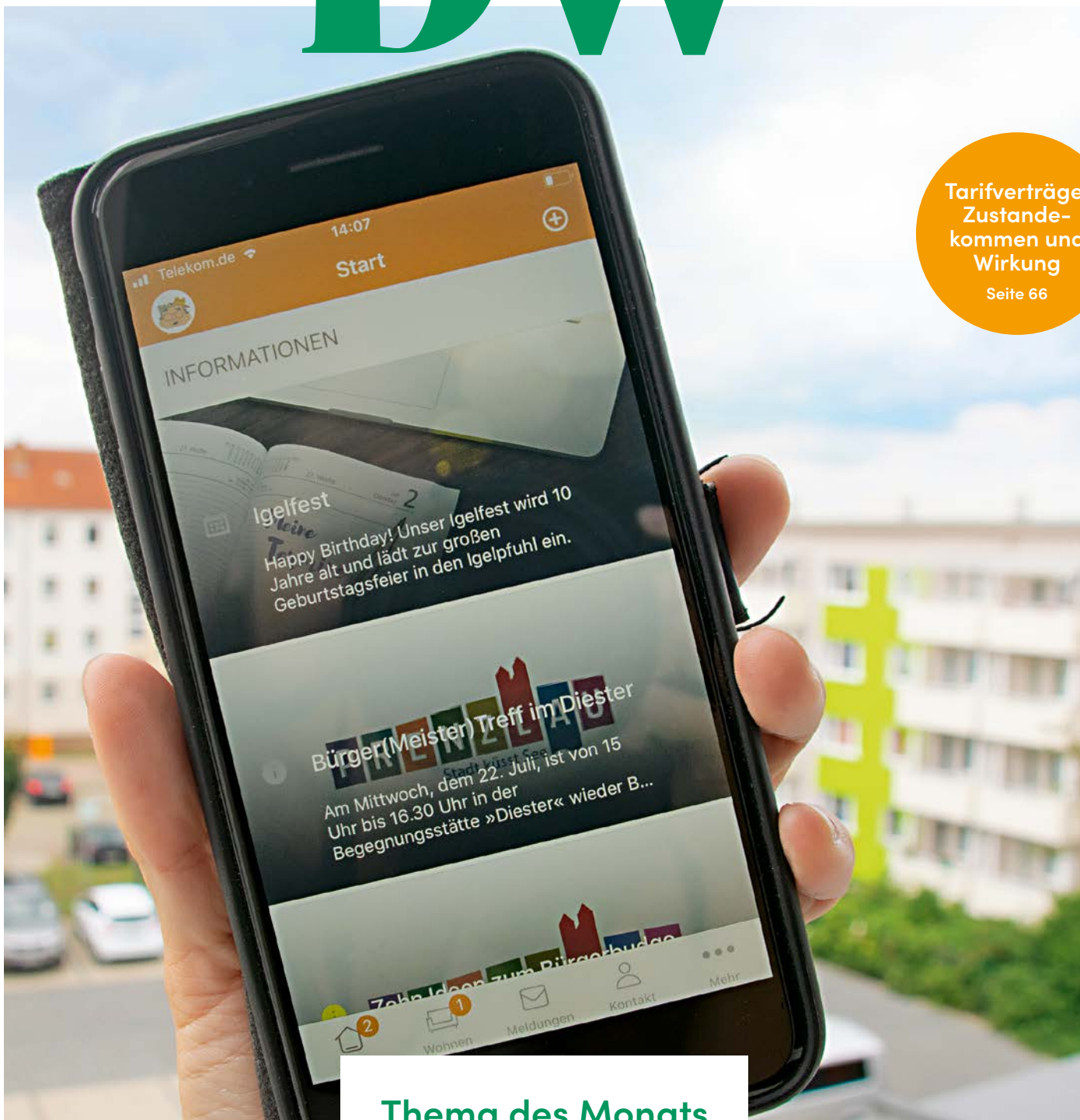


Die Wohnungswirtschaft

DW

74. Jahrgang

06 / 2021



Tarifverträge:
Zustande-
kommen und
Wirkung

Seite 66

Thema des Monats

14

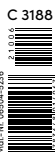
Gemeinschaftliche Wohnprojekte:
Vielfalt unter einem Dach

38

Mieterkommunikation:
Von Kundencenter bis Chatbot

26

Geothermie:
Ökologisch und wirtschaftlich





Innovative Gebäudekommunikation mit digitalen & interaktiven Info-Displays von Intratone

- ✔ Informationsaushänge für Hausgemeinschaften einfach im PDF-, Word- oder JPEG-Format erstellen und direkt via Intratone Online-Plattform an alle oder nur ausgewählte Info-Displays senden
- ✔ Pfeiltasten, mit denen Bewohner durch digitale Aushänge blättern können
- ✔ Innovative Umfrage- und Abstimmfunktion, die Bewohner mit dem eigenen Transponderschlüssel freischalten
- ✔ Kostengünstig und innerhalb weniger Stunden installiert und einsatzbereit
- ✔ Elegant eingefasstes 15-Zoll Touch-Display
- ✔ Langlebig und gegen Vandalismus geschützt dank 10 mm starkem Sicherheitsglas
- ✔ 15 Jahre unbeschränkte Updates im Intratone DATA Eco Paket

Für weitere Informationen besuchen Sie uns auf www.intratone.de/gebäudekommunikation/info-display/

Abbildungen können vom Original abweichen.

Intratone GmbH
Niederkasseler Lohweg 191
D - 40547 Düsseldorf

T +49 (0) 211 / 601 770-0
E info@intratone.de
W www.intratone.de



EDITORIAL

Wir müssen mal miteinander reden ...

Kennen Sie das? Sie hören diesen Satz und haben genau dazu keine Lust: auf ein Gespräch. Doch dieser oft unlustige Satz hat meist eine lange Vorgeschichte, nämlich die der Nicht- oder Falsch-Kommunikation. Nicht miteinander reden ist jedenfalls keine gute Strategie, weder privat noch beruflich. Und wollen Wohnungsunternehmen serviceorientiert agieren und im Austausch mit ihren Mietern stehen, ist gute Kommunikation das A und O. Durch die Pandemie getrieben war in den letzten Monaten vor allem die digitale Form der Kommunikation das Mittel der Wahl. Was sie verändert und welche Chancen sie mit sich bringt, lesen Sie in unserem Thema des Monats „Mieterkommunikation“ ab Seite 38. Dort lesen Sie übrigens auch, warum analoge Kommunikationswege durchaus zukunftsfähig sind!

Tatsächlich miteinander geredet, und zwar auch über das Thema „Mieterkommunikation“, wurde auf unserem ersten Haufe Summit Real Estate, der am 18. Mai, parallel zur Drucklegung dieser Ausgabe, in Hamburg stattfand. Bei der hybriden Veranstaltung galt es, vier spannenden Expertenrunden zu folgen. Neben der Mieterkommunikation gab es interessante Talks zu den Themen „Klimawandel“, „Bauen mit Holz“ oder „Mobilitätswandel“. Sie haben den Summit verpasst? Hören Sie die Gespräche auf www.summit.haufe.de, lesen Sie dazu mehr online auf www.haufe.de/immobilien oder in unseren nächsten Ausgaben ...

Ihre



Iris Jachertz
Chefredakteurin

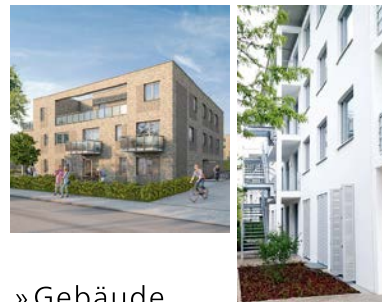
© ruesterphotos.com



Ihr kompetenter Partner
in der Wohnungs- und
Immobilienwirtschaft



Leistungsprofile
Einzel-/Generalplanung
Bau-/Projektmanagement
Beratung
Gutachten/Studien



» Gebäude
und Wohnumfeld
im Zeitalter der
Digitalisierung –
das Gesamtkonzept
muss stimmen!«

Sie möchten weitere Informationen?!
Wir freuen uns auf Sie.

iwb Ingenieurgesellschaft mbH

wowi@iwb-ingenieure.de
www.iwb-ingenieure.de



Berlin · Braunschweig · Dortmund · Hamburg · Magdeburg · Pinneberg

Inhalt

38



08



Sogenannte Wohncafés sind zentraler Bestandteil von Wohn- und Versorgungskonzepten nach dem Bielefelder Modell. Damit dienen sie auch dem Quartier

STADT UND QUARTIER

- 04 **Meldungen**
- 08 **Akteur einer sozialen Stadtentwicklung**
Das Bielefelder Modell
- 14 **Vielfalt unter einem Dach**
Gemeinschaftliche Wohnprojekte bieten viele Chancen

BAUEN UND TECHNIK

- 18 **Meldungen**
- 22 **Mieterstrom auch für den Bestand**
Energiewende und Wohnungswirtschaft
- 26 **Tiefe Geothermie für den Wohnungsbau**
Energieversorgung
- 32 **Produkte**

MARKT UND MANAGEMENT

- 34 **Meldungen**
- 38 **Kommuniziert euch!**
Digitale und analoge Mieterkommunikation
- 40 **Von der Mieterzeitschrift zum Mieterportal**
Mieterkommunikation
- 46 **Wissen, was wirkt**
Analoge und digitale Kommunikation messbar machen
- 50 **Ein Mix aus klassischen und digitalen Wegen ist gefragt**
Kommunikation in Genossenschaften: persönlich und digital
- 54 **Wer nicht vertreten ist, findet nicht statt**
Kommunikation in sozialen Netzwerken
- 58 **Mieterkommunikation muss sich nach den Menschen richten**
Vorteile analoger und digitaler Produkte
- 60 **Einfach Neela fragen!**
Virtuelle Assistenz für tägliche Anfragen
- 62 **Dialog als Erfolgsfaktor**
Weiterbildungsangebote für gelingende Kommunikation



THEMA DES MONATS

TDM Mieterkommunikation: Vom Kundencenter zum Chatbot

Kundencenter, Mieterzeitschrift, -portal oder Social Media: Die Möglichkeiten der digitalen und analogen Mieterkommunikation sind fast unerschöpflich. Worauf Wohnungsunternehmen bei der Kommunikation mit ihren Mietern achten sollten und welche vielfältigen Kanäle der Branche zur Verfügung stehen, lesen Sie in unserem Thema des Monats.

- 66 **Zustandekommen und Wirkung von Tarifverträgen**
Tarifpolitik und Wohnungswirtschaft
- 74 **Mit dem Familienrat zum smarten und eigenständigen Wohnen**
Forschungsprojekt
- 76 **Pflichten zur Geldwäscheprävention im Immobiliensektor**
Bilanz- und Steuerwissen – Aktuelles aus den Prüfungsorganisationen des GdW
- 80 **Stellenmarkt**

URTEILE

- 85 **Mietrecht**
- 86 **WEG-Recht**
- 88 **Letzte Seite, Impressum**

22



Mieterstrom wird vor allem bei Neubauprojekten von Anfang an mitgeplant. Die Howoge realisiert nun auch erste Mieterstromprojekte im Bestand



BAD- UND STRANG- MODERNISIERUNG AUS EINER HAND

Blome GmbH & Co.KG – Ihr Partner für
Projekt- und Hochhausmodernisierung,
Einzelbäder und strangweise Badsanierung



Unser Spezialgebiet: Badoptimierung
mit bodengleicher Dusche

Ihre Vorteile:

- » kurze Modernisierungszeiten:
nur 10 - 15 Tage
- » im bewohnten Zustand –
Sie müssen nicht entmieten
- » bewährtes Hygienekonzept
COVID-19
- » Mietermanagement
- » TGA-Planung
- » Brandschutzkonzepte



Weitere Informationen:
www.blome.org

Stadt und Quartier



Deutscher Landschaftsarchitektur-Preis 2021: Hamburger Neubauquartier prämiert

Der „Park Mitte“ in Hamburg-Altona wurde Ende April 2021 in der Kategorie Wohnumfeld ausgezeichnet. Der Entwurf des Schweizer Büros Krebs und Herde Landschaftsarchitekten stellt mit seinem Grünzug und den erhaltenen Gebäuden des ehemaligen Güterbahnhofes einen Mittelpunkt des neuen Stadtteils Altona-Mitte dar. Für Wohnungseigentümer und Mieter der von genossenschaftlichen und städtischem Wohnungsunternehmen, Baugruppen und Projektentwicklern errichteten Gebäude fungiert der Park als wichtiger Freiraum, dessen Nutzungsvielfalt sich in verschiedenen „Szenen“ widerspiegelt. Nach der Stilllegung weiterer Bahnareale wird der Park um weitere Abschnitte und eine Grünachse erweitert. Auslober des Preises ist der Bund Deutscher Landschaftsarchitekten, zu den Förderern gehört der GdW Bundesverband deutscher Wohnungs- und Immobilienunternehmen.



In Hamburg-Winterhude und -Barmbek wurden Ende April 2021 Stationen eingeweiht

Dhu mit E-Lastenradstationen

Die Hamburger Baugenossenschaft Dhu eG eröffnete gemeinsam mit dem Unternehmen Sigo ihre ersten Verleihstationen. Genossenschaftsmitglieder und Anwohner können die E-Lastenräder mieten.



Hanova errichtet Twin-Ladensäulen

Der kommunale Immobiliendienstleister installiert bis Ende 2021 insgesamt 24 Twin-Ladensäulen mit 48 Ladepunkten. Die ersten Ladensäulen stehen auf Gemeinschaftsparkplätzen von Hanova-Bestandsimmobilien in Hannover. Im Verbundprojekt „H-stromert“ errichtet die Hanova intelligente Ladesysteme für ihre Mieter, aber auch für die Öffentlichkeit.

50

Bäume hat die Karlsruher Volkswohnung GmbH am Internationalen Tag des Baumes im eigenen Bestand gepflanzt – vorrangig in der Nordstadt. Bei der Auswahl wurde auf besonders resistente und klimaangepasste Laubbaumarten zurückgegriffen.

Gemeinsam Zukunft denken

Flexibilität, innovatives Mindset und Kreativität:

Wir denken die Wohnungswirtschaft weiter und gestalten mit Ihnen smarte Lösungen, die es ermöglichen, bezahlbares Wohnen zukunftsfähig zu machen.

Think forward

drklein-wowi.de

IT-Lösungen · Digitalisierung · Versicherung · Finanzierung

DR. KLEIN WOWI

NHW-Architekturwettbewerb: Neubau mit Quartiersplatz

In der Südstadt Kassels entstehen auf dem Gelände des ehemaligen Versorgungsamts in den nächsten Jahren rund 350 Wohnungen. Die Unternehmensgruppe Nassauische Heimstätte | Wohnstadt (NHW) errichtet nicht nur barrierefreien und bezahlbaren Wohnraum, sondern auch einen Quartiersplatz mit grünen Freiräumen sowie ein Stadtteiltreff. In den Erdgeschossen an der Frankfurter Straße finden quartiersversorgender Einzelhandel und Dienstleistungen Platz. Eine Jury unter Vorsitz von Prof. Anett-Maud Joppien hat in dem von NHW und Stadt ausgelobten Realisierungswettbewerb den Entwurf von Hoehstetter und Partner Architekten für die „Neue Mitte Südstadt“ mit dem ersten Preis ausgezeichnet. Der Entwurf verbessert die städtebauliche Situation und geht mit dem Baumbestand respektvoll um.



WBM-Projekt „Haus der Statistik“ erhält Preis

Als vorbildliches Beispiel der Zusammenarbeit von Politik, Verwaltung und Zivilgesellschaft wurde es mit dem „Bundespreis Kooperative Stadt“ ausgezeichnet. Das Projekt im Zentrum Berlins entwickelt einen Bau der DDR-Moderne in einem kooperativen, gemeinwohlorientierten Prozess weiter. Mit Pioniernutzungen wird im Kleinen erprobt, was im Großen entstehen soll. Die WBM Wohnungsbaugesellschaft Berlin-Mitte baut unter anderem 300 Wohnungen.

Weitere Informationen: www.koop-stadt.de; www.hausderstatistik.org



Postareal Böblingen: Akzent für die Stadt

Direkt am Böblinger Bahnhof plant die Böblinger Baugesellschaft (BBG) das neue Postareal. Es ist offizielles Projekt der IBA 27 „Stadtregion Stuttgart“. Der aus einem internationalen Wettbewerb hervorgegangene Siegerentwurf sieht drei unterschiedlich dimensionierte Baukörper vor. Als Tor zur Stadt setzt ein 20-geschossiger Hochpunkt einen deutlichen Akzent im Neubauquartier. Neue Verbindungen und Plätze, zahlreiche Grünflächen sowie „Wasserspiele“ sollen das nutzungsgemischte Areal offen und durchlässig erscheinen lassen. Zu jedem Gebäude ist ein Gemeinschaftsgarten vorgesehen. Geplant sind klassische sowie Clusterwohnungen für unterschiedliche Lebens- und Arbeitsformen.

4.000 €

des WIR-Förderpreises gehen nach Essen-Überruhr an das Projekt „Alte Hasen und junge Hüpfen im Erlebnispark“ des Vereins für Kinder- und Jugendarbeit. Seit 2014 lobt die „Kooperation WIR – Wohnen im Revier“ den mit 10.000 € dotierten Preis aus.

„Borntalbolgen“ schließt städtebauliche Lücke

Das Neubauprojekt der Erfurter WBG „Borntal“ eG verbindet durch die bauliche Figur des Bogens und einen verkehrsfreien öffentlichen Anger zwei Gründerzeitquartiere, die jahrzehntlang stadtstrukturell isoliert waren: 68 bezahlbare Wohnungen entstanden. Dafür erhielt die WBG den Thüringer Preis der Wohnungswirtschaft „WohnRäume 2021“ des Verbands Thüringer Wohnungs- und Immobilienwirtschaft. Anerkennungen gingen nach Rudolstadt und Kölleda.



Sportprogramm „move!“ ausgezeichnet

Seit Jahren engagiert sich die Hamburger Saga Unternehmensgruppe für mehr Sport in den Quartieren. Das dazu entwickelte Programm „move!“ bringt mit kostenlosen Bewegungsangeboten Menschen zusammen, belebt die Stadtteile, fördert Zusammenhalt und Gesundheit. Das von der Tochtergesellschaft ProQuartier organisierte und veranstaltete Programm schafft niedrigschwelligen Zugang zu professionell angeleiteten Sportangeboten in Wohnortnähe. Dafür erhielt die Saga den Active City Award der Stadt.

Think forward

Wir sind Experten in allen Bereichen der Wohnungswirtschaft. Markt- und Kundenbedürfnisse ändern sich fortlaufend. Wir erkennen Trends, bieten Ihnen Perspektivwechsel und treiben die digitale Transformation voran. Gemeinsam mit Ihnen gestalten wir die Zukunft.

- IT-Lösungen
- Digitalisierung
- Versicherung
- Finanzierung



DAS BIELEFELDER MODELL

Akteur einer sozialen Stadtentwicklung

Das Bielefelder Modell ist ein inzwischen weit verbreitetes Wohn- und Versorgungskonzept, das in Kooperation aus Wohnungswirtschaft und Trägern ambulanter Pflege seit 25 Jahren und mittlerweile bundesweit umgesetzt wird. Nun wurde es mit pflegewissenschaftlichem Fokus evaluiert.

Von Oliver Klingelberg und Christian Voigt

Die Alterung der deutschen Gesellschaft stellt auch Unternehmen der Wohnungswirtschaft vor neue Herausforderungen. Mit dem Alter steigt die Wahrscheinlichkeit, im Alltagsleben auf Hilfe und Unterstützung angewiesen zu sein. Wandelnde familiäre Strukturen einer zunehmend individualisierten und auf Mobilität ausgerichteten Gesellschaft sorgen zudem dafür, dass auch die Bedeutung professioneller pflegerischer Versorgung in Zukunft weiter zunehmen wird.

Es entspricht dem Wunsch der großen Mehrheit der Bevölkerung, trotz bestehender Unterstützungsbedarfe, weiter selbstbestimmt und weitestgehend unabhängig in einer Wohnung zu leben und nicht in eine stationäre Pflegeeinrichtung ziehen zu müssen. Insbesondere im Alter gewinnt das vertraute Wohnumfeld mit im besten Fall gewachsenen nachbarschaftlichen Beziehungen an Bedeutung. Die eigene Wohnung mit ihren räumlichen Bezügen wird mehr und mehr zum Lebensmittelpunkt. Entsprechend erfreuen sich insbesondere sozialräumlich ausgerichtete Versorgungskonzepte steigender Beliebtheit.

Bereits Mitte der 1990er Jahre hat die BGW Bielefelder Gesellschaft für Wohnen und Immobiliendienstleistungen mbH (BGW Bielefeld) zusammen mit sozialen Trägern der ambulanten Pflege und Betreuung Pionierarbeit geleistet und quartiersorien-



Oliver Klingelberg
Sozialmanagement
BGW Bielefeld
BIELEFELD

tierte Hilfe- und Versorgungsstrukturen aufgebaut, die als Hilfenetzwerk allen Bewohnern der jeweiligen Wohngebiete grundsätzlich zur Verfügung stehen. Benannt nach seinem Gründungsort Bielefeld, sind das Modell und die Idee einer umfassenden quartiersbezogenen Versorgungssicherheit seither konsequent weiterentwickelt worden. Im Rahmen einer umfassenden Evaluation durch das Institut für Pflegewissenschaft an der Universität Bielefeld (IPW) in Zusammenarbeit mit der BGW und weiteren Trägern des Modells ist eine Handreichung mit Empfehlungen zum Aufbau quartiersorientierter Hilfe- und Versorgungsstrukturen entstanden.

Die Konzeptidee

Zentraler Ausgangspunkt aller Überlegungen ist es, vor dem Hintergrund der oben geschilderten Bedarfe, gewachsene Quartiersstrukturen passgenau um räumliche und dienstleistungsbezogene Bausteine zu ergänzen. Auf diese Weise soll – neben dem altersgerechten Wohnen und den Versorgungs- beziehungsweise pflegerischen Diensten – als dritte Säule des Konzepts auch Nachbarschaft, bürgerschaftliches Engagement und Eigenverantwortung der Menschen im Quartier gestärkt werden. Das bedeutet:

- die Schaffung von barrierefreiem und bezahlbarem Wohnraum durch Neubau (im Rahmen von Bestandsersatz oder ergänzendem Bauen),



Christian Voigt
Wiss. Mitarbeiter
Institut für Pflege-
wissenschaft
Universität Bielefeld
BIELEFELD



Wohnen mit Versorgungssicherheit ohne Servicepauschale nach dem Bielefelder Modell:
Das jüngste Projekt an der Lüneburger Straße in Bielefeld wurde Anfang 2020 bezogen

- ergänzend und wo möglich der Abbau von Barrieren im Bestand durch strukturelle und individuelle Wohnungsanpassungen,
- die Anwesenheit eines fachlich breit aufgestellten sozialen und pflegerischen Dienstleisters im unmittelbaren Quartiersbezug (inklusive eines Quartiers- und Pflegebüros),
- die Einrichtung eines „Wohncafés“ als zentraler und offener Treffpunkt für nachbarschaftlichen Austausch und Begegnung sowie gegebenenfalls als Ausgangspunkt für informelle und niederschwellig zugängliche Hilfen,
- die Schaffung eines Angebots an „Pflegewohnungen“, um in akuten Krisen zeitlich begrenzt eine Unterbringung zu ermöglichen und dadurch Unterstützungs- und Übergangsoptionen in weitere Hilfestrukturen im unmittelbaren Wohnumfeld zu eröffnen.

Standortsuche und Realisierungsschritte

Für Wohnungsunternehmen stellt sich zu Beginn einer Planung und Konzeptionierung also die Frage, welche Quartiere vorrangig für eine Umsetzung der Konzeptidee geeignet sind. Dabei sollte der Blick nicht nur auf Art und Umfang der eigenen Wohnungsbestände, Flächen oder Mieterstrukturdaten gerichtet werden, sondern insgesamt auf sozialräumliche Daten und die vorhandenen Infrastruktur- und Versorgungsangebote. Welche Netzwerke bestehen im jeweiligen Stadtteilbezug? Gibt es zentrale lokale Akteure, die als „Stadtteilexperten“ befragt werden



Die sogenannten Wohncafés sind für den quartiersbezogenen Ansatz zentral

können? Gibt es bestenfalls bereits einen im Quartiersbezug etablierten sozialen Dienstleister, der als möglicher Kooperationspartner im Bielefelder Modell infrage käme?

Wichtiger Partner ist hier von Anfang an auch die Kommune, die nicht nur (kleinräumig) wichtige statistische Daten liefern kann, sondern im Idealfall über eine fortgeschriebene Wohnungsmarkt- und Sozialberichterstattung auch Auskunft über vorhandene und künftige Bedarfslagen geben kann.

Neben den passenden Standortfaktoren ist selbstverständlich essenziell, welche baulichen Möglichkeiten für eine Realisierung gegeben sind. Eine Umsetzung im Bestand ist mit Blick auf die Notwendigkeiten einer barrierefreien Gestaltung und die erforderlichen räumlichen Parameter für >



Das Bielefelder Modell an der Heinrichstraße, für das die BGW 2008 den Deutschen Bauherrenpreis erhalten hat

das Büro des Dienstleisters und insbesondere das „Wohncafé“ oft schwierig – allerdings nicht ausgeschlossen. In der Regel stellt aber ein Neubau den „Projektkern“ dar.

In der Vergangenheit war dabei der Wohnungsfächer überwiegend auf Zwei- und Dreiraumwohnungen und damit vor allem auf die Zielgruppe der alten und bereits alleinlebenden Menschen ausgerichtet. Ein generationenübergreifender Ansatz ergab sich insbesondere aus der Interaktion zwischen Neubau und den vorhandenen Wohnungsbeständen im



Aufbau quartiersorientierter Hilfe- und Versorgungsstrukturen nach dem Bielefelder Modell

Die Handreichung mit Empfehlungen für Kommunen, Wohnungsunternehmen, ambulante Dienste und andere Interessierte (Wingenfeld, K.; Reimer, A.; Tacke-Weitkamp, L.; Voigt, C.: Bielefeld 2020) kann als PDF heruntergeladen werden:

<https://t1p.de/bielefelder-modell-studie>

unmittelbaren Umfeld. In den jüngeren Vorhaben schlägt sich ein „inklusiverer“ Ansatz nun auch stärker in der Architektur nieder: Die Kernprojekte weisen einen breiter angelegten Wohnungsfächer (bis hin zu Vier- und Fünfraumwohnungen) auf.

In jedem Fall elementar ist aber immer eine konsequente Umsetzung der Barrierefreiheit im Sinne der DIN 18040-2. Darüber hinaus ist es empfehlenswert, auch einige Wohnungen nach den erhöhten Anforderungen der DIN 18040-2 „R“ für Rollstuhlnutzer zu planen.

Neben der Vermeidung baulicher Barrieren gilt es, eine möglichst uneingeschränkte Zugänglichkeit zum Wohnungsangebot dadurch zu gewährleisten, dass durch einen Anteil an öffentlich geförderten Wohnungen auch Menschen mit geringeren Einkommen Berücksichtigung finden. In Bielefeld wurde hier bislang als Orientierung ein Schlüssel von etwa 50 % öffentlich geförderter Wohnungen für den Neubau zugrunde gelegt.

Konzeptionelle und damit verbundene räumliche Anforderungen ergeben sich auch für die weiteren Projektbausteine:

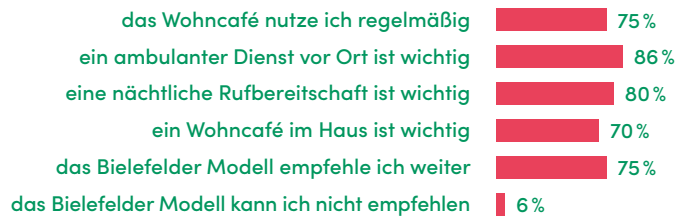
- Für die Präsenz des sozialen Dienstleisters im Quartier müssen mindestens zwei separate Büroräume und ein Mitarbeiter-WC zur Verfügung stehen. Hierbei handelt es sich um eine Gewerbefläche, die durch den Kooperationspartner angemietet und ausgestattet wird. Es hat sich bewährt, dass Bürofläche und Wohncafé in räumlicher Nachbarschaft liegen.
- Das Wohncafé wird als „Herzstück“ des Bielefelder Modells in der Regel nicht vermietet, sondern durch das Wohnungsunternehmen kostenfrei als Ort für nachbarschaftliche Begegnung und informellen Austausch zur Verfügung gestellt. Teil der offenen Quartiersarbeit ist auch ein niederschwelliges Mahlzeitenangebot. Daher sind die Wohncafés mit einer Küche ausgestattet. Zudem sind Abstellräume sowie mindestens ein rollstuhlgerechtes Besucher-WC erforderlich. Die Größe des Wohncafés orientiert sich an der Gesamtgröße des jeweiligen Projektes, sollte jedoch eine Fläche von 90 bis 100 m² nicht unterschreiten.
- In jeder Wohnanlage ist ebenso mindestens eine „Pflegerwohnung auf Zeit“ zu integrieren. Diese sollten als Einraumwohnungen angelegt sein und über eine Kochmöglichkeit (Pantryküche) und Teilmöblierung verfügen. Als frei finanzierte Einheiten unterliegen die Pflegerwohnungen keiner Belegungs- oder Mietpreisbindung. Die Belegung der Pflegerwohnungen wird durch den Kooperationspartner übernommen, da so die Belegung flexibler und zielgerichteter erfolgen kann.

Die Vermietungspraxis

Diese Vermietungskonstellation der „Pflegerwohnungen“ stellt allerdings eine Ausnahme dar. Grundsätzlich gilt sonst eine klare inhaltliche und vertragli-

Nutzung und Bewertung der Angebote

Ausgewählte Ergebnisse der Mieterbefragung



n = 373 Personen, Rücklaufquote = 48,2% der Haushalte in den Wohnanlagen; Umfrage: IPW

che Trennung zwischen Vermietung und sozialen beziehungsweise pflegerischen Dienstleistungen. Selbstverständlich verfügen alle Mieter über ein uneingeschränktes Wunsch- und Wahlrecht bezüglich der Inanspruchnahme von Dienstleistungen und Anbietern. Dies umfasst auch das Hausnotrufsystem als Wahlleistung zur Anbindung an die 24h-Versorgungssicherheit.

Eine ergänzende Servicepauschale wird neben der Miete und Mietnebenkosten nicht erhoben. Es werden nur die tatsächlich in Anspruch genommenen und separat vereinbarten Leistungen vom Kooperationspartner abgerechnet. Diesem wird allerdings ein Vorschlagsrecht für die Belegung von bis zu acht Wohnungen im unmittelbaren Projektbezug für Kunden mit bestehenden Pflegebedarfen eingeräumt.

Dies stellt einen wichtigen Baustein für den Dienstleister dar, um die umfangreiche Präsenz im Quartier auch ohne Servicepauschale wirtschaftlich darstellen zu können. Diese und wesentliche andere Punkte der Zusammenarbeit werden in einer separaten Vereinbarung zwischen dem Wohnungsunternehmen und dem sozialen Dienstleister festgelegt.

Fazit

Das Konzept des Bielefelder Modells stellt einen in der Praxis bewährten Ansatz dar, um auf Quartiersebene sozialpolitischen Herausforderungen entgegenzutreten. Das Wohnungsunternehmen übernimmt hier nicht nur Verantwortung im Rahmen einer sozialen Stadt- und Quartiersentwicklung, sondern kann auch sein eigenes Portfolio zielgruppenspezifisch und zukunftssicher ausbauen.

Den versorgungspolitischen Mehrwert des Bielefelder Modells hat zudem nicht zuletzt auch die eingangs erwähnte Evaluation des IPW bestätigt: Das Bielefelder Modell bietet geeignete Lösungen für die Herausforderungen einer alternden Gesellschaft. Es zeigt aber auch die Chance einer aktiven Gestaltung von Quartieren im Zuge der Stadtentwicklung auf und verdeutlicht die Relevanz quartiersorientierter Hilfe- und Versorgungsstrukturen.

Weitere Informationen:
www.bielefelder-modell.de
www.uni-bielefeld.de/ipw



Das Digitale Brett
 Näher dran am Mieter!

So langlebig wie Ihre Immobilie

Das Digitale Brett im Treppenhaus

- einfache und vielfach kompatible Software: zuverlässig und schnell die gesamte Mieterschaft erreichen
- speziell für die Wohnungswirtschaft entwickelte Hard- und Software
- für den Dauerbetrieb ausgelegte, in Deutschland gefertigte Geräte
- besonders langlebig und vandalismussicher
- HIGHLIGHTS: brandsicherer „Phoenix Touch24“ und regenfester „NeptunTouch24“

Fordern Sie jetzt Ihren kostenlosen Demo-Zugang an: www.cms.dasdigitalebrett.de

INTERVIEW MIT PROF. DR. KLAUS WINGENFELD UND OLIVER KLINGELBERG

„Wissenschaftlich fundierte Aussagen zur Wirksamkeit fehlten bislang“



Der Leiter der Studie und Wissenschaftliche Geschäftsführer des Instituts für Pflegewissenschaft – ein 1995 gegründetes An-Institut der Universität Bielefeld – sowie der für das Bielefelder Modell zuständige BGW-Sozialmanager erläutern die Erkenntnisse, die sich aus der Evaluierung ergeben haben.

Das Bielefelder Modell gilt als Vorreiter quartiersbezogener Versorgungsansätze und wird seit 25 Jahren in Bielefeld umgesetzt. Wie hat sich das Konzept seither entwickelt?

KLINGELBERG: Das erste Projekt nach dem Bielefelder Modell wurde 1996 bezogen – ein Jahr nach Einführung der Pflegeversicherung. Seither hat sich die Pflegelandschaft sozialrechtlich gewandelt und die Angebotsstrukturen sind vielfältiger geworden. Der Wunsch der Menschen, möglichst bis zum Lebensende im vertrauten Wohnumfeld wohnen zu können, ist unverändert. Hinzu kommt, dass Wohnungsunternehmen bei ihrem Wohn-

angebot heute konsequenter den Inklusionsansatz umsetzen. Sie haben eine sozialräumliche Perspektive entwickelt und die Menschen im Quartier stärker generationenübergreifend im Blick, indem sie überlegen, wie sich vorhandene und neue Bausteine sozialer Angebote auf Quartiersebene gut miteinander verknüpfen lassen. So gibt es in unseren Wohncafés vereinzelt ausgelagerte integrative Arbeitsplätze der Behindertenhilfe. Zudem gibt es Kooperationen und eigene Projekte der Palliativversorgung. Da Tagespflegeeinrichtungen wichtige ergänzende Versorgungsangebote im Quartier darstellen, setzen wir aktuell gerade selbst den Neubau einer Tagespflege um.

Das Bielefelder Modell ist nicht mehr ein einzelnes „Leuchtturmprojekt“, sondern hat Schule gemacht. Mit jedem neuen Projekt werden Erfahrungen gesammelt, wie sich die Architektur, die barrierefreie Gestaltung oder

das Raumprogramm verbessern lassen. Damit veränderte sich auch die Projektsteuerung. Da man zwangsläufig nicht mehr an jedem Standort so nah dran ist, galt es, mit den Kooperationspartnern Instrumente zu entwickeln, mit denen wir regelmäßig im Dialog sein, Qualität sichern, Mitarbeiter schulen oder gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit betreiben können.

Wie knüpft man solch ein komplexes Netzwerk aus formellen und informellen Hilfen, wie sie das Bielefelder Modell ausmachen?

KLINGELBERG: Es gibt eine große Übereinstimmung und gemeinsam getragene Erkenntnis darüber, was es in einzelnen Quartierszusammenhängen an grundsätzlichen Wohn- und Versorgungswünschen gibt. Der entscheidende Schritt ist es, die Akteure davon zu überzeugen, dass in Netzwerkstrukturen am Ende alle mehr

gewinnen, als man als Einzelner einbringen muss. Dazu muss man aber voneinander wissen und es braucht einer entsprechenden Koordination. Eine zentrale Rolle kommt deshalb auch der Kommune als Steuerungsinstanz zu. Wohnungsunternehmen und sozialer Dienstleister können hier jedoch aktiver Impulsgeber sein. Für unsere Standorte im Bielefelder Modell führen wir dazu gemeinsam mit unseren Kooperationspartnern schon im Vorfeld der Projektierung eine Sozialraumanalyse durch. So lernen wir die lokalen Akteure und Bedarfe kennen.

„Für informelle Netzwerke braucht es Treffpunkte und Kommunikationsorte. Die Wohncafés sind hier elementar.“

Oliver Klingelberg

Für informelle Netzwerke braucht es vor allem Treffpunkte und „Kommunikationsorte“. Unsere Wohncafés sind hier elementar, damit sich Menschen begegnen, sich kennenlernen und sich Nachbarschaftshilfe, aber auch ehrenamtliches Engagement etablieren können. Das funktioniert natürlich nicht aus dem Nichts. Es braucht eine kontinuierliche Anbindung an hauptamtliche Strukturen und gerade in der ersten Projektphase – analog zu Prozessen sozialer Stadtentwicklung im Rahmen des ehemaligen Programms Soziale Stadt – eine zentrale Person als Kümmer oder Quartiersmanagerin. Übrigens leider ein Bereich, der nicht regelfinanziert ist.

Wissen Sie, wie viele Wohnungsunternehmen Konzepte nach dem Bielefelder Modell umsetzen und wie viele Menschen von dem stadtteilbezogenen Ansatz profitieren?

KLINGELBERG: Es sind mindestens 14 Unternehmen bundesweit, die ein Wohnen mit Versorgungssicherheit umsetzen und sich dabei explizit auf das Bielefelder Modell berufen. Mit den meisten dieser Unternehmen stehen wir im regelmäßigen fachlichen Austausch. In Bielefeld umfassen die zwölf BGW-Standorte in ihren „Kernhäusern“

528 Wohnungen. Zwei weitere Projekte mit insgesamt 120 Wohnungen sind im Bau. Durch den Quartiersansatz profitiert aber ein Vielfaches an Haushalten von den Angeboten und der Versorgungssicherheit.

2016 startete die auf drei Jahre angelegte Evaluation zum Bielefelder Modell. Wie ist es dazu gekommen, was waren zentrale Fragestellungen und methodische Ansätze?

WINGENFELD: Ausgangspunkt war ein neuer Förderschwerpunkt der Stiftung Wohlfahrtspflege Nordrhein-Westfalen namens „PflegeInklusiv“. Er zielte auf die Erforschung und Entwicklung zukunftsweisender Ansätze zur Unterstützung hilfe- und pflegebedürftiger Menschen. Dadurch ergab sich die Gelegenheit, für diese Evaluationsstudie. Vergleichbare Untersuchungen quartiersbezogener Konzepte gab es in Deutschland bislang nicht.

Die wichtigste Frage war, welchen Beitrag das Modell zur Unterstützung von Menschen mit gesundheitlichen Beeinträchtigungen leisten kann und bei welchen Personengruppen es an seine Grenzen kommt. Darüber hinaus sollte das Projekt Transparenz schaffen und erklären, wie andere Kommunen oder Institutionen von den Erfahrungen im Bielefelder Modell lernen können. Und schließlich galt es, gemeinsam mit den Kooperationspartnern aus dem Bielefelder Modell zu überlegen, an welchen Stellen es Weiterentwicklungsbedarf gibt.

Wichtig war ferner eine Verlaufsstudie, die bei ausgewählten pflegebedürftigen Personen der Frage nachging, wie gut oder schlecht gesundheitliche Krisensituationen im Bielefelder Modell aufgefangen werden können.

Gibt es Optimierungsmöglichkeiten?

WINGENFELD: Das wichtigste Ergebnis ist die Feststellung, dass das Bielefelder Modell als Versorgungsstruktur gut funktioniert und viele Möglichkeiten bietet, hilfe- und pflegebedürftigen Menschen die erforderliche Unterstützung zukommen zu lassen. Das gilt auch für Menschen mit vergleichsweise schwerwiegenden Gesundheitsproblemen. Insbesondere gelingt es, Hilfeleistungen in das soziale Leben zu integrieren. Das Modell wirkt auch in die Quartiere hinein und schafft für die Bewohner hilfreiche Strukturen.

Das hat allerdings je nach Standort eine unterschiedliche Intensität.

Es zeigte sich jedoch, dass die Stärke des Bielefelder Modells vor allem auf dem sozialen Engagement der beteiligten Kooperationspartner beruht, weniger auf stabilen Strukturen des sozialen Sicherungssystems. Das kann zu einer gewissen Anfälligkeit gegenüber äußeren Einflüssen führen, die nichts mit dem Modell selbst zu tun haben – wie personelle Veränderungen oder strukturelle Umbrüche bei den zusammenarbeitenden Einrichtungen.

Deshalb sehe ich die besondere Herausforderung darin, den Ansatz im Bewusstsein der Kooperationspartner – einschließlich der Kommune – und der beteiligten Mitarbeitenden immer wieder zu erneuern und systematischer zu prüfen, wo es Herausforderungen oder Chancen gibt. Damit ist die interne Qualitätssicherung angesprochen. Wünschenswert wäre es außerdem, Ansätze wie das Bielefelder Modell durch sozialrechtliche Anpassungen strukturell besser abzusichern. **Was bringt eine Evaluation nach gut 20 Jahren Laufzeit und welche Erkenntnisse kann die Wohnungswirtschaft aus den Ergebnissen ziehen?**

KLINGELBERG: Das Bielefelder Modell entstand aus der Praxis heraus und wurde nie systematisch evaluiert. Wir haben zwar sehr viele Erfahrungen gesammelt und im Tagesgeschäft erlebt, wie und dass das Konzept funktioniert, aber es fehlte bislang ein wissenschaftlich fundierter, theoretischer Unterbau zur Wirksamkeit. Diese Lücke ist mit der Evaluation insbesondere mit Blick auf den Aspekt der pflegerischen Versorgungssicherheit geschlossen worden. Ein zentrales Ergebnis ist für mich, dass sich bestätigt hat, wie zentral Architektur und sozialer Ansatz miteinander korrespondieren. Barrierefreiheit, Wohncafé, enge räumliche Bezüge – dies sind entscheidende Steuerungsfaktoren der Wohnungsunternehmen, um eine umfassende Versorgungssicherheit im Quartier zu ermöglichen. Faktoren, die den Mehrwert des Bielefelder Modells gegenüber anderen ambulanten Versorgungssettings ausmachen.

Vielen Dank für das Gespräch.

Das Interview führte Olaf Berger. —

GEMEINSCHAFTLICHE WOHNPROJEKTE BIETEN VIELE CHANCEN

Vielfalt unter einem Dach

Immer mehr Menschen unterschiedlichen Alters, Herkunft und Lebensbiografie wollen gemeinschaftlich zusammen wohnen: als eine Art moderne Großfamilie. Davon profitieren sowohl die Bewohner als auch die Nachbarschaft eines Quartiers. Ein Erfahrungsbericht aus Köln.

Von Sabine Seitz

Die Großfamilie war jahrhundertlang das gängige Lebenskonzept in nahezu allen Gesellschaften. Mehrere Generationen lebten unter einem Dach, es gab klare Rollenverteilungen und feste Strukturen. Unabhängig von den sozialen Herausforderungen, die eine große Familie mit sich bringt, waren es vor allem die zunehmende Individualisierung und die wachsende Mobilität, die dieses Lebensmodell zur Seltenheit werden ließen.

Seit zwei Jahrzehnten aber erlebt dieses Modell eine Renaissance und vereint als gemeinschaftliches Wohnen die Vorteile von Individualität und Gemeinschaft unter einem Dach. Als größte Vermieterin Kölns hat sich die GAG Immobilien AG intensiv mit dem Thema beschäftigt und gehört zu den größten Anbietern dieser Wohnform in der Rheinmetropole.

Acht gemeinschaftliche Wohnprojekte wurden bereits erfolgreich umgesetzt, das neunte steht in den Startlöchern. Dieses Engagement geht nicht auf eine verklärte „Früher war alles besser“-Sentimentalität zurück, sondern orientiert sich an den Bedarfen und dem Nutzen. Ausgehend von den Erfahrungen lässt sich vor allem eines festhalten: Gemeinschaftliche Wohnformen sind eine Win-win-Situation, sowohl für die Mieter als auch für die Wohnungsunternehmen.



Sabine Seitz
Referentin
Neue Wohnformen
GAG Immobilien AG
KÖLN

Bewohnerverein ist das Rückgrat

Damit das Konzept des gemeinschaftlichen Lebens aufgeht, muss es mit Leben gefüllt werden. Rückgrat jedes Wohnprojektes ist ein so genannter Bewohnerverein, der von Beginn an stark in das Projekt einbezogen ist. Ein Kooperationsvertrag mit der GAG regelt die Eckpunkte der Zusammenarbeit und räumt dem Verein ein Vorschlagsrecht zur Erst- und Folgebelegung der Wohnungen ein. Wichtig ist, dass die Mitglieder zu Beginn oder sehr schnell eine Idee entwickeln, wie das gemeinschaftliche Wohnen konkret umgesetzt wird und welches Motiv als Grundgedanke dahintersteht. Sich gegenseitig zu unterstützen, reicht als alleiniges Motiv nicht aus, da es aufgrund der Veränderungen in den Lebensbiografien an Bedeutung verliert. Ein vereinender Grundgedanke, hin-



Seit 2009 leben Anke und Frank Keils im gemeinschaftlichen Wohnprojekt „Ledo“ in Köln-Niehl



Gemeinschaft im Kleinen und im Großen: Regelmäßige Feiern und Feste stärken das Zusammengehörigkeitsgefühl der Wohnprojektbewohner und in den Nachbarschaften

ter dem alle Bewohner stehen, ist, so zeigen die Erfahrungen, deutlich tragfähiger. Beim ersten von der GAG realisierten Wohnprojekt „Ledo“ in Köln-Niehl zum Beispiel war es der Gedanke des gleichberechtigten Zusammenlebens von Menschen mit und ohne Handicap. In der „Villa anders“ in Köln-Ehrenfeld fanden LGBT*-Menschen ein gemeinschaftliches Zuhause.

Zudem bildet der Bewohnerverein die rechtliche Basis. Welche Organisationsform der Bewohnerverein wählt, wie die richtige Mietauswahl zu treffen ist und wie das neue Zuhause konkret geplant wird – das ist ein komplexer Prozess, der sehr viel Zeit, Fachwissen und jede Menge Austausch erfordert. Deshalb finanziert die GAG für den Verein eine externe Moderationsberatung. Diese Fachleute unterstützen die künftigen Bewohner bei der Entwicklung des Projekts und fungieren als Mittler zu den Fachabteilungen der Wohnungsgesellschaft.

Vor allem im Planungsprozess und damit bevor die erste Wohnung überhaupt bezogen werden kann, sind regelmäßige Abstimmungsgespräche und bindende Absprachen notwendig. Hier erfolgt in der Regel eine enge Begleitung der Bewohnerorganisation. Nach dem Einzug sollte sich der Verein so entwickelt haben, dass der Gedanke des gemeinschaftlichen Wohnens beziehungsweise des Projektes auf Dauer eigenständig, ohne inhaltliche Beteiligung durchgeführt oder organisiert wird. Ein Austausch mit dem GAG-Sozialmanagement und dem zuständigen GAG-Kundencenter findet jedoch auch nach dem Einzug noch regelmäßig statt.

Die Mischung macht's

Bei den ersten realisierten Wohnprojekten der GAG hat sich eine Mischung der Bewohnerschaft aus zwei Dritteln U60 (Singles, Paare oder Familien) und einem Drittel Ü60 (Singles, Paare) als erfolgreich erwiesen. Diese Zusammensetzung hat sich aufgrund des Interesses in den vergangenen Jahren aber gewandelt. Heute sind es deutlich homogenere und ältere Gruppen, die an einem gemeinschaftlichen Zusammenleben interessiert sind. Ein weiterer Aspekt für eine ausgewogene Belegung ist die gute Mischung von frei finanzierten und preisgebundenen >

Gemeinschaftliche Wohnprojekte der GAG Immobilien AG in Köln

Ledo, Köln-Niehl – seit 2009

Villa Stellwerk, Köln-Nippes – seit 2009

Villa anders, Köln-Ehrenfeld – seit 2009

Mehrgenerationen-Wohnprojekt Köln-Poll – seit 2010

Köln-Höhenberg International – seit 2010

Lebensräume in Balance, Köln-Ostheim – seit 2017

inklusive wohnen Köln, Köln-Rodenkirchen – seit 2017

futur 3, Köln-Kalk – Bezug 2021

WohnBunt, Köln-Bickendorf – Bezug 2023

Weitere Informationen: 1p.de/gag-neue-wohnformen



Im großzügigen Innenhof von „Ledo“ in Köln-Niehl haben sich die Bewohner ihre eigene grüne Oase geschaffen

Wohnungen. Entsprechend der Vorgaben der gültigen Förderbestimmungen des Landes NRW werden die Gebäude und Wohnungen barrierearm errichtet und mit einem Aufzug ausgestattet.

Herzstück ist der Gruppenraum

Gemeinschaftliche Wohnprojekte leben vom Austausch, vom Zusammenkommen, von der Begegnung. Dazu dient der Gruppenraum, der als Herzstück jedes Wohnprojektes unverzichtbar ist. Bis vor einigen Jah-

Gemeinschaftliche Wohnprojekte sind auch ein Ansatz für lebendige Quartiere.

ren bezahlte die Stadt Köln sogar aus einem eigenen Fördertopf 20 Jahre lang diese Miete, was zu einer starken Nachfrage nach gemeinschaftlichen Wohnprojekten führte. Heute wird der Gruppenraum durch Wohnraumfördermittel des Landes NRW gefördert – und anteilig gemeinsam mit der Wohnung an die Bewohner mitvermietet. Er bietet Platz für gemeinsame Aktivitäten wie Spielen, Kochen, Yoga, Basteln, Vorträge, Musik oder Diskussionen, fungiert aber auch als Plenum, in dem organisatorische Fragen geklärt, Pläne für das weitere Zusammenleben entwickelt oder nachbarschaftliche Probleme gelöst werden.

Vorteile: Mehr Kontinuität und Identifikation

Mit gemeinschaftlichen Wohnprojekten reagiert die GAG auf eine – immer noch vorhandene – Nachfrage. Und für diese Wohnprojekte sprechen aus Sicht der Wohnungsgesellschaft viele Vorteile: Die Verweildauer der Mieter ist deutlich höher als in normalen Mietwohnungen. Stabilität und Kontinuität sind daher eindeutige Vorzüge. Gleichzeitig ist die Identifikation der Bewohnerschaft mit dem Gebäude höher, da die Mieter an der Planung und Gestaltung beteiligt waren. Sie fühlen sich mehr als Eigentümer denn als Mieter. Dadurch gibt es keine Probleme mit Vandalismus wie in anderen Häusern. Und da die Menschen in gemeinschaftlichen Wohnprojekten Konflikte eher untereinander regeln, landen weniger davon bei der Wohnungsgesellschaft. Auch bei der Nachbelegung übernehmen die Projekte Verantwortung. Bislang musste die GAG kein einziges Mal selbst belegen. Der Vorschlag des jeweiligen Bewohnervereins führte immer zum Erfolg.

Viele Wohnprojekte betreiben darüber hinaus auch aus Eigeninitiative Quartiersarbeit und stellen für die GAG und die Quartiere einen großen Gewinn dar. Als Unternehmen, das die soziale Vernetzung als einen seiner Schwerpunkte begreift, versteht die GAG die Förderung von gemeinschaftlichen Wohnprojekten auch als einen weiteren Ansatz für lebendige Quartiere. Der Mehraufwand, der durch die Unterstützung im Entstehungsprozess entsteht, zahlt sich im weiteren Verlauf für die Wohnungsgesellschaft aus.

Mit der zielgerichteten Realisierung von Gemeinschaftsprojekten verfügt die GAG in Köln bislang über ein Alleinstellungsmerkmal, da andere Wohnungsunternehmen eher einzelne Leuchtturmprojekte umsetzen. Eine systematische Förderung des gemeinschaftlichen Wohnens ist derzeit weitgehend noch die Ausnahme.



Gemeinsames Kochen ist ein fester Bestandteil im Tagesablauf von „inklusiv wohnen“ in Köln-Rodenkirchen

* lesbisch, schwul, bisexuell, transgener – oft mit Erweiterung für trans- und intergeschlechtliche sowie queere Menschen

Anbieteroffen. Leistungsfähig. Kein Abnahmezwang.

Glasfaser.

Jetzt mit #DABEI sein.



ERLEBEN, WAS VERBINDET.

Direkt
beraten lassen:

**0800
33 03333**

Glasfaser bis ins Haus und in die Wohnung

Das ist die Lebensader Deutschlands. Gemeinsam mit der Wohnungswirtschaft möchten wir die digitale Grundversorgung in Deutschland sicherstellen. Neben der Versorgungssicherheit haben der Werterhalt der Immobilie, der Standortvorteil und die Zufriedenheit der Mieter höchste Priorität.

Wann kann Ihre Immobilie angeschlossen werden?

Rufen Sie uns an oder informieren Sie sich auf www.telekom.de/wohnungswirtschaft
Seien auch Sie jetzt mit #DABEI! Gemeinsam für Deutschland. Glasfaser für Deutschland.

Bauen und Technik



Umfangreiches Neubauprojekt der Oberurseler Wohnungsgenossenschaft OWG

In **Kronberg-Oberhöchstadt im Taunus** entstehen **60 neue Wohneinheiten**. Geplant sind vier Hausgruppen mit je 15 Wohneinheiten, die in der Form einer sogenannten Hofreite jeweils eine abgeschlossene Einheit bilden. Zudem entsteht eine Gartenanlage mit Kommunikations- und Spielflächen. Neben Tiefgaragen- und Außenstellplätzen für Autos sind 120 Fahrradstellplätze sowie Elektroladestationen vorgesehen.



Baustart für Nachverdichtung in Köln-Longerich

In Köln-Longerich starten die Bauarbeiten für 51 Mietwohnungen. Es handelt sich um die Nachverdichtung eines bestehenden Wohnquartiers der LEG. Auf sechs Wohngebäude verteilen sich die barrierefrei geplanten Wohnungen mit KfW-55-Standard. Im Sommer 2023 soll das Vorhaben abgeschlossen sein.

210

neue Wohnungen baut die WBM auf der Fischerinsel in Berlin-Mitte. Vor Baustart wurde eine dort gefundene mittelalterliche Latrine aus dem 14. Jahrhundert geborgen. Das historische Bauwerk wird in einem Pavillon ausgestellt.

Umwelt und Wohnkomfort im Fokus

Seit 1997 wächst die größte Neubausiedlung des Beamten-Wohnungsvereins zu Köpenick (BWV) in Berlins südöstlich angrenzender Gemeinde Schöneiche. Die nach gartenstädtischen Vorbildern geplante Anlage wird gegenwärtig um 70 Wohnungen ergänzt. Bis 2022 werden die neuen familien- und seniorenfreundlichen Wohnungen fertiggestellt sein. Fast alle sind mit Aufzügen schwellenlos erreichbar und eine durchgehende Fußbodenheizung sorgt für ein angenehmes Raumklima. Heizung und Warmwasser werden mit einem Blockheizkraftwerk (BHKW) in Kombination mit Wärmepumpen zur Energierückgewinnung aus der Wohnungsabluft beheizt.

Degewo startet Pilotprojekt für digitale Parkplatzsuche

Die Degewo hat sich mit dem Wiener Start-up Payuca zusammengetan: Die beiden Partner machen nun mit einer App bisher ungenutzten Parkraum für die Öffentlichkeit zugänglich. Die intelligente Parkraumbewirtschaftung funktioniert ausschließlich digital: Über die Payuca-App wird ein freier Parkplatz reserviert, gemietet und im Anschluss bezahlt. An der Garage angekommen verbindet sich das Smartphone mit dem Zugangssystem vor Ort und öffnet das Tor, der Weg zum reservierten Parkplatz ist dann ausgeschildert. Abgeschlossen und abgerechnet wird der Parkvorgang ebenfalls übers Handy. Die Nutzung ist mit einem Stundentarif von 1,50 € tagsüber und nachts 15 ct/h günstiger als die übliche Kurzzeitparkzone im öffentlichen Raum.

Großes Investitionsvolumen bei der WBG

Die Wohnungsbaugenossenschaft Südharz (WBG) investiert in diesem Jahr gut 14 Mio. € in aktuelle Baumaßnahmen sowie in die laufende Instandhaltung der Gebäude. Beim Projekt „Seniorenwohnen Plus am Aueblick“ laufen zum Beispiel im Bereich der Stolberger Straße 91-113 die letzten Arbeiten an den Aufzügen. Auch die Gestaltung des Innenhofes als zentralen Treffpunkt nimmt langsam Form an.



Gehwege, Sitz- und Aufenthaltsmöglichkeiten sowie ein kleiner „Enkelspielplatz“ werden in den kommenden Wochen rund um die Seniorenwohnanlage entstehen

Schon heute alle Anforderungen der EU-Energieeffizienz-Richtlinie (EED) erfüllen!

KALO
einfach persönlicher.

Mit unserer Funkmesstechnik erfüllen Sie bereits heute alle Vorgaben der EED und sind für zukünftige Anforderungen bestens vorbereitet – dafür sorgen wir persönlich!

KALO – Ihr Partner für die klimaintelligente Immobiliensteuerung

Erfahren Sie mehr unter:
eed.kalo.de



Sprechen Sie mit uns persönlich! T 040 23775-0
KALORIMETA GmbH · info@kalo.de · www.kalo.de

Folgen Sie uns auf





Preisträger HolzbauPlus-Wettbewerb 2020

Das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) hat die Preisträger im Bundeswettbewerb HolzbauPlus 2020 geehrt: Zehn Wettbewerbsteilnehmer in vier Kategorien konnten sich über die Auszeichnung freuen. Die Preise für Wohnungsbauten gingen an das „Walden 48“ (Neubau eines Mehrfamilienhauses), das bayerische Projekt „Der kleine Prinz“ (Neubau von Einfamilienhäusern) und nach Thüringen für die Sanierung des Kapellendorfer Gesindehauses. Das BMEL legte den HolzbauPlus-Wettbewerb für öffentliche, private und gewerbliche Bauherren bereits zum fünften Mal auf. Für die Prämierung in den Kategorien „Wohnungsbau Mehrfamilienhäuser“, „Wohnungsbau Einfamilienhäuser“, „Öffentliche und gewerbliche Bauten“ sowie „Sonderpreis für Kindertagesstätten“ stellte das BMEL Preisgelder in Höhe von insgesamt 50.000 € bereit.

Mehr Informationen zum Wettbewerb und zu den Preisträgern gibt es unter: www.holzbauplus-wettbewerb.info.

Jetzt bewerben: Energy Efficiency Award 2021

Die Deutsche Energie-Agentur (Dena) sucht Projekte, die den Energieverbrauch und die Treibhausgasemissionen in Unternehmen messbar mindern. Teilnehmer können ihre Bewerbungsunterlagen bis zum 11. Juni auf der Webseite www.EnergyEfficiencyAward.de hochladen.

Die Jury setzt sich aus Experten aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Medien zusammen und wird die Beiträge bewerten. Dabei legt sie auf unterschiedliche Kriterien Wert: Energieeinsparung, Klimaschutzrelevanz, Wirtschaftlichkeit, Innovationsgrad und Übertragbarkeit. Der Award ist mit Preisgeldern von 30.000 € dotiert und wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) gefördert.

Sonniger Neubau in Misburg

Die Wohnungsgenossenschaft Kleefeld-Buchholz eG schafft neuen Wohnraum in Misburg: Der „Sonnenhof – Am Seelberg“ umfasst fünf dreigeschossige Mehrfamilienhäuser mit insgesamt 25 Wohnungen. Ausgeführt werden alle Wohnungen mit großzügigen Loggien beziehungsweise Dachterrassen. Den Mietern stehen in der Tiefgarage 30 Stellplätze zur Verfügung, davon sind zehn Plätze mit Lademöglichkeiten für E-Autos vorgesehen. Die Fertigstellung des Sonnenhofs soll Anfang 2022 erfolgen.



1.500

bezahlbare Wohnungen werden von der Gesobau AG in Kooperation mit der Tele Columbus Gruppe im Quartier Stadtgut Hellersdorf mit FTTH-Glasfaseranschluss ausgestattet.

Gewag startet zukunftsweisende Erneuerung im Remscheider Süden

Im „Vömix“-Quartier werden in einem ersten Bauabschnitt in diesem Jahr 42 Wohnungen komplett umgebaut und saniert und mit einer zukunftsweisenden Energieversorgung ausgestattet. Erstmals wird die Wärme zur Beheizung der Häuser durch die Kombination von modernen Luftwärmepumpen und auf den Dächern gewonnenem Solarstrom erzeugt und somit ganz auf fossile Brennstoffe verzichtet. Auf einem Abrissgrundstück im Zentrum der Wohnanlage entsteht zudem ein neuer Quartiersplatz.



Märkische Heimat stattet Neubau mit Digitalen Brettern aus

In der Clara-Zetkin-Straße in Ludwigsfelde hat die Wohnungsgesellschaft Ludwigsfelde „Märkische Heimat“ eine Wohnanlage mit drei Häusern und insgesamt 108 Wohnungen realisiert. Sechs „Digitale Bretter“ wurden in den Eingangsbereichen der Anlage installiert. Dabei wurde auf das System von Mieterinfo.tv Kommunikationssysteme GmbH & Co. KG gesetzt. Die Geräte wurden speziell für die Wohnungswirtschaft angefertigt und funktionieren unabhängig vom jeweiligen Netzbetreiber.

DESIGN-BODENBELÄGE
für den Wohnungsbau



Gerflor
theflooringgroup

Gerflor ist mit seinen hochwertigen CREATION Design-Bodenbelägen aus Vinyl Ihr Partner bei Neubau und Renovierung:

- Authentische Holz- und Steindesigns
- Strapazierfähig und pflegeleicht
- Wohngesund, zu 100% recycelbar
- Feuchtraumgeeignet, fußwarm
- Einfach zu verlegen, schnell lieferbar
- Barrierefreie Bodengestaltung
- Persönliche Beratung vor Ort

Sie haben Fragen zu Wohnungsbau-Bodenbelägen von Gerflor oder wünschen eine Beratung: wohnungsbau@gerflor.com / Tel. 02241 - 125 30 637 / www.gerflor.de

ENERGIEWENDE UND WOHNUNGSWIRTSCHAFT

Mieterstrom auch für den Bestand

Sei 2016 setzt die Berliner Howoge bei ihren Neubauprojekten auf Photovoltaik und Mieterstrom. Das Modell ist sowohl für den Klimaschutz als auch für die Mieterbindung positiv. Deshalb realisiert das Unternehmen jetzt auch erste Mieterstromprojekte im Bestand. Ein Erfahrungsbericht.

Von Matthias Schmitz-Peiffer und Kay Gröne



Die Howoge Wärme GmbH betreibt 24 Anlagen, die erneuerbare Energie gewinnen. Im Jahr 2020 erzeugten diese 625.000 kWh CO₂-freien Strom und sparten circa 250 t CO₂ ein

Dass die Wohnungswirtschaft in der Pflicht ist, ihren Beitrag zum Klimaschutz zu leisten, ist unumstritten. Ganz besonders gilt dies für ein kommunales Wohnungsunternehmen wie die Howoge Wohnungsbaugesellschaft GmbH, das im Eigentum des Landes Berlin ist. Denn das Berliner Energiewendegesetz legt fest, dass das Land Berlin bis zum Jahr 2050 klimaneutral sein soll. Die Howoge ist auf einem guten Weg, dieses Ziel der Klimaneutralität in ihrem Bestand von rund 65.000 Wohneinheiten schon vor 2050 zu erreichen. Die Vorgaben der 2010 mit dem Senat geschlossenen Klimaschutzvereinbarung hat sie jedenfalls bereits jetzt übertroffen: Vereinbart wurde darin die Senkung des CO₂-Ausstoßes auf 1,12 t pro Wohnung und Jahr; die Howoge liegt derzeit bei circa 1 t.

Wesentlich dazu beigetragen hat die Howoge Wärme GmbH. Die 2005 gegründete 100%ige Tochtergesellschaft der Howoge ist für das Energiemanagement im Konzern zuständig und befasst sich dabei hauptsächlich mit Wärmelieferung, Messdienstleistungen und Stromlieferung. Dabei ist sie Anbieterin für Mieterstrom, also für Strom, der vor Ort aus erneuerbaren Energien erzeugt und ohne Umweg über das allgemeine Netz an Mieter verkauft wird.

80 % Abnahmequote im Neubau

Bei einem Neubauprojekt in der Gärtnerstraße im Bezirk Lichtenberg hat die Howoge Ende 2016 das erste Mieterstromprojekt realisiert. Mittlerweile betreibt die Howoge Wärme GmbH 24 Anlagen, die erneuerbare Energien nutzen. Diese haben im Jahr 2020 rund 625.000 kWh grünen, CO₂-freien Strom erzeugt, womit bisher circa 250 t CO₂ eingespart wurden. Etwa 2.000 Haushalte beziehen den Strom, der als Howoge-Grünstrom vermarktet wird, und profitieren dabei von günstigen Konditionen: Der Arbeitspreis beträgt aktuell 26 ct/kWh bei einem monatlichen Grundpreis von 7 €. Damit ist der Mieterstrom circa 5 ct/kWh günstiger als vergleichbare Verbrauchspreise im bundesweiten Durchschnitt. Ein durchschnittlicher Haushalt, der pro Jahr 2.000 kWh Strom verbraucht, spart auf diese Weise jährlich knapp 100 €. Somit macht sich dieser Tarif maßgeb-



Matthias Schmitz-Peiffer
Geschäftsführer
Howoge Wärme GmbH
BERLIN



Im Pilotprojekt in der Sewanstraße wurde erstmalig ein elektrischer Quartierspeicher verbaut. Damit sind die Gebäude zu rund 70 % energieautark

lich in der Gesamtmiete bemerkbar und ermöglicht auch Mietern im sozialen Wohnungsbau eine aktive Teilhabe an der Energiewende.

Gute Erfahrungen hat das Wohnungsunternehmen in Bezug auf die Akzeptanz bei den Mietern gemacht. In der Wohnanlage in der Gärtnerstraße beziehen 80 % der Mieterhaushalte den Howoge-Grünstrom. Nur unwesentlich weniger sind es im Durchschnitt der bisher realisierten Mieterstromprojekte. Dabei profitiert die Wärme GmbH davon, dass bei einem Umzug die Bereitschaft hoch ist, den Stromanbieter zu wechseln. Zusätzlich für Vertrauen

sorgt, dass der Energieversorger eine Tochtergesellschaft des eigenen Vermieters ist.

Zu den bisherigen Projekten im Neubaubereich zählt das Powerhaus in Berlin-Adlershof, das die Howoge vom Entwickler Laborgh Investment GmbH übernommen hat. Das aus fünf Gebäuden bestehende Quartier erfüllt nicht zuletzt dank der Photovoltaikanlage den Effizienzhaus-Plus-Energiestandard. Ebenfalls sehr ehrgeizig ist das Energiekonzept bei den beiden von der Howoge selbst entwickelten, 2019 fertiggestellten Neubauten in der Lichtenber-



Kay Gröne
Projektleiter Howoge
Wärme GmbH
BERLIN

ger Sewanstraße mit zusammen 99 Wohneinheiten. Die auf dem Dach installierte Photovoltaikanlage mit 374 Modulen und einer Leistung von 140,6 kWp liefert Strom, der – sofern er nicht sofort verbraucht wird – mittels eines elektrischen Quartierspeichers von 150 kWh zwischengespeichert wird. In diesem >



Im Winter 2016 wurde auf dem Dach des Quartiers Gärtnerhof in Berlin-Lichtenberg die erste Mieterstromanlage der Howoge installiert. Mehr als 80% der Mieter haben einen Stromvertrag abgeschlossen

Jahr will die Wärme GmbH zudem mit einem Angebot starten, das Mieterstrom mit Mobilitätsdienstleistungen kombiniert und so die Sektorkopplung in den Blick nimmt.

Nächster Schritt: Mieterstrom im Bestand

Weil die Wärme GmbH beim Neubau so positive Erfahrungen gemacht hat, wagt das Unternehmen jetzt den nächsten Schritt: Noch in diesem Jahr wird am Warnitzer Bogen, einer DDR-Wohnanlage des Typs WBS 70 im Stadtteil Neu-Hohenschönhausen, erstmals ein Bestandsobjekt mit einer Photovoltaikanlage für Mieterstrom ausgestattet. Insgesamt sollen im laufenden Jahr 600 bis 700 Wohneinheiten in drei Bestandsquartieren mit Mieterstrom versorgt werden. Für 2022 sind weitere fünf bis zehn Quartiere geplant.

Im Vordergrund stehen dabei fünf- bis sechsgeschossige Plattenbauten mit Flachdach, wie es sie im Portfolio der Howoge zahlreich gibt. Weniger gut geeignet sind Hochhäuser. Denn zum einen ist dort das Verhältnis zwischen Dach- und Wohnfläche ungünstiger, zum anderen ist auch mit statischen Problemen zu rechnen.

Doch auch bei den weniger hohen Bestandsgebäuden sind die Herausforderungen bedeutend größer als bei Neubauvorhaben. Das betrifft in erster Linie die Vermarktung des Mieterstroms: Bestandsmieter haben bereits einen Stromvertrag und sehen in der Regel keinen zwingenden Grund, den Stromanbieter zu wechseln. Die Vertriebsaktivitäten erfordern deshalb erheblich mehr Aufwand. Die Wärme GmbH strebt eine Abnahmequote von 30 % an, um das Angebot wirtschaftlich darstellen zu können.

Zu beachten sind auch bauliche Aspekte: So muss bei älteren Gebäuden zum Beispiel zunächst geprüft werden, ob die Statik die Installation einer Photovoltaikanlage überhaupt zulässt. Außerdem müssen die nötigen Kabel aufs Dach gelegt und die Hausanschlüsse umgerüstet werden. Nicht zuletzt muss eine gute Kommunikation stattfinden, denn die nötigen Baumaßnahmen bedeuten auch Belastungen für die Mieter. Grundsätzlich stellt die Howoge-Tochter aber fest, dass das Mieterstromangebot auch im Bestand auf sehr gute Resonanz stößt.

Die Vorteile der Photovoltaik

Das Unternehmen ist überzeugt, dass die Produktion von Sonnenstrom gerade auch im Wohnungsbestand großes Potenzial hat. Denn Photovoltaik hat mehrere Vorteile: Sie liefert CO₂-freien Strom und zahlt damit auf die Klimastrategie der Howoge ein. Ohne die Nutzung der Photovoltaik wird es kaum möglich sein, das im Berliner Energie- und Klimaschutzprogramm (BEK) für das Jahr 2050 festgehaltene Ziel zu erreichen, jährlich nicht mehr als 7 kg CO₂/m² Nettogeschossfläche auszustoßen.

Hinzu kommt, dass die Photovoltaik eine etablierte Technologie ist, die (sieht man einmal von den Einschränkungen während der Installation ab) keine negativen Auswirkungen auf die Mieter hat. Damit unterscheidet sie sich von Blockheizkraft-



Als Plusenergiehaus erzeugt das Powerhaus in Berlin-Adlershof mehr Energie, als vor Ort verbraucht wird. Die hocheffiziente Gebäudehülle, die Lüftungsanlage mit Wärmerückgewinnung, thermische Solarkollektoren sowie PV-Module ermöglichen warme Betriebskosten von monatlich 0,30 €/m²

werken, die nicht unerhebliche Herausforderungen beim Lärmschutz bergen. Außerdem sind die Kosten für Photovoltaik so weit gesunken, dass der Betrieb von Mieterstromanlagen auch unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten Sinn ergibt.

Mieterstrom muss attraktiver werden

Streng genommen macht sogar erst das Mieterstrom-Angebot die Nutzung der Sonnenenergie zur Stromerzeugung wirtschaftlich. Denn die Einspeisevergütung, die laut dem Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG) circa 7 ct/kWh beträgt, ist angesichts von Gestehungskosten von 9 bis 12 ct/kWh nicht auskömmlich. Das ist nicht das einzige Hindernis, das einer weiteren Verbreitung des Mieterstromkonzepts im Weg steht: Zwar hat die Anfang 2021 in Kraft getretene EEG-Novelle substanzielle Verbesserungen gebracht, und nach jüngsten Meldungen scheinen auch die steuerlichen Probleme vom Tisch zu sein, die Wohnungsunternehmen belastet haben, die ihren Strom selbst (und nicht wie die Howoge über eine Tochtergesellschaft) verkaufen wollen. Aber Hemmnisse gibt es trotzdem noch immer. Ein Problem bleibt

beispielsweise die unklare Abgrenzung zwischen Kundenanlagen, die der Versorgung von Mietern mit Mieterstrom dienen und bei denen keine Netzentgelte anfallen, und Photovoltaikanlagen, die den Strom ins allgemeine Netz einspeisen. Die Regelung, dass für

Anlagen bis 30 kWp Leistung laut EEG keine EEG-Umlage mehr anfällt, ist nachteilig für Unternehmen wie die Howoge Wärme GmbH. Weil ihre Anlagen größer sind, bleibt die paradoxe Situation bestehen, dass sie die EEG-Umlage auf selbst erzeugten Strom bezahlen muss.

Nötig ist deshalb, dass die Erzeugung von Strom aus erneuerbaren Quellen in den

Wohnanlagen vor Ort mit stärkeren Anreizen finanziell unterstützt wird. Die Erfahrungen der Howoge zeigen jedenfalls, dass dieser Weg wirtschaftlich ist, den Mietern nützt und einen wesentlichen Beitrag zum Klimaschutz leistet.

**Bestandsmieter
haben bereits einen
Stromvertrag und
sehen in der Regel
keinen zwingenden
Grund, den Strom-
anbieter zu wechseln.**

ROCKWOOL Baustellenverschnitt? Da machen wir neue Steinwolle draus!



Rockcycle: Der ROCKWOOL Recycling-Service für WDV-Systeme

ROCKWOOL Dämmstoffe eignen sich ideal für Wärmedämm-Verbundsysteme. Aber wohin mit dem Baustellenverschnitt? Ganz einfach – zurück zu uns. Denn unsere Steinwolle ist 100% recycelbar. Mit Rockcycle bieten wir Ihnen einen Recycling-Service zur umweltgerechten Entsorgung von Baustellenverschnitt an. Ein Problem weniger für Sie. Eine nachhaltige Lösung mehr von uns. Neue Steinwolle-Dämmstoffe für alle.



ENERGIEVERSORGUNG

Tiefe Geothermie für den Wohnungsbau

Wärmepumpen sorgen mit Sonden in bis zu 100 m Tiefe für eine effiziente und umweltschonende Wärmeversorgung. Doch es geht noch deutlich tiefer. Mittels Tiefengeothermie aus bis zu 5.000 m Tiefe erzeugte Wärme ist – energetisch, ökologisch, technisch und wirtschaftlich – unschlagbar.

Von Frank Urbansky

In Sachen Energiewende gibt es für eifrige Deutsche ein großes Vorbild: Island. Die Vulkaninsel im Nordatlantik erzeugt ihren Strom zu fast 100 % regenerativ mittels Wasserkraft und Geothermie. Letztere sorgt auch für 100 % erneuerbare Wärme – Weltrekord!

Deutschland ist aber nicht Island. Vulkane, die dort die tiefe Geothermie ermöglichen, spuckten hierzulande zuletzt, als noch Dinosaurier durch die Eifel strichen. Dennoch gibt es auch zwischen Rhein und Ostsee Möglichkeiten für tiefe Geothermie, die im Unterschied zur bodennahen Geothermie meist keine Wärmepumpen nutzt. Denn die Vorlauftemperaturen der geförderten Sole sind auch so schon heiß genug. Die Temperatur der Sole kann direkt genutzt werden. Allerdings kommen dafür nur vier Gebiete in Frage (siehe Seite 27).



Frank Urbansky
freier Journalist
LEIPZIG

Stark ausbaufähiges Potenzial

Genau in diesen Gebieten wird tiefe Geothermie zur Energiegewinnung, insbesondere für die Nutzung in Wärmenetzen, immer interessanter – derzeit allerdings ausgehend von einem sehr niedrigen Niveau. Denn diese Art der Energienutzung trägt nur zu mageren 0,085 % des Primärenergieverbrauchs bei. Immerhin: Der Anteil wächst – wenn auch langsam.

Hinzu kommt die Politik, die solche Projekte tendenziell erschwert. Hier ist es allerdings nicht die große Politik in Berlin, sondern die vor Ort. Mit-

unter protestieren Bürger gegen die aus ihrer Sicht ungeheuerlich anmutende Nutzung der Gewalten aus der Tiefe, die ja auch hierzulande bis gut 5.000 m reichen kann.

Zudem schwirrt Halbwissen durchs Land – meist befeuert von einem tatsächlich katastrophalen Fall der Nutzung von Geothermie im Breisgau. In Staufen wurde eine Sole gebohrt und nicht richtig abgedichtet. So konnten Grundwasserschichten in ein umliegendes Gipskeupergestein fließen und dieses zu Teilen in Gips umwandeln, worauf es sich ausdehnte. Das führte zu tektonischen Verschiebungen, die für Beschädigungen von historischen Häusern im Stadtkern von Staufen sorgten.



Kernkronen des Bohrkopfs, der für Tiefengeothermie-Bohrungen in Schwerin eingesetzt wurde



Bohranlage in Schwerin

Doch das ist bald 15 Jahre her, auch wenn die Schadensbegrenzung immer noch andauert. Von Gegnern der Geothermie wird dieses Beispiel oft angeführt. Es ist aber deutschlandweit das Einzige, bei dem eine solche Bohrung kräftig schiefging.

Dennoch ist man vorsichtiger geworden. Im Zweifel werden die Projekte nicht weiterverfolgt, so ein Geothermieprojekt der Erdwärme Isar zwischen Dorfen und Attenhausen in Bayern, das einmal 60.000 Haushalte versorgen sollte; weitere in Gelting und Weilheim. Hier wurden nicht genug Wärmepotenziale entdeckt oder aber die Bohrungen wurden als zu riskant eingestuft.

Dennoch: Da, wo Geothermie möglich ist, gilt sie als die mit Abstand wirtschaftlichste, umweltfreundlichste und zukunftsfähigste Form der Wärmegewinnung. Der hohen Investition bei Bohrung und Anlagenbau steht eine kostenfreie und zeitlich sowie mengenmäßig unbegrenzte Wärmequelle zur Verfügung, die absolut CO₂-frei ist und auch keine weiteren Treibhausgase produziert.

Schwerin: 1.300 m Bohrung reicht aus

Ein Beispiel dafür findet sich derzeit nahe Schwerin. Hier bohren die örtlichen Stadtwerke und erreichten im Dezember 2018 die vorgesehene Tiefe von 1.300 m. Genutzt werden hier eher niedrige Thermalwasser-

temperaturen von 50 °C. Doch die reichen aus, um als Wärmequelle für ein Wärmenetz zu dienen. Für dieses wird das Wasser mit Hilfe von Groß-Wärmepumpen auf 75 °C erwärmt, geht dann in den Rücklauf zu einem Heizkraftwerk und wird dort nochmals auf die für ein Fernwärmenetz nötigen Temperaturen gebracht.

Ende März 2021 wurde hier eine zweite Bohrung erfolgreich niedergebracht – ebenfalls auf einer Tiefe von 1.200 m. Die Bohrkosten fallen dadurch deutlich geringer aus und sorgen trotz niedrigerer Temperaturen für eine wirtschaftliche Umsetzung. Das 56 °C warme Wasser wird voraussichtlich ab dem ersten Quartal 2022 im Fernwärmenetz genutzt. In Zukunft sollen weitere Bohrungen dafür sorgen, dass 10 % des gesamten Wärmebedarfs der Landeshauptstadt mit tiefer Geothermie abgesichert werden.

Bayern: Hotspot der Tiefengeothermie

Da das süddeutsche Molassebecken sich besonders für Geothermie eignet, findet sich dort ein weiteres Beispiel. Die kommunale Erdwärme Grünwald GmbH nahe München plante und realisierte seit Oktober 2008 eine Geothermiequelle. 2011 ging sie in Betrieb und versorgt seitdem die gesamte Kommune mit regenerativer Wärme. Auch hier war die Information der Bevölkerung entscheidend und führte dazu, dass es inzwischen einen Konsens sowohl >

Wo Tiefengeothermie in Deutschland möglich ist

Die energetische Nutzung der Erdwärme ab etwa 400 m Tiefe wird als Geothermie bezeichnet. Dabei kann die Wärme direkt in Wärmenetzen (sogenannten Hydrothermalen Systemen) oder aber als Wasserdampf bei entsprechenden Vorlauftemperaturen in Turbinen zur Stromerzeugung genutzt werden (vorrangig Petrothermale Systeme für Wärmeenergie in Gesteinen).

In Deutschland eignen sich vier Regionen für tiefe Geothermieanlagen:

- Oberrheingraben
- Norddeutsches Becken
- Süddeutsches Molassebecken
- Aquifere in NRW

Schwerpunkt ist das Süddeutsche Molassebecken. Allein im Großraum München stehen 18 der 33 Tiefengeothermieanlagen in Deutschland.

INTERVIEW MIT THOMAS-TIM SÄVECKE

„Geothermie funktioniert nur, wenn sie angenommen wird“



Thomas-Tim Sävecke ist Bereichsleiter Produktion und Contracting bei der Hamburg Energie GmbH. Im Interview spricht er über das Geothermie-Vorhaben in Hamburg-Wilhelmsburg.

Wie grün ist die Energie Ihres Unternehmens?

Seit unserer Gründung bieten wir ausschließlich Tarife mit 100 % Ökostrom aus erneuerbaren Quellen. Wir liefern aber nicht nur saubere Energie, sondern produzieren sie auch selbst – und zwar so viel, wie knapp 70 % unserer 150.000 Kunden an Strom verbrauchen. Die Energie kommt von PV-Anlagen, aus Windkraft und aus Solarthermie. Wir bieten auch Quartierslösungen mit Nahwärme und BHKW und Elektromobilität. Geothermie, wie in Wilhelmsburg geplant, fehlt uns bisher noch im Portfolio. Wenn mit dem neuen Gebäudeenergiegesetz 15 % erneuerbare Energien bei Neubauten eingekoppelt werden müssen, geht das in einer Großstadt wie Hamburg nicht mehr ohne einen hohen Anteil an Erneuerbaren im Strom- und Wärmemix. Nur so kann man große Quartiere klimafreundlich versorgen.

Geothermie ist in Norddeutschland, auch wenn es zahlreiche Aquifere gibt, ja nicht gerade das erste Mittel der Wahl. Welche Gründe waren ausschlaggebend?

Die Norddeutsche Tiefebene hat ein größeres Geothermie-Potenzial als Molasse-Becken und Rheingraben zusammen. Vor zehn Jahren entstand erstmals die Idee, das Erdwärmepotenzial in Wilhelmsburg zu nutzen. Unser Ziel war es von Anfang an, ein Modellprojekt für die Region zu initiieren, indem wir Erkenntnisse für etwaige weitere Geothermieprojekte im Norden gewinnen. Denn die Bohrung muss erfolgreich sein, sonst überlebt das wirtschaftlich niemand. Deswegen ist es gut, dass wir die Stadt Hamburg überzeugen konnten, die auch finan-

ziell hinter dem Projekt steht. Zudem wird das Projekt vom Bundeswirtschaftsministerium gefördert. Das minimiert unser Risiko. Deswegen können wir in diesem Jahr auch anfangen zu bohren und ab 2023 schon Wärme aus tiefer Geothermie liefern.

Welche Bohrtechnologie und welche Materialien kommen zur Anwendung?

Es ist eine abgelenkte Bohrung, wie sie in solchen Tiefen oft angewendet wird. Außerdem haben wir eine Besonderheit: Wir haben nur eine oberirdische Anlage mit zwei Bohrungen. Die eine wird soweit abgelenkt, dass der Abstand zwischen den Bohrungen untertage so groß ist, das auf der einen Seite die warme Sole nach oben gepumpt und auf der anderen Seite die abgekühlte Sole wieder nach unten geleitet wird – ohne dass es zu energetischen Verlusten kommt. Denn in der geothermisch genutzten Schicht liegen beide Bohrungen etwa 1.200 m auseinander. Durch diese Distanz wird verhindert, dass das in den Untergrund zurückgeleitete, abgekühlte Wasser erneut über die Förderbohrung nach oben gepumpt wird – ein sogenannter hydraulischer Kurzschluss – oder das Thermalwasserreservoir vorzeitig abkühlt. So wird eine langfristige Nutzung des geothermischen Reservoirs ermöglicht. Zudem haben wir keine Risiken wie in Süddeutschland mit gipshaltigem Gestein.

Welche Technologien nutzen übertage die Erdwärme und wie erfolgt die Verteilung?

Das Wasser aus der Bohrung wird wieder zurückgeführt, zuvor passiert es einen Wärmetauscher und gibt die Wärme auf einem Niveau von etwa 130 °C für Wärmenetz und Pufferspeicher ab. Die benötigten Vorlauftemperaturen betragen jedoch nur 70 bis 80 °C. Durch die nötige Abkühlung können wir den Volumenstrom im System deutlich erhöhen. Mit einer geschätzten Jahresenergiemenge von

80 GWh können wir voraussichtlich bis zu 10.000 Wohnungen versorgen. Eine Idee ist, noch eine OCR-Anlage (Organic Rankine Cycle), eine nicht mit Wasserdampf betriebene Dampfturbine zur Stromerzeugung, zwischenschalten, um die überschüssige Wärme abzufangen und für die Stromproduktion zu nutzen.

Übernimmt die Geothermie die komplette Wärmeversorgung oder gibt es noch Ergänzungstechnologien?

Sie ist in der Lage, alles komplett zu versorgen. Zur Absicherung nutzen wir noch eine Solarthermieanlage sowie industrielle Abwärme. Für Spitzenlasten stehen ein mit Biogas befeuertes Blockheizkraftwerk und ein großer Pufferspeicher zur Verfügung. Zudem könnten wir überschüssigen Strom aus unseren Photovoltaikanlagen für Power-to-Heat nutzen. Normalerweise wird das aber gar nicht nötig sein.

Gab es im Vorfeld eine Beteiligung oder Information von Bürgern zur geplanten Geothermie-Anlage?

Wir haben extra für Wilhelmsburg neue Mitarbeiter eingestellt und nehmen die Informationsarbeit sehr ernst. Corona kam uns hier aber in die Quere. Normalerweise hätten wir schon eine Bürgerversammlung abgehalten. Immerhin haben wir die Bewohner im Umfeld des Bohrplatzes bereits angeschrieben und angekündigt, was passiert, besonders im Hinblick auf die Baustelle für die Bohrlöcher. Aktuell sind wir dabei, digitale Möglichkeiten zu entwickeln, um die Bürger in diesen Prozess mit einzubeziehen. Ein erster Schritt ist ein Bautagebuch zum Projekt in Wilhelmsburg auf unserer Homepage. Denn eines ist klar: Die Geothermie wird nur funktionieren, wenn sie auch von den Bürgern angenommen wird. Deswegen müssen wir Sorgen und Bedenken ausräumen.

Vielen Dank für das Gespräch.

Das Interview führte Frank Urbansky.

bei Bewohnern als auch im Gemeinderat über die Nutzung der Geothermie gebe, so Andreas Lederle, Geschäftsführer der Erdwärme Grünwald. Rund 1.200 der über 3.000 Häuser in Grünwald sind bereits angeschlossen. Jährlich kämen bis zu 80 neue Anschlüsse hinzu. Je Anschluss müssten die Hausbesitzer 3.570 € zahlen – inklusive bis zu 30 m Zuführungsleitung und Übergabestation. 1.000 € übernimmt die Kommune. Der Arbeitspreis liegt derzeit stabil bei 6,70 ct/kWh und damit deutlich unter dem Bundesdurchschnitt von 8,13 ct/kWh (Quelle: Brennstoffspiegel, 03/2021).

Im Ortsteil Bruck der bayerischen Gemeinde Garching an der Alz (nicht zu verwechseln mit Garching bei München) bohrte 2019 ein halbes Jahr die Silenos Energy GmbH in Tiefen von über 5.000 m nach Wärmequellen. Gefunden wurden Thermalwasserquellen mit 125 °C, was auch prognostiziert wurde. Derzeit wird geprüft, ob es neben einem industriellen Abnehmer für die Wärme auch einen Nutzen in einem Wärmenetz der Gemeinde geben könnte. Das Beispiel aus Bayern zeigt ebenfalls, wie man Vorbehalten in der Bevölkerung begegnen kann. Denn das Unternehmen klärte im Vorfeld darüber auf, nicht das letzte



Oberirdischer Teil der Geothermieanlage in Grünwald

Wassermolekül mit aller Gewalt aus dem Boden zu holen, sondern die vorhandene Ressource Erdwärme nachhaltig zu nutzen. Schon vor den Bohrungen wurden außerdem seismische Messstationen installiert, um mögliche Risiken zu erkennen. >

Anzeige

11880 – Da werden Sie geholfen.

Die 11880 steht für Fortschritt und Innovation – auch als Call-Center-Dienstleister. Wir bieten modernste Kommunikationslösungen. Ausgerichtet auf Ihre individuellen Bedürfnisse.



Sie möchten mehr erfahren? Kontaktieren Sie uns gerne.

11880 Solutions AG

Warnowallee 31
18107 Rostock
+49 381 7785 440
joern.hausmann@11880.com
www.11880.com



Wir sind Ihr kommunikativer Problemlöser

Ob Notfallhotline, Reklamationen zu Handwerkern, Reparaturen oder Auskünfte und Informationen – klassisch per Telefon, aber auch schriftlich per Mail, Chat oder WhatsApp. Wir sind der professionelle Ansprechpartner für Sie und Ihre Kunden. Auf Wunsch 24/7 und mit Unterstützung unserer künstlichen Intelligenz – einer sprachbasierten Emotionserkennungssoftware. Ideal für kommunikativ anspruchsvolle Themenbereiche.

Ihr Service-Plus: Unsere Flexibilität

Sie haben ein volatiles Kundenkontaktvolumen und wünschen sich einen flexiblen Partner an Ihrer Seite? Das Peakgeschäft ist eine unsere Kernkompetenzen. Unsere Personalplanung erfolgt inhouse und ist 24/7 für Sie im Einsatz.

Zufriedenere Mieter dank Künstlicher Intelligenz

78 % der 11880-Mitarbeiter sind der Meinung, dass die Software sie in der Kundenkommunikation unterstützt und einen unzufriedenen in einen zufriedenen Mieter umwandelt.

Aachen: Heiße Thermalquellen machen es möglich

Das Aachener Thermalwasser soll ebenfalls zur Wärmeversorgung genutzt werden. Die Aachener Stadtwerke Stawag forschen gemeinsam mit der Fraunhofer-Einrichtung für Energieinfrastrukturen und Geothermie (Fraunhofer IEG), wie dies möglich sein könnte. In einem ersten Schritt sollen die vielversprechendsten Gesteinsschichten in einer Tiefe von 3 bis 5 km kartiert werden. Dort könnte man fließendes Thermalwasser mit Temperaturen von über 100 °C finden. In Aachen würde damit eine gut 2.000 Jahre zurückreichende Tradition fortgesetzt, denn schon die Römer nutzten die hiesigen Thermalquellen. Ähnliches plant das Fraunhofer IEG auch in der Umgebung von Hagen – hier geht es hinunter bis in eine Tiefe von 4 km – sowie in Düsseldorf, Duisburg, Straelen und Düren-Kreuzau, deren Projekte dank des Landeswettbewerbs „Wärme aus Tiefengeothermie für NRW“ gefördert werden.

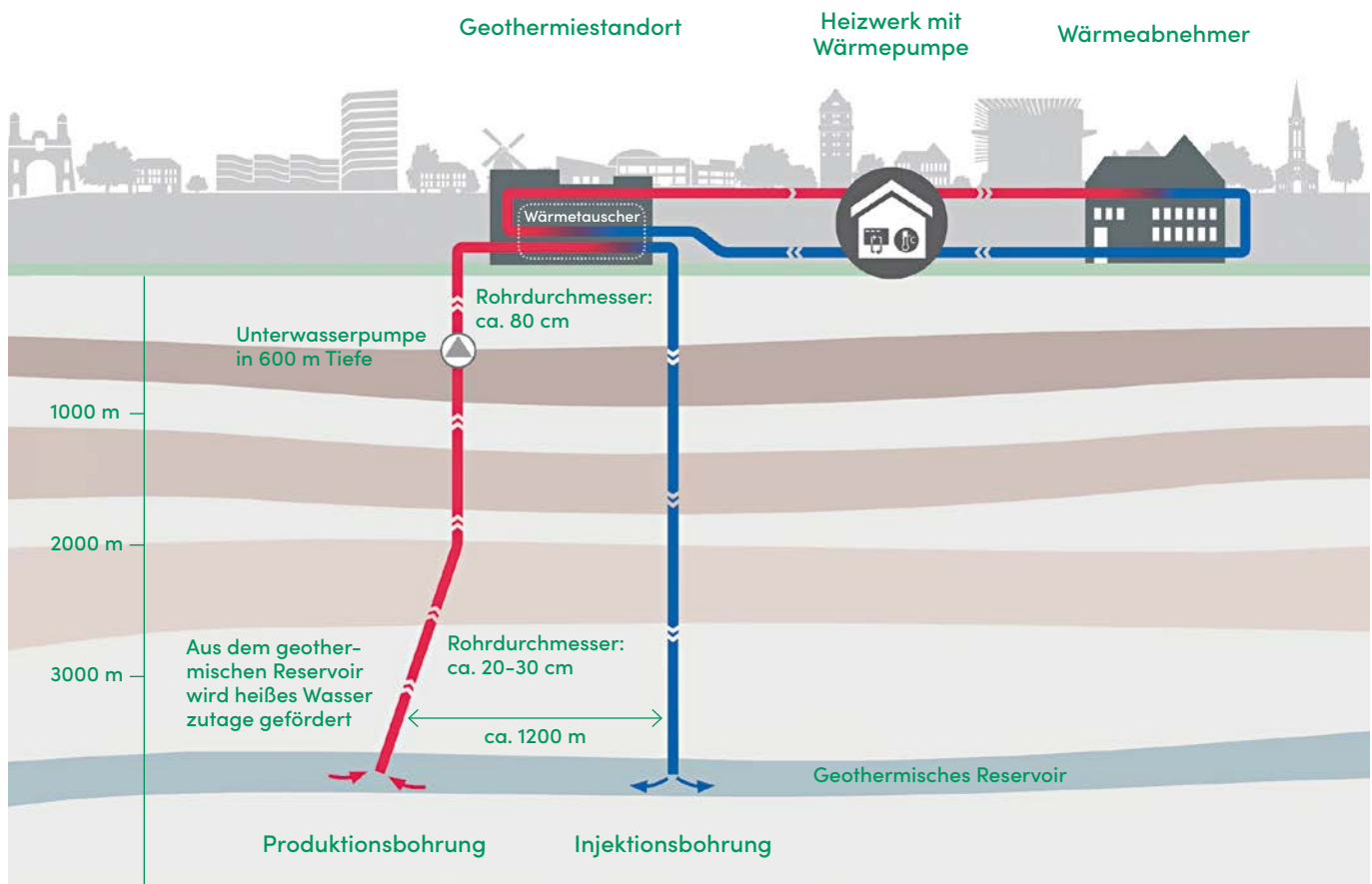
Hamburg: Wärme aus der Tiefe für Wilhelmsburg

Auch in der Elbmetropole soll tiefe Geothermie einen wichtigen Beitrag zur Wärmeversorgung leisten. Ein erstes Projekt startet im Stadtteil Wilhelmsburg. Hier will der städtische Versorger Hamburg Energie die Wärme aus der Tiefe nutzen – und zwar in Neubauten nach KfW-70-Standard sowie in Bestandsbauten der IBA Hamburg. Gebohrt wird bis zu 3.500 m tief. Über Wärmetauscher wird die Wärme in einem dezentralen Nahwärmenetz genutzt. Das abgekühlte Wasser wird über eine zweite Bohrung zurück in den Entnahmehorizont geleitet. Die gesamte Elbinsel soll einmal von der klimafreundlichen, zuverlässigen und sicheren Energieerzeugung profitieren (siehe Interview auf Seite 28).

Weitere Informationen: www.geothermie-wilhelmsburg.de

Nutzung von Erdwärme

Darstellung der abgelenkten Bohrung in Hamburg-Wilhelmsburg



HAUFE.



„DIE RADIKALPOLITISCHEN ANSÄTZE, DIE AUF MIETENSTOPP ODER VERGESELLSCHAFTUNG ABZIELEN, SIND DER FALSCHER WEG.“



Alexander Rychter
Vorstand und Verbandsdirektor
Verband der Wohnungs- und Immobilien-
wirtschaft Rheinland Westfalen
[L'Immo vom 17.05.2021](#)

Foto: vdw / Roland Baege

Mit prickelnder Podcast-Unterhaltung
up to date in der Immobilienbranche.

Iris Jachertz, Dirk Labusch und
Jörg Seifert von den Fachmagazinen
DW Die Wohnungswirtschaft und
immobilienwirtschaft fragen nach.

Jede Woche neu.
Mit führenden Experten.



L'Immo
Der Podcast von
Haufe.Immobilien

JETZT REINHÖREN

Keine Folge verpassen!
podcast.haufe.de/immobilien



Produkte

Barrierefreie Schwellen für Wohnen bis ins Alter



Barrierefreie Übergänge im gesamten Gebäude sind ein Faktor, um lebenslanges Wohnen in einem Haus zu ermöglichen

Die barrierefreie Planung, Ausführung und Ausstattung von Gebäuden gewinnt immer mehr an Bedeutung für seniorengerechtes Wohnen. Türen haben dabei als bewegliche und funktionelle Bauelemente einen besonderen Stellenwert, denn sie sollen möglichst von allen Bewohnern ohne Einschränkungen genutzt werden können. Die Anforderungen für die barrierefreie Schwellen sind in Deutschland mit der Schutznorm DIN 18040 geregelt. Ziel dieser Norm ist die Barrierefreiheit sämtlicher Gebäude, sodass diese für Menschen mit und ohne Behinderungen gleichermaßen komfortabel, ohne Hindernisse und fremde Hilfe frei zugänglich sind. Aus dieser Norm ergeben sich spezielle technische Anforderungen, die Fenster, Türen und Schiebesysteme für die Barrierefreiheit eines Wohngebäudes erfüllen müssen. Schüco Systeme hat dafür die barrierefreie Nullschwelle entwickelt, die unter Einhaltung der Norm jedem Menschen einen selbstbestimmten Zugang ermöglicht. Mit der Lösung aus Aluminium und Kunststoff lässt sich ein schwellenloser Übergang im gesamten Gebäude realisieren. Dies ermöglicht so ein barrierefreies und komfortables Zuhause mit der Chance auf lebenslanges Wohnen.

Weitere Informationen: www.schueco.de

Smarte Fenster sorgen für Sicherheit

Das steigende Sicherheitsbedürfnis in der Bevölkerung erfordert auch Lösungen für die Sicherung der Außenhaut von Gebäuden. Daher bietet der Hersteller Winkhaus eine Lösung für die zuverlässige Fensterüberwachung an. Sie kann zugleich wichtige Aufgaben im Smart-Home-System des Hauses übernehmen. Die entwickelte Technologie ist für verschiedene Einbausituationen und Aufgabenstellungen geeignet. Sie basiert auf Verschlusssensoren, die von außen nicht unmittelbar zu erkennen sind. Die Systeme überwachen die Fenster elektronisch. Mit speziell auf den Anwendungsbereich abgestimmten Kontakten, die über den Funkstandard EnOcean oder per Kabel angebunden sind, werden sowohl die Alarmüberwachung, die Klimasteuerung als auch eine Steuerung der Dunstabzugshaube geregelt. Das Programm umfasst Sensoren, die am Rahmen sitzen und über Kontaktgeber am Fensterflügel geschaltet werden. Einige dieser Kontaktgeber sind in den Fensterbeschlag integriert, und können daher ein nur angelehntes von einem wirklich verriegeltem Fenster unterscheiden.

So ausgestattete Fenster können via Smartphone-App auch aus der Ferne geöffnet und geschlossen werden. Voraussetzung ist jedoch, dass das Fenster neben dem Funkkontakt auch über ein Beschlagsystem verfügt, das das Fenster per Motorantrieb steuert.

Weitere Informationen: www.winkhaus.de



Die verdeckt liegenden Funkkontakte arbeiten kabellos und sind leicht zu montieren

Dachfenster-Duo ohne auftragende Sparren

Innovation für nebeneinander liegende Dachfenster: Der Hersteller Velux hat eine Möglichkeit entwickelt, zwei Fenster ohne auftragende Sparren einzubauen. Das sorgt für eine elegante Optik und verstärkt den Eindruck eines zusammengehörigen Fensterelements. Angeboten wird das System als Komplettpaket inklusive Anschluss- und Dämmset, Anschlussschürze sowie Montagehölzern für die einfache Auswechslung.

Weitere Informationen: www.velux.de



Die Dachfenster-Lichtlösung Duo ohne auftragende Sparren ist nach Herstellerangaben leichter einzubauen

Schimmelprävention mit Innenwandssystem

Mitunter taucht in Bestandsgebäuden nach jahrelanger Schimmelfreiheit plötzlich Schimmel auf. Eine Ursache könnte sein, dass nach einer Modernisierung eine kritische Feuchtesituation entstanden ist. Dies ist vor allem der Fall, wenn die Dichtheit des Gebäudes – zum Beispiel durch neue Fenster – erhöht, aber parallel der Wärmeschutz für die Wände nicht verbessert wurde. Das Innenwand-System KlimaTec von Erfurt & Sohn tritt einer derartigen Entwicklung entgegen. Es ist diffusionsoffen und nimmt Feuchtigkeit auf, speichert diese und gibt sie wieder an die Raumluft ab, wenn das Niveau der Luftfeuchtigkeit nach dem Lüftungsvorgang wieder gesunken ist.

Weitere Informationen: www.erfurt.com

Sichere Beschichtung für Balkone

Lang anhaltender Schutz vor Schäden durch Wasser, Rissüberbrückung und eine Trittschall-Reduzierung um 12 dB: Diese Eigenschaften vereint ein neues elastisches Beschichtungssystem für Balkone, Loggien und Laubengänge. Das System Sto Floor Balcony Elastic EB 200 schützt Balkonböden nach Darstellung des Herstellers StoCretec dauerhaft. Die Balkonbeschichtung verhindert das Eindringen von schädigenden Stoffen und insbesondere Feuchtigkeit in den Beton. Sie vereint UV- und Witterungsbeständigkeit mit Kälteelastizität durch Verwendung einer mehrphasigen Polymermatrix (Hybrid).

Das Polyurethanharz sorgt für einen dauerhaften Schutz vor mechanischer Belastung, hält der Sommerhitze stand und sorgt für eine hohe Rissüberbrückungsfähigkeit bei tiefen Temperaturen. Zusätzlich bietet das System eine dekorative Oberflächengestaltung dank einer großen Farbpalette beziehungsweise der Einstreuung von farbigen Acrylat-Chips. Spezielle Versiegelungen, die der Hersteller anbietet, sorgen zudem für gute Reinigungseigenschaften und ein sicheres Begehen auch bei Nässe.

Weitere Informationen:
www.stocretec.de



Schutz vor Schäden und eine Trittschall-Reduzierung vereint ein neues Beschichtungssystem für Balkone

Weniger CO₂

Die Lösung hat mal wieder mit Wasser zu tun. Aber nicht so, wie Sie denken ...

Wir meinen nicht Wasserkraft oder Wasserstoff. Wir meinen, viel näherliegend, die Trinkwasseranlage. Hier liegt ein Einsparpotenzial von bis zu 50 % des Energiebedarfs und damit des CO₂-Ausstoßes eines Gebäudes. Das lässt sich mit PAUL heben. Die Digitalisierung der Trinkwasseranlage und der automatisierte hydraulische Abgleich sorgen für bis zu 25 % weniger Energiebedarf und CO₂. Und trotzdem steigt der Komfort. Von anderen Effekten wie längerer Lebensdauer oder besserer Hygiene ganz zu schweigen.

Mit PAUL in die digitale Revolution der Gebäudetechnik.

Mehr Infos unter paul-digital.de.

PAUL

Markt und Management



Vivawest veranstaltet 70 Corona-konforme Events

Schon 2020 hat die Vivawest GmbH gute Erfahrungen mit Hofkonzerten und anderen Aktionen gemacht, in diesem Jahr sollen weitere Veranstaltungen folgen. Das Unternehmen möchte seinen Mietern „in einer Zeit voller Einschränkungen schöne Momente verschaffen“, heißt es. In verschiedenen Vivawest-Quartieren soll die Unterhaltung direkt vor die Haustür kommen: Flug- und Zaubershow, Hofkonzerte, Bingo, Lesungen, Fitness und mehr ist geplant. Den Anfang machte eine Feuershow in den „Neuen Stadtgärten“ in Recklinghausen mit dem „Funkenspiel-Ensemble“. Über Events wie diese will das Unternehmen auch in Zeiten von Kontaktbeschränkungen mit seinen Mietern in Austausch treten. Über Ort und Zeit der kommenden Veranstaltungen werden die Mieter jeweils vorab informiert.



Neues Mietermagazin der WIS

In neuem Layout, inhaltlich informativ und unterhaltsam präsentiert sich das neue Mietermagazin „Spreewälder“ der WIS Wohnungsbaugesellschaft im Spreewald mbH. Das Konzept wurde gemeinsam mit der Agentur Projektkommunikation aus Potsdam entwickelt. Mit vier Seiten mehr Inhalt und fast 30.000 Exemplaren erscheint der „Spreewälder“ viermal jährlich und ist für Mieter und Interessierte kostenlos verfügbar. Die erste Ausgabe des neuen Magazins erschien Anfang April.



Betriebe gesund managen

Von Erwin Gollner, Heinz K. Stahl, Florian Schnabel,
230 Seiten,
ISBN 978-3-648-14392-6,
39,95 €, Haufe

Das Buch zeigt, welchen Nutzen das betriebliche Gesundheitsmanagement hat und liefert Beispiele und Tools sowie Checklisten und Erklärvideos.



Norbert Reinelt

Norbert Reinelt verlässt die Gewosüd

Nach fast 29 Jahren ist Norbert Reinelt zum 30. April 2021 in den wohlverdienten Ruhestand getreten. Den auf zwei Posten verkleinerten Vorstand der Gewosüd übernehmen Matthias Löffler und Walter Schuller. Reinelts herausragender Einsatz für die Genossenschaft, ihre Mitglieder sowie die genossenschaftliche Idee hätten die Entwicklung der Gewosüd maßgeblich und nachhaltig geprägt, hieß es bei der Verabschiedung.

18,3 %

der Mietwohnungen in Deutschland werden möbliert vermietet, so das Forschungsinstitut F+B Forschung und Beratung GmbH

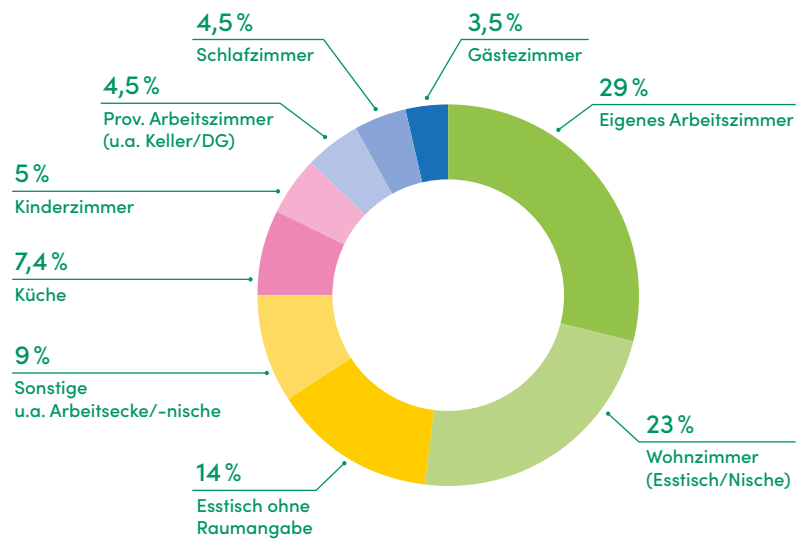
EBZ Summer School: Digitalisierung

Vom 5. bis 16. Juli 2021 beleuchten Referenten aus ganz Europa im Rahmen der Summer School for Young and Early-Career Professionals zukunftsweisende Entwicklungen aus den Bereichen digitale Inklusion, Förderung von sozialem Zusammenhalt im Quartier, Smart-Home-Technologien, innovative Geschäftsmodelle für Wohnungsunternehmen und Digitalisierung der Arbeitswelt. Die Veranstaltung findet über eine Online-Plattform statt.

Mehr Informationen:
www.ebz-business-school.de

Wo arbeiten Sie zu Hause?

282 TN = 100%, Stand: April 2021




Homeoffice als Dauerbrenner

Die „Zeit- und Kostenersparnis“ durch den Wegfall des Pendelns, zu Hause „mehr Ruhe“ zu haben und dadurch „konzentrierter und effektiver“ arbeiten zu können sowie die „Flexibilität“ bei der Gestaltung des Arbeitstages zählen zu den positiven Aspekten, die Bürobeschäftigte mit dem Arbeiten im Homeoffice verbinden. Eine deutliche Mehrheit will daher weiterhin zwei bis drei Tage pro Woche von zu Hause arbeiten. Das geht aus einem Zwischenergebnis einer Umfrage der GWW Wiesbadener Wohnbaugesellschaft mbH hervor. Die Umfrage, an der alle Bürobeschäftigten teilnehmen können, läuft bis zum 30. Juni 2021. Teilnahme unter www.umfrage-homeoffice.de

Green-Team!

Die Kleinen Riesen werden nachhaltiger:
 Jetzt auch als Aktionsmodelle EVOLUTION.

- Effektiver Waschprozess
- Niedriger Wasser- und Stromverbrauch
- Zukunftsweisende Nachhaltigkeit
- Langlebige Gewerbeteknik
- Waschmaschine in Energieeffizienzklasse A 

Miele Professional. Immer Besser.

Miele



Profitieren Sie jetzt von attraktiven AKTIONSPREISEN.

- Nur für kurze Zeit
- Limitierte Stückzahl

7,03

€/m² Nettokaltmiete zahlen Mieter durchschnittlich bei den Hamburger Wohnungsgenossenschaften



Juryvorsitzender Gero Bergmann und Preisträgerin Snezana Michaelis, Mitglied im Vorstand der Gewobag

ULI Germany Leadership Award 2020 verliehen

Snezana Michaelis, Mitglied im Vorstand der Gewobag Wohnungsbau-Aktiengesellschaft, wurde als eine Führungspersonlichkeit geehrt, die mit ihren realisierten Immobilienprojekten Orientierung gibt, Begeisterung weckt und für klare Ziele steht, so die Jury. Verliehen wurde der Preis vom Urban Land Institute (ULI).

Fotos: ULI Germany/Austria/Switzerland; Jeesen Mordhorst

HAUFE.

DIE ZUKUNFT DER WOHNUNGSWIRTSCHAFT?

Mit Haufe axera – dem Cloud-ERP-System für die Wohnungswirtschaft



Haufe axera. Kann heute schon morgen.



Natascha Klimek

Stadt und Land mit neuer Geschäftsführerin

Zum 1. Juli 2021 wird Natascha Klimek neue Geschäftsführerin der Stadt und Land Wohnbauten-Gesellschaft mbH. Als Nachfolgerin von Anne Keilholz leitet sie gemeinsam mit Ingo Malter das landeseigene Unternehmen. Klimek verantwortet als kaufmännische Geschäftsführerin unter anderem die Bereiche Finanz- und Grundstückswesen, Rechnungswesen sowie Informations- und Kommunikationstechnik des Berliner Unternehmens.

Neue Geschäftsführerin bei der Wowi GmbH Fürstenwalde

Zum 1. April 2021 hat Virginia Teichert die Geschäftsführung der Wohnungswirtschaft GmbH Fürstenwalde übernommen. Sie folgt auf Thomas Buhl, der im März in den wohlverdienten Ruhestand gegangen ist. Teichert hat zuvor die Beeskower Wohnungsbau- und Verwaltungsgesellschaft mbH geleitet.

Fotos: privat; Stuttgarter Wohnungs- und Städtebaugesellschaft mbH



Simone Danz



Jürgen Marx

HWG: Danz folgt auf Marx

Zum 1. Juli 2021 folgt Simone Danz als Geschäftsführerin auf Jürgen Marx, dessen Vertrag Ende Juni ausläuft. Zu seinen Verdiensten gehören unter anderem der erste Neubau seit 25 Jahren sowie eine freiwillige Selbstverpflichtung zur Sicherung von bezahlbarem Wohnraum in allen Stadtteilen Halles. Die Diplom-Ökonomin Danz arbeitet seit 2003 in verschiedenen Führungspositionen – unter anderem als Prokuristin und Abteilungsleiterin – bei der HWG Halle-sche Wohnungsgesellschaft mbH.

Innovationspreis

Der BFW Niedersachsen/Bremen lobt einen landesspezifischen Innovationspreis für zukunftsweisende Bauprojekte in den Kategorien Nachhaltigkeit, Nutzungskonzepte und Digitalisierung aus. Die Preisverleihung findet am 22. Juni 2021 beim Hannover-Forum statt. Mehr Informationen: www.bfw-nb.de/innovationspreis



Jetzt informieren unter
www.axera.de/das-cloud-erp



SWSG bietet Mieter-App an

Die Stuttgarter Wohnungs- und Städtebaugesellschaft mbH (SWSG) hat eine Mieter-App eingeführt, über die die mehr als 50.000 Mieter mit der SWSG kommunizieren, Daten einsehen oder ändern und Schäden melden können. Dabei ist die App in das SAP-System des Unternehmens integriert, sodass Redundanzen vermieden und Anliegen schnell erledigt werden können. „Kommunikation wird zunehmend digitaler; immer häufiger kommen Apps zum Einsatz, um dem Nutzer eine komfortable Lösung anzubieten“, sagt Sonja Menz, Mitarbeiterin im Bestandsmanagement der SWSG und Projektverantwortliche für die App. Als Teil der Digitalisierungsstrategie der SWSG sollen mit der App die Mitarbeiter entlastet und die Mehrwerte für die Mieter erhöht werden, so Menz.





Kommuniziert euch!

Neue Technologien ermöglichen heute immer mehr Kommunikationswege. Sie für den Austausch mit Mietern zu nutzen, ist für Unternehmen die ideale Möglichkeit der Kundenbindung.

Von Andy Dietrich

Man kann nicht nicht kommunizieren.“ Wohl kaum ein Zitat aus der Kommunikationstheorie ist so berühmt wie dieses von Paul Watzlawick. Und in der Tat: Nicht zu kommunizieren ist unmöglich.

„Kein Kommentar“ ist eben doch ein Kommentar. Keine Antwort ist auch eine Antwort. Kurzum: Keine Kommunikation ist sehr wohl eine Form der Kommunikation. Warum versuchen wir trotzdem, nicht zu kommunizieren?

Viele Probleme sind auf diese Versuche zurückzuführen. Fragen Sie sich einmal selbst: Wie oft haben Sie bereits gelesen, dass Stillschweigen vereinbart wurde? Wie oft hatten Sie das Gefühl, dass relevante Informationen bewusst zurückgehalten wurden, um nichts preisgeben zu müssen. Wie oft bleiben Anfragen unbeantwortet, um einer Beantwortung aus dem Weg zu gehen? Dieses vermeintliche Totstellen ist der typische Kommunikationsfehler der Immobilienbranche. Gepaart mit anderen Besonderheiten der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft, etwa dem eigenen Vokabular, birgt dies enormes Potenzial für Missverständnisse.

Die große, träge Branche

Diese Missverständnisse haben Folgen. Unsere Branche ist eine kommunikative „Black Box“. Von außen fällt es schwer, hineinzuschauen. Das ist beachtlich, denn der Wirtschaftssektor ist groß, sehr groß sogar. Jedes vierte Unternehmen in Deutschland ist nach weit gefasster Definition, also inklusive Architekten, Planern, Kreditgebern, Beratern und Bauunternehmern, in der Immobilienwirtschaft tätig. Die Branche vereint 3,3 Mio. sozialversicherungspflichtige Beschäftigte in Deutschland auf sich. Zum Vergleich: In der Automobilindustrie arbeiten „gerade einmal“ rund 830.000 Menschen. Wir, die in der Immobilienwirtschaft tätig sind, verwalten, bewirtschaften und betreiben ein Immobilienvermögen von 13,3 Bio. € inklusive Grund und Boden – und das allein in Deutschland.

Die Größe ist nur ein Aspekt für die Relevanz von Kommunikation. Noch entscheidender ist, dass wir es mit einem höchst emotionalen Gut zu tun haben, nämlich Wohnraum. Unsere Branche bewirtschaftet den Lebensraum in Deutschland, die Orte, an denen die meisten einen Großteil ihres Lebens verbringen. Und natürlich darf die Öffentlichkeit erwarten, dass sie informiert wird, besser noch, dass der Dialog gesucht wird. Diese Denkrichtung bringt uns auch schnell an einen Punkt, der in dieser Ausgabe der DW Die Wohnungswirtschaft eine besondere Rolle einnimmt: Mieterkommunikation.

Kommunikation: Kunde = Mieter

Mieter zahlen quasi unsere Gehälter, ernähren unsere Familien und sichern unsere Arbeitsplätze. Und natürlich können sie dann erwarten, dass wir mit ihnen

transparent kommunizieren. Mieter wenden sich in den meisten Fällen mit Problemen oder Wünschen an uns. In diesen Fällen ist eine unmittelbare Kommunikation wichtig. Mieter wünschen sich zurecht, dass ihre Ansprechpartner möglichst zügig auf eine E-Mail reagieren oder direkt ans Telefon gehen. Ab und zu handelt es sich um schwerwiegendere Themen, die auch mediales Interesse erzeugen – und kann im Falle einer fehlgeleiteten Kommunikation zu Reputationsschäden führen. Sei es der kaputte Aufzug, der dazu führt, dass körperlich beeinträchtigte Bewohner in ihrer Dachgeschosswohnung „gefangen“ sind. Oder eine Modernisierungsankündigung, die zu höheren Kosten für Mieter führt. In diesen Fällen zeigt sich, wie wichtig die enge Mieterkommunikation ist. Dass ein Schaden passiert, akzeptieren Mieter natürlich. Aber wenn sie darüber nur unzureichend informiert werden, wird es fatal. Und manche Medienvertreter nehmen solch Fehlverhalten unter Umständen auf. Sie zeichnen damit ein Bild, das der Wohnungswirtschaft pauschal Schaden zufügt.

Kommunikationsunlust führt zu Problemen

Die Radikalisierung einiger weniger, wie etwa in Berlin, wo Immobilienunternehmen und -unternehmer in der Vergangenheit Opfer von Attacken und Anschlägen geworden sind, wird durch die anhaltende Kommunikationsunlust zwar nicht erzeugt, sicher aber befeuert. In den sozialen Medien können wir deutlich herauslesen, welche Wucht die Wut, etwa in Gestalt von Initiativen, erzeugen kann. Sie fordern die Enteignung von Wohnungsunternehmen, rufen zu Widerstand gegen Mietanpassungen auf, attackieren Mitarbeiter. Eine sehr traurige Entwicklung.

Kommunikation ist eines der wesentlichsten Instrumente, um dieser Situation vorzubeugen. Wir müssen transparenter, greifbarer und nahbarer werden. Wir müssen die ersten Ansprechpartner für unsere Mieter sein, Verständnis zeigen und Lösungen skizzieren. Das ist keine leichte Aufgabe.

**Wir müssen
der erste
Ansprechpartner
sein und
Lösungen
skizzieren.**

Mieterkommunikation ist so einfach wie nie

Wie gut, dass sich das Umfeld zu unseren Gunsten entwickelt hat. Es ist heute so einfach wie noch nie, mit unseren Mietern zu kommunizieren. Durch neue

Technologien, etwa Kommunikationsplattformen und Multichannel-Lösungen, können wir heute rund um die Uhr erreichbar sein. Die Abläufe in unseren Unternehmen werden für unsere Kunden transparenter. Sie sehen, dass wir uns bemühen und das ist in vielen Fällen das Wichtige. In Verbindung mit einer ehrlichen Pressearbeit, einer aktiven Social-Media-Strategie und einer funktionierenden internen Kommunikation – oder anders ausgedrückt: einer konsistenten Kommunikationsstrategie – schaffen wir es, unsere Mieter mitzunehmen.

Andy Dietrich

Geschäftsführer,
Strategiekollegen
BERLIN

TDM MIETERKOMMUNIKATION

Von der Mieterzeitschrift zum Mieterportal

Telefon oder Videokonferenz? Mieterzeitschrift oder Facebook? Kundenzentrum oder Mieterportal? Wohnungsunternehmen stehen vor der Frage, wie sie in Zeiten der Digitalisierung am besten mit ihren Mietern kommunizieren. Ein Überblick über die Kanäle der Mieterkommunikation.

Von Christian Hunziker

Wenn die Menschen in der brandenburgischen Kleinstadt Prenzlau wissen wollen, wie die Bauarbeiten am innerstädtischen Wohnprojekt Schützen-Quartier voranschreiten, müssen sie ihre

Wohnung nicht verlassen. Sie können sich auf Youtube die April-Ausgabe von „Stadtgespräch TV“ anschauen und werden dann nicht nur über das wichtige Neubauprojekt der Wohnbau GmbH Prenzlau informiert, sondern auch über weitere aktuelle Themen rund um die Stadt und ihre Wohnungsbaugesellschaft.

Mieterfernsehen, wie es das kommunale Unternehmen in Prenzlau realisiert, ist einer von einer ganzen Reihe von Kanälen, mit denen die Wohnungswirtschaft mit ihren Mietern kommuniziert. Dabei hat sich die Zahl dieser Kanäle in den letzten Jahren deutlich erhöht. Lange vorbei ist die Zeit, als es für Mieter hauptsächlich drei Kommunikationswege gab: das persönliche Vorsprechen im Kundenzentrum, die telefonische Kontaktaufnahme und die Lektüre der Mieterzeitschrift, die alle paar Monate im Briefkasten lag. Mittlerweile sind Mieterapps, Mieterportale und andere digitale Kommunikationskanäle dabei, sich auf breiter Front durchzusetzen. Und die Corona-Krise mit ihren Kontaktbeschränkungen hat diese Entwicklung beschleunigt.



Christian Hunziker
freier
Immobilienjournalist
BERLIN

Die Mieterzeitschrift bleibt wichtig

Bedeutet diese Entwicklung das Aus für die gute alte Mieterzeitschrift? Nein, antwortet René Stüpmann, Geschäftsführer der Wohnbau Prenzlau. Das Magazin „Stadtgespräch“ dient nach seinen Worten nicht nur der Information der Mieter, sondern trägt auch zur Imagebildung bei. Denn das Magazin, das eine Auflage von 22.000 Exemplaren – in einer Stadt mit nur 19.000 Einwohnern – hat, wird in Prenzlau und den umliegenden Gemeinden an alle Haushalte verteilt.

Die Herausgabe einer Mieterzeitschrift bleibt sinnvoll, findet auch Dr. Cathrin Christoph, die mit ihrem Unternehmen Christoph Kommunikation



Das Mietermagazin „Stadtgespräch“ erscheint fünfmal im Jahr und wird an alle Haushalte in Prenzlau und Umgebung verteilt

Wohnungsunternehmen in Kommunikationsfragen berät. Sie weist darauf hin, dass sich Umfragen zufolge drei Viertel aller Mieter freuen, wenn sie eine Print-Ausgabe im Briefkasten finden.

Nicht nur an Mieter richtet sich auch das „Stadtgespräch TV“ in Prenzlau. Nachdem die Sendungen lange in Zusammenarbeit mit einem lokalen Fernsehsender produziert und ausgestrahlt wurden, ist jetzt jeden Monat auf Youtube eine neue, etwa fünfminütige Sendung zu sehen. Moderiert werden die Beiträge nicht von professionellen Fernsehgesichtern, sondern von Mitarbeitern der Wohnbau Prenzlau – durch die April-Ausgabe etwa führt Jenny Busse, die für die Öffentlichkeitsarbeit des Wohnungsunternehmens verantwortlich ist.

Wohnungsgenossenschaften im Fernsehen

Mit einem professionellen Fernsehsender arbeiten hingegen die Hamburger Wohnungsgenossenschaften zusammen, die sich an „Nachbarn on Air“ (Noa4) beteiligen. Produziert werden die Beiträge von der On Air New Media GmbH, die auch für den Norderstedter Lokalsender Noa4 verantwortlich ist. Die wöchentlich drei Sendungen sind im Kabelnetz zu sehen, wobei die jeweils letzten drei Sendungen zu jeder vollen Stunde wiederholt werden.

Wie Angelina Circi aus der Redaktion von Noa4 erläutert, laufen die Sendungen unter dem Begriff Business TV, was bedeutet, dass sich die Genossenschaften finanziell daran beteiligen. Die Themen werden laut Circi teilweise von den Genossenschaften und teilweise von der Redaktion vorgeschlagen. Wichtig ist dabei, dass die Themen einen Nachbarschaftsbezug haben und nicht nur für Mitglieder der beteiligten Genossenschaften relevant sind. „Das Konzept ist Infotainment aus der Nachbarschaft“, sagt Circi. Nach ihren Angaben erreicht Noa4 rund 500.000 Haushalte in Hamburg und Umgebung.

Mieterportale und Mieterapps

Den wohl entscheidenden Umbruch in der Mieterkommunikation bedeuten aber Mieterportale und Mieterapps. Eine Vorreiterin war dabei die Flüwo Bauen Wohnen eG in Stuttgart, die 2014 für ihr damals innovatives Mieterportal mit dem DW-Zukunftspreis der Immobilienwirtschaft ausgezeichnet wurde. Mittlerweile sind laut der Flüwo 30 % der mietenden Mitglieder im Portal registriert, wobei die Altersgruppe der 20- bis 49-Jährigen überrepräsentiert ist. Seit 2014 hinzugekommen ist die Möglichkeit, die Dienstleistungen aus dem Portal auch in einer



Noa4-Redakteurin und -Moderatorin Angelina Circi (Mitte) bei Dreharbeiten in der Nachbarschaft: Hamburger Wohnungsgenossenschaften informieren mittels des Nachbarschaftsfernsehens Noa4



Mieterkommunikation auf ganz persönliche Art: Joachim Effertz, Vorstand der Lüdenscheider Wohnstätten AG, gratuliert Mieter Erhard Müller zum 90. Geburtstag

App (Android und iOS) zu nutzen. Mit der Quote sei die Flüwo „durchaus zufrieden“, sagt Pressesprecher Dominik Ottmar. „Trotzdem ist es unser Anliegen, diese Rate durch fortlaufende Verbesserungen und Marketingaktivitäten weiter zu steigern.“

Nur gut ein Jahr brauchte die Wohnbau Prenzlau, um für ihren Onlineservice „Friedrich“ ebenfalls eine Teilnahmequote von 30 % zu erreichen. Bis zum Jahr 2025 strebt sie sogar eine Quote von 75 % an. Bei „Friedrich“ handelt es sich um ein mit einer App kombiniertes Portal, über das die Mieter >

zum Beispiel Änderungen an den Kontaktdaten und defekte Glühbirnen im Treppenhaus melden können. Außerdem informiert die Wohnbau auf diesem Weg über Neuigkeiten aus dem Wohngebiet. „Mit dem Online-Service ‚Friedrich‘ verfolgen wir zwei Ziele“, sagt Geschäftsführer Stüpmann. „Wir wollen die Effizienz unserer Prozesse steigern und es den Kunden einfacher machen, wenn sie einen Schaden melden wollen oder ein anderes Anliegen haben.“

„Wir haben wöchentlich circa 4.500 Kontakte über einen Messenger, davon 95 % über Whatsapp.“

Nils Roschin
LEG-Pressesprecher

Mieterportale und -apps gibt es auch bei den Großen der Branche. So hat im April die GWG München mbH angekündigt, im Frühsommer die Pilotphase für ihr Mieterportal zu starten. Schon länger gibt es die Kundenapp „Mein Vonovia“, die

nach Angaben des Dax-Konzerns Vonovia SE bisher über 150.000-mal heruntergeladen worden ist und zurzeit etwa 48.000 aktive Nutzer verzeichnet. Die Mieter können über die App zum Beispiel Reparaturen melden, selbständig einen Handwerkertermin vereinbaren und den Status ihrer Anfragen in Echtzeit verfolgen. Ganz neu ermöglicht es die Vonovia zukünftigen Mietern sogar, über die App ihren Mietvertrag abzuschließen.

Whatsapp und Facebook

Bei der LEG Wohnen GmbH, die 2017 als einer der ersten großen Vermieter eine Mieterapp und ein Mieterportal eingeführt hat, sind bisher bereits 7.000 Mietverträge über digitale Tools abgeschlossen worden. Die LEG setzt in der Mieterkommunikation darüber hinaus auch auf Messenger-Dienste wie Whatsapp, Telegram und Threema. „Wir haben wöchentlich circa 4.500 Kontakte über einen Messenger, davon 95 % über Whatsapp“, berichtet Nils Roschin von der LEG-Pressestelle. „Klare Vorteile sehen wir durch die Erreichbarkeit über den Chatbot 24/7 und den schnellen Kommunikationsweg. Wir können den Kunden da abholen, wo es für ihn von Vorteil ist.“

INTERVIEW MIT MARCUS BERBIC

„Das Digitale Brett kann in beide Richtungen kommunizieren“



Ein Kanal der Mieterkommunikation sind digitale Informationstafeln. Doch braucht es diese überhaupt noch, wenn sich Mieterportale und Mieterapps immer mehr durchsetzen? Marcus Berbic, Geschäftsführer der Mieterinfo.tv Kommunikationssysteme GmbH & Co. KG, gibt Antwort.

Herr Berbic, welche Vorteile hat Ihr Digitales Brett im Vergleich zum herkömmlichen Schwarzen Brett, wie es in vielen Hauseingängen hängt?

Die Kommunikation über Digitale Bretter ist schnell, effizient und stets aktuell. Die Mitarbeiter sparen Zeit, weil sie nicht alle Objekte einzeln aufsuchen müssen. Wir können Echtzeit-Inhalte von Dritten einbinden – zum Beispiel von örtlichen Verkehrsunternehmen oder Nachrichtenportalen. Außerdem können die Wohnungsun-

ternehmen sicher sein, dass auf den Digitalen Brettern nur autorisierte Informationen angezeigt werden.

Kommunikation ist keine Einbahnstraße vom Vermieter zum Mieter. Welche Möglichkeiten bietet das Digitale Brett für Mieter, die mit dem Vermieter in Kontakt treten wollen, und für den Austausch der Mieter untereinander?

Im Gegensatz zu herkömmlichen Aushängen kann das Digitale Brett in beide Richtungen kommunizieren. Wir haben unter anderem Module zur Abgabe von Schadensmeldungen und Reinigungsnachweisen entwickelt. Außerdem können wir die Verfügbarkeit von E-Bikes und anderen Sharing-Fahrzeugen über das Digitale Brett anzeigen – als Baustein von Mobilitätskonzepten rund um die Immobilie. Auch Nachrichten von Mieter zu Mieter sind möglich, zum Beispiel um

einen Umzug anzukündigen oder aktive Nachbarschaftshilfe anzubieten – nach dem Muster „Suche/Biete“.

Viele Unternehmen haben mittlerweile ein Mieterportal oder eine Mieterapp. Warum braucht es dann noch ein Digitales Brett?

Digitale Bretter sind Push-Kommunikation. Im Gegensatz zur App oder zum Portal müssen die Menschen die Inhalte also nicht erst anfordern, sondern sie werden sofort beim Betreten des Hauses informiert. Insofern erreichen die Wohnungsunternehmen mit diesem Kommunikationskanal imagefördernd und sehr zuverlässig alle Bewohner, Gäste und Dienstleister – ohne Menschen zu diskriminieren, die kein Smartphone haben.

Vielen Dank für das Gespräch.

Das Interview führte Christian Hunziker.

THEMA DES MONATS

Messengerdienste wie Whatsapp werden von vielen Mietern gern genutzt, wie Kommunikations-expertin Dr. Cathrin Christoph bestätigt. „Wohnungs-unternehmen berichten, dass sie manche Menschen sogar ausschließlich über Whatsapp erreichen“, verdeutlicht sie dies. Sie weist jedoch auf die datenschutzrechtlichen Herausforderungen hin, die bei der Nutzung von Whatsapp zu beachten sind, und rät davon ab, Whatsapp einfach so auf das Diensthandy zu laden.

Ebenfalls eine wachsende Rolle spielen soziale Medien wie Facebook und Instagram. „Facebook bietet die Möglichkeit, Themen schnell umzusetzen, und dient zudem dazu, jüngere Menschen, die Prenzlau verlassen haben, über die positive Entwicklung der Stadt zu informieren“, erklärt Geschäftsführer Stüpmann. Auf der Bewertungsseite können die Nutzer zudem – auch kritische – Kommentare abgeben. Das, sagt Stüpmann, sei besser, als wenn die Mieter sich mit ihrer Kritik an die örtliche Tageszeitung wenden würden.

Auch die Lüdenscheider Wohnstätten AG (Lüwo) nutzt Facebook und Instagram, wobei das Un- >



So sieht die App des Mieterportals der Flüwo aus

WIR knüpfen mit
Data Exchange
an Ihr System an.

SIE haben Ihr
Immobilienportfolio
locker im Griff.

techem

Managen Sie große Immobilienportfolios jetzt noch effizienter: Die neuen Techem Data Exchange Services bieten eine einheitliche API, über die sich Ihr System einfacher und sicher an unseres andocken lässt. Für schnellen automatischen Datenaustausch, der viel Zeit spart. **Damit Sie sich aufs Wesentliche fokussieren können: techem.de**



Ein Bild aus Vor-Corona-Zeiten: „Singende Balkone“ heißt die Freiluft-Konzertreihe der Gewoba im Bremer Stadtteil Osterholz-Tenever

ternehmen mindestens zweimal wöchentlich eine Meldung postet – etwa Wohnungsangebote, Erfahrungsberichte der Auszubildenden oder Warnungen vor falschen Handwerkern. „Instagram wird vor allem von jüngeren Menschen bis 35 Jahre genutzt, während wir mit Facebook eher die Älteren erreichen“, sagt Lüwo-Vorstand Joachim Effertz. Mietverträge werden nach seinen Worten über diese Social-Media-Kanäle nur in Einzelfällen angebahnt. „Die sozialen Netzwerke“, sagt Effertz, „sind keine Vertriebskanäle, sondern Image- und Kommunikationskanäle“. Allerdings stellt Effertz fest, dass zumindest in Lüdenscheid „ein Großteil der Kommunikation mit den Mietern über persönliche Kontakte läuft“. Das geht so weit, dass der Lüwo-Geschäftsführer höchstpersönlich Mietern, die 90 Jahre oder älter sind, zum Geburtstag gratuliert.

Kundenzentren verlieren an Bedeutung

Nur ist der persönliche Kontakt in Corona-Zeiten nicht unproblematisch. Das betrifft insbesondere die Kundenzentren, die vielerorts geschlossen oder nur nach Anmeldung geöffnet sind. Wohnungsunternehmen suchen deshalb neue Kontaktwege – etwa in Jena, wo die Jenawohnen GmbH Wohnungssuchenden ganz neu eine Online-Beratung via Video-Telefonie anbietet. Interessenten können sich so, ohne vor Ort sein zu müssen, aktuelle Angebote und die Grundrisse der verfügbaren Wohnungen zeigen lassen. Das digitale Angebot werde sehr gut

angenommen, sagt eine Sprecherin der Stadtwerke Jena GmbH, zu der die Jenawohnen gehört. „Aus diesem Grund wird die Möglichkeit der Online-Beratung dauerhaft in unsere Terminbuchungssoftware aufgenommen.“

Ohnehin scheint die Bedeutung des klassischen Kundenzentrums zu schwinden. „Die persönliche Kommunikation in den Geschäftsstellen wird immer unwichtiger“, stellt dazu Dr. Christoph fest. Das bestätigt der Prenzlauer Wohnungswirtschaftler René Stüpmann: Seit zehn Jahren sei das Besucheraufkommen im Kundenzentrum rückläufig.

Insbesondere große Wohnungsunternehmen fördern denn auch – wenn es nicht das Mieterportal oder die Mieterapp sein soll – die Kommunikation

über das Telefon. So hat die Berliner Degewo AG Anfang 2020 ihren Kundenservice komplett neu organisiert und eine zentrale Kundenberatung eingeführt, die sich um alle eingehenden Anrufe und E-Mails kümmert. Die Mieter wenden sich also nicht mehr an ihr jeweiliges Kundenzentrum. Diese Lösung sei sehr gut angenommen worden, sagt eine Sprecherin der Degewo. Im Jahr 2020 seien 352.000 Anfragen von der zentralen Kundenberatung abschließend bearbeitet oder an den zuständigen Fachbereich weitergeleitet worden.

Es wird wieder Feste geben

Für die Kommunikation mit den Mietern nutzt die Degewo aber auch noch einen ganz anderen Kanal: ein großes Mieterfest, das vor Corona jeden Sommer



Jenawohnen informiert Wohnungsinteressenten seit Neuestem mittels einer Videoberatung über aktuelle Angebote

gefeiert wurde. Dieses Fest soll wieder stattfinden, sobald das wieder möglich ist, sagt die Degewo-Sprecherin. Der bisherige Erfolg und die gerade jetzt deutlich spürbare Sehnsucht der Menschen nach Festivitäten unter freiem Himmel seien gute Argumente für die Wiederaufnahme dieser Tradition.

„Der persönliche Kontakt bleibt extrem wichtig“, betont auch Stüpmann aus Prenzlau. „Deshalb wird es nach der Corona-Pandemie wieder Veranstaltungen wie den Mieterstammtisch, das Wohnbaufest, Weihnachtskonzerte und das Osterbaseln geben.“

Solange das nicht möglich ist, lassen sich Wohnungsunternehmen Alternativen einfallen. In Bremen etwa hat die Gewoba Aktiengesellschaft Wohnen und Bauen ihr traditionelles Freiluftkonzert der „Singenden Balkone“ in der Großwohnsiedlung OTe

„Instagram wird vor allem von jüngeren Menschen bis 35 Jahre genutzt, während wir mit Facebook eher die Älteren erreichen.“

Joachim Effertz
Lüwo-Vorstand

(Osterholz-Tenever) in Form von Youtube-Videos in den digitalen Raum verlegt.

Apropos digitaler Raum: Vielleicht, so vermutet zumindest Kommunikationsexpertin Dr. Christoph, wird es – die Klärung der Datenschutzfragen vorausgesetzt – bald einen weiteren Kanal der Mieterkommunikation geben. „In Zukunft“, sagt sie, „könnte es möglich sein, über Sprachassistenten wie Siri und Alexa mit dem Wohnungsunternehmen zu kommunizieren“.



Rund 30% der Mieter der Wohnbau Prenzlau nutzen bereits den Onlineservice „Friedrich“

www.wisag.de



wisag

Gepflegt. Gewartet. Gesichert. Full Service für Wohnimmobilien.

Ob Wartung und Instandsetzung, Reinigung, Sicherheit oder Grünpflege: Um Attraktivität und Wert Ihrer Liegenschaften zu erhalten, sind viele Services gefragt – nicht aber viele Dienstleister. Als erfahrener Branchenspezialist bieten wir Ihnen alle gewünschten Facility Services aus einer Hand.

Ihre Vorteile: Kosteneffizienz durch clever gebündelte Maßnahmen, Qualität durch gut ausgebildete Mitarbeiter, die immer in Ihrer Nähe sind. Und Mieter, die sich in Ihrer Anlage rundum wohlfühlen.

Ihr Ansprechpartner:

René Trageser
Tel. +49 69 505044-183
rene.trageser@wisag.de

TDM ANALOGE UND DIGITALE KOMMUNIKATION MESSBAR MACHEN

Wissen, was wirkt

Die externe Kommunikation von Wohnungsunternehmen ist oft breit angelegt. Wirkungsanalysen und Ressourcenkontrolle können dabei helfen, Kommunikationsmaßnahmen „richtig“ auszurichten. Doch wie funktioniert solch ein vorwärtsgerichtetes Kommunikationscontrolling? Ein Blick nach Mannheim.

Von Heiko Brohm



Die GBG Mannheim setzt verschiedene Kommunikationskanäle ein – wie die Mieter-App, die Initiator Andreas Fecker in die Kamera hält. Mit Hilfe eines speziellen Controllings soll die Wirkung einzelner Kommunikationswege analysiert werden

Offene Türen, offene Ohren: Es ist der Kern der Mieterkommunikation vieler Unternehmen, vor Ort für die Kundinnen und Kunden da zu sein. Mit Niederlassungen in den Stadtteilen, Sprechstunden, Erzählcafés – möglichst niederschwellig und einfach soll der Kontakt zum Vermieter sein. Seit mehr als einem Jahr ist dieser Ansatz zumindest vorübergehend hinfällig. Die Corona-Pandemie erlaubt den direkten Kontakt nicht mehr, die meisten Vor-Ort-Büros der Wohnungsbaugesellschaften sind geschlossen. Und das lenkt den Blick auf andere Kanäle.

Denn genau wie in vielen Branchen und anderen gesellschaftlichen Bereichen ersetzen andere Kommunikationsformen den direkten Kontakt auch in der Wohnungswirtschaft. „Corona wirkt da an vielen Stellen wie ein Beschleuniger, nicht nur intern, sondern eben auch im Austausch mit den Mieterinnen und Mietern und anderen Stakeholdern“, sagt Christian Franke, Bereichsleiter Unternehmenskommunikation, Einnahmemanagement und Strategie bei der GBG – Mannheimer Wohnungsbaugesellschaft mbH. Das bedeutet nicht, dass von heute auf morgen jegliche Kommunikation digital erfolgt, sondern eher, dass die Mischung breiter wird.

Multichannel-Ansatz

Die Aufgabe hat es in sich. Die GBG will Kontakt halten mit den Mieterinnen und Mietern ihrer mehr als 19.000 Wohnungen, mit potenziellen neuen Mietern, mit Interessenten für die Eigentumsobjekte und natürlich einer breiten Öffentlichkeit. Dafür setzt das Unternehmen die üblichen Kanäle ein: von der Mieterzeitschrift „Geborgenheit“ über die Website bis zur Mieter-App, die Anfang 2019 eingeführt wurde und die regelmäßig neue Funktionen erhält. Social Media nutzt die GBG bislang zurückhaltend und vor allem als Werbekanal zur Interessentenansprache. Dazu betreibt sie einen Youtube-Kanal.

Viele Kanäle für viele Zwecke, ein klassischer Kommunikationsansatz also. Für jeden Interessierten soll etwas dabei sein, jede Kundin und jeder Kunde soll auf dem Weg angesprochen werden, auf dem man sie und ihn am ehesten erreicht, Kommunikation



Heiko Brohm

Abteilungsleiter
Unternehmens-
kommunikation
GBG – Mannheimer
Wohnungsbaugesell-
schaft mbH
MANNHEIM

im Stile einer Schrotflinte. Die Breite dieses weitverbreiteten Vorgehens ist dabei Vor- und Nachteil zugleich. Der Vorteil liegt auf der Hand: Mit vielen Maßnahmen ist die Chance groß, alle Zielgruppen abzuholen. Der Nachteil: Es lässt sich kaum seriös festhalten, welche Maßnahme wie wirkt. Wird die Mieterzeitung gelesen? Erhalten die Kunden online die Informationen, die sie suchen? Erreichen die Anzeigen die Interessenten? Vor allen Dingen, weil meistens mehrere Wege gleichzeitig genutzt werden, ist eine trennscharfe Kosten- und erst recht eine Wirkungsanalyse schwierig.

Kommunikationscontrolling

Die GBG begegnet dieser Kommunikations- und Marketingherausforderung mit einem für das Unternehmen neuen Ansatz: Ein Team aus zwei Mitarbeiterinnen baut schrittweise ein Kommunikationscontrolling auf. „Es gibt ein Zitat aus dem klassischen Controlling von Ferdinand Drucker: ‚Man kann nicht managen, was sich nicht messen lässt‘, daran orientieren wir uns auch hier auf der Suche nach den richtigen Kennzahlen“, sagt Andrea Queren. Sie arbeitet als erfahrene Controllerin bei der Wohnungsbaugesellschaft, mit Kennzahlen kennt sie sich also aus. Sie bildet ein interdisziplinäres Team mit Kim Freund, Marketingmitarbeiterin mit Schwerpunkt digitales Marketing. „Immer wieder stehen wir vor der Frage, welcher Kanal der beste, also letztlich auch der effizienteste ist. Hier soll uns der Controlling-Ansatz Antworten bieten“, erklärt Freund. >



Die Mieterzeitschrift ist einer der klassischen Kanäle der Kundenkommunikation. Sie dient der Kundenbindung und der Information



Plakate sind ein übliches Instrument, um auf Bauprojekte hinzuweisen: Werbung für das sogenannte Buchstabenhaus der GBG, den „Hochpunkt E“, der im Konversionsgebiet Franklin entstehen wird

Dabei ist allein schon das neue Zweierteam eine Besonderheit, eine feste Arbeitsgruppe aus Controlling und Kreativabteilung gab es bislang nicht. Zu Problemen führt das nicht, beide nehmen jeweils auch die andere Sichtweise ein. „Controlling ist gerade im Marketing ja nicht neu, es stehen viele digitale Analysetools zur Verfügung“, sagt Freund. Neu ist allerdings, daraus ein Gesamtbild zu erstellen.

Von heute auf morgen geht das nicht. Kim Freund und Andrea Queren sind in einem ersten Schritt die

„Man braucht Argumente, wenn man den Mitteleinsatz sinnvoll steuern oder einen höheren Mitteleinsatz durchsetzen möchte. Wirkungszahlen haben hier die größte Aussagekraft.“

Christian Franke, Bereichsleiter Unternehmenskommunikation, Einnahmemanagement und Strategie, GBG Mannheim

unterschiedlichsten Maßnahmen der Kommunikations- und Marketingabteilung der GBG durchgegangen und haben nach exemplarischen Feldern gesucht. Denn messen lässt sich grundsätzlich erst einmal fast alles. Besucherzahlen von Veranstaltungen genauso wie Aufrufe von Apps oder Websites. Doch die Zahlen bleiben wertlos, solange sie nicht eingeordnet werden. „Wir wollen jeweils miteinbeziehen, welche Kosten Maßnahmen verursachen und welchen Nutzen sie bringen“, sagt Kim Freund.

Ziele und Kennzahlen definieren

Ein Tag der offenen Tür, zu dem viele Menschen kommen, von denen am Ende aber keiner eine Wohnung mietet, kann so wohl kaum als Erfolg gesehen werden.

Das Gleiche gilt für digitale Angebote: Hohe Klickzahlen sind gut, zufriedene Kunden sind noch besser. Der Auftakt des Kommunikationscontrollings ist für Andrea Queren und Kim Freund bei der GBG darum auch ein hartes Stück Arbeit: Beide müssen gemeinsam die Ziele und dazu passende Kennzahlen identifizieren, die eine Maßnahme auch qualitativ messbar machen. Auf der Gegenseite stehen dazu dann die direkten Kosten. Schritt für Schritt gehen die beiden jetzt durch verschiedene Kommunikationsbereiche, am einfachsten sind natürlich digitale Angebote messbar, da hier schnell an Zahlen zu kommen ist.

Besonders reizvoll ist es dabei, Maßnahmen als Ganzes, also von Anfang an, unter die Lupe zu nehmen. Als Beispielprojekt haben sich die beiden darum die Vermarktung des Hochpunktes E vorgenommen, eine besondere Immobilie der GBG, die seit März gebaut wird: Im neuen Stadtteil Franklin entstehen in dem anspruchsvollen architektonischen Highlight 113 Eigentumswohnungen, die Vorvermarktung hat gerade begonnen. Akribisch verfolgen Freund und Queren, wie sich zum Beispiel großflächige Plakate auswirken – eine eher teure, prestigeträchtige Maßnahme: Steigt währenddessen oder unmittelbar danach der Zugriff auf die Homepage oder mehren sich Anrufe bei der GBG? Sind Veränderungen messbar? „Sobald die Wohnungen in den Verkauf gehen, gleichen wir die Daten auch mit erfolgreichen Verkäufen ab“, sagt Queren. Schritt für Schritt entsteht so eine einfach nutzbare Matrix, die die Wirksamkeit der Maßnahmen analysierbar macht.

Natürlich entstehen schon jetzt, nachdem das Projekt erst wenige Monate läuft, eine Menge Daten. Eine der Aufgaben ist es darum stets, diese Daten zu sortieren und gleich so aufzubereiten, dass sie nutzbar sind. Allein das nimmt viel Zeit in Anspruch und führt dazu, dass das Controlling nur schrittweise eingeführt werden kann. Zudem sind in einigen Bereichen auch zusätzliche Schritte – wie Schulungen und Fortbildungen der damit befassten Mitarbeiter oder die Einführung weiterer Analysetools – nötig, um eine echte Wirkungskontrolle zu erreichen, zum Beispiel Leserbefragungen der Mieterzeitschrift oder des internen Newsletters.

Wirksamkeit des Mitteleinsatzes

Bei der GBG sind sich die Verantwortlichen sicher, dass sich der Aufwand lohnt. „Es geht hier nicht um Kontrolle im negativen Sinn, also mit dem Vorwurf, die Maßnahmen brächten doch nichts. Im Gegenteil: Es geht uns darum, den Mitteleinsatz sinnvoll zu steuern und dann, wenn man einen höheren Mitteleinsatz durchsetzen möchte, auch Argumente auf seiner Seite zu haben. Hier haben Wirkungszahlen eben die größte Aussagekraft“, sagt Christian Franke.

Schritt für Schritt soll dieses Controlling dann auf alle Kommunikationsbereiche ausgerollt werden. Das Ziel ist es, bei einem begrenzten Mitteleinsatz das bestmögliche Ergebnis zu erzielen. Und viele

weitere lohnenswerte Bereiche sind schon in Sicht: So bedeutet zum Beispiel das Recruiting einen nicht unerheblichen Aufwand – Stellenanzeigen print und online, Bewerbermessen und Facebook-Kampagnen sind teuer. Welche Maßnahme wirkt dabei wie? Hier ist viel gefühlte Wahrheit im Spiel, belegen kann kaum jemand etwas. Bei der GBG soll daraus das nächste Controlling-Projekt werden.

„Ziel ist ein umfassendes Bild, in das – nach den aktuellen Corona-Einschränkungen – auch Veranstaltungen mit einbezogen werden“, erklärt Franke. Im Idealfall kann die Kommunikationsabteilung bei künftigen Entscheidungen auf die Ergebnisse des Controllings zurückgreifen, um die Kosten für die gewünschten Effekte steuern zu können. „Vorwärtsgerichtetes Kommunikationscontrolling“ lautet hier das Stichwort, also eine datenbasierte Grundlage für künftige Entscheidungen. Von heute auf morgen ist das nicht zu bekommen, der Anfang dafür ist bei der GBG jedenfalls gemacht. —



Was macht erfolgreiche Kommunikation aus?
GBG-Mitarbeiterinnen Julia Filbert (l.) und Kim Freund beim Blick auf die Auswertungen



Nicht nur fürs Wohnen wird geworben. Neben Kunden sind auch potenzielle Mitarbeiter eine Zielgruppe. Doch wen erreicht man wie?

**„Wir wollen jeweils
miteinbeziehen,
welche Kosten Maß-
nahmen verursachen
und welchen Nutzen
sie bringen.“**

Kim Freund
Marketing, GBG Mannheim



IP VIDEO TÜRSTATION

- ✓ Moderne IP-Video-Technologie für Neubauten und Bestandsgebäude
- ✓ Einfache Installation via PoE
- ✓ Schlüsselloser Zutritt per App, RFID, Keypad oder Fingerprint
- ✓ Integration in Gebäude- und Hausautomation möglich
- ✓ Kompatibel mit KNX, Loxone, AVM FRITZ!Fon, SIP u.v.m.

DoorBird steht für die Verbindung von exklusivem Design mit innovativer IP-Technologie im Türkommunikationsbereich.



TDM KOMMUNIKATION IN GENOSSENSCHAFTEN: PERSÖNLICH UND DIGITAL

Ein Mix aus klassischen und digitalen Wegen ist gefragt

Genossenschaften leben vom persönlichen Kontakt mit ihren Mitgliedern. Gleichzeitig gewinnen digitale Kommunikationskanäle an Bedeutung. Wie werden diese aktuell genutzt? Wohin geht die Reise? Antworten liefert die Studie „Digitale Kommunikation in Genossenschaften“.

Von Katrin Trunec

Laut der durch den Verein Wohnen in Genossenschaften e. V. beauftragten Studie überwiegen in der Kommunikation mit den Mitgliedern heute noch die klassischen Kanäle wie Telefon, E-Mail und das persönliche Gespräch. Mieter-App und Kundenportal haben eine weit geringere Bedeutung: Nur 15 % beziehungsweise 9 % der Genossenschaften geben an, dass sie diese Kanäle häufig nutzen. Messenger, Videokonferenzen, Chatbots und Blogs kommen im Kundenkontakt noch seltener zum Einsatz. Bei der Auswahl der Kanäle spielt die Größe der Genossenschaften keine Rolle. Vielmehr folgt die Kommunikation übergeordneten Zielen und der jeweiligen Unternehmensstrategie. Und: Die Nutzungshäufigkeit der digitalen Kommunikationswege ist abhängig vom Digitalisierungsgrad der Genossenschaft insgesamt.

Auf der anderen Seite wünschen sich die Mieter in Deutschland durchaus mehr digitale Angebote: Laut A&K-„Servicemonitor Wohnen 2020“ würden 30 % von ihnen gern via Messenger mit ihrem Vermieter kommunizieren. Ein Kundenportal würden 20 % gern nutzen, eine Mieter-App 17 %.

Woran hapert's?

Die Hürden für den Einsatz digitaler Kommunikationinstrumente liegen aus Sicht der Genossenschaften in erster Linie in den digitalen Kommunikati-

onswegen selbst (42 %) und in der unzureichenden Digitalisierung der Mitglieder (44 %). Darüber hinaus sind 69 % der Genossenschaften davon überzeugt, dass rein digitale Angebote den persönlichen Kontakt nicht ersetzen können. Angst vor dem Missbrauch von Daten oder einer Überforderung der Organisation haben die befragten Unternehmen hingegen nicht.

Außerdem gaben die Genossenschaften zu bedenken, dass es bei der digitalen Kommunikation eine sehr große Abhängigkeit von der Technik gibt, und zwar im Hinblick auf die Energieversorgung, das Übertragungsvolumen und die Nutzerfreundlichkeit. Viele wohnungswirtschaftliche ERP-Systeme bieten nur eingeschränkte Möglichkeiten zur Digitalisierung der Kundenkommunikation. Zudem könne es Schnittstellenprobleme bei der Einbindung von Lösungen Dritter geben.

Eine weitere Hürde sehen Genossenschaften in der fehlenden Veränderungsbereitschaft der Mitarbeiter, die häufig mit der Angst vor Kontroll- und auch Arbeitsplatzverlust einhergehe. Gerade in Bezug auf diesen Aspekt haben die Erfahrungen der letzten Monate jedoch dazu beigetragen, Ängste und Vorbehalte abzubauen.

Analog und digital nebeneinander

Bereits heute verfolgen die Wohnungsgenossenschaften bei ihrer Mitgliederkommunikation einen Multichannel-Ansatz: analoge und digitale Angebote existieren nebeneinander. Eine gedruckte Mitgliederzeitung beispielsweise erhält nach wie vor große



Katrin Trunec

Markt- und
Sozialforschung
Analyse & Konzepte
Immo Consult GmbH
HAMBURG

Aufmerksamkeit – ebenso wie der klassische Aushang in den Treppenhäusern. Befragungen zeigen, dass sich drei Viertel aller Mitglieder auch weiterhin die gedruckte Ausgabe der Mitgliederzeitung in ihrem Briefkasten wünschen.

Die Internetseiten der Genossenschaften richten sich überwiegend noch an Wohnungssuchende und die interessierte Öffentlichkeit. Kennzahlen sind ebenso auffindbar wie freie Wohnungen und werbliche Inhalte. In den letzten Jahren ist die starke Fokussierung auf Wohnungsinteressenten aber zurückgegangen. Mit der Einführung von Kundenportalen oder Online-Formularen für die Schadensmeldung werden die Bedürfnisse der Mitglieder stärker in den Blick genommen.

Auch die digitale Vernetzung und eine lokale Gemeinschaft sind kein Gegensatz: Veranstaltungen in einigen Nachbarschaftstreffs sind nicht erst durch Corona weniger geworden. Und gerade bei der Ansprache und Vernetzung jüngerer Mitglieder kann die digitale Kommunikation helfen. So können sich neue Gruppen bilden, die im Ergebnis auch die Nachbarschaftstreffs wiederbeleben. Daher ist es wichtig, sich mit den einzelnen Kontaktpunkten der



Digitale Kommunikation in Genossenschaften

Download oder Bestellung:
www.wohnen-in-genossenschaften.de

„Digitale Kommunikation in Genossenschaften“

Die Studie „Digitale Kommunikation in Genossenschaften“ wurde vom Verein Wohnen in Genossenschaften e. V. in Auftrag gegeben und vom Verband der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft Rheinland Westfalen e. V. (VdW), unterstützt. Ausgangspunkt war eine Online-Umfrage bei den Mitgliedsunternehmen des VdW und des Vereins Wohnen in Genossenschaften, die von Juni bis Oktober 2020 durchgeführt wurde. Von rund 350 angeschriebenen Unternehmen beteiligten sich 55 an der Umfrage. In einem weiteren Schritt führte Analyse & Konzepte leitfadengestützte Experteninterviews mit Vertretern der Wohnungsgenossenschaften durch.

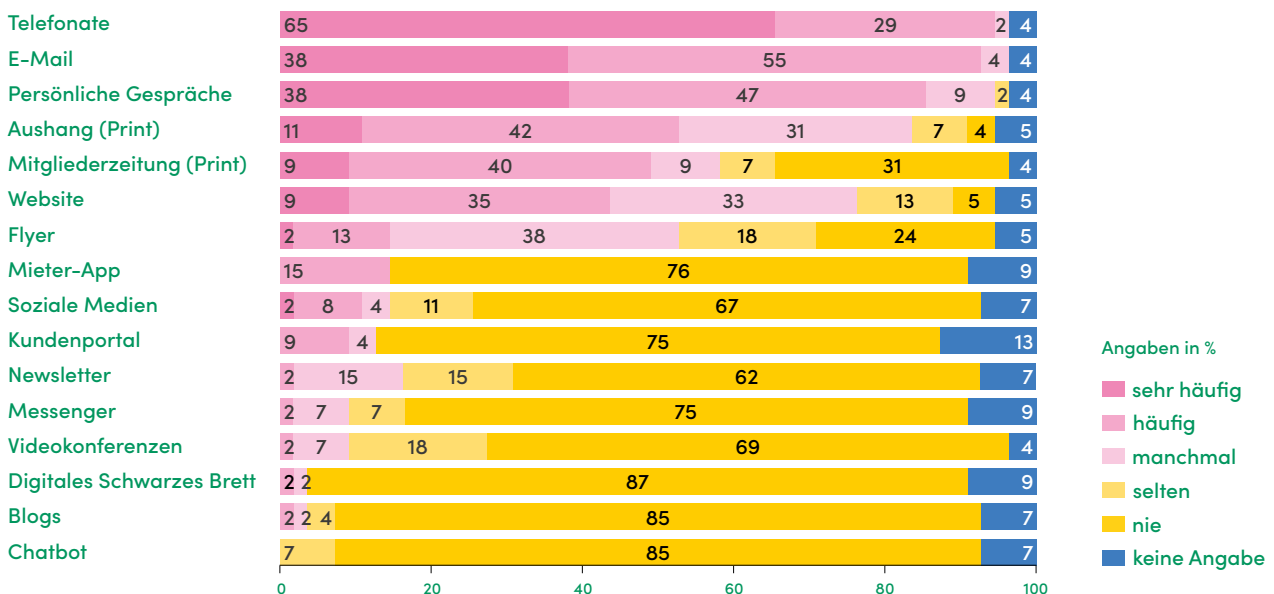
Weitere Informationen zur Studie und zu weiteren Publikationen:
www.wohnen-in-genossenschaften.de

Mitglieder auseinanderzusetzen, um den richtigen Kommunikationskanal zu wählen. Leitfragen sind in diesem Zusammenhang:

- In welchem Kontext findet Kommunikation statt?
- Sollen nur Informationen übermittelt werden oder geht es um einen Dialog?
- Handelt es sich um einen Massenprozess oder um einen individuellen Kontakt?
- Welche Geschichte möchten wir erzählen? >

Kundenkommunikation: Kanäle und Häufigkeit

Wie häufig nutzen Sie die folgenden Kommunikationskanäle mit Ihren Kunden?



Quelle: Wohnen in Genossenschaften e.V./ VdW Rheinland Westfalen, Online-Mitgliederbefragung 2020

Digitale Kommunikation: Hürden und Hemmnisse

Rein digitale Angebote können den persönlichen Kontakt nicht ersetzen.



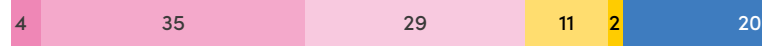
Die unzureichende Digitalisierung unserer Mitglieder begrenzt die Möglichkeiten der digitalen Kommunikation.



Die digitale Kommunikation hat ihre Grenzen, deshalb bleiben wir in bestimmten Bereichen bewusst analog.



Die datenschutzrechtlichen Anforderungen behindern die weitere Digitalisierung der Kommunikation.



Uns fehlt es im Unternehmen an Ressourcen, um die digitale Kommunikation weiter auszubauen.



Es fällt uns schwer, die digitalen Angebote aktuell zu halten.



Wir haben Sorge vor einem Missbrauch der Daten unserer Mitglieder.



Das Thema Digitalisierung der Kommunikation überfordert uns.

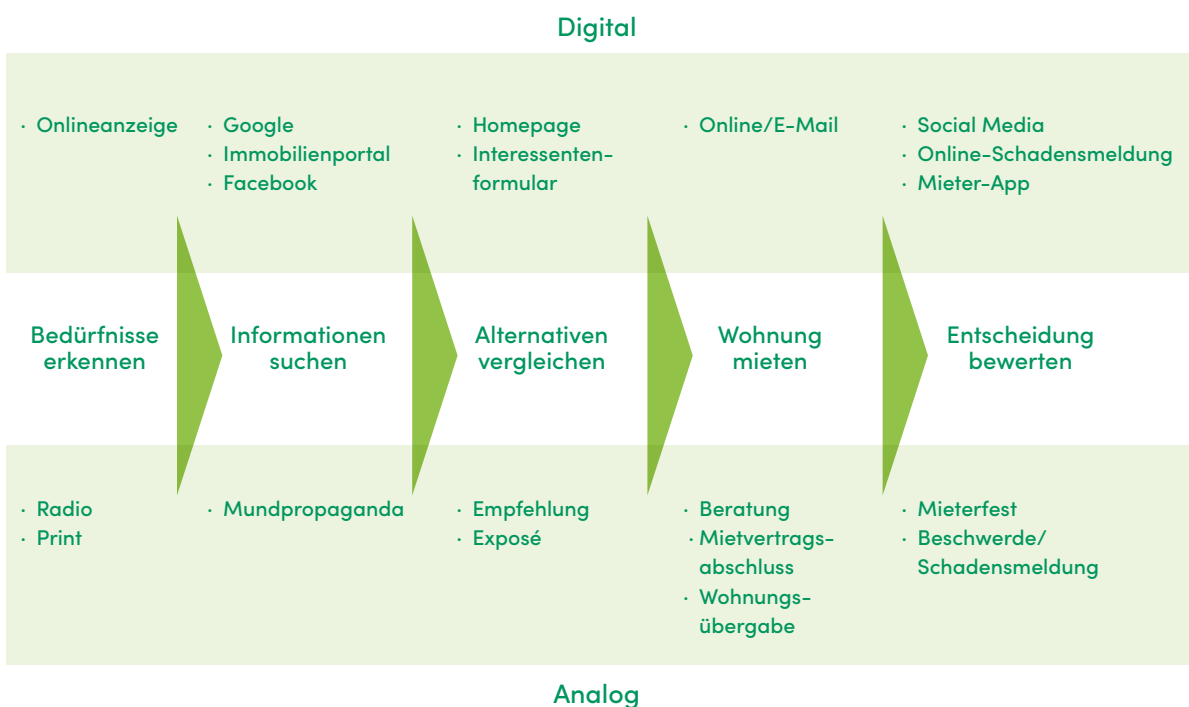


Angaben in %

trifft voll zu trifft eher zu teils/teils trifft eher nicht zu trifft gar nicht zu keine Angabe

Quelle: Wohnen in Genossenschaften e.V./ VdW Rheinland Westfalen, Online-Mitgliederbefragung 2020

Wo kommen wir mit unseren Kunden in Kontakt?



Quelle: Wohnen in Genossenschaften/A&K

Offenheit und Kreativität

Eine intensive Auseinandersetzung mit den unterschiedlichen analogen und digitalen Kommunikationswegen findet derzeit in den wenigsten Genossenschaften statt. Dabei hat digitale Kommunikation mehr Pluspunkte zu bieten als Aktualität und Schnelligkeit. So kann sie bestimmte Zielgruppen gezielt ansprechen, Wissen zur Verfügung stellen, Mitglieder motivieren und Transparenz schaffen.

Erfahrungsgemäß gelingt die Veränderung besser, wenn flexible und agile Arbeitsweisen erprobt sowie Kreativität, Veränderungsbereitschaft und Beteiligung auch von der Unternehmensführung gelebt werden. Die Grundlage hierfür bietet eine offene und transparente Kommunikation innerhalb des Unternehmens. Hierfür müssen die Unternehmen wie bei einem Eisberg tief unter die Oberfläche tauchen, um die herrschenden Grundannahmen der eigenen Organisation zu erforschen und im Zweifel aufzubrechen, um kollektive Werte neu zu definieren. Erst dann gelingt es auch, innovativ und digital nach außen zu kommunizieren und ein neues Bild der Genossenschaft zu zeigen. Dieses neue Selbstverständnis kann dann etwa in einem Unternehmensleitbild oder in einer neuen Corporate Identity festgehalten werden.

Fazit

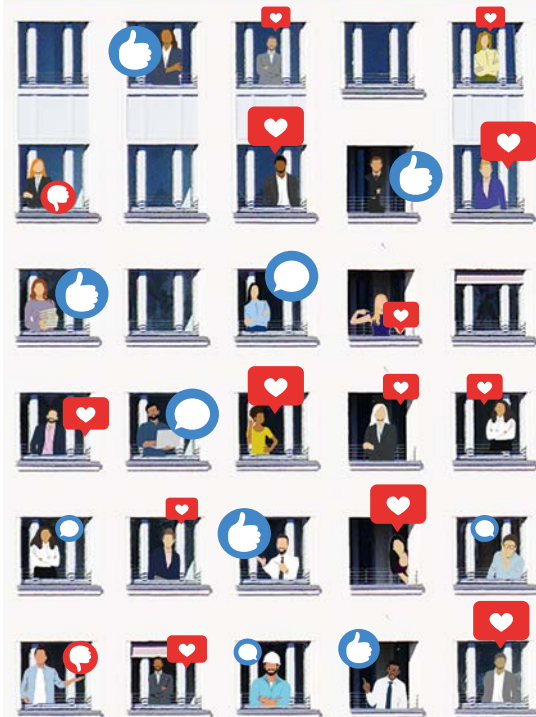
Genossenschaften stehen bei der digitalen Transformation vor denselben Aufgaben und Herausforderungen wie andere Wohnungsunternehmen auch. Im Gespräch mit den Genossenschaften wurde vielfach die Gleichung aufgestellt „Genossenschaft = persönlich“. Dies stellt jedoch keinen Widerspruch zum Einsatz digitaler Kommunikationsinstrumente dar. Niemand möchte den persönlichen Kontakt durch soziale Netzwerke, Apps, Portale und Messenger ersetzen. Vielmehr können die digitalen Medien einen zusätzlichen Raum für Information und Vernetzung bieten.

Das Jahr 2020 hat viele Unternehmen dazu gebracht, sich intensiv mit digitalen Angeboten auseinanderzusetzen. Neue Tools wurden angesichts der Corona-Pandemie von heute auf morgen eingeführt. Nun gilt es, die Unternehmenskultur entsprechend weiterzuentwickeln und die neuen Möglichkeiten zu etablieren, den Wildwuchs einzufangen und eine nachhaltige – auch digitale – Kommunikationsstrategie zu entwickeln.

Auch wer digital kommuniziert, kann persönlichen Service bieten. Das ist kein Widerspruch.

Was bewegt Ihre Mieter wirklich?

Wir sagen es Ihnen.



figürliche Illustrationen: Bilder von Yvette W auf Pixabay

✓ Rücklaufquoten von bis zu **60%**

✓ individueller Top-Fragebogen

Mit unseren Befragungstools erhalten Sie ein repräsentatives Feedback Ihrer Mieter zu allen von Ihnen ausgewählten Themen.

C. Michaelis



Seniorberater



www.bbt-gmbh.net

BBT GmbH | Bernburger Straße 30/31 | 10963 Berlin

Christian.Michaelis@bbt-gmbh.net

+49 30 26006-205

TDM KOMMUNIKATION IN SOZIALEN NETZWERKEN

Wer nicht vertreten ist, findet nicht statt

An sozialen Medien kommt heute kein Wohnungsunternehmen mehr vorbei. Wer in eine Strategie investiert, kann vielfältig profitieren – das kostet allerdings Zeit und braucht begeisterungsfähiges Personal.

Von Kristina Pezzei

Wie ungemütlich ein Shitstorm wehen kann, hat Wolf-Bodo Friers aus erster Hand erlebt: Über soziale Medien behauptete ein Nutzer, die Baugenossenschaft Langen eG würde über ihr elektronisches

Schlüsselsystem überprüfen, ob krankgeschriebene Arbeitnehmer wirklich krank und zu Hause seien. „Das hat natürlich nicht gestimmt, aber so ein Gerücht ist dann erst einmal in der Welt“, sagt der Vorstand der hessischen Genossenschaft, die rund 5.000 Menschen Wohnraum anbietet. Friers und sein Team reagierten mit Fakten und Augenzwinkern – wiederholt, beharrlich, ruhig. „Wichtig ist, dass man nicht auf die Barrikaden geht“, sagt er. Das Unternehmen konnte die Vorwürfe aus der Welt räumen, die Lage entspannte sich. Wäre die Genossenschaft nicht bei Facebook oder Twitter aktiv gewesen, hätte sie von dem sich zusammenbrauenden Sturm womöglich gar nichts mitbekommen – geschweige denn von den fehlenden Reaktionsmöglichkeiten.

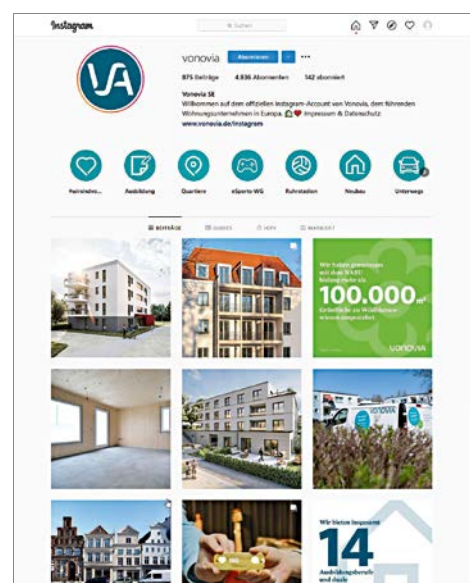
Soziale Medien für die Imagebildung

Für den Kommunikationsberater Andy Dietrich liefern Vorkommnisse wie diese die Antwort, warum an sozialen Medien kein Unternehmen mehr vorbeikommt: „Wenn du nicht aktiv bist, wird trotzdem über dich geredet – ohne dass du dich einschalten kannst“, sagt der Geschäftsführer der Strategiekol-



Kristina Pezzei
freie Journalistin
BERLIN

legen GmbH. Marion Hoppen, langjährige Pressesprecherin des Bundesverbands Freier Immobilien- und Wohnungsunternehmen und inzwischen Inhaberin einer eigenen Kommunikationsagentur, ergänzt: „Es geht darum, sichtbar zu sein oder zu werden.“ Nach Ansicht beider Medienexperten gilt



Auf ihrem Instagram-Kanal postet die Vonovia nicht nur Wohnungsangebote, sondern auch Zahlen aus der Jahresbilanz

dies sowohl für Endkunden- als auch für Geschäftsbeziehungen: Wer nicht vertreten ist, findet nicht statt.

Repräsentation und Reichweite zählen dabei längst nicht nur für die börsennotierten Platzhirsche der Branche, sondern für alle Wohnungsunternehmen: Kommunen, die Baugrundstücke zu vergeben haben, wissen im Zweifel eher um das in sozialen Medien aktive, zeitgemäß erscheinende Wohnungsunternehmen und deren Konzepte bei Bau- und Wohnungsfragen. Die Vermarktungschancen für Objekte steigen mit der medialen Präsenz. Der Kontakt mit Mietern endet nicht mit der Unterschrift unter den Mietvertrag. Für Genossenschaftsvorstand Friers beispielsweise bedeutet eine fortgesetzte Kommunikation über die einschlägigen Kanäle nicht nur Kundenfreundlichkeit, sondern mit Blick auf die Reaktionsmöglichkeiten konsequentes „Risikomanagement“, wie er erklärt. Ein weiterer Grund für Unternehmen mit überschaubarer Größe ist für ihn das Gewinnen neuer Mitarbeiter. „Gerade bei der Ansprache jüngerer Menschen ist es wichtig, über Kanäle wie Facebook oder Twitter auf sich aufmerksam zu machen“, sagt Friers. Kommunikationsexpertin Hoppen schließlich sieht ein übergeordnetes Ziel darin, zum Verbessern des Branchenimages beizutragen. Wer Themen wie soziale oder ökologische Verantwortung transportiere, baue Vertrauen auf, sagt sie.

Social-Media-Kommunikation braucht einen Plan

Doch auch wenn moderne Kommunikation schneller und unverfänglicher scheint als die auf klassischen Wegen – Wandel und Effekte brauchen Ausdauer und Konzept, so Hoppen. „Das ist ein Marathonlauf, kein Sprint.“ Öffentlichkeitsarbeit über soziale Medien sei zwar kostengünstig, erfordere aber Einsatz. Ivo Kamenov, beim GdW Bundesverband deutscher Wohnungs- und Immobilienunternehmen für Onlinekommunikation und Social Media zuständig, bekräftigt dies. „Man sollte sich unbedingt Zeit nehmen für das Entwickeln einer Strategie.“ Eine Online-Präsenz sei nicht mit einer Einmalaktion erstellt, bekennt Kamenov auch mit Blick auf den Verlauf seiner Verbandstätigkeit: Aus einem 20 Seiten starken Dokument zum GdW-Engagement in sozialen Medien vor eineinhalb Jahren sei ein „lebendiges Papier“ geworden, das mindestens einmal im Halbjahr überprüft und an aktuelle Strömungen angepasst werde. Neben gängigen Medienkanälen zählten dazu auch der Internetauftritt und Werbung wie die „Azubikampagne“.

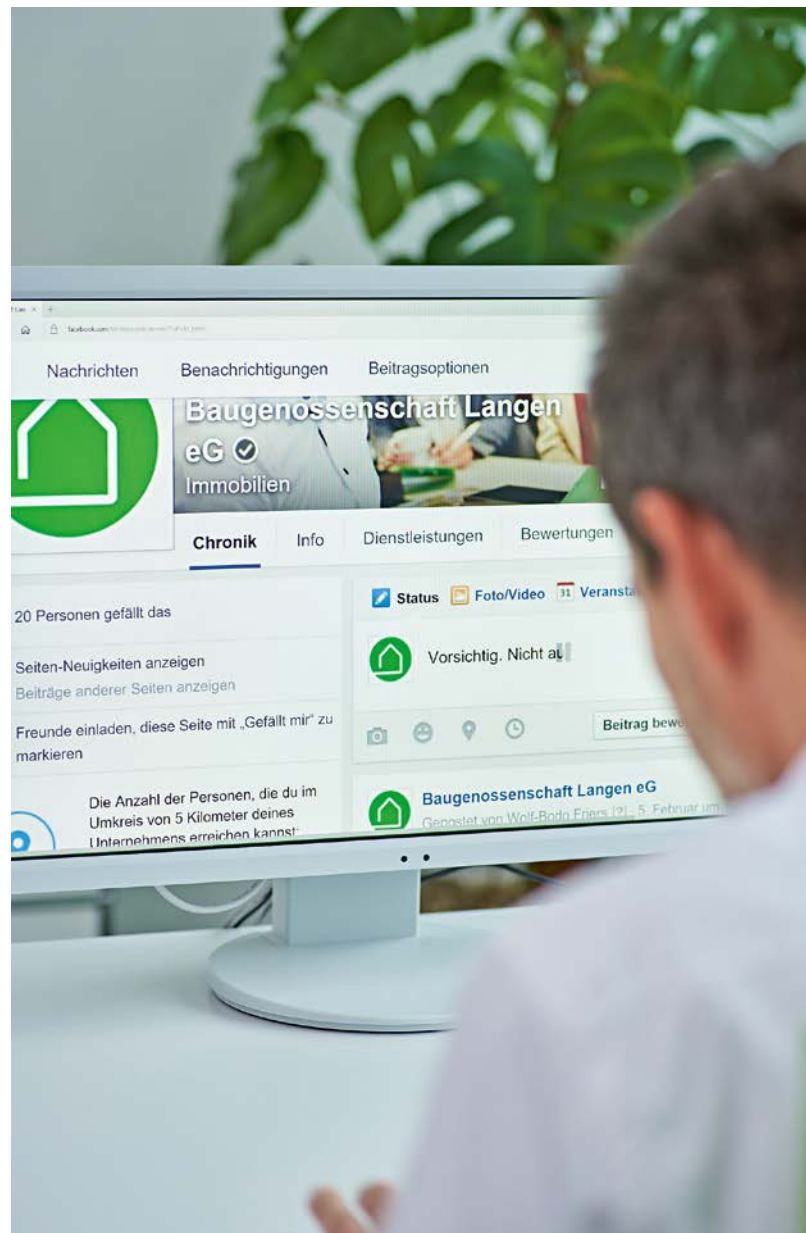
Warum eine Social-Media-Strategie so wichtig ist, zeigt ein Paradebeispiel des Immobilienunternehmens Engel & Völkers vor zwei Jahren: Zum Weltfrauentag postete eine Regionalgruppe des Un-

„Es geht darum, sichtbar zu sein oder zu werden.“

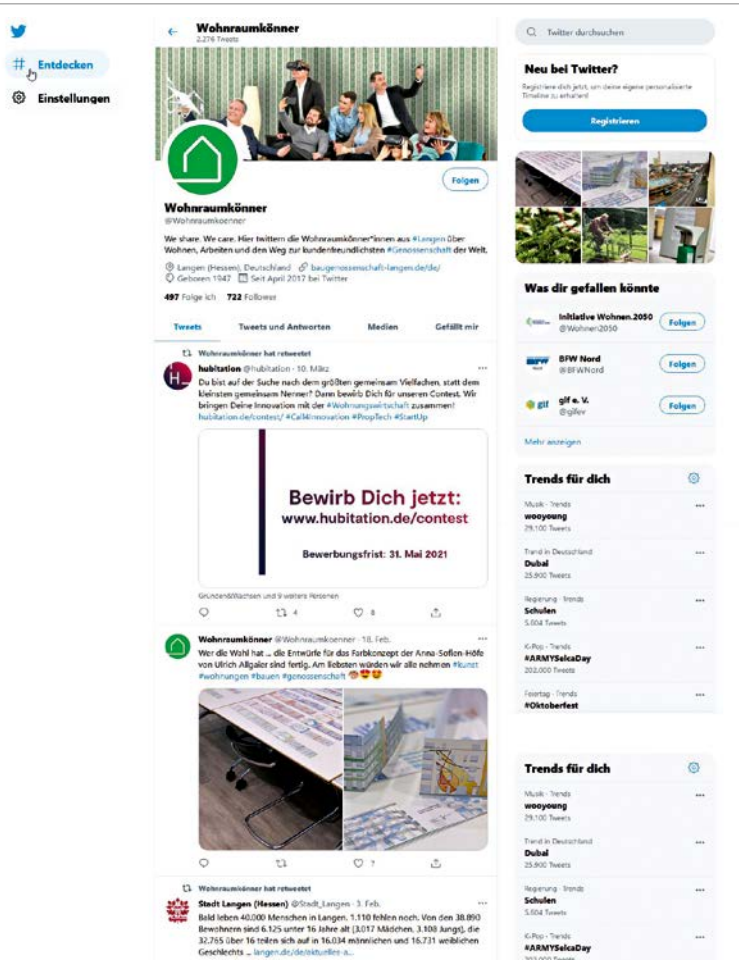
Marion Hoppen
Kommunikationsexpertin

ternehmens auf Twitter ein Vorstandsbild, fünf Männer in Krawatte und dunklen Anzügen. Darüber stand: „Der Vorstand spricht über weibliche Vorbilder.“ Im beigefügten Link erzählten die Herren, welche Frauen sie geprägt haben. Der Shitstorm war verheerend, kurze Zeit später löschte das Unternehmen den Tweet, entschuldigte sich und legte mit Interviews weiblicher Führungskräfte nach. Der Imageschaden war da schon geschehen.

„Rücken Sie die Kunden in den Mittelpunkt“, rät Mareike Ahlers, die sich als Geschäftsführerin und Partnerin von Bruhn + Partner auf das Marken- und Kommunikationsmanagement von Unternehmen >



Den Facebook-Kanal der Baugenossenschaft Langen betreut derzeit die Presse- und Öffentlichkeitsabteilung



Nicht zu unterschätzen: Bei Twitter erreicht die BG Langen weniger ihre Mieter, sondern vernetzt sich vielmehr mit Experten aus der Branche

spezialisiert hat. Regelmäßige Abfragen bei den jeweiligen Kundenkreisen ermöglichten später, Engagement in bestimmte Kanäle zu verstärken oder zurückzufahren. Was zunächst aufwändig klingt, lohnt sich nach Ansicht von Ahlers gerade für kleine und mittlere Unternehmen, denn sie können sich Ressourcenverschwendung schlicht nicht leisten. „Wie will ich was erreichen mit welchen Themen und welchen Botschaften“, formuliert sie den konzeptionellen Ansatz. Aus den Antworten ergebe sich dann der jeweilige Kommunikationskanal.

Die Wahl des richtigen Kanals

Generell kommt an Facebook wohl kaum jemand mehr vorbei. „Das ist der Standard für die Kommunikation mit Endkunden“, sagt „Strategiekollege“ Dietrich. Facebook eigne sich für eine eher ältere Klientel als Ansprache, im Gegensatz zu etwa TikTok, und dient vornehmlich der Unternehmensrepräsentation. Ein Vorteil: Ein Facebook-Account könne niedrigschwellig bedient werden und fordere weniger ständige Präsenz als etwa Twitter. Letzteres Medium will „zeitnah und mit Blick auf eventuelle Shitstorms zugleich prägnant und überlegt bespielt werden“, beschreibt Ahlers die Herausforderung. Ob

sich dieser Aufwand lohnt, zeigt die Resonanz. „Von unseren etwa 5.000 Mietern ist uns einer auf Twitter gefolgt“, sagt Vorstand Friers aus Langen. Während sich die Hoffnungen in Bezug auf die Mieteransprache nicht erfüllt hätten, funktioniere die Vernetzung mit anderen Experten ausgezeichnet.

Zur Pflege von Geschäftskontakten hat sich darüber hinaus in den vergangenen Monaten das Netzwerk LinkedIn zu „der“ Plattform entwickelt. Unternehmen erreichen auf diesem Weg ihre Stakeholder, bleiben bei Branchenthemen auf dem Laufenden und können an Diskursen teilhaben. Häufig sind Unternehmenschefs neben weiteren Führungskräften und Mitarbeitern mit eigenen Profilen vertreten, schreiben Beiträge oder lassen sie schreiben und verdichten damit ihre Medienpräsenz – vorn mit dabei sind hier beispielsweise die Deutsche Wohnen und ihr CEO Michael Zahn oder Becker und Kries mit Geschäftsführerin Stefanie Frensch.

„Stories“ wie auf LinkedIn lassen sich auch auf Instagram erzählen – hier wiederum für eine eher jüngere Klientel im Endkundenbereich. Dank vielfältiger Bild- und Bewegtbild-Möglichkeiten eignet sich das Medium zur Imagepflege und zum Transportieren von Botschaften über den reinen Unternehmenszweck hinaus: Bilder rücken den Menschen in den Mittelpunkt. Vonovia etwa sendet auf Instagram nicht nur prägnante Zahlen aus der Jahresbilanz, sondern porträtiert Mieterfamilien oder gibt zum Weltfrauentag weiblichen Konzernkarrieren ein Gesicht.

Wie Facebook werde Instagram als auf die Endkunden ausgerichteter Kanal in der Regel innerhalb der Unternehmen selbst geführt und nicht ausgelagert, erklärt Dietrich. GdW-Experte Kamenov geht davon aus, dass die Bedeutung von Bewegtbildern auch über Youtube künftig deutlich wachsen werde, genauso wie in der Kommunikation auf Geschäftsebene berufliche Netzwerke bedeutsamer würden.

„Aufwand und Nutzen müssen mit Blick auf die Zielgruppe, die sich erreichen lässt, letztlich bei allen Kanälen in einem guten Verhältnis stehen.“

Ivo Kamenov
Social-Media-Experte beim GdW

Ob sich Clubhouse als Trend etabliert oder vorübergeht, vermögen weder Kamenov noch andere Kommunikationsexperten zu prognostizieren. Der GdW hält sich die Idee eines Einstiegs offen – Aufwand und Nutzen müssten mit Blick auf die Zielgruppe, die sich dort erreichen lässt, letztlich wie bei allen Kanälen in einem guten Verhältnis stehen, so der Social-Media-Experte des Verbands. Dabei profitiert Kamenov

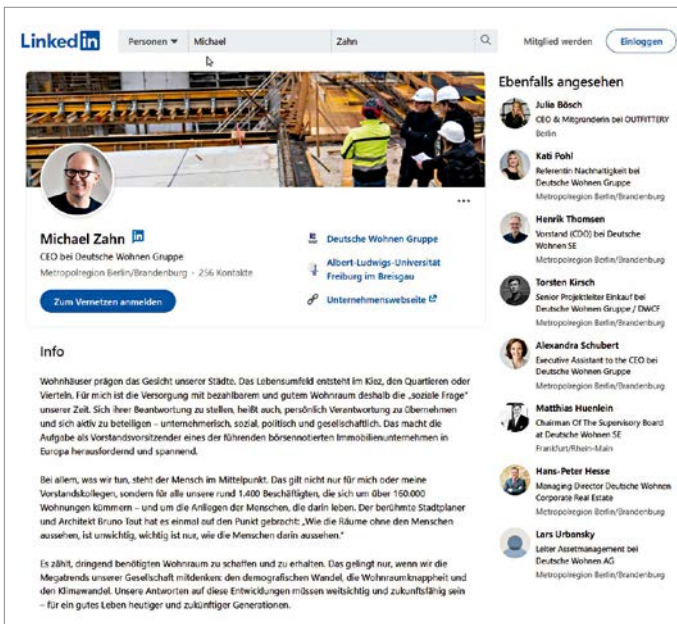
von der Zusammenarbeit mit einem Kommunikationsteam. Unabdingbar sei es, den Pressesprecher in die Strategieentwicklung einzubinden; für operative Social-Media-Aktivitäten indes brauche es jemand anders mit ausreichend zeitlichen Kapazitäten.

Die Ressourcenfrage

Unternehmen, die diese personellen Ressourcen nicht haben, stehen vor größeren personellen und

damit auch finanziellen Herausforderungen, zumal die klassischen Kommunikationskanäle von der Kundenzeitschrift bis hin zum digitalen schwarzen Brett nach wie vor gleichberechtigt neben den virtuellen stehen und ebenfalls bedient werden müssen. Beraterin Hoppen rät hier, klein anzufangen. Den für die Zielgruppe wichtigsten Kanal könne man ein paar Mal pro Woche mit einem Beitrag bestücken, bis Zeit oder Mittel für einen eigenen Social-Media-Manager gefunden sind. Ahlers verweist auf die Bedeutung von Themenplänen, ähnlich wie bei einem Magazin, bei dem planbare Themen von Ad-hoc-Vorkommnissen unterschieden würden.

„Für kleine und mittlere Unternehmen ist das schwierig“, bekennt der Langener Genossenschaftsvorstand Friers bezüglich des Aufwands. Facebook beispielsweise habe früher ein Mitarbeiter mit persönlichem Faible für das Medium betrieben, der habe das Unternehmen inzwischen allerdings verlassen. Derzeit betreue den Kanal daher die Presse- und Öffentlichkeitsverantwortliche – wenn sie dazu kommt. Um Twitter kümmerte sich Friers lange Zeit selbst. „Das hat dazu geführt, dass ich auf Veranstaltungen häufig eher Berichterstatter als Teilnehmer war.“ Daher habe die Genossenschaft das Engagement dort heruntergefahren, was Friers ausgesprochen schade findet. Er wünscht sich auch einen Einstieg bei Instagram und hofft, dass sich bald ein neuer Mitarbeiter mit Affinität zu sozialen Medien findet. Schließlich hätten sich die Langener zum Ziel gesetzt, die „kundenfreundlichste Genossenschaft der Welt“ zu werden – dazu gehöre eine umfassende Kommunikation, die entsprechende Investitionen rechtfertige, sagt Friers.



Michael Zahn, Geschäftsführer der Deutsche Wohnen, nutzt das Netzwerk LinkedIn, um seine Person als Marke auszubauen und zu pflegen

Die Digitale Haustafel

- vom Marktführer -

- ✔ Brandschutzzertifiziert
- ✔ Vandalismusgeschützt



- ✔ Sekundenschnelle Informationsverteilung
- ✔ Live-Fahrplan, Nachrichtenticker, Mietwagenportale
- ✔ Kauf oder Miete mit flexibler Vertragslaufzeit
- ✔ Umlagefähige Preismodelle

Interaktive Kommunikation mit Ihren Mietern

- ◆ Im Innenbereich als Auf- und Unterputzvariante
- ◆ Im Außenbereich mit wetterfestem Gehäuse
- ◆ Mobil als Smartphone-App

TDM VORTEILE ANALOGER UND DIGITALER PRODUKTE

Mieterkommunikation muss sich nach den Menschen richten

Mieterkommunikation ist vielschichtig und orientiert sich vor allem an den Bewohnern und ihren Bedürfnissen. Wer hier Cross-Channeling betreibt, ist klar im Vorteil und kann so alle Mieter erreichen.

Von Katharina Schiller

Spricht man von zeitgemäßer Mieterkommunikation, kommt man am Thema Digitalisierung schon lange nicht mehr vorbei. Heutzutage können Interessenten Wohnungen digital besichtigen und bei Fragen per Chatbot geleitet werden, Mieter können Schäden online melden und vieles mehr. Doch was schon seit vielen Jahren als unumkehrbarer Trend gilt, sah in der gelebten Realität vieler Wohnungsunternehmen anders aus. Denn hier stand bis vor Kurzem noch der persönliche Austausch mit den Mietern im Vordergrund. Das „Social Distancing“ der vergangenen Monate führte jedoch dazu, dass auch dieser persönliche Kontakt in den Geschäftsstellen und Vor-Ort-Büros adäquat kompensiert werden musste: Die Corona-Pandemie wirkte wie ein zusätzlicher Treiber der Digitalisierung in der Mieterkommunikation.

„Wir haben erlebt, dass sich Wohnungsunternehmen von heute auf morgen mit dem Thema Digitalisierung auseinandersetzen mussten. Das fing bei der internen Arbeitsorganisation mit der Umstellung auf geeignete Kollaborationstools wie Microsoft Teams an – und weitete sich dann ganz schnell auf die Mieterkommunikation aus“, beschreibt Anna Himmelmann, Teamleiterin Corporate Media bei Haufe, die Entwicklung. Das Corporate-Media-Team ist als Dienstleister für Wohnungsbaugenossenschaften spezialisiert auf Mieterkommunikation. Schwerpunkt hierbei sind Kommunikationsberatung und Content-Kreation.

Print ist nicht tot ...

Für die Kommunikationsspezialistin kristallisiert sich aus der Erfahrung mit verschiedenen Kunden unterschiedlicher Größe in der Wohnungswirtschaft vor allem eines heraus: Die Kommunikationskanäle müssen zur Zielgruppe und natürlich auch zur ei-



Katharina Schiller
Content Manager,
Haufe Corporate
Media
HAMBURG

gentlichen Botschaft passen. Was banal klingt, führt doch oft zu der alles entscheidenden Frage: Print oder digital? „Unserer Meinung nach gibt es hier kein ‚Entweder-oder‘, sondern ein ‚Hand in Hand‘. Die Zielgruppen von Wohnungsunternehmen sind divers. Daher funktionieren Cross-Channel-Ansätze unserer Erfahrung nach am besten“, betont Himmelmann.

Besonders beliebt sind Kundenmagazine als wichtige Säule der Kommunikation mit Mietern und Mitgliedern, weiß Himmelmann. Dort mischen sich unternehmensspezifische Informationen mit Lifestyle-Themen. Wohnungsunternehmen können ein solches Magazin als Kanal nutzen, um ausführlich über Neuigkeiten zu berichten, und so Transparenz für und Nähe zu ihren Mietern zu schaffen. Das funktioniert sowohl mit einem hochwertigen Print- als auch als mit einem Digitalmagazin.

Ähnlich ist es bei der Verbreitung aktueller Informationen. Besonders am Anfang der Corona-Pandemie waren klassische Faltblätter und vertrauensstiftende Direktmailings sehr gefragt. Viele Wohnungsunternehmen nutzen den direkten Kontakt mit ihrer Mieterschaft über analoge Produkte, um den mangelnden persönlichen Austausch zu kompensieren. Neben vielen individuellen Kommunikationsmitteln waren vor allem standardisierte Informations-Faltblätter zum Infektionsschutz, zum nachbarschaftlichen Miteinander oder zu den Angeboten der Wohnungsunternehmen für in Not geratene Mieter ein gern genutztes Instrument. Die Unternehmen schätzen an den Printprodukten von Haufe Corporate Media, dass sie preiswert sind, leicht an das eigene Corporate Design angepasst sowie individualisiert werden können – und dass die Zustellung an die Mieter einfach ist. Viel direkter geht Kommunikation kaum: „Wenn Sie mit so einem Flyer am Kühlschrank Ihrer Zielgruppe landen, erzielen Sie einen viel größeren Effekt als per einmaliger Push-Nachricht über eine App“, ist Anna Himmelmann überzeugt.

THEMA DES MONATS

... wird aber durch digitale Produkte sinnvoll ergänzt

So gut Printprodukte auch funktionieren mögen, für einige Prozesse haben Digitallösungen Vorteile. Eine professionelle Website ist das A und O, um die wichtigsten Fragen der verschiedenen Stakeholder schnell zu beantworten. Während viele Branchen während der Pandemie ihre Investitionen in diesem Bereich eher zurückgefahren haben, war bei Wohnungsunternehmen ein gegenteiliger Trend zu erkennen: „Viele unserer Kunden haben das steigende Kommunikationsbedürfnis zum Anlass genommen, ihre Website zu relaunchen oder in Newsletter-Formate zu investieren, und zeigen sich sogar hybriden beziehungsweise ganz virtuellen Veranstaltungen und Formaten gegenüber offen“, bestätigt Himmelman. Sogar die genossenschaftliche Mitbestimmung wurde digital: Aufgrund der Kontaktbeschränkungen konnten Mitgliederversammlungen und Vertreterwahlen nicht mehr als Präsenzveranstaltungen stattfinden. Die Lösung lag auf der Hand: Die Vertreterwahlen wurden digital abgehalten oder das Umlaufbeschlussverfahren durch virtuelle Veranstaltungen ergänzt und kommunikativ begleitet.



„Cross-Channel-Ansätze funktionieren unserer Erfahrung nach am besten.“

Anna Himmelman
Teamleiterin Haufe Corporate Media

„Wir haben Kommunikationselemente und virtuelle Formate entwickelt, von denen alle Seiten in der Wohnungswirtschaft profitieren“, berichtet Anna Himmelman. „So fand mit dem Haufe Summit Real Estate im Mai zum ersten Mal ein hybrides Talkformat zu spannenden Themen der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft statt, das sich auf Kundenwunsch auch als eigenes Event umsetzen lässt. Haufe Corporate Media liefert hier 360-Grad-Unterstützung auf technischer und redaktioneller Seite aus einer Hand“, führt Himmelman aus.

Ein weiteres wichtiges Instrument der Stakeholder-Kommunikation stellt der Geschäftsbericht dar. Er wird aber nur noch begrenzt als reines Printmedium produziert. Die meisten Unternehmen buchen inzwischen mindestens eine digitale Erweiterung des Geschäftsberichts.

Was erfolgreiche Mieterkommunikation ausmacht

Kundenkommunikation ist ein breit gefasster Begriff, der viele verschiedene Aspekte vereint. Entscheidend für eine adäquate Ausgestaltung der Mieterkom-



Gedruckte Magazine sind mitnichten out! Sie sind eine wichtige Säule der Kommunikation und können für digitalaffine Leser leicht auf Tablet oder Smartphone übertragen werden

munikation ist jedoch das Anliegen: Geht es um einen direkten Kommunikationskanal zu den Mietern? Möchte das Unternehmen auch Informationen einholen oder sich breit mit der Mieterschaft austauschen? Hier trennen sich die Kommunikationswege in digital und Print: Mieter haben meist das Bedürfnis, ihre Anliegen rund um die Uhr mitteilen zu können. Hierfür eignen sich Apps, Mieterportale oder Chatbots. Wenn Daten und Informationen erhoben werden sollen, beispielsweise in Form von Umfragen, sind digitale Medien sehr viel effizienter als Fragebögen in Papierform. Geht es aber darum, ausführlichere Unternehmensinformationen zu transportieren oder mit Merkblättern zu informieren, sind Printmedien nach wie vor sehr beliebt.

Eine gründliche Analyse von Kommunikationsrichtung, -ziel, -inhalt und -zeitpunkt ist die Grundlage für die Ableitung der passenden Strategie. Mieterkommunikation wird aber immer erst dann wirklich erfolgreich sein, wenn der Mensch in ihrem Zentrum steht und sie sich flexibel seinen vielfältigen Bedürfnissen anpasst.

Mehr Informationen: www.haufe-newtimes.de

Haufe Corporate Media

Als Teil der Haufe Group realisiert das Team von Haufe Corporate Media Kommunikationsprojekte im klassischen sowie digitalen Umfeld und begleitet Unternehmen der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft bei Transformationsprozessen ihrer Unternehmenskommunikation. Haufe Corporate Media (vorher Haufe Newtimes) bietet neben der Unternehmens- und Kundenkommunikation im immobilien- und wohnungswirtschaftlichen Umfeld auch hybride Formate als Inszenierungsmöglichkeit für Unternehmen.

TDM VIRTUELLE ASSISTENZ FÜR TÄGLICHE ANFRAGEN

Einfach Neela fragen!

Nach guten Erfahrungen mit Mieterportal und -App setzt die GWU Eckernförde seit Neuestem auf Künstliche Intelligenz (KI) als nächsten Schritt der Digitalisierung. In Zukunft wird die virtuelle Assistentin Neela mit Mietern chatten und sich um deren alltägliche Anliegen kümmern.

Von Karin Veyhle

Prozesse zu digitalisieren ist seit Jahren ein Kernelement unserer Unternehmensstrategie“, sagt Dr. Stephan Seliger, Vorstandsvorsitzender der Genossenschaftliches Wohnungsunternehmen Eckernförde eG (GWU). „Die Digitalisierung erlaubt es uns, wirtschaftlicher, nachhaltiger und krisenfester zu agieren und unseren Kunden den bestmöglichen Service zu bieten.“ Schon vor dreieinhalb Jahren hat das Wohnungsunternehmen deshalb erfolgreich ein Serviceportal für seine Mieter freigeschaltet und es wenig später um eine Mieter-App ergänzt, die den digitalen Kundenservice mobil machte. Jetzt geht die GWU einen Schritt weiter: Seit April kümmert sich eine KI-basierte virtuelle Assistentin namens Neela um die kleineren Anliegen der Mieter.

Ressourcen frei machen

„Neela wird bei uns zunächst einmal drei Aufgaben übernehmen“, sagt Arne Mantey, Abteilungsleiter Wohnen & Vermietung, IT und Digitalisierung bei der GWU Eckernförde. „Sie wird Fragen allgemeiner Natur beantworten, Schadensmeldungen aufnehmen und Informationen an uns weiterleiten.“ Damit wird der neue Kommunikationskanal die Sachbearbeiter von zeitraubenden Routineaufgaben befreien und sie so entlasten.

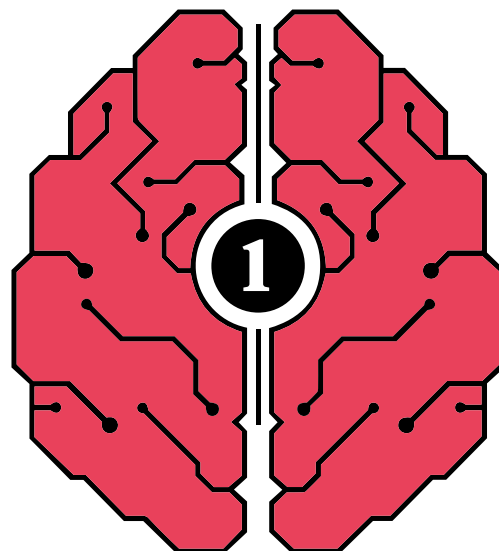
Entsprechend positiv sehen die Mitarbeiter die neue „Kollegin“. „Es gibt ja Fragen, die bekommt ein Kundenbetreuer gefühlt mindestens einmal am Tag

zu hören“, sagt Arne Mantey. „Beispielsweise ‚Wie gebe ich meine Wohnung zurück?‘ oder ‚Wie lange ist meine Kündigungsfrist?‘ – das zu beantworten nimmt uns Neela ab und verschafft uns so Zeit für die eigentlichen, komplexeren Aufgaben.“

Genau das ist das Ziel von Aareon. „Wir wollen unsere Kunden für die digitale Zukunft rüsten – mit Innovationen, die schon heute klaren Mehrwert für ihre Kundenbeziehungen schaffen“, sagt Alf Tomalla, Geschäftsführer Digital Solutions der Aareon Deutschland GmbH. „Die digitalen Lösungen der



Karin Veyhle
Pressesprecherin,
Aareon AG
MAINZ



Aareon Smart World greifen dazu nahtlos ineinander: vom Online-Mieterportal über die Mieter-App bis hin zum Callcenter-Betrieb. Mit der Integration von Neela können Wohnungsunternehmen ihren Kunden einen weiteren Kommunikationskanal bieten, über den sie rund um die Uhr erreichbar sind und viele Kundenanfragen bereits beim Erstkontakt beantworten.“

Mehr Qualität in der Kundenbeziehung

Eine der besten Eigenschaften von Neela ist, dass sie keine Pause kennt. Die virtuelle Assistentin ist sieben Tage die Woche je 24 Stunden im Einsatz. „Unsere Mieter erhalten also selbst nachts ohne Wartezeit Antwort auf eine Frage und brauchen nicht bis zum nächsten Morgen zu warten“, sagt Mantey. „Das ist schon ein großer Vorteil. Außerdem schafft Neela Transparenz, weil jeder Chat gleichzeitig dokumentiert wird. Wir können damit in einem etwaigen späteren Gespräch direkt Bezug darauf nehmen und auch Tag und Stunde der Auskunft nachvollziehen.“

Hinzu kommt: Neela kann nachhaken. Dazu führt er weiter aus: „Mit der Schadensmeldung ‚Heizung defekt‘ allein können wir ja noch nicht einen konkreten Auftrag auslösen. Neela fragt in so einem Fall: ‚Trifft das denn in allen Räumen zu? Oder geht es um einen bestimmten Heizkörper?‘ Damit erhalten wir eine qualifiziertere Meldung, die wir schneller abarbeiten können. Das hilft im Übrigen auch, wenn eine Anfrage zu komplex wird. In einem solchen Fall wird Neela sagen: ‚Stop! Da telefonieren Sie besser mit einem Kollegen im Haus‘ und so das Gespräch initiieren.“

Um die Akzeptanz auf der Kundenseite macht sich Mantey deshalb keine Sorgen: „Es ist ja eine klare Erleichterung und ein Gewinn für unsere Mieter. Durch unsere Erfahrungen mit Serviceportal und App können wir zudem mit gutem Gewissen sagen, dass

Mitglieder, Mieter und Mitarbeiter digitale Serviceangebote sehr gut annehmen. Deshalb erwarten wir eine ähnlich hohe Akzeptanz bei Neela, zumal wir die Einführung natürlich kommunikativ begleiten: Wir stellen Neela unseren Mietern im Blog auf unserer Homepage und in unserer Mieterzeitschrift genauso vor wie direkt im Serviceportal und in der App.“

Neela wächst an ihren Aufgaben

Selbst wenn am Anfang nicht alles sofort völlig reibungslos funktionieren sollte, wäre das für Mantey kein Beinbruch: „Wir haben im Unternehmen eine sehr gesunde Kultur, mit kleinen Schwächen und Ungereimtheiten umzugehen. Das Gute ist ja, dass

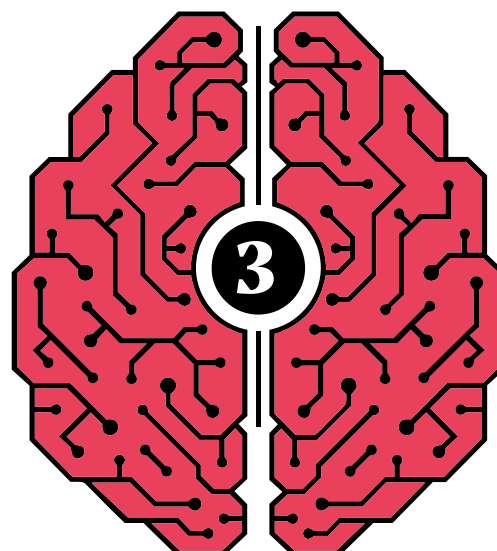
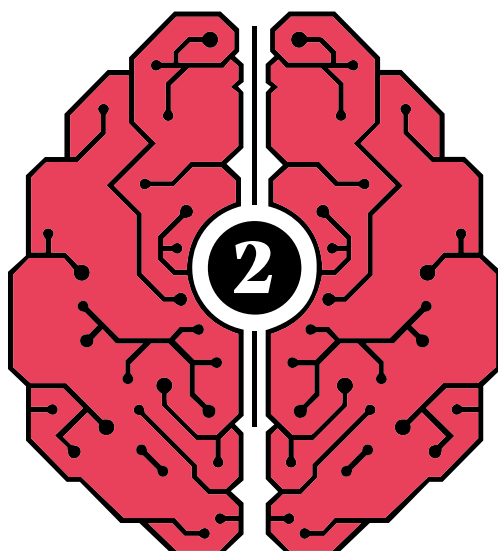
Neela kein starres System ist. Die virtuelle Assistentin kann lernen und wir können sie mit Aareon weiterentwickeln. Außerdem werden wir für unsere Mieter eine Feedback-Möglichkeit schaffen, sodass wir wiederum mehr über deren Wünsche und Bedürfnisse erfahren und Neela noch genauer darauf einstellen können.“

Anderen Unternehmen, die überlegen, mit digitalen Lösungen ihr Kundenbeziehungsmanagement auf die nächste Ebene zu heben, rät Mantey deshalb: „Einfach machen und sich von

Vorbehalten lösen! Dranbleiben, sich selbst und die Lösung immer weiterentwickeln! Dazu ist natürlich eine gesunde Lernkultur im Unternehmen wichtig.“ Doch die Kunden nehmen das schon an – auch die älteren. Selbst Senioren haben heute oft ein Smartphone – und sei es nur, damit das Enkelkind ab und an ein Foto schicken kann. „Und wer WhatsApp oder Facebook bedienen kann, kommt auch mit Neela gut klar“, betont Mantey.

„Digitalisierung erlaubt uns, Kunden den bestmöglichen Service zu bieten.“

Dr. Stephan Seliger
GWU Eckernförde



Neela baut ihre Fähigkeiten stufenweise aus:
Auf der ersten Stufe übernimmt sie bestehende Aufgaben wie zum Beispiel die Beantwortung von Mieteranfragen zu Zahlungsvorgängen.
Auf der zweiten Stufe kann sie Schulungen halten und Hilfeleistung geben.
Auf der dritten Stufe soll sie schließlich als „Intelligent Personal Assistant“ zentraler Ansprechpartner für Mieter oder Dienstleister sein

TDM WEITERBILDUNGSANGEBOTE FÜR GELINGENDE KOMMUNIKATION

Dialog als Erfolgsfaktor

Miteinander kommunizieren ist gar nicht so einfach. Mieterkommunikation ist da keine Ausnahme. Das Interesse an einem erfolgreichen Dialog ist hier besonders hoch, schließlich geht es um eine potenziell lange Beziehung. Weiterbildungsangebote helfen, die richtige Ansprache zu finden.

Von Hedda Werner

Welche Bedeutung der Kommunikation zwischen Menschen beizumessen ist, zeigt sich meist dann, wenn sie einmal nicht so erfolgreich gelaufen ist: Das Ergebnis eines missglückten Dialogs sind

dann häufig auf beiden Seiten Verärgerung, Verletzung und daraus resultierende mangelnde Kooperationsbereitschaft. Vor solchen Fällen sind auch Wohnungsunternehmen nicht gefeit: „Die wichtigste Zielgruppe sind die Kunden – sprich: Mieter“, unterstreicht Heike D. Schmitt, Geschäftsführerin der Wiesbadener HD...S Agentur für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit die Bedeutung der Mieterkommunikation. Nicht zuletzt lieferten die Mieter Ansatzpunkte für eine mögliche Weiterentwicklung eines Unternehmens, denn der stetige Austausch könne für höhere Zufriedenheitswerte sorgen und das positive Image befördern.

Doch Mieterkommunikation ist ein sensibles Thema – das liegt unter anderem auch daran, dass der Austausch mit den Kunden in Zeiten von Social Media leicht zu einem öffentlich geführten Dialog werden kann, denn heute wird nicht mehr nur postalisch oder telefonisch kommuniziert, sondern der Austausch findet längst auch digital statt. „Online-Kommunikation wie digitale ‚Schwarze Bretter‘ in den Beständen, Social Media, Online-Newsletter oder ein Log-in-Bereich auf der eigenen Website rücken



Hedda Werner
freie Journalistin
MAINZ

immer mehr in den Fokus“, stellt Schmitt fest. Dieser Trend sei durch ein verändertes Nutzerverhalten, die Verjüngung der Mieterschaft und auch die aktuelle Pandemie bedingt.

Mieterkommunikation ist immer auch Unternehmenskommunikation

Was bedeuten diese neuen vielfältigen Formen der Kundenkommunikation? Zunächst einmal wird deutlich, dass Mieterkommunikation auch immer Unternehmenskommunikation ist. Wenn ein Wohnungsunternehmen einen Mieter anspricht, spricht es damit auch gleichzeitig immer einen Teil der Öffentlichkeit an. Denn jeder Mieter hat auch eine nicht zu unterschätzende Multiplikatorenrolle – und das sowohl in positiver als auch negativer Hinsicht. Im letzteren Fall dann oft als ein „Brandbeschleuniger“, beispielsweise bei dem berühmten Krach im Treppenhaus oder wenn sich ein Mieter enttäuscht oder verärgert an die Lokalpresse wendet.

Die Schlussfolgerung: Mieterkommunikation kann im Unternehmen nicht losgelöst gesehen werden von allen anderen Dialogformen. Vielmehr sollte der Dialog mit dem Mieter stimmig in das Konzept der Unternehmenskommunikation eingebettet sein. Hier ist es erste Aufgabe, die Mitarbeiter kommunikativ mit ins Boot zu holen. Das bedeutet: Es sollte ein Konzept zur Unternehmenskommunikation mit Leitlinien erstellt werden, möglichst unter Mitwirkung der Belegschaft. Dann gilt es, diese Leitlinie professionell in das gesamte Unternehmen zu kom-

munizieren und die Mitarbeitenden, die Außenkontakte haben, entsprechend zu schulen.

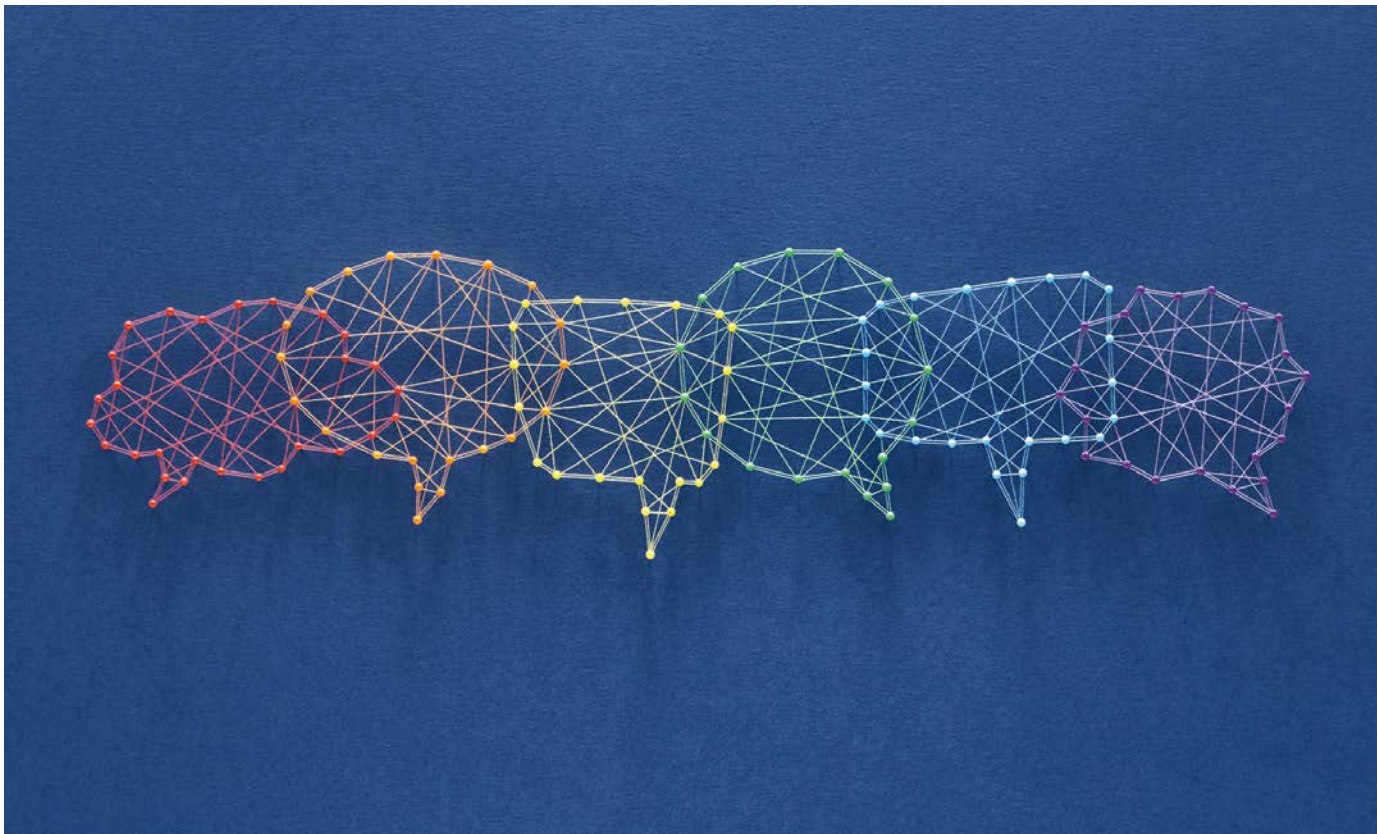
Es ist noch kein Meister vom Himmel gefallen

Mit der Kommunikationsfähigkeit verhält es sich ähnlich wie mit jeder anderen menschlichen Fähigkeit: Es gibt einige wenige Mitarbeitende, die ein angeborenes Talent haben, und es gibt einen meist größeren Teil, bei denen die Fähigkeit, erfolgreich zu kommunizieren, nicht so ausgeprägt ist. Hier heißt es dann: üben, üben, üben – oder eben schulen, schulen, schulen. Denn besonders fatal ist es, wenn man zunächst gar nicht oder viel zu spät mit dem Mieter kommuniziert. Zu oft wird ein erster kommunikativer Schritt vermieden, entweder, weil man sich schlechterdings der Wichtigkeit nicht bewusst ist, oder weil man sich mit Blick auf das Wie der Kommunikation möglicherweise nicht auf sicherem Parkett wähnt.

Als Folge dieser fehlenden oder mangelnden Verständigung entsteht aber kein „Nichts“, sondern ein kommunikativer Freiraum. Dieser Freiraum bietet dann Nährboden für Gerüchte, Falsch- und Fehlinformationen oder schlimmstenfalls für Intrigen und

Verleumdungen. Im Ergebnis können negative Folgen nicht nur für die Mieterkommunikation, sondern für die gesamte Unternehmenskommunikation stehen. Kurzum: Die Rechnung einer kommunikativen Vermeidungsstrategie mit den Mietern geht nur selten auf.

„Man kann nicht nicht kommunizieren,“ sagte schon der österreichische Philosoph, Psychotherapeut und Kommunikationswissenschaftler Paul Watzlawick. Denn, so der Experte, „jede Kommunikation – nicht nur mit Worten – ist Verhalten und genauso wie man sich nicht nicht verhalten kann, kann man nicht nicht kommunizieren.“ Wie Kommunikation richtig geht, das zeigt ein breit aufgestellter Markt an Weiterbildungsangeboten speziell für die Mieterkommunikation. Hier gilt: Im Hinblick auf eine erfolgreiche Schulung sollte auf Unternehmensseite ein aufeinander aufbauendes Schulungskonzept aus den vorliegenden Seminarangeboten aufgestellt werden. Nur so ist sichergestellt, dass eine Weiterbildung nachhaltig fruchtet und nicht der Zufall oder persönliche Neigungen für Thema, Veranstaltungstermin oder -ort die Auswahl einer Schulung bestimmen. >



Die Mieterkommunikation ist ein Bestandteil der Unternehmenskommunikation und sollte nicht dem Zufall oder den Talenten der einzelnen Mitarbeitenden überlassen sein. Entscheidend ist neben der Frage, wie Mitarbeitende geschult werden, auch die Frage, ob und welche Richtlinien für das Unternehmen insgesamt gelten

Das Angebot an aktuellen Seminaren im Überblick

Deeskalation, Schlichtung und Krisenmanagement					
Termin	02.06.21	29.06.21	01.07.21	06.09.21	21.09.21
Thema	Beschwerdemanagement – Gesprächstechniken und Strategien	Was ist nur mit meinem Mieter los? – Umgang mit schwierigen Mietern	Telefonate mit säumigen Mieter*innen – wirkungsvolles Forderungsmanagement am Telefon	Streit im Treppenhaus – Die Hausordnung wird eingehalten	Professioneller Umgang mit Nachbarschaftsstreitigkeiten
Format	Webinar	Präsenz	Präsenz	Präsenz	Präsenz
Kosten pro Teilnehmer	200 €	360 €	280 € MG 320 € NMG	416 € MG 520 € NMG	285 € MG 320 € NMG
Ort		Bochum	Hannover	Berlin	Stuttgart
Anbieter	VNW	EBZ	VdW Niedersachsen Bremen	BBA	AWI

INTERVIEW MIT SANDRA NIEDERGESÄSS

„Der Ton wird ein anderer und es herrschen andere Verhaltenskodizes“



Sandra Niedergesäß ist Geschäftsführende Vorständin der BBA – Akademie der Immobilienwirtschaft in Berlin. Im Interview erklärt sie, wie sich die Mieterkommunikation auch infolge der Corona-Pandemie verändert hat.

Frau Niedergesäß, welchen Stellenwert hat die erfolgreiche Kommunikation mit den Mietern Ihrer Meinung nach für ein Wohnungsunternehmen?

Die Kommunikation mit den Mietern ist besonders wichtig, weil die Wohnungsunternehmen wie kaum eine andere Branche nah am Menschen sind. Das fängt bereits bei der Besichtigung an. Danach begleitet man seine Mieter oftmals über mehrere Jahre und erhält tiefen Einblick in deren private und auch berufliche Situation. Aus Singlehaushalten werden Parshaushalte und irgendwann vielleicht eine Familie. Bedürfnisse und Anforderungen an die Wohnsituation ändern sich über diese Zeit und auch Sorgen und Nöte werden andere. Diese Themen erfordern eine gute Kommunikationsbasis, um gemeinsam diese Veränderungen

anzugehen und individuelle Lösungen zu erarbeiten.

Hat sich die Weiterbildung zur Mieterkommunikation in den letzten zehn Jahren verändert, und wenn ja, wie?

Was in den vergangenen Jahren vermehrt unsere Kommunikation verändert und sich vor allem während der Corona-Pandemie noch verstärkt hat, ist der Einfluss von modernen Informations- und Kommunikationstechnologien im direkten, persönlichen Kontakt, etwa durch Chatbots. Das bedeutet, dass der Schulungsbedarf an grundlegenden Kommunikationskompetenzen bleibt, dieser jedoch um Kommunikation in digitalen, virtuellen Räumen ergänzt wird. Hinzu kommt, dass der lockere Umgang innerhalb der Cybercommunity auf geschäftliche Beziehungen überschwappt. Der Ton ist ein anderer und es herrschen andere Verhaltenskodizes, kurz: Der virtuelle Raum unterliegt häufig anderen Regeln.

Zusätzlich ist durch die Pandemie das unmittelbare Wohnumfeld immer mehr zum Lebensmittelpunkt gewor-

den. In der Konsequenz spielen Partizipation und soziale Quartiersentwicklung eine stärkere Rolle. Beides sind Themen mit einem starken Bezug zur Kommunikation. Bezogen auf die Wohnungsunternehmen bedeutet dieses, zu zeigen, was machbar ist, wenn Mieter und Vermieter gemeinsam an einem Ziel arbeiten. Diese Form der Mieterkommunikation ist nicht neu, erhält nun aber durch die Pandemie neuen Schwung.

Wie greifen Sie das Thema Mieterkommunikation in Ihrem Seminarangebot auf?

Im Bereich der Kommunikation reichen die Themen in unseren praxisorientierten Schulungen von klassischer Rhetorik, über Mediationstechniken, Deeskalation, Forderungsgesprächen bis hin zu Konflikttrainings. Unser Angebot wächst hier nicht nur aufgrund der steigenden Nachfrage seit Jahren – wir bauen das Thema auch weiter aktiv aus.

Vielen Dank für das Gespräch!

Das Interview führte Hedda Werner.

Deeskalation, Schlichtung und Krisenmanagement

Termin	30.09.21	25.10.21	03.11.21	09.11.21
Thema	Deeskalationstraining – souverän handeln in schwierigen Situationen	Training: Deeskalations-training für Hausmeister	Strategien und praxisorientierte Lösungen beim Kontakt mit psychisch kranken Mietern	Konfliktrhetorik, Einwand-Management und Krisenkommunikation
Format	Webinar	Präsenz	Präsenz	Präsenz/Webinar
Kosten pro Teilnehmer	246 €	416 € MG 520 € NMG	416 € MG 520 € NMG	325 € Präsenz 275 € Webinar
Ort		Berlin	Berlin	Wiesbaden
Anbieter	DIA	BBA	BBA	SFA

Kommunizieren auf allen Kanälen

Termin	14.09.21	19.10.21	19.10.21–20.10.21	01.11.21
Thema	Telefontaining – Erfolgreiche Kommunikation am Telefon mit Mietern	Der professionelle Umgang mit Kunden – Erfolgreich im persönlichen und telefonischen Kontakt	Social-Media-Marketing: Twittern, Bloggen, Liken – mit System und Erfolg	Diplomatisch und serviceorientiert Schreiben
Format	Präsenz	Präsenz	Präsenz	Präsenz
Kosten pro Teilnehmer	360 €	246 €	446 €	280 € MG 320 € NMG
Ort	Bochum	Freiburg	Freiburg	Hamburg
Anbieter	EBZ	DIA	DIA	VNW

Unternehmens- und generelle Kommunikation(stechniken)

Termin	09.06.21–10.06.21	29.06.21	30.06.21	03.08.21	25.08.21
Thema	Das erfolgreiche Mietermagazin – Wort-Bild-Kombination: Modern und multimedial kommunizieren	Zeitfresser im Kundengespräch vermeiden	Den Empfang sicher im Griff: Professionelle Kommunikation am Tresen – Ein Praxisworkshop	Souverän moderieren – Mieterversammlungen, Workshops und runde Tische zum Ziel führen	Das erfolgreiche Mietermagazin
Format	Präsenz/Webinar	Webinar	Präsenz	Präsenz	Präsenz
Kosten pro Teilnehmer	820 € MG 1.025 € NMG	300 € MG 350 € NMG	280 € MG 320 € NMG	360 €	280 € MG 320 € NMG
Ort	Berlin		Hannover	Bochum	Hamburg
Anbieter	BBA	VdW Bayern	VdW Niedersachsen Bremen	EBZ	VNW

Kompaktseminar

Termin	Wöchentlich ab 10.09.21
Thema	Kompaktseminar-Reihe Mieterkommunikation Basics: Module 1–5
Format	Webinar
Kosten pro Teilnehmer	160 € pro Modul
Ort	
Anbieter	HD...S Agentur

MG = Mitglieder NMG = Nicht-Mitglieder

TARIFPOLITIK UND WOHNUNGSWIRTSCHAFT

Zustandekommen und Wirkung von Tarifverträgen

In der Praxis gibt es eine Reihe von Missverständnissen zur Rechtsnatur und Wirkung von Tarifverträgen. Das kann im schlimmsten Fall für Unternehmen teuer werden, wenn Vergütungsstrukturen aufgrund fehlerhafter Annahmen gestaltet werden. Doch was ist zu beachten?

Von Prof. Dr. Michael Worzalla

Sucht man nach den Rechtsgrundlagen für Tarifverträge, muss man bis ins Grundgesetz schauen. Art. 9 Abs. 3 GG ist die Grundlage des Deutschen Verbändewesens: Das Recht, zur Wahrung und Förderung der Arbeits- und Wirt-

schaftsbedingungen Vereinigungen zu bilden, ist für jedermann und für alle Berufe gewährleistet. Abreden, die dieses Recht einschränken oder zu behindern suchen, sind nichtig und hierauf gerichtete Maßnahmen sind rechtswidrig. Maßnahmen nach den Artikeln 12a, 35 Abs. 2 und 3, Artikel 87a Abs. 4 und Artikel 91 dürfen sich nicht gegen Arbeitskämpfe richten, die zur Wahrung und Förderung der Arbeits- und Wirtschaftsbedingungen von Vereinigungen im Sinne des Satzes 1 geführt werden.

Ausgestaltung

Die Vereinigungen, die sich der Wahrung und Förderung der Arbeitsbedingungen widmen, sind auf Seiten der Arbeitgeber die Arbeitgeberverbände, auf Seiten der Arbeitnehmer die Gewerkschaften. Das Grundgesetz gibt diesen Vereinigungen sowohl eine Bestandsgarantie als auch eine Garantie, ihren Aufgaben nachkommen zu können. Zur Wahrung und Förderung der Arbeitsbedingungen schließen Arbeitgeberverbände und Gewerkschaften in erster Linie Tarifverträge. Aus Art. 9 Abs. 3 GG folgt daher die Tarifautonomie. Grundlegender Gedanke



RA Prof. Dr. Michael Worzalla

Vorstand
Arbeitgeberverband
der Deutschen Immobilienwirtschaft e. V.
DÜSSELDORF

der Väter und Mütter des Grundgesetzes war, dass die Arbeitsbedingungen nicht überwiegend vom Staat bestimmt werden, sondern im Sinne des Subsidiaritätsprinzips von den Menschen geregelt werden sollen, die es „am besten wissen“. Arbeitsbedingungen sollen in Tarifverträgen von den Arbeitgeberverbänden und Gewerkschaften branchenspezifisch bestimmt werden. Diese Tarifautonomie gilt in der Volks- und Staatsrechtswissenschaft als eine der Säulen unserer erfolgreichen freiheitlich demokratischen Grundordnung.

Die weitere Ausgestaltung der Tarifautonomie ist in ihren Grundzügen im Tarifvertragsgesetz (TVG) geregelt. Dazu bestimmt § 2 Abs. 1 TVG, dass Tarifvertragsparteien Gewerkschaften einerseits und einzelne Arbeitgeber sowie Vereinigungen von Arbeitgebern andererseits sind. Neben Arbeitgeberverbänden kann somit auch jeder einzelne Arbeitgeber mit einer Gewerkschaft einen Tarifvertrag abschließen. Arbeitgeber und Arbeitgeberverbände können sich die Gewerkschaft, mit der sie Tarifverträge abschließen wollen, aber nicht aussuchen. Zumindest die Mitgliedsgewerkschaften des Deutschen Gewerkschaftsbundes (DGB) haben eine interne Ordnung geschaffen, die die Zuständigkeit von Gewerkschaften für bestimmte Branchen festschreibt.

Wirkung

Die Tarifvertragsparteien – in der Regel der Arbeitgeberverband und die zuständige Gewerkschaft – vereinbaren in Tarifverträgen die Arbeitsbedingungen

für die Branche. Zwei in der Rechtsform von Vereinen bürgerlichen Rechts organisierte Verbände schließen somit Verträge. Es handelt sich um besondere Verträge, sogenannte Normenverträge.

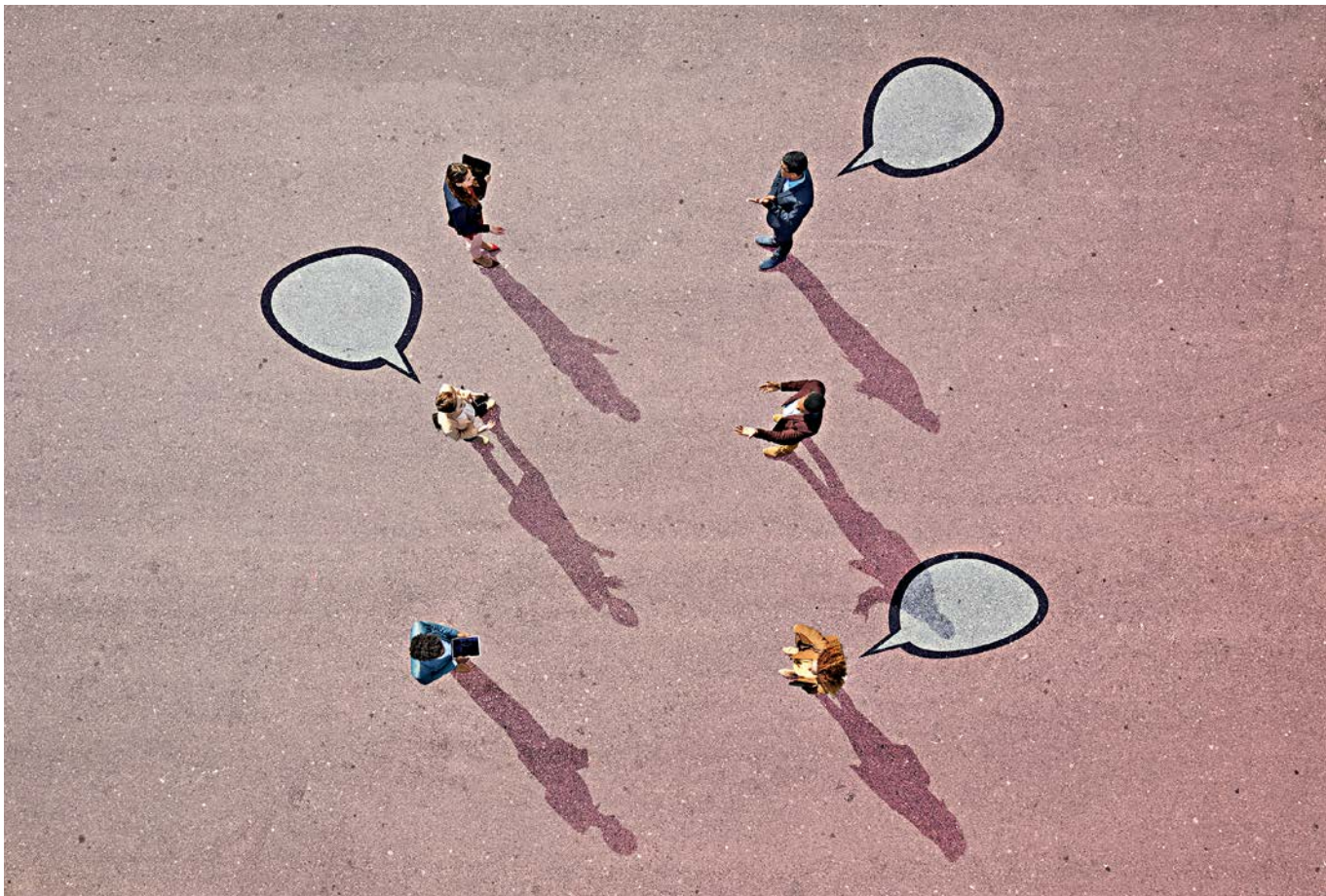
Ihre Wirkung ergibt sich aus § 4 Abs. 1 TVG. Dessen 1. Teilsatz lautet: „Die Rechtsnormen des Tarifvertrages, die den Inhalt, den Abschluss oder die Beendigung von Arbeitsverhältnissen ordnen, gelten unmittelbar und zwingend ...“ Gemeint ist, dass die Regelungen des Tarifvertrages quasi mit Gesetzeskraft auf die erfassten Arbeitsverhältnisse einwirken. Die Bedeutung wird in § 4 Abs. 3 und 4 TVG deutlich. Nach § 4 Abs. 3 TVG sind abweichende Abmachungen – gemeint ist in Arbeitsverträgen – nur zulässig, wenn sie durch den Tarifvertrag gestattet sind oder eine Änderung der Regelung zugunsten des Arbeitnehmers vorsehen. Arbeitsvertragliche Regelungen, die zu Lasten der

Regelungen eines Tarifvertrags wirken quasi mit Gesetzeskraft auf die erfassten Arbeitsverhältnisse ein.

Arbeitnehmer unterhalb des Tarifniveaus liegen, sind danach unwirksam. Nach § 4 Abs. 4 TVG ist ein Verzicht auf entstandene tarifliche Rechte nur in einem von den Tarifvertragsparteien gebilligten Vergleich zulässig. Die Verwirkung von tariflichen Rechten ist ausgeschlossen. Damit ist der tarifliche Anspruch sogar der Dispositionsfreiheit des einzelnen Arbeitnehmers entzogen. Er kann, selbst wenn er ausdrücklich verzichtet hat oder eine lange Zeit ins Land gegangen ist, gegebenenfalls tarifliche Rechte weiter geltend machen.

Einschränkungen

Das Ganze hat jedoch eine – insbesondere in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft bedeutsame – Einschränkung. § 4 Abs. 1 Satz 1 TVG ist oben nicht zu Ende formuliert. Liest man den Satz zu Ende, heißt es nämlich im zweiten Teilsatz: „... gelten unmittelbar und zwingend zwischen den beiderseits Tarifgebundenen, die unter den Geltungsbereich des Tarifvertrages fallen.“ Wer „tarifgebunden“ ist, >



Arbeitsbedingungen werden von den Arbeitgeberverbänden und Gewerkschaften branchenspezifisch im Rahmen von Tarifverträgen bestimmt. Die Tarifautonomie ist eine der tragenden Säulen der freiheitlich demokratischen Grundordnung

regelt wiederum § 3 Abs. 1 TVG. Dort heißt es: „Tarifgebunden sind die Mitglieder der Tarifvertragsparteien oder der Arbeitgeber, der selbst Partei des Tarifvertrages ist.“ Das heißt, dass die Bindung an die abgeschlossenen Tarifverträge auf die Arbeitgeber und die Arbeitnehmer beschränkt ist, die Mitglied der Tarifvertragsparteien – Arbeitgeberverband und Gewerkschaft (Verdi, IG Bauen-Agrar-Umwelt) – sind. Die Voraussetzungen müssen kumulativ vorliegen. Allein der Umstand, dass der Arbeitgeber Mitglied des Arbeitgeberverbandes ist, reicht ebenso wenig für die Tarifbindung, wie es ausreichend ist, dass der Arbeitnehmer Mitglied in einer der Gewerkschaften ist, wenn der Arbeitgeber dem Arbeitgeberverband nicht angehört. Warum ist das so?

Wie beschrieben haben die Regelungen des Tarifvertrages quasi gesetzliche Natur. Um eine solche Wirkung zu rechtfertigen, bedarf es aber einer irgendwie gearteten demokratischen Legitimation. Der Normunterworfenen muss an der Normfindung teilgenommen oder sich ihr unterworfen haben. Das geschieht bei Arbeitgeberverbänden und Gewerkschaften durch Mitgliedschaft und den aus der Mitgliedschaft folgenden Rechten zur Wahl der handelnden Personen, die die Tarifverträge abschließen.

Subsidiaritätsprinzip und Ordnungsfunktion

Spätestens an dieser Stelle wird der eine oder andere verwundert fragen, ob das so richtig sein kann, da doch die Tarifverträge im Unternehmen für alle Ar-

beitnehmer Anwendung finden, aber mit Sicherheit nicht alle Arbeitnehmer Mitglied einer tarifschließenden Gewerkschaft sind. Der Grund ist wiederum ein ganz einfacher. Es steht natürlich auch nicht tariflich gebundenen Arbeitsvertragsparteien frei, im Arbeitsvertrag die Anwendung der Tarifverträge zu vereinbaren. Das wird – nicht nur in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft – auch häufig gemacht. In tarifrechtlicher Diktion heißt das „Gleichstellungsabrede“. Welche Gründe sprechen dafür?

Ein Tarifvertrag folgt nicht nur dem Subsidiaritätsprinzip, bietet also branchenspezifische Regelungen, er hat auch eine Ordnungsfunktion. Die Arbeitsbedingungen in einer Branche sollen möglichst gleichermaßen geregelt sein, damit der Wettbewerb zwischen Unternehmen nicht durch Lohndumping oder Lohnwettläufe geprägt wird, sondern durch die Qualität der Produkte. Darüber hinaus enthebt die Anwendung der Tarifverträge die Arbeitsvertragsparteien von der Notwendigkeit, die Arbeitsbedingungen selbst mit jedem Arbeitnehmer einzeln auszuhandeln. Das vermeidet Streitigkeiten im Unternehmen.

In den letzten 20 Jahren ist noch ein wesentlicher Aspekt hinzugekommen. Soweit sich eine arbeitsvertragliche Vereinbarung auf bestehende tarifvertragliche Regelungen bezieht, unterfallen die Arbeitsverträge insofern nicht der sogenannten Inhaltskontrolle durch die Arbeitsgerichte. Arbeitsgerichte können somit die Angemessenheit der Regelungen nicht überprüfen. Das ist in Arbeitsverträgen, die Regelungen beinhalten, die nicht den tariflichen Regelungen der Branche entsprechen, gegebenenfalls anders. Es gibt somit gewichtige Gründe, die für die „Gleichstellungsabrede“ sprechen – so wie sie auch in den Unternehmen der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft vielfach anzutreffen ist.

Das heißt aber auch, dass in Fällen, in denen keine unmittelbare Tarifbindung besteht, grundsätzlich arbeitsvertraglich etwas anderes geregelt werden kann. Warum geschieht das relativ selten? Vorstände und Geschäftsführungen sind gegebenenfalls gut beraten, nicht organisierten Arbeitnehmern nicht weniger als den tarifgebundenen Kollegen zu zahlen. Nicht jedem Arbeitgeber wäre es recht, wenn Arbeitnehmer deshalb Mitglied in der Gewerkschaft werden.

Allgemeinverbindlichkeit?

Noch zwei Bemerkungen zum Schluss. In der Praxis wird häufig gefragt, ob die Tarifverträge in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft „allgemeinverbindlich“ sind. Das geht nicht selten mit einem Missverständnis zu dieser Begrifflichkeit einher. Die Tarifverträge sind – wie oben dargestellt – für die Tarifgebundenen verbindlich. Hat man ihre Anwendung arbeitsvertraglich vereinbart, gilt das Gleiche, denn „pacta sunt servanda“. „Allgemeinverbindlich“ ist der Tarifvertrag nach § 5 TVG dann, wenn das Bundesministerium für Arbeit ihn für allgemeinverbindlich erklärt. Das geschieht bei Tarifverträgen, wenn



Auch wenn mitunter hart und lange gerungen wird – die Branche hat das Ziel, einen Flächentarifvertrag für die Wohnungs- und Immobilienwirtschaft zu schließen

diese Allgemeinverbindlicherklärung im öffentlichen Interesse ist. Im Falle der Allgemeinverbindlicherklärung gelten die Vorschriften eines Tarifvertrages auch für nicht tarifgebundene Arbeitgeber und Arbeitnehmer „quasinormativ“ wie bei bestehender Tarifgebundenheit. Einer „Gleichstellungsabrede“ bedarf es nicht. Eine solche Allgemeinverbindlichkeit gibt es in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft jedoch nicht.

Soweit sich eine arbeitsvertragliche Vereinbarung auf bestehende tarifvertragliche Regelungen bezieht, fallen Arbeitsverträge nicht unter die sogenannte Inhaltskontrolle durch die Arbeitsgerichte.

Letztlich stellt sich die Frage, was passiert, wenn sich die Tarifvertragsparteien bei Tarifverhandlungen nicht einigen können. In diesen Fällen greift das Arbeitskampfrecht. Das Arbeitskampfrecht ist in Deutschland nicht gesetzlich geregelt. Einzige Rechtsgrundlage ist Art. 9 Abs. 3 GG. Die Vorschrift gewährleistet, dass die am Arbeitsleben beteiligten Parteien Mittel haben, um ihre Rechte durchzusetzen. Arbeitskampfmittel sind auf Seiten der Gewerkschaften der Streik, auf Seiten der Arbeitgeberverbände die Aussperrung.

Warum gibt es hierzu keine gesetzlichen Regelungen? Auch diese Antwort ist einfach: Der Gesetz-

geber hat sich bislang nicht „getraut“, ausgewogene gesetzliche Regelungen zu schaffen und den Tarifvertragsparteien vorzuschreiben. Er möchte sich mit den starken Interessenvertretungen offensichtlich nicht anlegen. Daher ist das deutsche Arbeitskampfrecht geprägt durch die Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichtes und des Bundesarbeitsgerichts.

Tarifrecht und Betriebsverfassungsrecht

Abschließend noch eine Bemerkung zum Verhältnis zwischen Tarifrecht und Betriebsverfassungsrecht. Auch die Betriebsvereinbarung ist eine „quasinormative“ Regelung im Betrieb. Das Verhältnis zwischen einem anwendbaren Tarifvertrag und einer Betriebsvereinbarung regelt § 77 Abs. 3 Betriebsverfassungsgesetz (BetrVG). Danach können Arbeitsbedingungen, die von den Tarifvertragsparteien geregelt worden sind oder üblicherweise geregelt werden (also Vergütung, Urlaub, Arbeitszeitdauer et cetera), nicht durch eine Betriebsvereinbarung geregelt werden. Das gilt auch für die Arbeitnehmer günstigere Regelungen. § 77 Abs. 3 BetrVG ist eine Kompetenzabgrenzung. Das erste Zugriffsrecht auf die Regelung von Arbeitsbedingungen haben nach der Intention des Gesetzgebers die Tarifvertragsparteien. Nur soweit sie Spielraum für betriebliche Regelungen lassen, können diese in einer Betriebsvereinbarung geregelt werden. Diese Abgrenzung gilt in jeder Branche auch für Unternehmen, die den Tarifvertrag nicht anwenden, ja nicht einmal Mitglied des tarifschließenden Arbeitgeberverbandes sind.

Weitere Informationen: www.agv-online.de

neela

Ihre virtuelle Assistentin

Unser KI-Chatbot ist Ihre virtuelle Mitarbeiterin im Kundenservice und beantwortet typische Mieteranfragen.

- Automatisieren Sie Routineprozesse
- Entlasten Sie Ihren Kundenservice
- Erzielen Sie eine hohe Anfragenqualität
- Klären Sie Anfragen bereits im Erstkontakt



Erfahren Sie mehr unter:
aareon.de/neela

INTERVIEW MIT OLAF RABSILBER UND CHRISTOPH BECK

„Bei einer zukunftsorientierten Tarifpolitik darf es nicht nur um Euro und Cent gehen.“

plötzlich ein Tarifvertrag vom Himmel. Können Sie den Ablauf einer solchen Tarifverhandlungsrunde schildern? Wie fängt das in der Praxis an?

BECK: Es beginnt regelmäßig mit der Kündigung der Tarifverträge durch die Gewerkschaften und der damit einhergehenden Übersendung von Forderungen. Dann beginnt unsere Arbeit. Zuständig für die Tarifpolitik im AGV ist der gewählte Verbandsausschuss, dessen Vorsitzender ich bin. Er ist mit Vertretern der Mitgliedsunternehmen aus ganz Deutschland besetzt. Die Gliederung entspricht den bekannten Bereichen der Regionalverbände. Aus diesen werden je nach regionaler Anzahl der Mitglieder im AGV zwischen zwei und fünf Vorstände und Geschäftsführende in den Verbandsausschuss gewählt. Vor Beginn einer Tarifverhandlungsrunde schauen wir uns dann gemeinsam die bundesweiten, aber auch branchenspezifischen



Im Sommer beginnen Tarifverhandlungen für die Unternehmen der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft. Die Verhandlungsführer auf Seiten der Immobilienwirtschaft Olaf Rabsilber und Christoph Beck erklären, worum es bei den Tarifverhandlungen zuvorderst geht.

Die Tarifverhandlungen werden vom Arbeitgeberverband der Deutschen Immobilienwirtschaft e. V. (AGV) auf der einen Seite – vertreten durch Olaf Rabsilber (AGV-Vorstandsvorsitzender und Vorstandsvorsitzender der Sterkrader Wohnungsgenossenschaft eG) und Christoph Beck (AGV-Verbandsausschussvorsitzender und Vorstand der Berliner Degewo AG) – sowie einer Tarifgemeinschaft der Gewerkschaften Verdi und IG Bauen-Agrar-Umwelt auf der anderen Seite geführt.

Herr Beck, für Unbeteiligte sind Tarifverträge ein Mysterium. Nach oft lautem, verbalem Säbelrasseln fällt

volkswirtschaftlichen Daten an. Darüber hinaus bringen die Mitglieder des Verbandsausschusses aus ihren Wahlbezirken die Meinungen und Erwartungen der Mitgliedsunternehmen in die Diskussion ein. Auf dieser Grundlage entwickelt der Verbandsausschuss dann eine Strategie und eine Zielvorgabe für die Tarifverhandlungen.

Ist es, vor dem Hintergrund der unterschiedlichen Leistungsfähigkeit von Unternehmen nicht schwierig, die Standpunkte unter einen Hut zu bringen?

BECK: Das ist manchmal sogar sehr schwierig. Gerade die letzte Tarifverhandlungsrunde hat es gezeigt. War der Tarifabschluss für die Mehrzahl der Mitgliedsunternehmen im Bereich ihrer Erwartungen, so haben uns einerseits Signale erreicht, dass er schon fast zu hoch war. Andererseits wurden Stimmen laut, die sagten, der Abschluss sei zu niedrig. Entsprechend war auch

die Diskussionslage im Verbandsausschuss. Das sind häufig sehr intensive und langwierige Diskussionen, bis sich das Gremium auf einen Weg geeinigt hat. Das ist Demokratie.

Welche Aufgabe hat der Vorstand in diesem Kontext, Herr Rabsilber?

RABSILBER: Der Vorstand ist vorbereitendes und ausführendes Organ. Er bereitet die Verbandsausschusssitzungen vor, in denen die Marschrichtung für die Tarifverhandlungen festgelegt wird. Er bildet gemeinsam mit Vertretern des Verbandsausschusses die Tarifkommission, die die Verhandlungen mit der Tarifkommission der Gewerkschaften führt. Der Vorstand setzt dann das Tarifergebnis für die Unternehmen um und vertritt es natürlich auch in der Mitgliedschaft.

Und wie kann man sich die eigentlichen Tarifverhandlungen vorstellen?

RABSILBER: Idealerweise treffen sich die Tarifkommissionen persönlich, meist an einem „neutralen“ Ort wie einem Hotel. In der ersten Tarifverhandlungsrunde werden regelmäßig die grundsätzlichen Positionen sowie die volks- und wohnungswirtschaftlichen Rahmenbedingungen ausgetauscht. Die Gewerkschaften versuchen uns dann zu erklären, welche Erwartungen die Arbeitnehmer an höhere Vergütungen haben und warum diese berechtigt seien, und wir erklären ihnen anhand von sachlichen Argumenten, warum das in dieser Höhe nicht möglich ist.

Die Forderungen der Gewerkschaften sind regelmäßig deutlich höher als die dann vereinbarten Ergebnisse ...

RABSILBER: Das wundert uns auch immer wieder, insbesondere da die Gewerkschaften das Ergebnis auch ihren Mitgliedern erklären müssen. Aber das gehört anscheinend zu den traditionellen Ritualen in Tarifverhandlungen. Möglicherweise glauben auch einige Mitglieder der Gewerkschaften, sie könnten tatsächlich entsprechende Forderungen begründen. Vielleicht ist es auch so, dass die Tarifkommission der Gewerkschaften dann zumindest im Nachhinein sagen kann, dass sie es versucht hat. Denn auch bei den Gewerkschaften dürfte in der Mitgliedschaft ein ähnlich heterogenes Meinungsbild bestehen wie in unserem Verbandsausschuss.

Die Tarifkommission des Arbeitgeberverbandes muss sich an der Leistungsfähigkeit der Unternehmen orientieren. Wie wird man den regional teilweise erheblichen Unterschieden gerecht?

BECK: Unsere Branche hat einen sogenannten Flächentarifvertrag, der einheitliche, für das gesamte Bundesgebiet geltende Arbeitsbedingungen, insbesondere auch die Vergütung regelt. Das ist eine Herausforderung, da die wirtschaftliche Kraft der Unternehmen regional sehr unterschiedlich ist. Die einfachste Strategie für die Tarifkommission des Arbeitgeberverbandes wäre es zu sagen, wir orientieren uns am wirtschaftlich schwächsten, denn je niedriger das Tarifergebnis ist, umso besser. Damit würden wir es uns aber zu einfach machen. Einerseits muss man sich darüber klar sein, dass Tarifregelungen in einer Branche immer die Mindestarbeitsbedingungen für die Unternehmen darstellen. Das ist ein wesentlicher Gedanke der Ordnungsfunktion von Tarifverträgen und spiegelt sich auch im Günstigkeitsprinzip wider. Man darf arbeitsvertraglich Mitarbeiter eben nur besserstellen, als der Tarifvertrag es regelt. Wir müssen uns somit an der Leistungsfähigkeit nicht unbedingt des schwächsten Mitglieds, aber des unteren Drittels der Mitglieder orientieren. Wir haben die Aufgabe, die Arbeitsbedingungen in der Branche so zu regeln, dass die

„Es besteht Einigkeit, dass der Vergütungstarifvertrag als einheitliche Basis für die Entgeltfindung in dieser Form erhalten bleiben muss.“

Christoph Beck

große Mehrheit mit ihnen arbeiten kann. Andererseits müssen wir aber auch ein Auge darauf haben, dass das Vergütungsniveau der Branche so ist, dass wir auf den jeweiligen Arbeitsmärkten attraktive wettbewerbsfähige Arbeitsbedingungen haben und es jun-

ge Menschen nicht davon abhält, bei unseren Unternehmen ihre berufliche Zukunft zu suchen. Die hohe Kunst von Tarifverhandlungen ist es, diesen beiden Aspekten in einem Tarifergebnis hinreichend Rechnung zu tragen. Ich möchte behaupten, dass uns das in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten weitaus überwiegend gelungen ist.

Was sagen Sie Unternehmen, die sich Abschlüsse in dieser Höhe nicht leisten können? Und was sagen Sie denen, die die Vergütungen zu niedrig finden?

BECK: Wir achten darauf, dass unsere Tarifverträge leistbar sind. In Ausnahmefällen können Unternehmen von einer Öffnungsklausel Gebrauch machen, die es ihnen ermöglicht, mit Zustimmung der Tarifvertragsparteien, also des Arbeitgeberverbandes und der Gewerkschaften, die monatliche Vergütung, aber auch die Sonderzahlung Urlaubsgeld unter dem ausgehandelten Tarifniveau zu gewähren. In den glücklicherweise seltenen Fällen, in denen die Öffnungsklausel angewandt wird, haben wir gute Erfahrungen gemacht. Bei vernünftiger Begründung stimmen die Gewerkschaften regelmäßig zu. Das kann aber kein Regelinstrument für den Normalfall sein.

RABSILBER: Dass den Unternehmen eine Tarifierhöhung zu niedrig ist, erscheint auf den ersten Blick schon bemerkenswert. Aber natürlich verstehen wir die Stimmen, die sagen, dass die Vergütungshöhen für bestimmte regionale Arbeitsmärkte nicht ausreichend sind, um Fachpersonal finden und langfristig binden zu können. Solchen regionalen Besonderheiten kann ein Tarifvertrag, der in weit über tausend Unternehmen bundesweit zur Anwendung kommt, naturgemäß auch nicht gerecht werden. Ein für so viele Unternehmen geltender Tarifvertrag kann nicht die Erwartungen eines einzelnen Unternehmens zu 100 % erfüllen. Das geht grundsätzlich schon nicht. Die regionalen Spreizungen sind aber größer geworden. Daher haben wir das Thema aufgenommen und suchen nach Lösungsansätzen.

Wie können die denn aussehen?

BECK: Der Verbandsausschuss des AGV hat dieses Thema bereits intensiv diskutiert. Es besteht insofern Einigkeit, dass unser Vergütungstarifvertrag als einheitliche Basis für die >

Entgeltfindung in den Unternehmen der Branche in dieser Form erhalten bleiben muss. Auf dieser Basis müssen wir Flexibilisierungsmöglichkeiten suchen. Beispiele dafür haben wir in der Tariflandschaft nicht gefunden, insofern suchen wir innovative Ansätze.

Dafür gibt es zwei Wege. Der Tarifvertrag könnte ggf. die Flexibilisierungsmöglichkeiten selbst bieten. Denkbar wären Zuschläge bei Erfüllung bestimmter Kriterien. Oder es könnte im Wege einer Indexierung der tariflichen Vergütung eine Flexibilisierung erfolgen. Notwendig dafür wäre jedoch, einen tragfähigen und akzeptierten Index zu finden. Wir haben hierzu fachkundigen Rat bei der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände und dem Institut der Deutschen Wirtschaft eingeholt. Erste

„Der Mantel-tarifvertrag in unserer Branche gilt unverändert seit 1997. Es ist zwingend erforderlich, ihn zu modernisieren.“

Olaf Rabsilber

Rückmeldungen sind, was diesen Weg angeht, aber eher von Skepsis geprägt, da er den Grundsatz des Mindeststandards von Tarifverträgen verlässt. Die zweite Möglichkeit und das ist eigentlich der tarifpolitisch und tarifrechtlich vorgesehene Weg, ist eine Flexibilisierung auf betrieblicher Ebene.

Ich möchte nochmals wiederholen: Die tariflichen Arbeitsbedingungen sind Mindestarbeitsbedingungen. Es steht jedem Unternehmen frei, Mitarbeitern arbeitsvertraglich eine höhere Vergütung einzuräumen, und es gehört auch in die unternehmerische Verantwortung, zu prüfen, ob das im Hinblick auf den regionalen Arbeitsmarkt der notwendige Weg ist. Davon kann einen Unternehmer auch kein Tarifvertrag befreien. Jeder Unternehmer, jede Unternehmerin muss dann gegebenenfalls auch den eigenen Gesellschafter davon überzeugen, dass eine solche betriebliche Zusatzleistung notwendig

ist. Das dürfte in Brennpunkten des Arbeitsmarktes nicht problematisch sein. Schwierig ist insofern eher die rechtstechnische Umsetzung.

Gibt es denn dafür Lösungen?

RABSILBER: Wir sind noch in der Diskussion im Verbandsausschuss und auch im Vorstand. Wie Herr Beck schon sagte, sind aus ordnungs- und auch verbandspolitischer Sicht die betrieblichen Lösungen zu favorisieren. Wir haben im Vorstand darüber beraten, den Unternehmen hierfür Handlungsempfehlungen bis hin zu Mustervereinbarungen an die Hand zu geben. Neben den genannten Gesichtspunkten spricht dafür auch die Flexibilität im Einzelfall. Zudem können solche betrieblichen Regelungen bei kippenden Arbeitsmärkten deutlich schneller angepasst werden.

Welche Gefahren sehen Sie denn, wenn Sie deutlich höhere Vergütungsabschlüsse mit den Gewerkschaften vereinbaren? Es gibt doch für nicht so leistungsstarke Unternehmen die Öffnungsklauseln.

RABSILBER: Mahnende Beispiele, diesen Weg nicht zu gehen, gibt es aus anderen Branchen. Wenn die Zahl der Unternehmen, die von den tariflichen Regelungen nach unten abweichen müssen, sehr hoch wird, erodiert die Ordnungsfunktion des Tarifvertrages. Er ist nicht mehr die „Benchmark“ für die Vergütungen der Branche, sondern nur noch für die Vergütungen in den besonders ertragsstarken Unternehmen. Das kann wiederum zu einem „Kamineffekt“ in der Folgezeit führen, so dass immer mehr Unternehmen von der Ausnahmeregelung Gebrauch machen müssen, die dann zur Regel werden kann. Wenn viele Unternehmen dann aber ihre „Tarifpolitik“ selbst gestalten müssen, ist der Schritt zum Verlassen des Verbandes ein kleiner. Auch unser Arbeitgeberverband hat diese Erfahrung in der Vergangenheit gemacht, als die Vergütungen in den neuen Bundesländern in den 1990er Jahren zu schnell angepasst worden sind. Über 200 Mitgliedsunternehmen haben sich danach von ihrer Mitgliedschaft im AGV gelöst. Arbeitgeberverbände in anderen Branchen haben ähnliche Erfahrungen gemacht oder machen sie derzeit. Die Gewerkschaften verweisen in der Diskussion ger-

ne auf das Instrumentarium der Öffnungsklauseln. Dabei darf man aber nicht vergessen, dass ein Abweichen von den Vergütungen nach unten dann vom Wohl und Wehe der Gewerkschaften abhängig wäre. Sie müssten in jedem Einzelfall zustimmen. Darauf können wir uns verbandspolitisch nicht einlassen.

Was erwarten Sie für die anstehende Tarifverhandlungsrunde?

BECK: Wir erwarten schwierige Verhandlungen. Die Branche ist bislang mit einem blauen Auge durch die Pandemie gekommen. Wir müssen einschätzen, wie sich die Entwicklungen in anderen Branchen auf die Zahlungsfähigkeit unserer Mieter auswirkt. Bisher ist die von den volkswirtschaftlichen Experten erwartete große Insolvenzwelle glücklicherweise ausgeblieben. Hoffen wir, dass es so bleibt. Wir wollen nicht tiefstapeln, aber wir dürfen auch nicht unvorsichtig sein. Wir werden versuchen, das richtige Augenmaß zu finden.

Neben der Erhöhung der Vergütung gibt es eine Reihe anderer Fragestellungen in Arbeitsverhältnissen, die auch tariflich geregelt sind oder geregelt sein sollten, zum Beispiel die Arbeitszeit, das Homeoffice und andere Dinge. Gibt es hier Neues zu vermelden?

RABSILBER: Solche Fragen sind im Manteltarifvertrag geregelt. Der Manteltarifvertrag in unserer Branche gilt unverändert seit 1997. Seit 2013 bieten wir den Gewerkschaften Gespräche an, um den Manteltarifvertrag zu modernisieren. Es hat sich in den 25 Jahren seit seinem Inkrafttreten sehr viel getan. Es ist zwingend erforderlich, ihn zu modernisieren. Jedenfalls ist es in der Praxis kaum erklärbar, dass sich in diesem Tarifvertrag unter anderem noch DM-Beträge finden. Wir haben das Problem, dass die Gewerkschaften zwar bislang in jeder Vergütungstarifverhandlungsrunde auch Vorschläge zur Modernisierung des Manteltarifvertrages angekündigt haben, dem aber nicht nachgekommen sind. Wir werden den Gewerkschaften, nachdem sie uns so lange getröstet haben, nunmehr einen Vorschlag vorlegen und sie zu Verhandlungen auffordern. Wir werden sehen, was passiert.

BECK: Wenn zum Beispiel Homeoffice eine gängige Arbeitsform wird,

müssen wir tarifgerechte Rahmenvorschriften für Arbeitgeber und Arbeitnehmer entwickeln. Dafür ist der Tarifvertrag die richtige Basis. Zudem sollte ein Beitrag zum Klimaschutz als gesamtgesellschaftliche Aufgabe berücksichtigt werden. Wir wollen dies fair gestalten – beispielsweise durch

„Der Rückgang der Tarifbindung weckt Begehrlichkeiten der Politik. Das sollten wir nicht befördern.“

Christoph Beck

die Möglichkeit der Umwandlung von Entgelt zugunsten von steuerbegünstigten Produkten wie etwa Jobräder und Jobtickets. Insgesamt braucht der Manteltarifvertrag dringend eine Modernisierung.

Stehen denn auch zentrale Bereiche wie die Arbeitszeit zur Diskussion?

RABSILBER: Entgegen der in den Belegschaften seit Jahren verbreiteten Gerüchten hat der Verbandsausschuss bislang keinerlei Fokus auf die Verlängerung der Arbeitszeit gelegt. Nach meiner Einschätzung sind die bestehenden Regelungen für die Unterneh-

men in Ordnung. Man muss schauen, ob man an der ein oder anderen Stelle gerade im Hinblick auf die Flexibilisierung von Arbeitsorten im Sinne von mobilem Arbeiten auch eine entsprechende Flexibilisierung der Arbeitszeit regeln kann. Darum sollten wir uns kümmern. Viele wissen nicht, dass unser Manteltarifvertrag die Möglichkeit bietet, auf betrieblicher Ebene die Arbeitszeit sehr flexibel zu gestalten. Hier sind wir wieder beim Thema, wie man auf betrieblicher Ebene flexibel reagieren kann ...

Die Tarifbindung lässt branchenübergreifend ja nach. Wie sehen Sie die Zukunft der Tarifautonomie insgesamt?

BECK: Ich halte das für problematisch. Denn das Prinzip, grundsätzliche Regelungen für Arbeitsbedingungen zwischen den Tarifparteien zu schaffen, scheint mir damit gefährdet und verstärkt die Tendenz des Gesetzgebers, einzugreifen. Der Rückgang der Tarifbindung weckt über alle Branchen hinweg Begehrlichkeiten der Politik. Der Staat, insbesondere das Bundesarbeitsministerium, will wieder mehr regulieren. Das geschieht dann mit dem „Rasenmäher“. Die Bundeskanzlerin hat das ganz offen formuliert: Sie würde es zwar vorziehen, wenn die Arbeitsbedingungen in der deutschen Wirtschaft richtigerweise durch Tarifverträge geregelt würden. Geschehe

dies aber nicht, müsse der Staat tätig werden. Das kann für keine Branche, für keinen Arbeitgeberverband und auch für keine Gewerkschaft gut sein. Daher ist es wichtig, dass Arbeitgeberverbände und Gewerkschaften moderne, zukunftsorientierte Tarifpolitik betreiben. Dabei darf es nicht immer nur um Euro und Cent gehen.

RABSILBER: Dem kann ich nur beipflichten. Die Tarifautonomie war und ist über viele Jahrzehnte eine der wesentlichen Stützen der deutschen Wirtschaft und Basis für Gerechtigkeit und Wohlstand. Wer genau hinschaut, wird sehen, dass gerade in Krisenzeiten, ob es die Finanzkrise 2008 war oder jetzt die Pandemie, Tarifvertragsparteien branchenspezifische Regelungen mit Augenmaß getroffen haben, die der deutschen Wirtschaft geholfen haben, weitaus unbeschadeter durch diese Krisen zu kommen, als das vergleichbare Staaten ohne eine funktionierende Tarifautonomie geschafft haben. Dazu gehört aber auch, dass sich die Unternehmen nicht auf den Weg der weiteren Individualisierung der Arbeitsbedingungen machen, sondern dabei helfen, die Tarifautonomie – auch in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft – zu stärken.

Vielen Dank für das Gespräch.

Das Interview führte Olaf Berger. —

Bad Homburger Inkasso

IHR PARTNER IM FORDERUNGSMANAGEMENT.

Ihre Mieter sind mit Mietzahlungen oder Forderungen aus Betriebskostenabrechnungen im Rückstand? Als marktführendes Kompetenzzentrum der Sparkassen-Finanzgruppe bieten wir Ihnen passgenaue Lösungen für laufende und beendete Mietverhältnisse. Dabei profitieren Sie von unserer Rahmenvereinbarung mit dem GdW Bundesverband deutscher Wohnungs- und Immobilienunternehmen e.V.

Ein Anruf genügt: Wir beraten Sie gern.

Bad Homburger Inkasso GmbH
Konrad-Adenauer-Allee 1–11 • 61118 Bad Vilbel
Tel. 06101 98911-313 • Fax 06101 98911-508
vertrieb@bad-homburger-inkasso.com
www.bad-homburger-inkasso.com

 Finanzgruppe



Fair. Seriös.
Professionell.

FORSCHUNGSPROJEKT

Mit dem Familienrat zum smarten und eigenständigen Wohnen

Ältere Menschen wünschen sich, möglichst lange in den eigenen vier Wänden zu leben. Wie das gelingt, welchen Teil AAL-Systeme dazu beitragen und was die Methode des „Familienrats“ leisten kann, hat das Forschungsprojekt 9xOfra untersucht.

Von Thomas Heuchling

Im Winter 2017 startete das Forschungsprojekt „9-mal selbstbestimmt Wohnen in Oberfranken“ (kurz: 9xOfra). Ausgestattet mit rund 580.000 € Fördergeldern des Freistaats Bayern machte sich eine Projektgruppe aus Sozialstiftung Bamberg, Handwerkskammer für Ober-

franken und dem Institut für Psychogerontologie der FAU Erlangen-Nürnberg unter der Federführung der Joseph-Stiftung an die Arbeit.

Das im Projektantrag skizzierte Forschungsdesign sah vor, dass in einer qualitativen Studie Familien (respektive Mieter), die vor der Herausforderung standen, das selbstbestimmte Wohnen eines Angehörigen gestalten zu müssen, intensiv beraten und begleitet werden. Ein Querschnitt realer Pflegesituationen im häuslichen Umfeld wurde untersucht. Herausgekommen sind Geschichten von neun Familien, die Lösungsansätze für die demografische Herausforderung innerhalb des Wohnungsmarktes erkennen lassen.

Bedeutung des demografischen Wandels für die Unternehmensstrategie

Seit 2005 beschäftigt sich das kirchliche Wohnungsunternehmen Joseph-Stiftung in unterschiedlichen Forschungsprojekten auf nationaler und internationaler Ebene mit den Auswirkungen des demografischen Wandels auf die Gesellschaft und damit auf die Mieterstruktur. Dabei stand immer wieder die Frage im Raum, was ein Wohnungsunternehmen für seine älteren Mieter tun kann, um deren Wunsch nach selbstbestimmtem Wohnen im vertrauten Zuhause zu ermöglichen. Aus diesem Engagement ist unter anderem ein Wohnlabor entstanden, in dem technische Assistenzsysteme (Ambient Assisted Living – AAL) unter Alltagsbedingungen getestet werden. Hier wohnt auch „9xOfra“-Projektleiter Anton Zahneisen seit mehreren Jahren mit seiner Partnerin.



Thomas Heuchling

Referent Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Joseph-Stiftung
BAMBERG

Immer wieder ging es um die Fragen: Kann AAL-Technik helfen? Wird sie akzeptiert? Ist sie finanzierbar und trägt sie tatsächlich dazu bei, den Verbleib im gewohnten Wohnumfeld bei wachsendem Unterstützungsbedarf zu sichern?

Das Beratungssetting: der Familienrat

Antworten auf diese Fragen hat „9xOfra“ gesucht und gefunden. Der methodische Zugang des Forschungsteams zur Arbeit mit den Familien gestaltete sich über ein der sozialen Arbeit entlehntes Instrument, das dort unter dem Namen „Familienrat“ (auch „Family Group Conference“) geläufig ist. Bei diesem Hilfeplanverfahren wird ein realer Familien- und Angehörigenrat aus Mitgliedern der jeweiligen Familie gegründet, der sich (unter Anleitung von Moderatoren) im Rahmen von „Familienkonferenzen“ zusammenfindet und Themen diskutiert. Auf diese Weise kann konstruktive Bewegung in Familiensysteme gebracht werden, die sich in Überforderungsgefühlen und Hoffnungslosigkeit „festgefahren“ haben.

Gleichermaßen werden vorhandene Strukturen und Potenziale gestärkt, weil die Möglichkeiten privater Netzwerke und die Problemlösungskultur der Familie genutzt werden. Daraus ergibt sich ein sogenannter „Netzwerkplan“, dessen Lücken durch professionelle Hilfesysteme passgenau gefüllt werden können. Wesentlich hierfür sind die Annahmen, dass die Mitglieder eines Familiennetzwerkes – sozusagen Experten ihres eigenen Alltags – am besten verstehen, welche Herausforderungen zu bewältigen sind und auf welche Fragen Antworten gefunden werden müssen. Denn: Eigenständig gefundene Lösungen werden leichter verantwortlich mitgetragen als Empfehlungen externer Experten. Letztere können anschließend in folgenden Schritten unterstützen und beraten, sobald eine potenzielle Lösung gefunden wurde.

„Die Ergebnisse der Evaluation und die Erfahrungen aus der Moderation der Familienräte stützen den Eindruck, dass der Familienrat ein starkes Instrument



Im „Familienrat“ treffen Senioren und Angehörige gemeinsam eine Entscheidung ...



... zum Beispiel die Wahl eines passenden AAL-Systems

der Beratung von Mietern mit Unterstützungsbedarf sein kann. Die Frage ist jetzt, wie dieses Verfahren stärker in der Wohnungswirtschaft verankert werden könnte“, stellt Projektleiter Zahneisen fest.

Der Weg zur akzeptierten Lösung

Das Grundproblem aller an 9xOfra teilnehmenden Familien: Was passiert, wenn der unterstützungsbedürftige Angehörige allein ist? Trotz gut organisierter Unterstützungsleistungen bleibt oft ein Gefühl der Ungewissheit. Zudem waren vor allem Sorgen um unbemerkte Stürze bei allen Projektteilnehmenden vorhanden. Der Familienrat kann hier insofern helfen, als er Sorgen und Ängste feststellt und Lösungen diskutiert.

Das ist ein wichtiger und grundlegender erster Schritt, wie die Verantwortlichen des 9xOfra-Projekts festgestellt haben: Unterstützung und Wissen von Experten kamen im Projektverlauf erst zum Tragen, nachdem die Angehörigen eine eigene Vorstellung der Anforderungen an eine Lösung formuliert hatten. „Technisch gesprochen arbeitet der Familienrat im ersten Schritt an einer Art Lastenheft für das selbstständige Wohnen des jeweiligen Angehörigen mit Unterstützungsbedarf“, sagt Projektleiter Zahneisen.

Die Moderatoren ermutigen und unterstützen bei der Formulierung dieser Anforderungen. Erst dann kommt der Experte zum Zug, der konkrete Unterstützungsmaßnahmen und Produkte empfiehlt. Beispielsweise AAL-Sensoren, die erkennen, ob der Senior das Bett verlässt, die Toilette aufsucht, dort

unverhältnismäßig lange verweilt, die Haustür betätigt, die Wohnung verlässt und nicht mehr zurückkehrt. Oder technische Helferlein, die Rauchentwicklung erkennen, die Gefahrenmeldung weiterleiten oder sicherstellen, dass sich der Herd abschaltet.

Im Smarthouse Sophia, dem Wohnlabor der Joseph-Stiftung in Bamberg, sind viele dieser technischen Möglichkeiten in der Anwendung. Mehr als 2.000 Personen haben in den vergangenen Jahren die Möglichkeit eines Hausbesuchs genutzt. Trotzdem hat kaum ein Besucher sofort eine der dort gezeigten Lösungen nachgefragt – das Grundproblem der Akzeptanz von AAL-Technik. 9xOfra konnte dies umgehen: Durch die gemeinsame Arbeit im Familienrat werden die Hinweise auf die technischen Möglichkeiten gehört, auf die konkrete Situation angewandt und verarbeitet. Dadurch ist der Weg für eine Nutzungserwägung oder Erprobung frei.

Fazit für die Wohnungswirtschaft

Technische Assistenzmaßnahmen können zum Erhalt der eigenen Häuslichkeit trotz wachsendem Unterstützungsbedarf beitragen. Für fast alle Problemstellungen gibt es mittlerweile smarte Konzepte. Nicht leicht ist es allerdings, vor Ort einen kompetenten Handwerker für AAL-Lösungen zu finden. Deutlich verbessert hat sich dagegen die Finanzierung smarter Technologien. In der Regel sind die Pflegekassen bereit, im Rahmen der „wohnungsfeldverbessernden Maßnahmen“, teilweise Kosten zu übernehmen. Doch Technik ist nicht alles: „Das Projekt hat gezeigt, dass pauschale Paketlösungen nicht zum Ziel führen. Erfolgreicher ist ein empathischer Beratungsansatz mit dem Familiennetzwerk, um eine individuell angepasste und akzeptierte Lösung gemeinsam zu erarbeiten“, resümiert Projektleiter Zahneisen.

Sinnvoll erscheint, die Wohnungsunternehmen als Türöffner zu begreifen und den Kontakt mit den örtlichen Beratungsinstitutionen anzubahnen. Auf diese Weise kann das Unternehmen Mieterinteressen wahrnehmen und Mieterbedürfnisse (Verbleib in der Wohnung) befriedigen helfen, andererseits aber auch zur Verbesserung der kommunalen Daseinsvorsorge beitragen und seine sozialpolitische Verantwortung deutlich werden lassen.

Wanderausstellung und Webseite

Die Ergebnisse von 9xOfra werden in einer Wanderausstellung in öffentlichen Einrichtungen präsentiert. Für 2021 sind, abhängig von der Entwicklung der Corona-Pandemie, auch Präsentationen außerhalb von Oberfranken, etwa in München, geplant. Angereichert werden die Ausstellungen mit Vorträgen und Veranstaltungen der Partner vor Ort. Alle Termine, den Abschlussbericht und weitere Dokumente sind für alle Interessierten auf der neuen Projekt-Webseite abrufbar.

Weitere Informationen: www.9xofra.de

BILANZ- UND STEUERWISSEN – AKTUELLES AUS DEN PRÜFUNGSORGANISATIONEN DES GDW

Pflichten zur Geldwäscheprävention im Immobiliensektor

Neben der Novelle des Geldwäschegesetzes (GwG), die am 1. Januar 2020 in Kraft trat, hat der Gesetzgeber mit der Geldwäschegesetzmeldepflichtverordnung-Immobilien (GwGMeldV-Immobilien), die seit dem 1. Oktober 2020 gilt, weitere Pflichten konkretisiert. Inwiefern sind Wohnungsunternehmen betroffen?

Von Robert Dobroschke und Michael Sparn

Mit dem GwG wurde eine weitgehend einheitliche Rechtsgrundlage geschaffen, um potenziell (wissentlich oder unwissentlich) in Geldwäscheaktivitäten involvierte Unternehmen bezie-

hungsweise Personen zur Prävention oder Bekämpfung von Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung zu verpflichten. Gemäß der ersten Nationalen Risikoanalyse vom 19. Oktober 2019 gilt der Immobiliensektor als besonders anfällig für Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung. Der Gesetzgeber hat daher durch die GwGMeldV-Immobilien neue Meldepflichten bei bestimmten Sachverhalten im Zusammenhang mit Immobilientransaktionen vorgesehen, die auf potenzielle Geldwäscherisiken hinweisen.

Unmittelbar vom GwG betroffen sind zunächst nur die in § 2 GwG genannten Verpflichteten. Dazu gehören unter anderem Immobilienmakler, Güterhändler, Rechtsanwälte und Notare, aber auch Wirtschaftsprüfer. Diese sind bei einem Verdacht auf Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung zur Abgabe einer entsprechenden Verdachtsmeldung bei der Zentralstelle für Finanztransaktionsuntersuchungen (FIU) verpflichtet. Mittelbar hat eine solche Verdachtsmeldung auch Bedeutung für die nicht unmittelbar verpflichteten Wohnungsunternehmen. Das folgende Beispiel aus der Immobilienwirtschaft soll diese Zusammenhänge verdeutlichen:

Eine Person beauftragt ein Wohnungsunternehmen mit Bauträgertätigkeit damit, ein Gebäude zu errichten, und bezahlt das Wohnungsunternehmen mit illegal erworbenen Mitteln. Dieses Gebäude wird nach Übergabe an den Auftraggeber von diesem an einen Dritten weiterverkauft. Das vom Auftraggeber illegal erworbene Geld ist damit über das beauftragte Wohnungsunternehmen und den Weiterverkauf an

einen Dritten in den legalen Geldkreislauf gelangt. Auch bei Unwissenheit besteht für das Wohnungsunternehmen das Risiko, sich wegen Geldwäsche strafbar zu machen. Neben dem Wohnungsunternehmen ist mindestens auch der Notar sowie gegebenenfalls Berater (zum Beispiel Rechtsanwalt, Steuerberater, Wirtschaftsprüfer) in den Vorgang involviert.

Pflichten für alle Wohnungsunternehmen

Gemäß den EU-Verordnungen Nr. 881/2002 und 2016/1686 sind – vereinfachend und in aller Kürze zusammengefasst – alle Unternehmen in der EU (also auch Wohnungsunternehmen) unmittelbar verpflichtet, keinen auf **Sanktionslisten** gelisteten Personen, Gelder (zum Beispiel Arbeitslohn, Kaufpreise für Grundstücke) oder wirtschaftliche Ressourcen (beispielsweise Vermietung von Gewerberäumen) zur Verfügung zu stellen. Verstöße stellen eine Straftat dar und können mit bis zu fünf Jahren Freiheitsstrafe bestraft werden.¹

Ebenfalls alle Unternehmen sind gemäß § 20 Abs. 1 GwG von den Regelungen zum **Transparenzregister** betroffen, wonach der wirtschaftlich Berechtigte an einem Unternehmen offengelegt werden muss. Aktuell greift hier (noch) für viele Wohnungsunternehmen die Mitteilungsfiktion des § 20 Abs. 2 GwG, wobei der Gesetzgeber noch im Jahr 2021 eine Verschärfung plant, wonach alle Unternehmen verpflichtet werden sollen, die Angaben zu ihren wirtschaftlich Berechtigten an das Transparenzregister zu melden.

Wohnungsunternehmen mit besonderer Tätigkeit

Neben den vorgenannten allgemeinen Pflichten lassen sich derzeit **Immobilienmakler** als explizit Verpflichtete nach dem GwG identifizieren:



WP/StB Robert Dobroschke

Prüfungsnahe
Beratung
VdW Bayern
MÜNCHEN



WP Michael Sparn

Stellvertretender Leiter
Geschäftsbereich
Wirtschaftsprüfung
VdW Bayern
MÜNCHEN



Eine weiße Weste wäscht man sich mit Geldwäsche definitiv nicht. Auch die Wohnungswirtschaft muss die Auswirkungen von Regelungen zur Geldwäscheprevention im Immobiliensektor aufmerksam verfolgen

Die Definition des **Immobilienmaklers** gemäß § 1 Abs. 11 GwG umfasst den gewerblichen Kauf und Verkauf von Grundstücken (und grundstücksgleichen Rechten) sowie die Vermittlung von Miet- oder Pachtverträgen gewerblicher Räume und Wohnräume (siehe auch DW 10/2020, Seite 76: hier finden Sie

unter anderem eine ausführliche Auseinandersetzung mit dem Thema Immobilienmakler, die auf die verschiedenen Pflichtenkataloge nach dem GwG eingehen).

Während die Definition des Immobilienmaklers inzwischen vergleichsweise klar ist, bleibt weiterhin unklar, ob Wohnungsunternehmen auch als **Güterhändler** gemäß § 1 Abs. 9 GwG gelten. Güterhändler ist, wer gewerbsmäßig Güter veräußert, wobei im GwG lediglich der Begriff „hochwertige Güter“ definiert ist. Hierunter fallen zum Beispiel Edelmetalle, Kunstgegenstände, Kraftfahrzeuge. Denkbar wäre nun, dass auch der Kauf oder Verkauf von Grundstücken beziehungsweise weitere gewerbsmäßige Verkaufsaktivitäten unter diese Definition fallen.

Sollte dem so sein, könnten sich – abhängig vom Verkaufsvolumen, von der Einstufung als „hochwertige Güter“ und der Höhe von erhaltenen Barzahlungen –

Es gilt, Geschäftspartner sorgfältig auszuwählen, etwaige Auffälligkeiten zu dokumentieren und unter Umständen frühzeitig rechtlichen Rat einzuholen.

weitere Pflichten aus dem GwG ergeben. Sobald die diesbezüglichen Rechtsfragen geklärt sind, wird ein DW-Artikel in dieser Prüfungsserie dazu informieren.

Verpflichtete im Sinne der GwGMeldV-Immobilien

Mit der Verordnung GwGMeldV-Immobilien hat der Gesetzgeber eine Meldepflicht der rechtsberatenden Berufe bei typischen Sachverhalten im Zusammenhang mit Immobilientransaktionen beschlossen. Adressiert sind insbesondere die Berufsgruppen der Notare, der Rechtsanwälte sowie der Steuerberater, da diese nach der Verordnungsbegründung an der Planung und Durchführung von Immobilientransaktionen regelmäßig entscheidend beteiligt sind. Aber auch Wirtschaftsprüfer können als Berater oder sogar als Abschlussprüfer von der Meldepflicht betroffen sein.

Die Verordnung enthält typische Sachverhalte bei Immobilientransaktionen, die für die oben genannten Verpflichteten stets zu einer Meldepflicht führen sollen. Diese Sachverhalte wurden in vier verschiedene Fallgruppen eingeteilt:

Die **erste Fallgruppe** definiert die Meldepflicht im Falle der Beteiligung von Personen mit Bezug zu Risikostaaten. So muss der Vorgang sowohl gemeldet werden, wenn ein Beteiligter (oder ein wirtschaftlich Berechtigter) Verbindungen zu einem Risikostaat aufweist oder dort ansässig ist, als auch, wenn ein Geschäftsgegenstand oder Bankkonto in Verbin- >

Regelungen der Geldwäscheprävention



derung mit einem solchen Staat steht. Meldepflichten bestehen auch dann, wenn beteiligte Personen auf Sanktionslisten stehen (siehe dazu die vorgenannten EU-Verordnungen oder das Merkblatt des BAFA.)

Die **zweite Fallgruppe** bezieht sich auf Auffälligkeiten im Zusammenhang mit den beteiligten Personen oder dem wirtschaftlich Berechtigten. Sollte eine der Personen zum Beispiel den Anschein erwecken, wissentlich falsche Angaben zu machen, den Auskunftspflichten nicht nachzukommen oder sollte das erworbene Objekt in einem groben Missverhältnis zum legalen Einkommen oder Vermögen dieser Person stehen, ist eine Meldung unerlässlich.

In der **dritten Fallgruppe** sind Auffälligkeiten im Zusammenhang mit einer Stellvertretung zu melden. So muss zum Beispiel bei fehlender Schriftform der Vollmacht, die nicht innerhalb von zwei Monaten schriftlich nachgewiesen wurde, sowie bei gefälschten Vollmachtsurkunden Meldung erstattet werden. Ein zusätzliches Indiz für den Versuch der Geldwäsche kann das Fehlen eines Grundes für die Nutzung einer Vollmacht oder eine in einem sogenannten Risikostaat beglaubigte Vollmacht sein.

Die **vierte Fallgruppe** bezieht sich auf den Preis beziehungsweise die Kauf- oder Zahlungsmethode. So hat zum Beispiel bei der Bezahlung in bar ab 10.000 €, der Verwendung von Kryptowährungen oder bei Zahlung über ein Bankkonto in einem Drittstaat eine Meldung zu erfolgen – und weiterhin bei der Zahlung eines unangemessen hohen Preises, bei Weiterveräußerung des Objektes innerhalb von drei Jahren zu einem erheblich abweichenden Preis sowie bei Veräußerung an den Voreigentümer.

Ausnahmen von den Meldepflichten bestehen nur, wenn konkrete Tatsachen vorliegen, die die An-

zeichen nach den §§ 3 bis 6 GwGMeldV-Immobilien entkräften.

Auswirkungen für Wohnungsunternehmen

Alle Wohnungsunternehmen sollten sich mit dem GwG auseinandersetzen und prüfen, ob sich direkte oder indirekte Pflichten aus dem GwG ergeben. Direkte Pflichten ergeben sich für alle Wohnungsunternehmen im Bereich der EU-Verordnungen Nr. 881/2002 und 2016/1686 und des Transparenzregisters. Weitergehende direkte Pflichten durch Tätigkeiten als „Immobilienmakler“ oder gegebenenfalls als „Güterhändler“.

Indirekte (Compliance-)Pflichten können sich für Wohnungsunternehmen aufgrund der Meldepflichten der an Immobilientransaktionen beteiligten rechtsberatenden Berufe ergeben. So gehört es zu einer ordnungsgemäßen Geschäftspolitik, die Verschleierung und Verschiebung von Vermögenswerten illegaler Herkunft sowie die Finanzierung von Terrorismus zu verhindern. Solche kriminellen Aktivitäten gefährden die Reputation von Wohnungsunternehmen und der gesamten Wohnungswirtschaft. Somit gilt es für Wohnungsunternehmen, insbesondere die Geschäftspartner sorgfältig auszuwählen, etwaige Auffälligkeiten zu dokumentieren und gegebenenfalls frühzeitig selbst rechtlichen Rat einzuholen. —

¹ Siehe weiterführend das Merkblatt des Bundesamts für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA): https://www.bafa.de/SharedDocs/Downloads/DE/Aussenwirtschaft/afk_merkblatt_embargomassnahmen_terrorismusbekämpfung.pdf?__blob=publicationFile&v=3

HAUFE.

DER MIETERTASCHENKALENDER



Mit dem immer griffbereiten Kalender im Taschenformat bekommen Ihre Mieter alle Termine unter einen Hut. Der praktische Jahresplaner enthält ein Kalendarium, ein Adressbuch und 16 Seiten voller Tipps rund um das Thema Wohnen.

Individualisieren Sie Ihren Kalender mit Ihrem Logoeindruck im Innenteil und seien Sie 365 Tage im Jahr präsent bei Ihren Mietern.

**BESTELLUNG
BITTE BIS ZUM
18. JUNI**

Weitere Informationen erhalten Sie hier: kontakt@haufe-newtimes.de

FINDEN STATT SUCHEN – JOBS FÜR FACH- UND FÜHRUNGSKRÄFTE

Haufe Stellenmarkt



Buchungsschluss für die nächste Ausgabe ist am **04. Juni 2021**

BERUFSGRUPPE WOHNUNGS- UND IMMOBILIENWIRTSCHAFT

Nachfolge in der Geschäftsführung (m/w/d)

Haus & Grund Hameln Hausverwaltungen
GmbH
Hameln
[Job-ID 021511288](#)

Geschäftsführung (m/w/d)

Wohnungsbau Aalen GmbH über Treu-
handstelle für Wohnungsunternehmen in
Bayern GmbH
Aalen
[Job-ID 021715532](#)

Technischen Geschäftsführer (m/w/d) und Kaufmännischen Geschäftsführer (m/w/d)

Leipziger Wohnungs- und Baugesell-
schaft mbH
Leipzig
[Job-ID 021371719](#)

Teamleitung Facility Management/ Betriebskosten (m/w/d)

Ulmer Wohnungs- und Siedlungs-
Gesellschaft mbH
Ulm
[Job-ID 021689413](#)

Technischer Mitarbeiter (m/w/d)

SGH Bad Oeynhausen
Bad Oeynhausen
[Job-ID 021389499](#)

Abteilungsleitung (w/m/d) Zentrale Services

GEBAG Duisburger Baugesellschaft mbH
Duisburg
[Job-ID 021275229](#)

Immobilienkaufmann (m/w/d)

SGH Bad Oeynhausen
Bad Oeynhausen
[Job-ID 021389474](#)

Leiter (m/w/d) Bauabteilung und Facility Management

DAW SE
Ober-Ramstadt (bei Darmstadt)
[Job-ID 021751277](#)

Ingenieur im Bauwesen – GRAITEC SIMULATE (m/w/d)

Graitec Innovation GmbH
Hannover, Essen, deutschlandweit
[Job-ID 021285300](#)

Immobilienverwalter (m/w/d)

Stadtwerke Bad Vilbel GmbH
Bad Vilbel
[Job-ID 021634364](#)

Projektentwickler/-in (m/w/d)

Tecklenburg GmbH
Straelen
[Job-ID 021091353](#)

Job-ID eingeben und bewerben!

Einfach auf www.stellenmarkt.haufe.de
die gewünschte Job-ID eintippen und
Sie gelangen direkt zu Ihrem gewünschten
Stellenangebot.



Sie möchten eine Stellenanzeige aufgeben?

Ihr Ansprechpartner:
Alexander Mahr
Tel. 0931 2791-452
stellenmarkt@haufe.de

Finden Sie aktuelle Stellenangebote unter www.stellenmarkt.haufe.de

Geschäftsführerposition (m/w/d)

Für die altersbedingte Neubesetzung in der MWE - Mittweidaer Wirtschafts- und Entwicklungsgesellschaft mbH suchen wir im Auftrag der Stadt Mittweida ab dem I. Quartal 2022 eine erfahrene Führungspersönlichkeit. In der Funktion des Alleingeschäftsführers sind Sie verantwortlich für alle Unternehmensbereiche - sowohl in organisatorischer als auch in kaufmännischer und technischer Hinsicht. Augenmerk gilt nicht nur der Zusammenarbeit mit der Stadt Mittweida und der ortsansässigen Hochschule, sondern auch mit der IHK, der Wirtschaftsförderung und den Kunden der MWE. Sie verantworten ein aktives Facility Management und die inhaltlich-strukturelle Weiterentwicklung des Bahnhofsgebäudes Mittweida zu einem modernen Gründerzentrum. Zu Ihren Aufgaben gehört die Betreuung von Gründungsunternehmen mit der zugehörigen Aufbauberatung. Die Repräsentanz der MWE ist u.a. auch durch ein attraktives Veranstaltungsangebot zu pflegen.

Die Anforderungen an den künftigen Stelleninhaber umfassen den Abschluss eines Hochschulstudiums, Erfahrungen in der Personal- und Unternehmensführung, Kenntnisse im Projektmanagement, der Unternehmensfinanzierung und der öffentlichen Förderung durch Land, Bund und EU. Die Kommunikation mit Shareholdern und das Netzwerken sind für Sie selbstverständlich; Ihre Englisch- und Deutschkenntnisse sind verhandlungssicher in Wort und Schrift. Grundzüge der Immobilienwirtschaft sind Ihnen vertraut.

Fühlen Sie sich von dieser anspruchsvollen und abwechslungsreichen Tätigkeitsbeschreibung angesprochen und unsere Anforderungen entsprechen Ihrem Profil, dann richten Sie bitte Ihre Bewerbung an:

Dr. Winkler GmbH

Herrn Dr. Winkler persönlich
Zschopauer Straße 216
09126 Chemnitz
post@dr-winkler.org

DR. WINKLER

Beratung für die Wohnungs-
und Immobilienwirtschaft



**Bauleiter*in •
Projektleiter*in •
Bauingenieur*in •
Architekt*in
im Wohnungsbau gesucht!**



bgw-bielefeld.de

Infos: 0521 8809-244/-326



Raum für die Zukunft

HAUFE . Stellenmarkt

SCHON GEWUSST?

MIT DEM STELLENMARKT
VON HAUFE ...



... WERDEN IHRE STELLENANZEIGEN
ZUSÄTZLICH AUF DEN HAUFE
ONLINE-PORTALEN UND IN DEN HAUFE
NEWSLETTERN VERÖFFENTLICHT.

Der Stellenmarkt für Fach- und Führungskräfte –
Wir schaffen Perspektiven für Ihren Erfolg.



Suchen Sie hier:
www.stellenmarkt.haufe.de

Die Gemeinnützige Wohnungs-Genossenschaft e.G. Neuss ist ein modernes Wohnungsunternehmen mit langer Tradition. In ihren über 3.600 Genossenschaftswohnungen in Neuss und Kaarst finden mehr als 7.000 Menschen ein schönes Zuhause. Mit ihrer Tochtergesellschaft realisiert sie Bauträgerprojekte, betreut als WEG-Verwalterin fremde Wohneinheiten und errichtet und vermietet Kindertagesstätten.

Im Rahmen der Nachfolgeregelung suchen wir zum 01.10.2022 einen hauptamtlichen

Vorstand (m/w/d)

für unsere Genossenschaft. Mit Ihrem kaufmännischen Kollegen sind Sie verantwortlich für die operative Führung und Vertretung der Genossenschaft und übernehmen die strategische und nachhaltige Weiterentwicklung des Unternehmens.

Insbesondere sind Sie für die Planung und Umsetzung aller Bau-, Instandhaltungs- und Modernisierungsmaßnahmen unter Berücksichtigung wirtschaftlicher Vorgaben zuständig. Dabei setzen Sie städtebauliche, architektonische und energetische Impulse für die langfristige Weiterentwicklung unserer Immobilienbestände.

Mit dem Genossenschaftsgedanken können Sie sich identifizieren. Im beruflichen Alltag zeigt sich Ihr souveräner, lösungs- und dienstleistungsorientierter Umgang mit Mitgliedern, Behörden, Geschäftspartner*innen und sonstigen Akteuren. Empathie und Verständnis für die Belange unserer Mitglieder zeichnet Sie aus. Gegenüber Mitarbeiter*innen pflegen Sie einen motivierenden und offenen Führungsstil.

Ihre Qualifikation:

- Abgeschlossenes Hochschulstudium oder eine vergleichbare Qualifikation
- Umfangreiche Kenntnisse immobilienwirtschaftlicher und technischer Zusammenhänge in der Wohnungswirtschaft
- Berufs- und Führungserfahrung in der Wohnungswirtschaft
- Erfahrung in den Bereichen Quartiersentwicklung

Wir bieten:

- Ein gut aufgestelltes, wirtschaftlich erfolgreiches Wohnungsunternehmen in einer Zukunftsregion mit positiven Entwicklungsmöglichkeiten
- Eine verantwortungsvolle Position mit vielfältigen Gestaltungsmöglichkeiten in einem genossenschaftlichen Umfeld

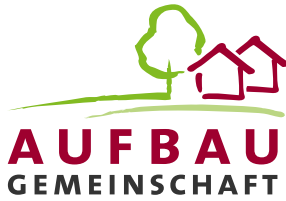
Bitte richten Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Angabe Ihrer Gehaltsvorstellungen bis spätestens zum 31.08.2021 schriftlich an unsere Geschäftsadresse:

Gemeinnützige Wohnungs-Genossenschaft e.G.

z. Hd. des Aufsichtsratsvorsitzenden, Herrn Heinz Runde
Markt 36
41460 Neuss



Die vertrauliche Behandlung Ihrer Bewerbung ist für uns selbstverständlich.



Die Aufbaugemeinschaft Espelkamp GmbH ist eine mittelständische Wohnungsgesellschaft, die einen Bestand von rund 3 T Wohneinheiten bewirtschaftet und 56 Mitarbeitende beschäftigt. Das Ziel, breite Schichten der Bevölkerung mit bezahlbarem Wohnraum zu versorgen, verfolgt das Unternehmen seit über 70 Jahren. Für die Stadt Espelkamp im Kreis Minden-Lübbecke (NRW) ist die Aufbaugemeinschaft von großer Bedeutung, nicht nur für den Wohnungsmarkt, sondern auch im Rahmen der Stadt- und Quartiersentwicklung. Sie optimiert ihren Bestand kontinuierlich durch nachhaltige Modernisierungs- sowie Neubaumaßnahmen. Zudem tritt sie als Bauträgerin auf und gilt als zuverlässige, kompetente Partnerin für Bauvorhaben unterschiedlicher Art. Zum 01.01.2022 suchen wir im Rahmen einer Nachfolgeregelung eine versierte und loyale Führungspersönlichkeit.

Alleingeschäftsführung (m/w/d)

AUFGABENSCHWERPUNKTE Ihnen obliegt die Gesamtverantwortung für die Gesellschaft und deren zukunftsorientierte, strategische Weiterentwicklung. Sie bringen den sozialen Auftrag des Unternehmens mit den wirtschaftlichen und ökologischen Zielen in Einklang. Dabei führen Sie ein effektives Chancen- und Risikomanagement durch und stellen den Erfolg des operativen Geschäfts sicher. Sie verantworten ein nachhaltiges Bestandsmanagement inkl. Modernisierungs- und Instandhaltungsmaßnahmen sowie die Planung und Umsetzung von Neubauprojekten. Aktiv treiben Sie die Stadt- und Quartiersentwicklung voran und setzen neue Impulse. Außerdem optimieren und digitalisieren Sie Prozesse und Strukturen unter Berücksichtigung eines kundenorientierten und ökologischen Schwerpunkts. Ihre Mitarbeitenden führen Sie teamorientiert und entwickeln diese weiter. Sie repräsentieren das Unternehmen auf kommunaler, regionaler und Landesebene und schreiben eine konstruktive, vertrauensvolle Zusammenarbeit mit dem Aufsichtsrat, der Stadt sowie den Gesellschaftern fort.

QUALIFIKATIONEN Sie verfügen über ein abgeschlossenes Studium sowie umfangreiche Berufs- und Führungserfahrung im immobilienwirtschaftlichen Umfeld. Fachlich bringen Sie ausgeprägte Kompetenzen im operativen Geschäft der Immobilienwirtschaft mit. Darüber hinaus sind Ihnen moderne betriebswirtschaftliche Steuerungsmethoden bekannt, die Sie idealerweise bereits praktisch umsetzen konnten. Erfahrungen in kommunalen Verwaltungsstrukturen sind von Vorteil. Persönlich zeichnen Sie sich durch unternehmerisches Denken und Handeln und einen ausgeprägten Gestaltungswillen aus. Sie bringen eine generalistische Ausrichtung mit und agieren zielorientiert. Zudem sind Ihnen Verhandlungsgeschick, Serviceorientierung und Loyalität zu eigen. Als Führungskraft lassen Sie sich durch starke Motivationsfähigkeit und Integrität beschreiben. Ein wertschätzender Umgang, Verlässlichkeit und Kommunikationsstärke sind für Sie selbstverständlich. Abgerundet wird Ihr Profil durch ein souveränes, professionelles Auftreten nicht zuletzt gegenüber der Öffentlichkeit, den Gesellschaftern und der Politik.

ANSPRECHPARTNER

Frau Alexandra Gewiss (0221) 20506133
alexandra.gewiss@ifp-online.de

Herr Norbert Heinrich (0221) 2050652

Für telefonische Vorabinformationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Wenn Sie diese Herausforderung in einem interessanten Unternehmensumfeld reizt, dann senden Sie uns bitte Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen (Lebenslauf, Zeugnisse, Gehaltsvorstellung) unter Angabe der Kennziffer **MA 17.444-DW** zu. Die vertrauliche Behandlung Ihrer Bewerbung ist selbstverständlich.



HAUFE.

FINDEN STATT SUCHEN: JOBS FÜR FACH- UND FÜHRUNGSKRÄFTE



IM HAUFE STELLENMARKT

finden Sie die passenden Jobs in den Bereichen Immobilien,
Wohnungswirtschaft, Finanzierung u.v.m.



Hier finden:
www.stellenmarkt.haufe.de

Urteile

MIETRECHT

- 85 Berliner Mietendeckel
- 85 Gesetzliche Schriftform
- 86 Insolvenz des Mieters
- 86 Vollständigkeitsklauseln im Mietrecht

WEG-RECHT

- 86 Kostenerstattung bei Wahrnehmung eines Gerichtstermins für die WEG durch den Verwalter
- 87 Auskunftserteilung über individuelle Hausgeldrückstände
- 87 Beauftragung eines Sachverständigen
- 97 Vermietender Teileigentümer als Zustandsstörer?



RA Heiko Ormanschick

MIETRECHT
kanzlei@ormanschick.de
www.ormanschick.de



Dr. Olaf Riecke

WEG-RECHT
olaf@riecke-hamburg.de
www.riecke-hamburg.de

Berliner Mietendeckel

Aus dem Beschluss

Das Gesetz zur Mietenbegrenzung im Wohnungswesen in Berlin ist nichtig.

Bedeutung für die Praxis

Mit Beschluss vom 25. März 2021 hat der Zweite Senat des Bundesverfassungsgerichts den sogenannten „Berliner Mietendeckel“ für nichtig erklärt. Das BVerfG stellt darauf ab, dass der Bundesgesetzgeber von seiner konkurrierenden Zuständigkeit für das Mietpreisrecht abschließend Gebrauch gemacht hat. Schon Regelungsintensität und Regelungsdichte der bundesgesetzlichen Vorschriften legen nahe, dass es sich bei den §§ 556 ff. BGB um eine umfassende und abschließende Regelung handelt. Spätestens mit dem Mietrechtsnovellierungsgesetz hat der Bund die Bemessung der höchstens zulässigen Miete für ungebundenen Wohnraum abschließend geregelt. In den vergangenen sechs Jahren hat er mit vier, teils umfangreichen Gesetzen auf die sich verschärfende Wohnungssituation in den Ballungsgebieten reagiert und versucht, mit detaillierten Regelungen einen Ausgleich zwischen den grundrechtlich geschützten Interessen der Vermieter und der Mieter zu gewährleisten und hierdurch die Mietpreisentwicklung in angespannten Wohnungsmärkten zu dämpfen. Da der Bundesgesetzgeber von seiner konkurrierenden Kompetenz abschließend Gebrauch gemacht hat, sind die Länder von Regelungen der Miethöhe ausgeschlossen (Art. 72 Abs. 1 GG). Dem Land Berlin fehlt die Gesetzgebungskompetenz. HO

Pressemitteilung des BVerfG, Beschluss vom 25.3.2021, 2 BvF 1/20, 2 BvL 4/20, 2 BvL 5/20
MietenWoG Bln

Gesetzliche Schriftform

Aus dem Urteil

Nachträgliche Wahrung der Schriftform durch nachfolgende Änderungsvereinbarung?

Bedeutung für die Praxis

Für die Einhaltung der gesetzlichen Schriftform ist es nicht erforderlich, dass schon die erste Vertragsurkunde selbst alle Schriftformvoraussetzungen erfüllt. Vielmehr genügt es, wenn diese Voraussetzungen durch eine nachfolgende Änderungsvereinbarung gemeinsam mit der in Bezug genommenen ersten Vertragsurkunde erfüllt werden. Dabei kann es nach den Umständen des jeweiligen Falles auch genügen, wenn lediglich eine dem Vertrag beigefügte Anlage von den Parteien unterschrieben wird, vorausgesetzt, dass hinreichend deutlich ist, auf welchen Vertrag sich die Anlage bezieht. Wie bei einer Nachtragsvereinbarung genügt es zur Einhaltung der Schriftform, dass zwischen der Anlage und dem Mietvertrag eine gedankliche Verbindung besteht, die erkennen lässt, dass die beiden Schriftstücke in ihrer Gesamtheit den Vertrag bilden. Ausreichend ist daher, dass die Anlage die Mietvertragsparteien bezeichnet, hinreichend deutlich auf den ursprünglichen Vertrag Bezug nimmt und ersichtlich ist, dass es im Übrigen bei den Bestimmungen des ursprünglichen Vertrags verbleiben soll. HO

BGH, Urteil vom 10.2.2021, XII ZR 26/20
BGB §§ 126, 550, 578

Insolvenz des Mieters

Aus dem Urteil

Zur Abgrenzung von Mietforderungen als Masseverbindlichkeit oder Insolvenzforderung.

Bedeutung für die Praxis

Ob die Verbindlichkeit aus einem gegenseitigen Vertrag eine Masseverbindlichkeit darstellt, hängt nicht davon ab, wann diese Verbindlichkeit insolvenzrechtlich entstanden ist. Entscheidend für Mietforderungen ist vielmehr, inwieweit diese Verbindlichkeit die Gegenleistung für den Teil einer Leistung aus einem gegenseitigen Vertrag darstellt, dessen Erfüllung zur Insolvenzmasse verlangt wird oder für die Zeit nach der Eröffnung des Insolvenzverfahrens erfolgen muss. Ist die Leistung teilbar, ist die Gegenforderung nur in einem der Leistung an die Insolvenzmasse entsprechenden Teil Masseverbindlichkeit. Dieses soll gewährleisten, dass derjenige, der seine vollwertige Leistung weiterhin zur Masse erbringen und sie der Masse damit zugutekommen lassen muss, die dafür zu entrichtende volle Gegenleistung erhalten und nicht auf eine Insolvenzforderung beschränkt sein soll. Bei einem Mietvertrag über einen unbeweglichen Gegenstand ist in der Insolvenz des Mieters die Mietforderung für den Monat, in dem das Insolvenzverfahren eröffnet wird, in dem Umfang Masseverbindlichkeit, der dem ab der Verfahrenseröffnung verbleibenden Teil des Monats entspricht.

HO

Vollständigkeitsklauseln im Mietrecht

Aus dem Urteil

Keine unwiderlegbare Vermutung für das Nichtbestehen mündlicher Abreden.

Bedeutung für die Praxis

Vollständigkeitsklauseln („Mündliche Nebenabreden bestehen nicht“ oder „Mündliche Nebenabreden wurden nicht getroffen“) richten sich – gleich ob sie als allgemeine Geschäftsbedingung in den Vertrag einbezogen oder individuell ausgehandelt sind – auf die Bestätigung der Tatsache, dass der schriftliche Vertrag alle zwischen den Parteien vereinbarten Regelungen enthält. Es ist geklärt, dass solche Klauseln lediglich die ohnehin eingreifende Vermutung der Vollständigkeit und Richtigkeit der schriftlichen Vertragsurkunde wiedergeben, jedoch dem Vertragspartner, der sich auf eine abweichende mündliche Vereinbarung berufen will, die Führung des Gegenbeweises offen lassen. Mit einer Vollständigkeitsklausel wollen die Parteien allenfalls eine Tatsache bestätigen, aber nicht ihrem Willen Ausdruck verleihen, vorvertraglichen Absprachen schlechthin die Wirksamkeit zu nehmen. Ob ausnahmsweise etwas anderes gelten kann, wenn der Regelungsgegenstand der vorvertraglichen Absprache im schriftlichen Vertragstext überhaupt nicht behandelt und dieses nach den besonderen Umständen des Einzelfalls als Lossagung von einer Zusage gedeutet werden kann, konnte der BGH vorliegend offen lassen.

HO

Kostenerstattung bei Wahrnehmung eines Gerichtstermins für die WEG durch den Verwalter

Aus dem Beschluss

Nimmt der Verwalter für die WEG einen Gerichtstermin wahr, ist im Rahmen der Kostenfestsetzung die Entschädigung unabhängig von Regelungen im Verwaltervertrag auf den Höchstbetrag des § 22 JVEG begrenzt. Die im vorliegenden Fall im Kostenfestsetzungsverfahren begehrte und im Verwaltervertrag vereinbarte Stundenvergütung von 55 €/h für die Zeit der Terminwahrnehmung war nur anteilig zuzusprechen.

§ 91 Abs. 1 S. 2 ZPO verweist insoweit auf das JVEG, das in § 19 ff. JVEG abschließende Entschädigungsregelungen enthält. Ein danach bestehender Anspruch für die Teilnahme an der Wahrnehmung von Terminen steht zwar auch juristischen Personen zu, die im Termin von ihren gesetzlichen Vertretern vertreten werden, – die Höhe der Entschädigung ist aber auch dann nach § 22 JVEG begrenzt. Jedenfalls insoweit kann für die WEG, die im Passivprozess von ihrem Verwalter vertreten wird, nichts anderes gelten.

Bedeutung für die Praxis

Die im Verwaltervertrag vereinbarte variable Vergütung kann wirksam sein, wirkt jedoch nicht zulasten des Prozessgegners. Es gilt Ähnliches wie bei Abschluss einer Honorarvereinbarung mit einem Anwalt, dessen Kosten nur nach RVG vom Prozessgegnern zu erstatten sind.

OR

Auskunftserteilung über individuelle Hausgeldrückstände

Aus dem Urteil

Der Verwalter darf – ohne dass ein Verstoß gegen die DSGVO vorläge (a.A. noch AG Brake ZMR 2020, 332) – eine Saldenliste an sämtliche Eigentümer versenden, in welcher zahlungssäumige Eigentümer namentlich benannt und die Hausgeldrückstände aufgelistet werden. Die namentliche Nennung der Schuldner durch den Verwalter darf in Erfüllung einer rechtlichen Verpflichtung, und zwar in der Regel nicht nur mündlich, erfolgen; unabhängig davon auch zeitlich vor der anberaumten Eigentümerversammlung.

Bedeutung für die Praxis

In der von dem Verwalter zu erstellenden Jahresgesamtabrechnung war bis zum 30. November 2020 nach § 28 WEG a. F. zwingend auszuweisen, ob und in welcher Höhe Hausgeldzahlungen der einzelnen Eigentümer geleistet worden waren. Ab 1. Dezember 2020 wird nur noch über die Nachschüsse oder die Reduzierung der Vorschüsse beschlossen.

Die Berechtigung des Verwalters zur namentlichen Nennung von Hausgeldschuldnern ergibt sich jetzt aus der gesetzlichen Verpflichtung zur Vorlage eines Vermögensberichts (vgl. § 28 Abs. 4 WEG n. F.). Dieser Vermögensbericht hat eine Aufstellung des wesentlichen Gemeinschaftsvermögens zu enthalten, wozu in erster Linie die Forderungen der Gemeinschaft gegen einzelne Wohnungseigentümer zählen. Sinnvoll ist es, den Vermögensbericht den Wohnungseigentümern rechtzeitig vor der Eigentümerversammlung zukommen zu lassen, auf welcher zum Hausgeld beschlossen werden soll. Die Eigentümer sollen über die Vermögenslage der Gemeinschaft informiert und in die Lage versetzt sein, angemessene Beschlüsse zu fassen. OR

LG Oldenburg/Oldbg, Urteil vom 22.12.2020, 5 S 50720

WEG §§ 23 ff; DSGVO Art. 4 Nr. 2, Art. 6 Abs. 1 lit. c

Beauftragung eines Sachverständigen

Aus dem Urteil

Vor der Beauftragung eines öffentlich bestellten und beeidigten Sachverständigen zur Ermittlung des Sanierungsbedarfes am gemeinschaftlichen Eigentum müssen regelmäßig keine Alternativangebote eingeholt werden. Alternativangebote sind kein Selbstzweck, sondern dienen dazu, die Ermessensentscheidung der Wohnungseigentümer auf eine ausreichend gesicherte Tatsachengrundlage zu stellen. Bei öffentlich bestellten und vereidigten Sachverständigen darf man im Grundsatz ein gleichförmiges Ergebnis erwarten.

Bedeutung für die Praxis

Das Dogma der erforderlichen – mindestens die mystischen drei – Vergleichsangebote wird weiter eingeschränkt. Die Beauftragung von Anwälten oder Steuerberatern mit Dienstleistungen, die nach festen Honorar- beziehungsweise Gebührensätzen abzurechnen sind, bedurfte nach richtiger Ansicht schon bisher keiner Alternativangebote. Jetzt kommen die öffentlich bestellten und vereidigten Sachverständigen hinzu. OR

LG Frankfurt, Urteil vom 25.2.2021, 2-13 S 47/20
WEG a. F. §§ 21 Abs. 4, Abs. 5 Nr. 2, 43

Vermietender Teileigentümer als Zustandsstörer?

Aus dem Urteil

Der vermietende Teileigentümer haftet nicht als Zustandsstörer, wenn der Schaden zwar von einem in seinem Eigentum stehenden Bauteil beziehungsweise Gerät ausgeht, aber allein auf eine fahrlässige oder vorsätzliche Handlung des Mieters zurückzuführen ist. Nur wenn feststeht, dass die Beschaffenheit des Bauteils beziehungsweise Geräts nicht ordnungsgemäß war und für den Schadenseintritt zumindest mitursächlich gewesen sein kann, kann der Schaden in wertender Betrachtung (auch) dem Teileigentümer zuzurechnen sein.

Bedeutung für die Praxis

Ein verschuldensunabhängiger nachbarrechtlicher Ausgleichsanspruch gegen den Miteigentümer lässt sich nicht immer bejahen. Er scheidet etwa aus, wenn die Nutzung des Sondereigentums durch einen Mangel des gemeinschaftlichen Eigentums beeinträchtigt wird. Die Störereigenschaft wird im Übrigen nur bejaht, wenn die Beeinträchtigung wenigstens mittelbar auf den Willen des Eigentümers zurückgeht.

Es besteht auch nur dann keine Verantwortlichkeit des Eigentümers bei allein für den Schadenseintritt kausalen Handlungen seines Mieters. OR

BGH, Urteil vom 18.12.2020, V ZR 193/19
BGB §§ 906 Abs. 2 S. 2, 1004 Abs. 1

31

ZAHL DES MONATS

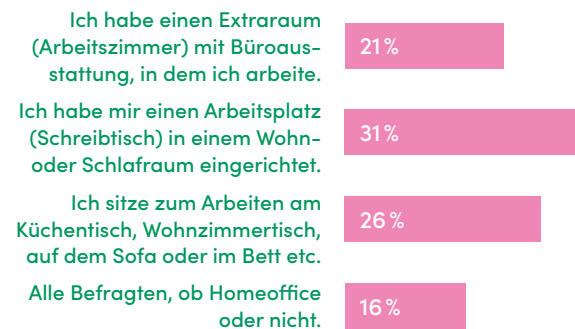
Meetings im
Schlafzimmer

31% der Mieter, die sich für das Arbeiten im Homeoffice einen Arbeitsplatz in ihrem Schlaf- oder Wohnzimmer einrichten mussten, beurteilen ihre Wohnsituation heute anders als vor der Corona-Pandemie. Bei denjenigen, die den Ess- oder Wohnzimmertisch, das Sofa oder ihr Bett als Platz zum Arbeiten nutzen, sind es 26%, und bei denen, die über einen Extraraum mit Büroausstattung verfügen, immerhin 21%. Insgesamt hat sich bei 16% aller Mieter in Deutschland die Beurteilung ihrer Wohnsituation durch die Corona-Pandemie verändert. Das ergibt eine Befragung unter 1.000 Personen aus dem Frühjahr 2021.

„Wenn die Menschen weiterhin die Wohnung vermehrt als Arbeitsplatz nutzen, könnte das zu einer höheren Fluktuation unter den Mietern sowie einer stärkeren Nachfrage nach großen Wohnungen führen“, kommentiert Katrin Trunec von Analyse & Konzepte Immoconsult das Ergebnis.

Hat sich durch die Corona-Pandemie die Beurteilung Ihrer Wohnung verändert? Ja

Beschreiben Sie Ihren Arbeitsplatz im Homeoffice



Quelle: Mieterbefragung durch Analyse & Konzepte Immoconsult

Impressum



Iris Jachertz



Olaf Berger



Annika Weyde



Nikola Schellig



Grit Schaarschmidt



Stefan Krause



Monika Glück

DAS DW-TEAM

Iris Jachertz, Chefredakteurin, 040-211165-34, iris.jachertz@diewohnungswirtschaft.de

Olaf Berger, Redakteur, 040-211165-35, olaf.berger@diewohnungswirtschaft.de

Annika Weyde, Redakteurin, 040-211165-59, annika.veyde@diewohnungswirtschaft.de

Nikola Schellig, Redakteurin, 040-211165-44, nikola.schellig@diewohnungswirtschaft.de

Grit Schaarschmidt, Redaktionsassistentin, 040-211165-32, grit.schaarschmidt@diewohnungswirtschaft.de

Stefan Krause, Verkaufsleitung Hamburg, 040-211165-41, stefan.krause@haufe-lexware.com

Monika Glück, Grafikerin, 0931-2791-620, monika.glueck@haufe-lexware.com

HERAUSGEBER UND VERLAG

Haufe-Lexware GmbH & Co. KG

Ein Unternehmen der Haufe Group

Standort Hamburg, Hufnerstraße 28, 22083 Hamburg

Geschäftsführung: Isabel Blank, Iris Bode, Jörg Frey, Birte Hackenjos, Joachim Rotzinger, Christian Steiger, Dr. Carsten Thies, Björn Waide

Beiratsvorsitzende: Andrea Haufe, Kommanditgesellschaft, Sitz Freiburg, Registergericht Freiburg, HRA 4408

Komplementäre: Haufe-Lexware Verwaltungs GmbH, Sitz und Registergericht Freiburg, HRB 5557; Martin Laqua, USt-IdNr. DE812398835

Redaktionsanschrift: DW Die Wohnungswirtschaft Hufnerstraße 28, 22083 Hamburg, Fax: 040-211165-3332, redaktion@diewohnungswirtschaft.de, www.diewohnungswirtschaft.de

Veröffentlichungen: Zum Abdruck angenommene Beiträge und Abbildungen gehen im Rahmen der gesetzlichen Bestimmungen in das Veröffentlichungs- und Verbreitungsrecht des Verlages über. Überarbeitungen und Kürzungen liegen im Ermessen des Verlages. Für unaufgefordert eingesandte Beiträge übernehmen Verlag und Redaktion keine Gewähr. Für mit Namen gekennzeichnete Beiträge übernimmt der Einsender die Verantwortung. Honorare für Veröffentlichungen werden nur an Inhaber der Rechte gezahlt.

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine Verwertung ohne Einwilligung des Verlages strafbar. Das gilt auch für das Erfassen und Übertragen in Form von Daten. Die allgemeinen Geschäftsbedingungen stehen vollständig unter www.haufe.de.

Partner in Österreich: Robert Koch, Wohnen Plus, Singerstraße 8/10 · A-1010 Wien

Partner in der Schweiz: Daniel Krucker, Verlag wohnen, Bucheggstraße 109 · Postfach · CH-8042 Zürich

MEDIA SALES (PRINT/ONLINE)

Stefan Krause, 040-211165-41, stefan.krause@haufe.de
Michael Reischke, 0931-2791-543, michael.reischke@haufe.de
Klaus Sturm, 0931-2791-733, klaus.sturm@haufe.de

DW-STELLENMARKT

Alexander Mahr, 0931-2791-452, stellenmarkt@haufe.de

BUCHUNGEN/DISPOSITION/DRUCKDATEN

Tel. 0931-2791-770, Fax 0931-2791-477, daten@haufe.de

Für Anzeigen gilt die Preisliste ab 1.1.2021.
www.mediacentre.haufe.de

ABONNENTENSERVICE UND VERTRIEB

Aboverwaltung: Telefon (kostenfrei): 0800-7234249, Fax (kostenfrei): 0800-5050446, Zeitschriften@haufe.de

Bezugspreise: Jahresabonnement (Print mit Onlinekomponente) 141,00 €, einschließlich 7% Mehrwertsteuer. Einzelheft 15,20 €. Abbestellungen sind mit einer Frist von vier Wochen zum Quartalsende möglich und schriftlich an den Verlag zu richten (Preise ab dem 1.1.2021).

Erscheinungsweise: monatlich

Druck: Rewi Druckhaus, Reiner Winters GmbH, Wiesenstr. 11, 57537 Wissen, ISSN 0939-625X



BASISWISSEN CONTROLLING



ISBN 978-3-648-14917-1
 Buch: **49,95 €** [D]
 eBook: **44,99 €**



ISBN 978-3-648-13984-4
 Buch: **29,95 €** [D]
 eBook: **25,99 €**



ISBN 978-3-648-12705-6
 Buch: **39,95 €** [D]
 eBook: **35,99 €**

SCHNELLER EINSTIEG OHNE VORKENNTNISSE

Reinhard Bleiber stellt die Grundlagen des Controllings vor und integriert dabei die Besonderheiten der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft in die im internen Rechnungswesen üblichen Werkzeuge. Das Buch unterstützt Verantwortliche in den Wohnungsunternehmen dabei, die richtigen Entscheidungen zu treffen und sich auf den anspruchsvollen Märkten zu behaupten. Mit zahlreichen Fallbeispielen und Praxistipps.

- + **Mit Zahlen führen: Ziele definieren, Zahlen ermitteln, Abweichungen feststellen**
- + **Kennzahlen: Anforderungen, Chancen, Risiken**
- + **Controlling-Berichte, strategisches Controlling, Projektcontrolling**
- + **Entwicklungen des Controllings in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft**

Jetzt versandkostenfrei bestellen:
<https://shop.haufe.de/wohnungsunternehmen>
 0800 50 50 445 (Anruf kostenlos)
 oder in Ihrer Buchhandlung

Wir sparen an nichts. Außer am Erdöl.

StoTherm AimS®. Das nachhaltigste
Wärmedämm-Verbundsystem von Sto.
Aus Liebe zum Bauen. **Bewusst bauen.**



Weitere Informationen finden Sie unter
www.zukunft-fassade.de/aims

sto



Bewusst bauen.