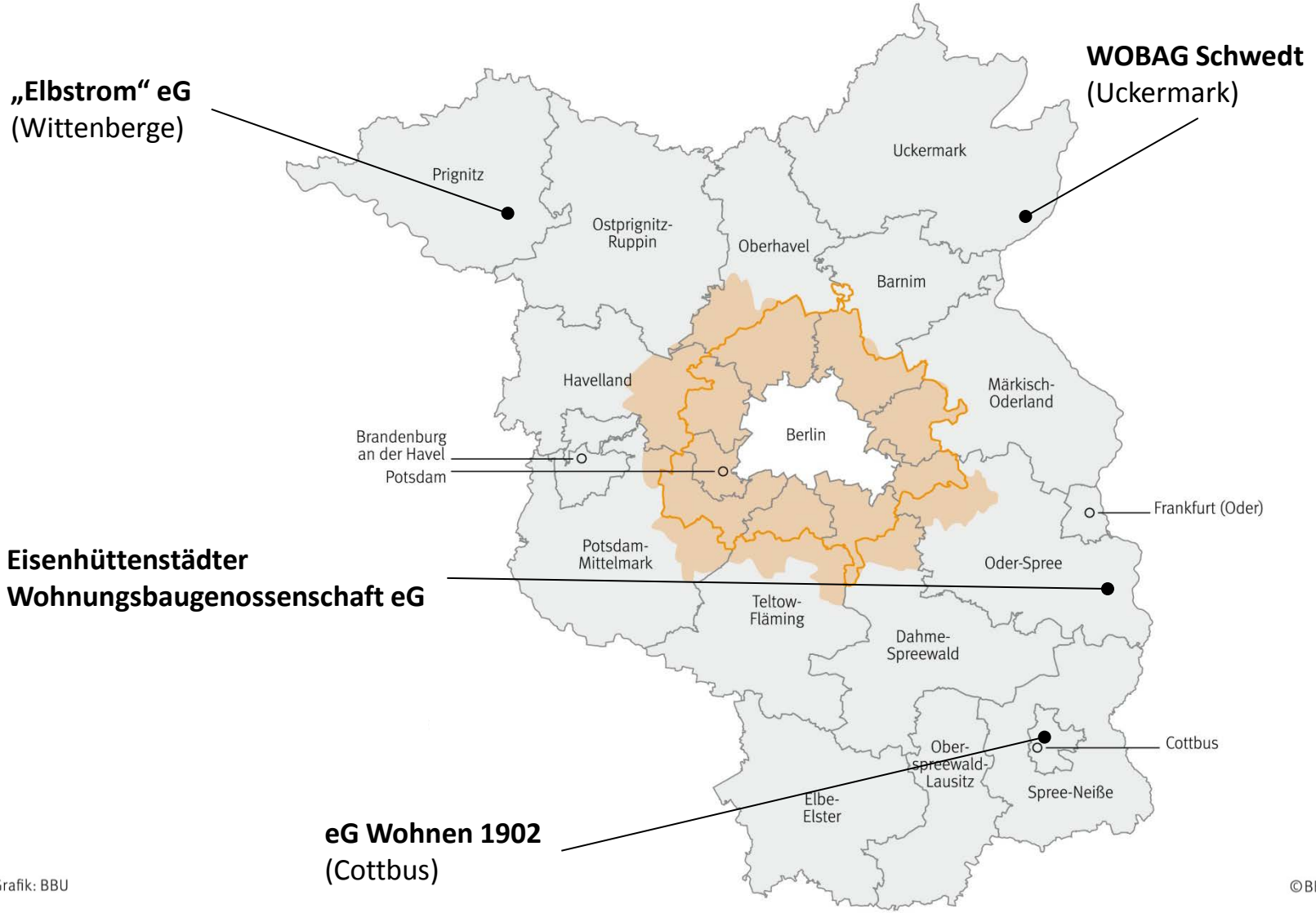
Quelle: Michael Bauer International GmbH, casaGeo Data + Services GmbH;
Berechnungen und kartographische Darstellung der RegioKontext GmbH

© BBU

Gegenstrategien der Genossenschaften

- Günstige Mieten: 4,40 €/m² im Durchschnitt (2013; Brandenburg insgesamt: 4,68 €/m²)
- Abrisse: rd. 5.000 (2009-2013)
- Hohe Investitionen: rd. 500 Mio. € (2009-2013)
- Hohe Modernisierungsstände: über 90% teilweise oder vollständig modernisiert
- Dazu noch eine Reihe besonderer Maßnahmen, z.B.:
  - Marketing (eG Wohnen 1902, Cottbus)
  - Vernetzung (Wohnungsgenossenschaft „Elbstrom“ eG, Wittenberge/Prignitz)
  - Zielgruppenorientierung (Wohnungsbaugenossenschaft Schwedt eG)
  - Mitgliederkommunikation (Eisenhüttenstädter Wohnungsbaugenossenschaft eG)

Vier Beispiele für erfolgreiche Positionierung



Quelle und Grafik: BBU

©BBU

Marketing: eG Wohnen 1902, Cottbus

- Unternehmen: Größte Wohnungsgenossenschaft im Land Brandenburg (rd. 10.000 Wohnungen)
- Ausgangslage: Anstieg des Leerstands von 5,3% (2010) auf 8,2% (2012) in einem schwierigen Markt
- Strategie: u.a. Stärkung der Wahrnehmung des Unternehmens durch eine grundlegende Neuaufstellung des Corporate Designs:
  - Umfirmierung von „Gemeinnützige Wohnungsbaugenossenschaft Cottbus“ in „eG Wohnen 1902“ (zuvor Unternehmenskürzel der beiden Großvermieter in Cottbus praktisch identisch); neues Logo
  - Neues Internet, Nutzung von Social Media: „App“ sowie Imagefilm zur Genossenschaft, enge Kooperation mit dem Stadtfernsehen Cottbus
  - „Marketingoffensive“: Großflächenwerbung, Werbung auf Straßenbahnen und Bussen, besondere Marketingaktionen (z.B. „Umzugswochen“ mit einem Umzugsbonus in Höhe von 400 Euro)
  - Erweiterung und Vertiefung des Partner-Netzwerks

Marketing: eG Wohnen 1902, Cottbus

- Ergebnisse:
  - Stärkung der Wahrnehmung als eigenständiger Wohnungsanbieter und <u>besondere</u> Wohnform
  - Leichter Rückgang des Leerstands

Vernetzung: Wohnungsgenossenschaft „Elbstrom“ eG, Wittenberge/Prignitz

- Unternehmen: Größte Wohnungsgenossenschaft der Prignitz (rd. 3.000 Wohnungen, v.a. in Wittenberge)
- Ausgangslage: Sehr hoher Leerstand in Wittenberge (2009: 24,0%) bei anhaltend starkem Bevölkerungsrückgang (2009-2013: -7,6%)
- Strategie: Verbesserung der Wahrnehmbarkeit der Wohnungsgenossenschaft als besondere Wohnform und regional besonders tief verwurzelter Wohnungsanbieter:
  - Schaffung des Netzwerks „Prignitzer Genossenschaften“ (aus Anlass des „Internationalen Jahrs der Genossenschaften“ 2012)
  - Mitglieder: sechs Prignitzer Wohnungsgenossenschaften sowie etliche Agrar-, Handwerks- und Bankengenossenschaften (insgesamt 42)
  - Gemeinsame Internetseite, gemeinsames Logo („Im Zeichen der Wabe“), Erarbeitung von Bildungsmaterial für Schulen, Ausstellungen (auch auf Berufsmessen)
  - Gemeinsame Durchführung von Veranstaltungen

Vernetzung: Wohnungsgenossenschaft „Elbstrom“ eG, Wittenberge/Prignitz

- Ergebnisse:
  - Sehr gute mediale Wirkung der Initiative, umfangreiche und regelmäßige Berichterstattung in den Regionalmedien
  - Trotz gleichzeitigem Bevölkerungsrückgang: Leerstand bei der „Elbstrom“ stabil bzw. leicht rückläufig
  - Leerstand bei der „Elbstrom“ deutlich niedriger als im Durchschnitt von Wittenberge

Artikel in der DW 5/2014

Mittelalterliches Spektakel der Prignitzer Genossenschaften auf der Plattenburg, eine Wasserburg, die den angrenzenden Gemeinden ihren Namen gibt

Prignitzer Genossenschaften intensivieren Zusammenarbeit

Im Zeichen der Wabe – für Heimatregion und eigenen Erfolg

Was einst die Genossen schafften, ist heute alles andere als ein alter Hut. Eine Idee, mehr als 150 Jahre alt, ist lebendiger denn je. Genossenschaften sind aus dem Alltag, aus der Wirtschaft nicht mehr wegzudenken. Ewig jung scheinen sie zu sein. Und sie erfinden sich immer wieder neu, bieten Jobs, Wohnungen oder Finanzdienstleistungen, übernehmen Verantwortung für das Wohlergehen ihrer Mitglieder, Kunden und Standorte. Höchste Zeit, den Genossenschaften eine gebührende Plattform zu schaffen. Ein Beispiel aus der Prignitz.

Martin Brödder (l.)
Vorstand Volks- und Raiffeisenbank Prignitz eG
Perleberg

Karsten Korup
Vorstandsvorsitzender Wohnungsgenossenschaft Elbstrom eG
Wittenberge

Die Vereinten Nationen hatten 2012 zum Internationalen Jahr der Genossenschaften ausgerufen, um auf die weltweite Bedeutung von Genossenschaften aufmerksam zu machen und ihre Rolle für die wirtschaftliche und soziale Entwicklung vieler Länder zu betonen. Jenes Jahr, in dem weltweit der Fokus auf dieses offensichtlich so vorteilhafte Modell „Genossenschaft“ gelenkt wurde, nahmen die Genossenschaften in der Pri-

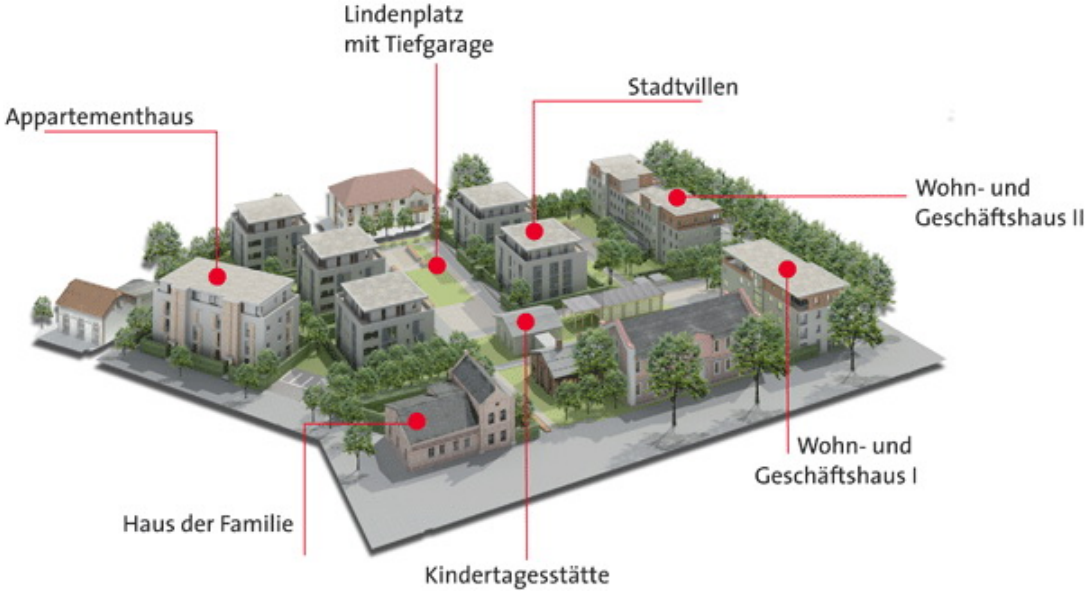
68 DW DIE WOHNUNGSWIRTSCHAFT 5|2014

Zielgruppenorientierung: WOBAG Schwedt

- Unternehmen: Größte Wohnungsgenossenschaft in Schwedt (rd. 4.400 Wohnungen)
- Ausgangslage: Gute Erfolge beim Leerstandsabbau, aber sehr ausgeprägter Bevölkerungsrückgang (2009-2013: -11,7%)
- Strategie: Konzentrierter Abriss, ergänzt durch zielgruppengerechten (= generationsübergreifenden) Neubau:
  - Schaffung des „Lindenquartiers“ als „Stadtquartier für alle Generationen“ (Planung und Bau: 2009-2012) mit 51 Wohnungen
  - Schaffung eines „Mehrgenerationenhauses“ mit zahlreichen (und tatsächlich generationenübergreifenden!) Freizeitangeboten (u.a. „Kindercafé“, „Englisch-Spielkreis“, „KidsClub“, „StrickCafé“, Tanzgruppen)
  - Weit reichendes Kooperationsnetzwerk (u.a. „Lokale Allianz für Menschen mit Demenz“)

Zielgruppenorientierung: WOBAG Schwedt

- Ergebnisse:
  - Abbau des Leerstands: 2013 Leerstandsquote bei der WOBAG (1,7%) deutlich niedriger als Leerstandsquote in Schwedt (3,8%)
  - Schaffung eines weiteren generationengerechten Quartiers auf dem Weg: „Kranichsiedlung“ (Umbau und Ergänzung einer bestehenden Siedlung)
  - Image als „Familienvermieter“ gestärkt



WOBAG
DIE WOHNUNGSBAUGENOSSENSCHAFT

Mitgliederkommunikation: Wohnungsbau-genossenschaft Eisenhüttenstadt eG

VERBAND BERLIN-BRANDENBURGISCHER WOHNUNGSUNTERNEHMEN E.V.

- Unternehmen: Größte Wohnungsgenossenschaft in Eisenhüttenstadt (rd. 5.400 Wohnungen)
- Ausgangslage: Unterdurchschnittlicher, aber seit 2010 steigender Leerstand bei fortgesetztem Bevölkerungsrückgang (2009-2013: -14,2%)
- Strategie: Konsequente Fortsetzung des Stadtumbaus durch (Teil-)Abriss und Modernisierung von Quartieren, ergänzt um zielgruppengerechte Wohnangebote (Senioren, aber auch für junge Leute, z.B. Auszubildende):
  - Aufnahme von (z.T. beträchtlichen) Widerständen aus der Mitgliedschaft gegen Änderungen im Quartier (u.a. Ablehnung baulicher Veränderungen und weiterer Abrisse)
  - Erarbeitung und Umsetzung einer umfangreichen Mitgliederkommunikations-Strategie (Video, Ausstellung zum Stadtumbau, Mitgliederversammlungen, Mitgliederzeitschrift)

Mitgliederkommunikation: Wohnungsbaugenossenschaft Eisenhüttenstadt eG

BBU
VERBAND BERLIN-BRANDENBURGISCHER WOHNUNGSUNTERNEHMEN E.V.

- Ergebnisse:
  - Umfassende Information der Mitgliedschaft (und darüber auch Imagestärkung über die Mitgliedschaft hinaus)
  - Gute Kooperation

EWG

Fazit:
Genossenschaftliche Stärken im Vordergrund

VERBAND BERLIN-BRANDENBURGISCHER WOHNUNGSUNTERNEHMEN E.V.

- Investitionen – auch und gerade in einem schwierigen (und perspektivisch auch noch schwieriger werdenden) Umfeld:
  - In zielgruppengerechte Weiterentwicklung des Wohnungsbestandes
  - In Maßnahmen zur Schärfung des Profils und der Stärkung der Wahrnehmbarkeit als „besonderer“ Vermieter
- Nutzung und Vertiefung lokaler Netzwerke
- Bei allen Strategien immer auch ein zentraler Bestandteil: die intensive Kommunikation mit den Mitgliedern
- Wichtig: Zusammenspiel verschiedener Maßnahmen (und im Falle Brandenburgs: Flankierung durch Abriss!)

- **Genossenschaftliche „Tugenden und Stärken“ als Dreh- und Angelpunkt nutzen!**