

Messeausgabe 2008

Wie sich Mieterzufriedenheit für private Wohnungsanbieter auszahlt

Wijnand Donkers

Ließ sich noch vor wenigen Jahren jede Kemenate teuer vermieten, so präsentiert sich der Markt heute vielerorts mieterfreundlicher. Dort sinkt im Zuge des wirtschaftlichen und demografischen Wandels die Mietdauer, während die Leerstände steigen. Um als Vermieter attraktiv zu bleiben, muss mehr als bisher in die Qualität der Bestände und die Kundenbindung investiert werden, weiß der Autor. Kinderbonus und Rabattprogramme gehören ebenso dazu wie das soziale Engagement vor Ort, um Nachbarschaften zu stabilisieren und das Wohnumfeld nicht verkommen zu lassen. (Red.)

Die vielzitierte Nachhaltigkeit war für Wohnungsunternehmen schon immer Programm. Wohnungen sind langfristige Investitionsobjekte. Dauerhafte Mietverhältnisse liegen im Interesse von Mieter und Vermieter. Für den Vermieter liegt der Nutzen nicht nur in der positiven Einstellung der Mieter und dem Ruf als verlässlicher und glaubwürdiger Vermieter und Geschäftspartner. Eine geringe Fluktuation in den Wohnungen senkt auch die Verwaltungs- und Sanierungskosten.

Ältere Menschen als Hauptzielgruppe

Für Wohnungsunternehmen ist es also von zentraler Bedeutung, dass sich die Mieter in den Wohnungen wohl fühlen und sich die Leerstandsquote auf einem möglichst niedrigen Niveau bewegt. Die Instandhaltung und Modernisierung der Wohnungen ist dabei eine Sache, zusätzliche Service-Angebote für die Mieter und gezielte Maßnahmen zur Steigerung der Wohnqualität in den Quartieren tragen darüber hinaus nachhaltig zur Mieterzufriedenheit bei.

Für die Deutsche Annington, mit 220 000 Wohnungen bundesweit das größte deutsche Wohnungsunternehmen, geht es deshalb um die Kernfrage, welche Angebote von Bedeutung für die Mieter sein könnten – nicht nur aktuell, sondern auch zukünftig. Einer der zentralen Aspekte der künftigen Entwicklung des Mietmarktes ist der demografische Wandel. Studien belegen es eindeutig – die Bevölkerung in Deutschland wird in den kommenden Jahrzehnten dramatisch altern. In zwanzig bis dreißig Jahren werden mehr Menschen zwischen

60 und 80 Jahren alt sein als zwischen 20 und 40. Dies wird sich auch in der Kundenstruktur der Deutschen Annington niederschlagen – ein Viertel der Mieter ist schon jetzt über 60 Jahre alt und wohnt bereits seit über 20 Jahren in der Wohnung.

Beratungsangebote und Umbauten

Deshalb ist es für die Deutsche Annington besonders wichtig, dass sich ihre Mieter auch im Alter wohl fühlen können und ihre Bedürfnisse berücksichtigt werden. Dazu gehören bauliche Maßnahmen, die die Wohnungen weitgehend barrierefrei ausstatten, sodass die Mieter auch im Alter oder nach Unfällen dort so selbstständig wie möglich leben können.

Speziell für ältere Mieter bietet die Deutsche Annington seit Oktober 2007 das Programm „Annington Wohnen Plus“ – eine kostenlose Service-Nummer für ältere Mieter, die rund um die Uhr erreichbar ist. Geschulte Mitarbeiter unterstützen dabei bei Anliegen und vermitteln geprüfte Service-Partner aus einer Datenbank mit mehr als 20 000 Anbietern. Die Mieter erhalten so Informationen und konkrete Angebote von Dienstleistern wie Pflegediensten, Einkaufshilfen oder sozialen und medizi-

Der Autor

Wijnand Donkers ist Vorsitzender der Geschäftsführung der Deutsche Annington Immobilien GmbH, Bochum.

nischen Beratungsstellen. Die Resonanz der Mieter auf dieses Angebot ist bislang sehr positiv.

Kinderbonus und Familienförderung

Ein weiteres wichtiges Anliegen ist die Förderung von Familien mit Hilfe eines Kinderbonus. Unter dem Motto „Familiensinn macht Sinn“ werden Familien mit Kindern, die neu in eine Wohnung der Deutschen Annington ziehen, unterstützt. Für jedes Kind erhielten die Neumieter eine Monats-Grundmiete gestundet, zudem wurde für die ersten drei Jahre in der neuen Wohnung eine konstante Grundmiete garantiert. Mit Hilfe dieser Aktion, die bis Ende 2007 lief, konnten 40 Familien ein neues Zuhause finden. Zurzeit läuft die Aktion Familiensinn in Hannover und Geesthacht.

Mieter profitieren aber auch direkt von der Größe der Deutschen Annington. Aufgrund ihrer Marktposition kann die Deutsche Annington als größtes Wohnungsunternehmen Deutschlands bessere Konditionen beim Einkauf und der Zusammenarbeit mit Lieferanten und Dienstleistern nutzen. Die Mieter profitieren davon einerseits indirekt, da sich die erzielten Kostenvorteile beispielsweise für die Pflege der Grünanlagen oder Instandhaltungsarbeiten auf die Nebenkosten auswirken.

Als direktes Serviceangebot gibt die Deutsche Annington auch Einkaufsvorteile an ihre Mieter und Eigentümer weiter. So besteht beispielsweise bereits seit Anfang 2007 eine Kooperation zwischen der Deutschen Annington und Vodafone, wobei den Kunden der Deutschen Annington bei einem Wechsel zu einem Vodafone-Anschluss die Grundgebühr für die ersten drei Monate sowie die Anschlussgebühr erlassen werden. Von weiteren Einkaufsvorteilen profitieren die Mieter beim Versandhaus Quelle oder der Kino-Kette UCI.

Stabilität durch soziales Engagement

Für die Stabilität der Mietverhältnisse und das Wohlfühlen der Mieter sind natürlich auch die Wohnverhältnisse in den einzelnen Quartieren von entscheidender Bedeutung. Darauf ist das Augenmerk der Deutschen Annington Stiftung gerichtet, die mit einem Stiftingskapital von fünf Millionen Euro

ausgestattet ist. Die Stiftung fördert keine spektakulären Projekte oder Aufsehen erregende Kulturevents. Vielmehr geht es um gezielte Hilfen vor Ort. Kernanliegen sind Projekte, die ein soziales und gutnachbarschaftliches Zusammenleben der Menschen in den Wohnsiedlungen der Deutschen Annington fördern.

Insbesondere bei jungen Menschen will die Stiftung das Verständnis für andere Länder und Kulturen wecken und fördern. Außerdem wird angestrebt, denjenigen eine finanzielle Hilfestellung zu geben, die sich nicht mehr aus eigener Kraft aus einer sozialen Notlage befreien können.

Konkrete Projekte in den Quartieren

So fördert die Deutsche Annington das Stadtteilprojekt „Engagierte Jungs“ in Essen-Altendorf. Kern des Projekts ist das Engagement von derzeit zwölf Jungen mit Migrationshintergrund im Alter von zwölf bis 16 Jahren für die Instandhaltung von Spielplätzen und das friedliche Miteinander unter Jugendlichen im Essener Stadtteil Altendorf. Mit knapp 2 000 Euro von der Stiftung konnten die Kosten des Projekts für drei Monate gedeckt werden – keine medienwürdige Aktion, aber eine wich-

tige Vor-Ort-Hilfe, die direkt bei den Betroffenen ankommt.

Darüber hinaus fördert die Deutsche Annington Stiftung Schulen, Kindertagesstätten und Jugendeinrichtungen, um für Kinder und Jugendliche ein positives und angemessenes Umfeld sowie berufliche und persönliche Perspektiven zu schaffen. So hat die Stiftung kürzlich für die Inneneinrichtung des Bürgercafés „C'est la Vie“ im Aachener Stadtteil Preuswald 15 000 Euro gespendet.

In dem Café, das vom Verein „In Via“ betrieben wird, sollen Jugendliche eine neue berufliche Perspektive erhalten und auf dem Arbeitsmarkt vermittelt werden. Das Café öffnet am 13. September, mit eingeschränkten Öffnungszeiten, seine Türen. Die Deutsche Annington Rheinland GmbH stellt dem Verein darüber hinaus die Räume mietfrei zur Verfügung, sodass für ihn lediglich die Nebenkosten anfallen.

Allein 2007 gewährte die Deutsche Annington Stiftung mit mehr als 200 000 Euro Hilfen in sozialen Notlagen und unterstützte Nachbarschaften und Ausbildungsprojekte. Bei den Mietern erzeugt dies nicht nur ein positives Image des Unternehmens, sondern auch eine steigende Identifizierung mit ihrem Vermieter – ein nicht zu unterschätzender

Beitrag für die langfristige „Kundenbindung“. In vielen Regionen ist der Mietmarkt längst ein Käufermarkt. Der Ruf als sozial engagiertes Unternehmen zahlt sich hier besonders aus.

Überdurchschnittliche Mietdauer

All dies sind Beispiele für die Etablierung und Pflege möglichst langfristiger „Geschäftsbeziehungen“ mit den Mietern, die ein Leitmotiv des unternehmerischen Handelns der Deutschen Annington sind. Die Mietdauer wie auch die Leerstandsquote belegen, dass die Mieter und Eigentümer ihren Vermieter und dessen Service-Angebote schätzen und die Wohnungsgesellschaften positiv bewerten.

So liegt die durchschnittliche Mietdauer in den Wohnungen der Deutschen Annington bei 15 Jahren und damit deutlich über dem Bundesdurchschnitt von neun Jahren. Die Leerstandsquote lag 2007 bei 4,2 Prozent nach 5,7 Prozent im Vorjahr. Das Engagement und Selbstverständnis der Deutschen Annington als sozial verantwortliches Unternehmen trägt deshalb nicht nur zu einer konstanten Mieter- und Eigentümerzufriedenheit, sondern auch zu einer langfristig positiven wirtschaftlichen Entwicklung des Unternehmens bei. ■