

Hege und Pflege von Mietern in großen Wohnungsunternehmen

Volker Riebel

Angesichts der wachsenden Umzugsbereitschaft sowie des hier und dort lokal vorhandenen Überangebots beginnen Wohnungseigentümer ihre Mieter besonders zu hegen und zu pflegen. Dabei ist Kreativität gefragt, weiß der Autor. So organisiert sein Haus Einkaufshilfen für Senioren, richtet Service-Hotlines ein und lässt von einem Versandhaus und einem Netzbetreiber exklusive Produkte anbieten. Dass die Wohnungswirtschaft den Mieter erst jetzt als Kunden erkennt, zeigt, wie wenig sich die Unternehmen bisher als Dienstleister verstanden haben. (Red.)

Erfolgreiche Unternehmen in der Wohnungswirtschaft gehen von zwei Annahmen aus. Zum einen wissen sie, dass eine erhebliche Anzahl von Menschen vor allem in den größeren Städten eine eigene Wohnung kaufen will. Zum anderen gibt es für sie gute Gründe, ihr Engagement als großer Vermieter in Deutschland langfristig beizubehalten.

Die Bildung von privatem Wohnungseigentum gewinnt angesichts der demographischen Entwicklung und der unsicheren Rentenaussichten eine immer größere Bedeutung. Aber auch für diejenigen, die kein eigenes Wohneigentum erwerben möchten, sind wohnungspolitische Unternehmen ein verantwortungsvoller Partner. Schließlich können sie als Vermieter nur erfolgreich sein, wenn sie ihren Mietern attraktive Bedingungen bieten. Jedoch werden nur Wohnungsgesellschaften, die gleichzeitig ein zeitgemäßes soziales Management vorweisen können, das die Interessen der Mieter umfassend berücksichtigt, in der deutschen Wohnungswirtschaft langfristig erfolgreich sein können.

Hilfe für Senioren

Wohnungsunternehmen wie die Deutsche Annington setzen sich deshalb seit Jahren für ihre Mieter, die stets als Kunden gesehen werden, mit innovativen Modellen, Pilotprojekten und dauerhaften Serviceleistungen ein. Dazu zählt das Programm Annington Wohnen Plus. Es bietet Senioren kostenfreie Serviceleistungen wie Wohnberatung, Vermittlung von Gesundheits- und Pflegediensten, Einkaufshilfen oder Essen auf Rädern. Zu diesem Zweck hat Deutschlands größtes Wohnungsunternehmen ein bundeswei-

tes Netz von Beratungsstellen in Duisburg, Frankfurt, Essen, Köln, Nürnberg und Geesthacht aufgebaut. Anfang Dezember 2006 wurde in Dortmund eine weitere Beratungsstelle mit Musterwohnung eröffnet.

Ansprechpartner sind geschulte Berater, die für Fragen des Alltags, des Wohnens und der Pflege genau die Unterstützung vermitteln und koordinieren, die gewünscht und benötigt wird. Das können ein Einkaufsdienst sein oder kleine Ergänzungen in der Wohnung, wie zum Beispiel Haltegriffe im Bad oder höhere Steckdosen, die beschwerliches Bücken unnötig machen.

Dafür können sich Kunden der Deutschen Annington darauf verlassen, dass Annington Wohnen Plus bei den verschiedenen Dienstleistungen auf gleichbleibend hohe Qualität achtet. Die Vorteile liegen auf der Hand: Ältere Mieter können den Gang in ein Altersheim so lange wie möglich verzögern und somit viel Geld sparen. Das Unternehmen wiederum reduziert die Fluktuation im Bestand, was die Leerstände niedrig hält.

Ein weiteres Beispiel ist die Kooperation mit der Innotec Abfall-Management GmbH. Dadurch können die Nebenkosten für die Abfallentsorgung der rund 14 000 Mieter bundesweit nachhaltig gesenkt werden. Mieter und Eigentümer von Wohnungen sparen im Durchschnitt rund elf Prozent der jährlichen Entsor-

gungskosten, was einer durchschnittlichen Einsparung von 25,50 Euro pro Haushalt entspricht. Nach dem erfolgreichen Pilotprojekt im Jahr 2002 wurde die Kooperation ausgedehnt und umfasst mittlerweile 20 Standorte in Deutschland.

Innotec reduziert durch Beratung, Kontrolle und Nachsortierung den Restmüll bei den teilnehmenden Wohnhäusern deutlich. Zudem kann mehr Müll recycelt werden. Ein Preistreiber der Wohnnebenkosten in Deutschland sind oftmals die Gebühren für die Abfallentsorgung. Dieser Entwicklung wirkt die Deutsche Annington durch die Kooperation mit Innotec gezielt entgegen. Es ist geplant, das Abfallmanagement in weiteren Beständen der Deutschen Annington zu optimieren.

Reparaturen innerhalb von vier Tagen

Die Deutsche Annington ist auch eine Kooperation mit Alba Facility Solutions GmbH, Allianz Handwerker Services GmbH und B&O Service und Messtechnik AG bei Kleinreparaturen eingegangen. In den sieben Regionen können die Mieter rund um die Uhr eine kostenfreie Servicenummer anrufen, wenn ein Schaden vorliegt. Das Unternehmen stellt zudem sicher, dass Kleinreparaturen innerhalb von vier Tagen durchgeführt werden. Bei Notfällen wird sofort geholfen. Somit bietet die Deutsche Annington im gesamten Bundesgebiet konstant hohen Service für alle Mieter.

In der Praxis funktioniert dieser Service ebenso einfach wie effizient. Nach der Aufnahme der Schadensmeldung, die zum Beispiel einen Heizungsausfall, ein undichtes Fenster, einen leckenden Wasserhahn oder eine klemmende Tür betreffen kann, meldet sich innerhalb von 24 Stunden ein Servicemitarbeiter, um einen Termin zu vereinbaren, falls dies nicht bereits beim ersten Telefonat geschehen ist. Spätestens nach vier Tagen ist der Schaden behoben. Mit dieser Kooperation stärkt die Deutsche Annington ihren Serviceanspruch. Verkürzte Reaktions- und Reparaturzeiten sind im Interesse der Mieter.

Durch Vereinbarungen mit Dienstleistungsfirmen und Handwerkern, die Leerwohnungen renovieren oder in bewohnten Wohnungen mit größeren Umbauten beauftragt sind, ist sichergestellt, dass nur Markenprodukte verwendet werden. Ausschlaggebend für die Wahl der Ko-

Der Autor

Dr. Volker Riebel, Deutsche Annington Immobilien GmbH, Bochum.

operationspartner ist, wie langlebig deren Produkte und wie lange verfügbar die Ersatzteile sind. Der Mieter profitiert von einer qualitativ hochwertigen Wohnung, in der Reparaturen schnell erledigt sind, sollte einmal ein Schaden auftreten. Denn der Handwerker hat durch das überschaubare Sortiment meist alle Austausch- und Ersatzteile griffbereit. Mühsames Bestellen, teure An- und Abfahrten und überflüssige Wartezeiten sind für die Kunden der Deutschen Annington vorbei.

Mieter als Konsumenten

Jüngste Beispiele für die Ausweitung des Serviceangebots sind die exklusiven Angebotspakete, die das Unternehmen mit Quelle und Vodafone für seine Mieter und Wohnungskäufer geschnürt hat. Das Versandhaus Quelle unterbreitet exklusiv für Kunden der Deutschen Annington Angebote aus dem Bereich der Elektronik: LCD-Fernseher, Digitalkameras, Heimkino-Paket und PC-Zubehör. Der Einkauf ist bequem von zu Hause aus zu erledigen und wird von Quelle direkt an die Wunschadresse geliefert. Diese Geräte können zu einem günstigen Sonderpreis nur über eine bestimmte Bestellnummer, die für die Kunden der Deutschen Annington eingerichtet wurde, gekauft werden.

Vodafone, das zweitgrößte Mobilfunknetz Deutschlands mit über 30 Millionen Teilnehmern, bietet den Kunden der Deutschen Annington für eine Flatrate von 20 Euro unbegrenztes Telefonieren ins deutsche Festnetz und ins deutsche Vodafone-Netz. Die Mieter können darüber hinaus drei Monate gratis den „Zuhause-Anschluss“ nutzen, werden ohne Gebühr angeschlossen und können Endgeräte für nur einen Euro erwerben. Wer nicht nur telefonieren, sondern auch im Internet surfen will, kann bei diesem Angebot auch DSL dazubuchen.

Diese Beispiele belegen, dass wohnungswirtschaftliche Unternehmen, die im sozialen Management neue Wege beschreiten, ihren Mietern ganz erhebliche finanzielle Vorteile für bestimmte Produkte und Dienstleistungen bieten können.

Darüber hinaus kann das soziale Management wohnungswirtschaftlicher Unternehmen auch dazu beitragen, dass Wohnsiedlungen in großen Städten langfristig stabilisiert werden können. Das Wohnquartier „Hansemannsiedlung

– nördlich Ammerstraße“ im Stadtteil Dortmund-Nette, das zwischen 1890 und 1914 errichtet wurde und 69 Gebäude mit 340 Wohnungen umfasst, ist exemplarisch für eine nachhaltige Siedlungsentwicklung.

Bereits im Dezember 1998 haben die damalige Eigentümerin Viterra AG und die Stadt Dortmund unter Beteiligung der örtlichen Mietervertretung einen städtebaulichen Vertrag für drei Viertel der Siedlung vereinbart. Für den verbleibenden nördlichen Bereich der Siedlung wurde im Jahr 2003 ein Privatisierungskonzept vorgestellt, durch das die Zielsetzung des städtebaulichen Vertrags inhaltlich umgesetzt werden konnte.

Mit der Vereinbarung „Hansemannsiedlung – nördlich Ammerstraße“ konnte dieses Ziel verwirklicht werden. Beteiligt waren hier die Stadt Dortmund, die lokalen Mietervereine sowie die RAG AG als Vertretung der ehemaligen Bergbauangehörigen und der Mieterbeirat der Hansemannsiedlung. Die Vereinbarung enthält erweiterte Regelungen zum Mieterschutz, einen lebenslangen Schutz für Mieter ab 65 Jahre, eine einvernehmliche Härtefallregelung, einen Gewerkeplan für Instandhaltungsmaßnahmen, die Einbeziehung einer Quartiersarchitektin für die soziale Begleitung des Projekts sowie die Bildung eines Gremiums zur regelmäßigen Berichterstattung aktueller Themen.

Ende 2006 kann festgestellt werden, dass aufgrund der großen Nachfrage 85 Prozent der Wohnungen an die Mieter privatisiert wurden. Wer seine Wohnung nicht kaufen mochte, konnte selbstverständlich weiterhin zur Miete wohnen, die Wahl lag ganz alleine bei den Mietern.

Stabilisierung sozial problematischer Quartiere

Ein weiteres Beispiel für modernes soziales Management ist die Unterstützung eines Stadtteils von Ahrensburg, einer Stadt in Schleswig-Holstein in unmittelbarer Nachbarschaft zur Hansestadt Hamburg. Die im Stadtteil Gartenholz gelegenen Bestände der Deutschen Annington umschließen ein Wohnviertel, das aufgrund seiner problematischen Einwohnerstruktur als sozial belastet gelten muss. Vor diesem Hintergrund entschied sich die Deutsche Annington zur gezielten Unterstützung eines Arbeitskreises, in dem engagierte Bewohner und vor Ort aktive soziale Träger

zusammenarbeiten.

Für diesen Arbeitskreis wurde eine Kommunikationsstrategie entwickelt. Zudem unterstützte die Deutsche Annington ein Sommerfest im Stadtteil und organisierte einen Fotowettbewerb für Kinder, der mit einer Ausstellung und der Prämierung der besten Fotos durch den Bürgermeister im Ahrensburger Rathaus seinen Abschluss fand. In solchen Fällen ist auch praktisches Engagement vor Ort gefragt, um auf lokaler Ebene bei der Verbesserung des Wohnumfelds zu helfen. Denn trotz flächenübergreifender Kooperationen und Serviceleistungen darf eines nicht vergessen werden: Wohnen ist immer ortsgebunden und bringt ortsspezifische Herausforderungen mit sich. Darauf gilt es einzugehen und eine gewisse Sensibilität an den Tag zu legen, wie die oben aufgeführten Beispiele belegen.

Daraus folgt, dass nur Unternehmen, deren soziales Management und Serviceleistungen die Interessen der Mieter umfassend berücksichtigt, in der deutschen Wohnungswirtschaft langfristig erfolgreich sein können. Attraktive Bedingungen für Mieter sind deshalb auch von großer Bedeutung für eine zeitgemäße Stadtentwicklung. Darüber hinaus tragen sie dazu bei, vorhandene Siedlungs- und Sozialstrukturen zu erhalten. Dieses Erfolgspotenzial kann jedoch nur erschlossen werden, wenn die Unternehmen den fälligen Strukturwandel aktiv herbeiführen. Erfolgreiche Unternehmen der deutschen Wohnungswirtschaft sind sich dieses Sachverhalts bewusst und verfolgen deshalb seit Jahren einen zeitgemäßen Ansatz, der im Mieter immer einen Kunden sieht. ■