



Wohnen fängt mit ›W‹ an.

IfG Symposium am 26.11.2019 in Münster
Vortrag Herr Blätz



*Die veränderte Mieterkommunikation
im digitalen Zeitalter –
durch Transparenz
und Dialog zu mehr Kundenzufriedenheit*



Wer sind wir...

- Baugenossenschaft mit Spareinrichtung
- rd. 17.900 Mitglieder
- über 9.100 Wohnungen
- über 20 Standorte
- in zwei Bundesländern (Niedersachsen und Sachsen-Anhalt)
- 108 Mitarbeiter
- Bilanzsumme 12/2018 378 Mio. EUR





Situation Mieterkommunikation

Früher

- externes Callcenter
- schlechte Erreichbarkeit
- papierhafte Mieterakte/Wohnungsübergabe etc.
- 4 x p.a. Mietermagazin „Willkommen“
- fehlende Transparenz Bearbeitungsstand
- Beschwerdemanagement
- Homepage
- keine Social-Media Auftritte
- digitales Schwarzes Brett

heute

- Eigenes Kundencenter
- First- / und Second-Level Support
- digitale Mieterakte, Wohnungsübergabe, Schadenmeldung
- Mietermagazin „Willkommen“, Newsletter intern, Facebook/Instagram, CRM Portal/App, Sparportal
- Ticketsystem
- digital-schnell-effizient
- Homepage SEO-/ und mobil-optimiert
- Facebook & Instagram
- Wird eingestellt – kein Nutzen!



Digitales Zeitalter:

1. Definition Digitalisierung: (Auszug aus Wikipedia):

Der Begriff **Digitalisierung** bezeichnet allgemein die Veränderungen von Prozessen etc., die bei einer zunehmenden Nutzung digitaler Geräte erfolgt. Im weiteren Sinn steht der Begriff insgesamt für den Wandel hin zu digitalen Prozessen mittels Informations- und Kommunikationstechnik.

Individualisierung und nicht etwa:

Internet, online



2. Digitale Transformation

Die digitale Transformation ist ein durch Technologie stimulierter Veränderungsprozess des Gesamtsystems einer Organisation.

Dieser Veränderungsprozess hat Auswirkungen auf

- Kommunikation
- Führung
- Unternehmenskultur
- Zusammenarbeit
- Geschäftsmodelle
- Kompetenzen
- u. v. m.



Wir sprechen über digitale Transformation!

Voraussetzungen:

- Veränderungsbereitschaft /-wille!
- ERP-System
- Organisations-Handbuch für (zumindest) die Kernprozesse
- Ressourcen intern/extern



These:

Die Digitalisierung wird oft als technisches oder ökonomisches Problem angesehen. Wichtig ist bei der Gesamtbetrachtung, dass die durch die Digitalisierung hervorgerufenen Veränderungen massive Auswirkungen auf unser gesellschaftliches Zusammenleben und auf unsere Gesellschaftsform haben werden.

Daher sollte bei allen unseren Aktivitäten der Mensch und sein Umfeld im Blick bleiben. Ebenso gilt es den Sinn einer Maßnahme als wichtige Ressource zu begreifen. “Sinnovationen“ schaffen! Nur dann kann etwas Vernünftiges entstehen, was auf Akzeptanz stößt und Menschen motiviert.

Dieser besonderen Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeitern, Mitgliedern und Mietern wollen wir uns gerade als Genossenschaft bewusst sein und stellen.

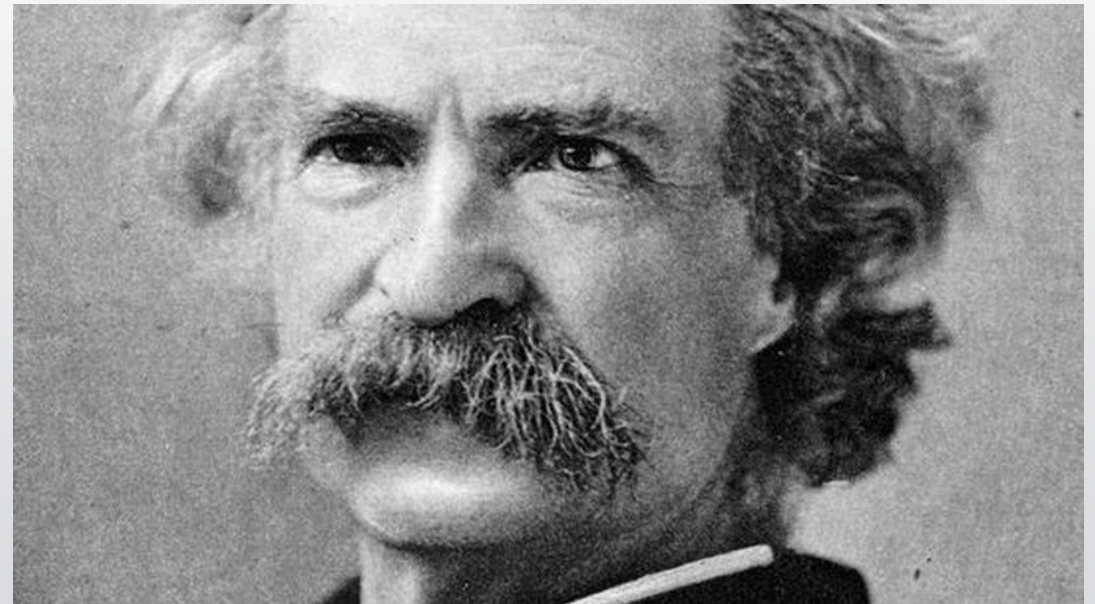


Zielsetzung:

„Nachdem wir das Ziel endgültig aus den Augen verloren hatten,

verdoppelten wir unsere Anstrengungen!“

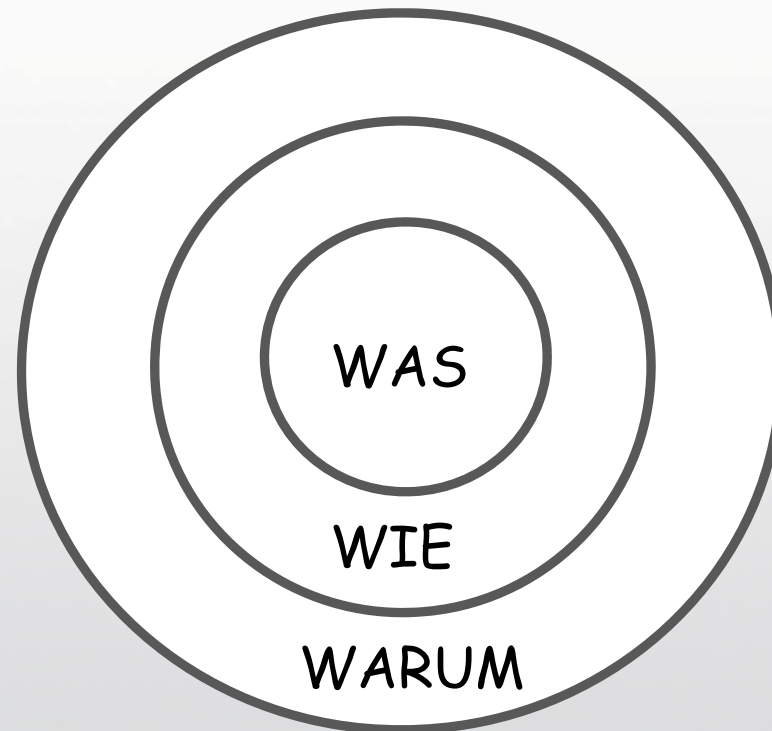
Mark Twain





Golden Circle

Wir haben unseren
„Golden Circle“
definiert



Was

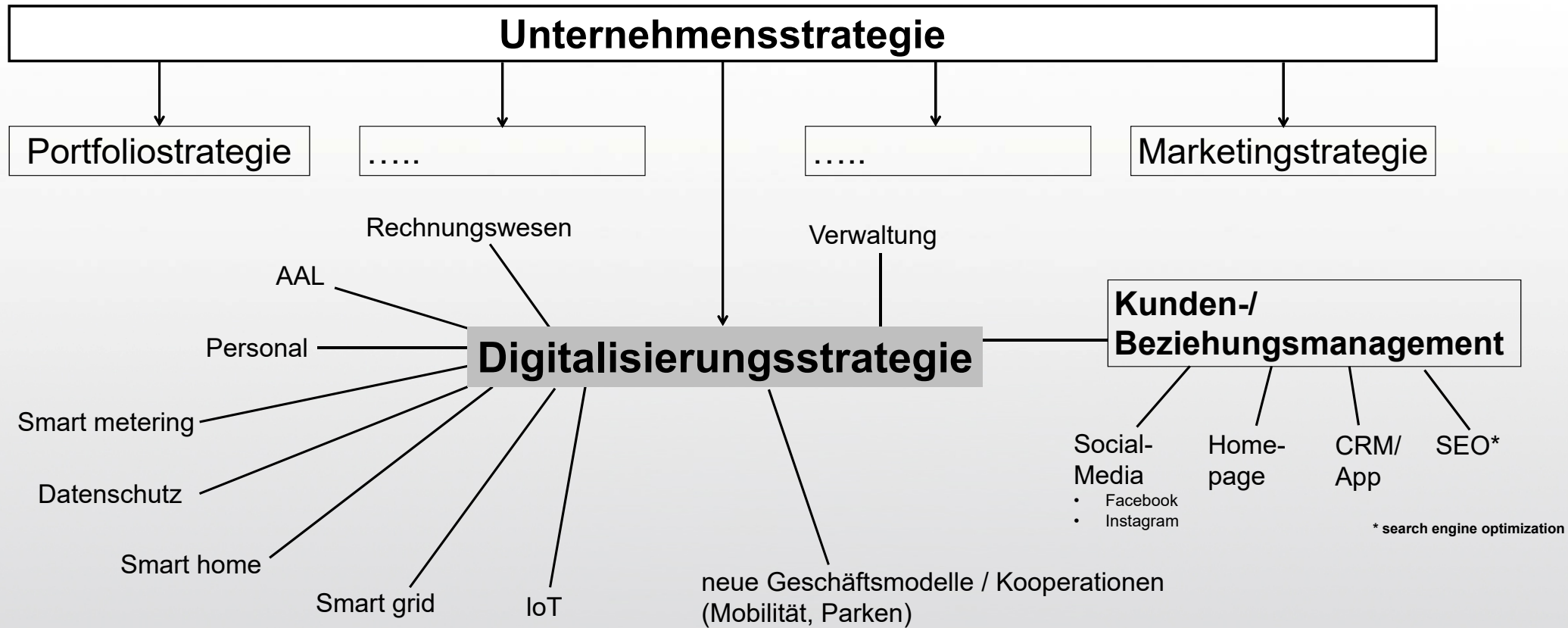
Jedes Unternehmen auf dem Planeten weiß, **WAS** es tut. Das sind Produkte, die es verkauft oder die Dienstleistungen, die es anbietet.

WIE

Einige Unternehmen wissen, **WIE** sie es tun. Das sind die Dinge, die sie zu etwas Besonderem machen oder die sie von ihrer Konkurrenz abheben.

WARUM

Nur sehr wenige Unternehmen wissen, **WARUM** sie das tun, was sie tun. Beim **WARUM** geht es nicht darum Geld zu verdienen. Das ist ein Ergebnis. Es ist Zweck, Ursache oder Überzeugung. Das ist genau der Grund, warum ihr Unternehmen existiert.



Digitalisierungsstrategie als wichtiger Bestandteil in die Unternehmensstrategie einbinden.



Auszüge aus unserer Social-Media-Strategie

Die Ausgangssituation war wie folgt:

- Wettbewerber waren schon aktiv
- Start nur mit eigenen Mitarbeiterressourcen
- Eigenen Content kreieren und selbst die Kanäle „bespielen“
- professionelle Unterstützung erforderlich für Content-Erstellung und Community-Management

Unsere Zielsetzung:

- Imagesteigerung
- Steigerung des Bekanntheitsgrades
- Kundenbindung
- Positionierung als moderner und attraktiver Arbeitgeber
- Rapid Response Chanel installieren
- Social-Media als Werbekanal nutzen



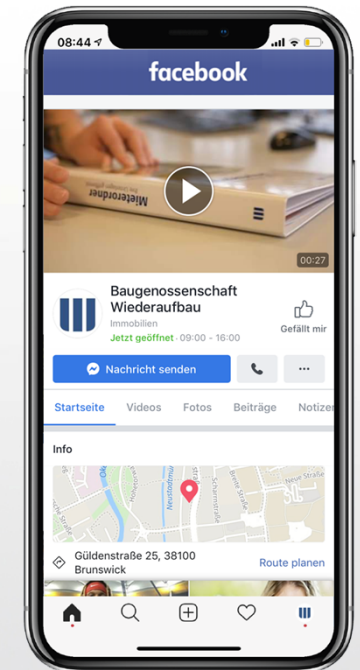
Agentur / Selbstbild / Narrativ / Content

1. Agenturauswahl

- für Reichweitenoptimierung und Content-Erstellung

2. Workshop (mit Agentur)

- vom Selbstbild zum Archetyp
- von der Persona zum zielgruppenspezifischem Content (Narrativ)



Qualität des Contents überzeugt die Zielgruppe;
Ansprache der richtigen Zielgruppe aus der Gesamtheit der User bei
Reichweitenoptimierung



Personas

Nutzermodelle, die Personen einer Zielgruppe in ihren Merkmalen charakterisieren.

Charakteristika:

der Persona ein Gesicht geben, außerdem:

- Name,
- Funktion,
- Werdegang,
- Privatleben
- usw.

Personas haben individuelle Zielvorstellungen und unterschiedliche Lebenskonzepte



Persona 1:

Name: Luise Köhler

Alter: 48

Familienstand: verheiratet

Kinder: Keine

Wohnort: Braunschweig

Jahreseinkommen: ca. 27.000€

Wohnsituation: 2-Zimmer Mietwohnung, 45m²

Beruf: Krankenschwester

Hobbies: Yoga, Lesen

Freizeit: Konzerte von H. Fischer besuchen

Auto: Toyota yaris

Einrichtung: Ikea, Mömax

Charaktereigenschaften: lieb, fürsorglich, zurückhaltend

Online-Verhalten: Smartphone und Tablet

Probleme:

1. Größere Wohnung
2. Geld
3. Betreuung
4. Stress

Lösung:

1. Mitgliedschaft
2. Kinderbonus

Narrative Struktur:

1. Stadtteilfilm
2. Platzprobleme auf 45qm lösen
3. „Urlaub auf Balkonien“

Fiktives Beispiel



Facebook- Beiträge

Baugenossenschaft Wiederaufbau
Gepostet von Kommunikationsagentur Push it Demir Cesar (P) · 27. August

+++WIEDERAUFBAU-WIESN 2019+++
Feiert mit uns und Klostergold [Live] am 5. Oktober im Millenium Event Center in Braunschweig den Zapfenstreich!
Mit dem Code: WAB-WIESN-FB erhaltet ihr NUR bis zum 15. September ein Ticket für nur 5€ (statt 15€) zzgl. Gebühren
<https://www.wiederaufbau.de/wiesn>
PS: Die gesamten Eintrittsgelder werden einem wohltätigen Zweck gespendet

SA, 5. OKT
Wiederaufbau Wiesn 2019
Millenium Event Center - Brunswick
Eddy hat teilgenommen

295 Erreichte Personen
9 Gefällt mir
Kommentieren

Baugenossenschaft Wiederaufbau
Gepostet von Kommunikationsagentur Push it Demir Cesar (P) · 17. Juni

Glückwunsch an Nico Rüstig, Alina Ehrhardt und Patrick Eikenroth! Mit Erfolg haben die drei ihre Ausbildung in unserem Haus abgeschlossen und befinden sich mittlerweile mitten im Berufsalltag. Weiterhin wünschen wir viele tolle Erfahrungen bei der Wiederaufbau!

Ausbildung

Baugenossenschaft Wiederaufbau
Gepostet von Kommunikationsagentur Push it Demir Cesar (P) · 26. Juli

Als Sponsor wünschen wir unserem sportlichen Partner Eintracht Braunschweig viel Erfolg für den Start in die kommende Saison. Diesen Samstag wartet mit TSV 1860 München gleich ein hochkarätiger Gegner und dafür drücken wir ganz kräftig die Daumen! Auf welches Ergebnis tippt ihr die Partie?

Sponsoring

123 Interaktionen
Beitrag bewerben
6 Kommentieren
Teilen

Gewinnspiele

Baugenossenschaft Wiederaufbau
Gepostet von Kommunikationsagentur Push it Demir Cesar (P) · 17. Oktober um 12:00

Die Veränderung des Wohnorts ist in der Regel ein einschneidendes Erlebnis! Damit euer Umzug reibungslos vonstatten geht, werden wir euch immer mal wieder mit pfiffigen Tipps aus unserer Umzugsfibel versorgen. Heute starten wir ganz wesentlich mit den 4 Grundregeln des Umziehens!

Vier Tipps für den Umzug

- Einen Plan haben:** Checklisten helfen, den Überblick zu behalten und solide Zeitplanung für Entrümpeln, Packen und Renovierung schon die Nerven.
- Viele Helfer:** Freunde, Familie und Verwandte reduzieren die Arbeit für den Einzelnen.
- Entrümpeln:** (Illustration of a box labeled 'Kram!')
- Einplanen:** (Illustration of a floor plan)

Lifehacks / Tipps und Tricks

2.373 Erreichte Personen
42 Gefällt mir
31 Kommentare 2 Mal geteilt

Gewinnspiele

Baugenossenschaft Wiederaufbau
Gepostet von Pierre Herweg (P) · 21. September um 11:00

Zum heutigen Zero Emissions Day freuen wir uns, unseren kleinen E-Fuhrpark zu präsentieren. Inzwischen sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Wiederaufbau mit einem E-Smart und zwei E-Bikes unterwegs in der Region. Außerdem befindet sich auf unserem Kundenparkplatz eine Wallbox, mit der unsere Mitglieder ihre E-Fahrzeuge aufladen können. Die Wallbox wird in Kooperation mit BSIENERGY betrieben. Sagt einfach am Empfang Bescheid und holt euch frischen Saft für eure Fahrt!

Nachhaltigkeit

1.4 Erreichte Personen
20 Gefällt mir
1 Mal geteilt

Nachhaltigkeit



Content Beispiele Bewegtbild:

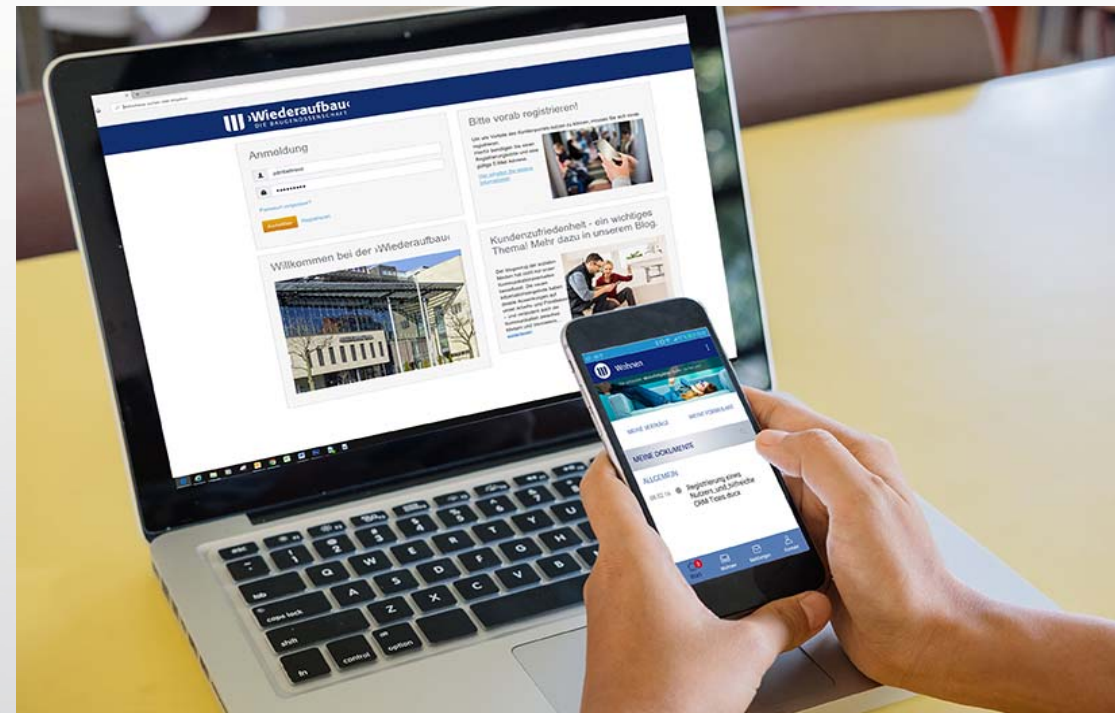




›meineWiederaufbau‹ unser Portal und unsere App

Moderne Mieterkommunikation /
mit Portal und App immer erreichbar!

- Mitte Mai 2019 wurden alle Mitglieder, Mieter und Sparer mit Zugangsdaten versorgt.
- Bisher haben sich **17,75%** unserer Mieter und Sparer (2.337 aktive Nutzer) registriert. Hier liegen wir im Branchenschnitt.





Was verstärkt die Transparenz und Kundennutzen /- zufriedenheit?

Fragestellung und tiefe Analyse zum Umgang mit Informationen:

- a) Wo entstehen Informationen?
(Schnittstelle zu Mieter ...)

- b) Wie nutze ich sie
(innovative Nutzung von wohnungswirtschaftlichen Daten)

- c) Verfügbarmachung von Daten



Herausforderung um Zufriedenheit bei Kunden zu erreichen:

- kenne ich meine Zielgruppe?
- Verfügbarkeit auf mobilen Endgeräten sicherstellen
- Interesse / Nutzen wecken
- Schnelligkeit, Transparenz
- Mieterbefragungen lfd. durchführen
- Lösungen schaffen

Personas
erstellen

Homepage, CRM &
APP, Sparportal

Permanent aktuellen
Content
bereitstellen

Reaktionszeit

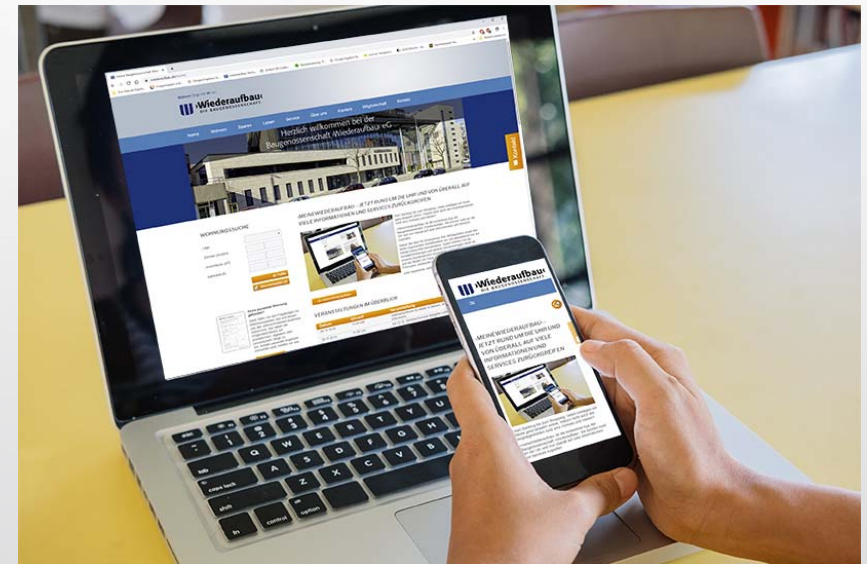
AktivBo
alle 2 Jahre

Problem
definieren



Homepage-Check

- Teilnahme an dem 4. Homepage-Check des VDW Sachsen
- Platz **9** von 84 teilnehmenden Unternehmen
- **Größten Sprung** von allen Unternehmen, nach Homepage Relaunch von Platz **49** auf Platz **9**!





Eine weitere besondere Auszeichnung

Das Magazin „Focus Money“ hat in einer Social-Listening-Studie die Online-Reputation von mehr als 20.000 Marken aus 274 Branchen ausgewertet.

- In Rubrik „Deutschlands beste Baugenossenschaften“ Platz 9 erreicht!
- Keine weitere Baugenossenschaft aus der Region hat es in die Platzierung geschafft (obwohl länger im Netz unterwegs)
- Marke wird im digitalen Raum sehr positiv wahrgenommen
- mit unseren digitalen Kanälen die richtige Tonalität getroffen





Mieterbefragung 2019

Von April bis Juni 2019 haben wir die größte Mieterbefragung in der Geschichte der ›Wiederaufbau‹ durchgeführt.

Hier ein Auszug aus den Ergebnissen:

95,7 % sind mit Ihrer Wohnung zufrieden

94,5 % würden uns als Vermieter weiterempfehlen

***85,3 %** sind mit dem Erscheinungsbild des Hauseinganges zufrieden

***93,2 %** sind zufrieden mit der Wohnanlage

***80,1 %** bewerten die Außenanlagen positiv

***82,4 %** sind mit der Pflege der Außen- und Grünanlagen zufrieden

*hier haben wir die besten Ergebnisse alle befragten Unternehmen im Jahr 2018 / 2019 erzielt!



Fazit:

- Mut zur Veränderung erforderlich
- „Digital Mindset“ fördern
- strategisches Vorgehen ist entscheidend
- Erfolgsfaktoren definieren
 - Meilensteine zur Erfolgsmessung
- keine Lösung ohne Problem!
- Orientierung geben, damit mit dem Fortschritt Hoffnung verbunden wird



Wohnen fängt mit ›W‹ an.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!