



Torsten Böling
Geschäftsführung WIR – Wohnen im Revier

Wohnen im Revier
Kooperation kommunal(nah)er Wohnungsunternehmen im
Ruhrgebiet – Eine Chance für's Marketing?

EBZ-Arbeitskreis Marketing
25.10.2010, Essen



WILLKOMMEN!
...in der Kulturhauptstadt Europas 2010



- Kurzvorstellung: WIR ... ist was?
- Vorüberlegung: Wie wird ein kommunales Wohnungsunternehmen eigentlich wahrgenommen?
- Wie bekommt man Marketing „unter einen Hut“ (oder: Gleichnis von der Gleichheit in Vielfalt)?
- Übertragbarkeit: Was bleibt?



Kurzvorstellung

WIR ... ist was?



Allbau, Essen
 DOGEWO21, Dortmund
 GBB, Bottrop
 GEBAG, Duisburg
 ggw., Gelsenkirchen
 HGW, Herne
 SGW, Witten
 swb, Mülheim a. d. Ruhr
 VBW, Bochum

Die neun WIR-Wohnungsunternehmen
 im Regionalverband Ruhr (RVR)

- WIR sind neun kommunal(nah)e Wohnungsunternehmen zwischen Duisburg und Dortmund...
 - mit ca. 80.000 Mietwohnungen im Kern des Reviers
 - Zuhause für mehr als 200.000 Menschen
 - die WIR-Unternehmen in ihren Städten meist größter Anbieter von Mietwohnungen
 - Zusammen ca. 680 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (davon ca. 50 Auszubildende)
 - Pro Jahr modernisieren die Unternehmen etwa 3.000 Wohnungen
 - Investitionsvolumen von ca. 200 Mio. EUR p.a. (inkl. Neubau)
 - Umsatzerlöse von über 400 Mio. EUR p.a.
 - Leerstandsquote von zusammen unter 4 %, davon ca. 2 % modernisierungsbedingt
- ...ein starker Verbund in einer starken Region!

Warum WIR zusammenarbeiten...



- **Gemeinsames Leitbild: Nachhaltige Wohnungswirtschaft**
 - Was dem Standort Ruhrgebiet hilft, hilft auch uns!
 - „Zusammen ist man weniger allein“: Gemeinsam stellen wir uns dem Wandel auf den Wohnungsmärkten und in der Immobilienwirtschaft
 - Wir können und wollen voneinander lernen!
 - Wir wollen als kommunal(nah)e Wohnungswirtschaft im Revier gemeinsam in der Öffentlichkeit wahrgenommen werden!
 - Wir stärken gemeinsam den wichtigen Standortfaktor Wohnen im Revier!



7 25.10.10 | Torsten Bölling | EBZ-AK Marketing | Essen



Was WIR zusammen anstellen...



- **Breites Spektrum: Arbeitskreise**
 - Energie und ökologisches Bauen
 - Mehrgenerationenwohnen
 - Betriebswirtschaft, Organisation
 - Personal und Prozesse
 - Marketing und Kultur
- **Vertrauensbasis: Ehrlichkeit**
 - Voneinander lernen, Betriebsvergleich
 - Produkte / Themen weiterentwickeln
- **Gemeinsame Vorteile nutzen**
- **Engagement fürs Revier**
 - Ansprechpartner der Kommunen
 - Gemeinsame Projekte



8 25.10.10 | Torsten Bölling | EBZ-AK Marketing | Essen



Was WIR zusammen anstellen...



- Förderung von Bildung und Forschung
 - Stipendium: jährlich an der EBZ Business School
 - Kooperation und Begleitung durch InWIS Forschung & Beratung GmbH
 - Kooperation mit anderen Akteuren in der Region: Knappschaft, Gesundheitscampus, Ruhr-Universität



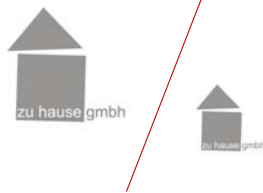
Vorüberlegung:

Wie werden kommunale Wohnungsunternehmen eigentlich wahrgenommen?

Wie werden komm. WU eigentlich wahrgenommen?
...vom privaten Eigentümer:



Wie werden komm. WU eigentlich wahrgenommen?
...vom Mieter:



Wie werden komm. WU eigentlich wahrgenommen? ...vom Bürgermeister:





STADTWERKE








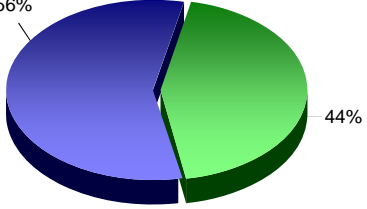


13 25.10.10 | Torsten Bölling | EBZ-AK Marketing | Essen

Wie werden (komm.) WU eigentlich wahrgenommen? Bekanntheitsgrad lokal



„Kennen Sie die XXX?“



56%
44%

■ Ja
■ Nein

© InWIS 2010

„Woher kennen Sie die XXX?“
gefilterte Ergebnisse - Mehrfachnennungen möglich

Bekannte/Verwandte	49%
Artikel in der Presse über das Unternehmen	42%
Wohnungsinserat in der Zeitung etc.	32%
Werbung des Unternehmens	32%
Vermarktungsschilder	32%
Fahrzeuge	26%
Wohnungsinserat via Internet (Immoscout 24 etc.)	24%
Internetseite des Unternehmens	20%
Selbst Mieter oder Mitglied gewesen	19%
Veranstaltungen	13%
Sonstiges	8%

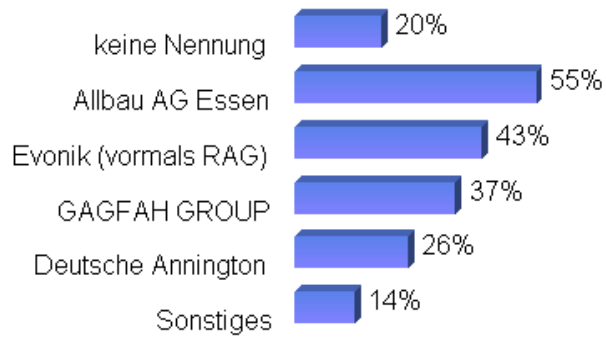
14 25.10.10 | Torsten Bölling | EBZ-AK Marketing | Essen

Wie werden (komm.) WU eigentlich wahrgenommen? Bekanntheitsgrad lokal



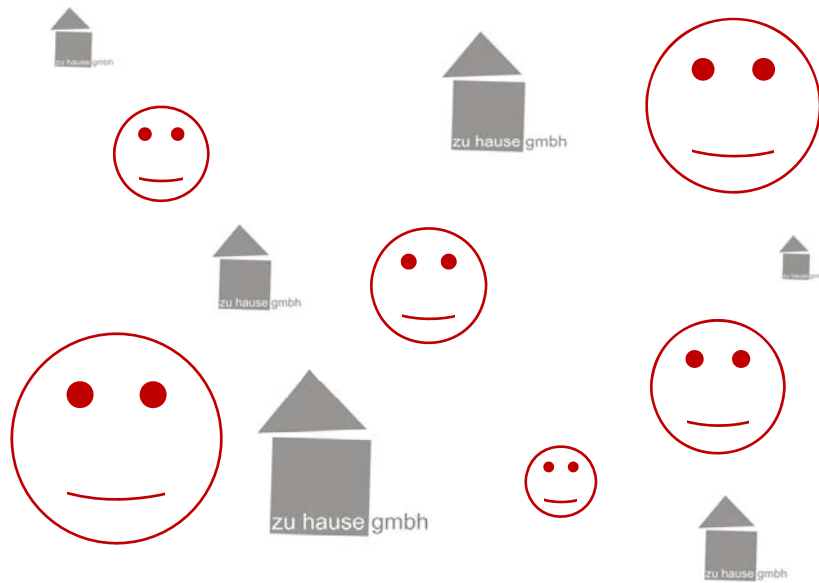
“Welche der aufgeführten Wohnungsunternehmen kennen Sie?”

(Befragung Essener Haushalte 2007/2008)



© InWIS 2010

Wie werden komm. WU eigentlich wahrgenommen? ...in der Region?



Wie werden komm. WU eigentlich wahrgenommen? ...in der Region?



- Ausgangslage:
 - Viele kleine und große, in verschiedenen Bereichen aktive und weniger aktive Unternehmen werden jeweils von unterschiedlichen Gruppen in den einzelnen Städten der Region irgendwie wahrgenommen (oder nicht).
- Es entsteht ein breiter Wahrnehmungs-Wirrwarr!
 - Dabei sind Wohnungsmarktsituation und unternehmensbezogene Herausforderungen häufig ähnlich; auch politische Konstellationen sind vergleichbar
 - Zugleich gärt seit Jahrzehnten (Siedlungsbezirk, RVR, Planungsverband, IBA,...) eine lange Regionalisierungsdebatte unter Fachleuten aus dem Spannungsfeld Stadtplanung, Stadtentwicklung, Wohnungswesen...
 - Auch die Unternehmen selbst fühlen sich als (ehemals) gemeinnützige oft ähnlichen Wertesystemen verbunden

Wie werden komm. WU eigentlich wahrgenommen? ...in der Region?



- Die kommunalen Wohnungsunternehmen in der Region sahen sich aus mehrfachem Anlass dazu getrieben, an dem Wahrnehmungs-Wirrwarr etwas zu ändern
 - Seit 2003 (ca.) Verkaufswelle und akute Bedrohung für einige Unternehmen an der Ruhr
 - Themen, wie „Stadttrendite“ gingen im Liberalisierungs-Wahn der Nuller-Jahre unter; die Frage nach dem Sinn kommunaler Unternehmen überhaupt wurde gestellt
 - Flankierend Gesetzesänderungen, die das begünstigten (Schröder-Regierung erleichtert Agieren für Hedge-Fonds, § 107 GO NRW)
- Alleine waren die Unternehmen kaum in der Lage, den „regionalen Markt“ zu bespielen
- Vertrauensbildende Maßnahmen zwischen Unternehmen
- Viele weitere Synergieeffekte
- Lösung: Gemeinsame Plattform / Verein WIR – Wohnen im Revier



Gleichheit in Vielfalt

Wie bekommt man Marketing „unter einen Hut“?

Wie bekommt man Marketing „unter einen Hut“?

- Gar nicht!
- Alle Marken der einzelnen Unternehmen waren und sind mehr oder weniger gut eingeführt in den jeweiligen Städten und bei den Mietern – das sollte nicht aufs Spiel gesetzt werden!
- Die Unternehmen fühlen sich zwar auch der Region, zuerst aber doch der Stadt zugehörig und führen diese meist sogar im Namen (vgl. „Dortmunder gemeinnützige Wohnungsgesellschaft“, „gelsenkirchener gemeinnützige ...“, „Herner Gesellschaft für Wohnungsbau“...).
- Lösung: Neue Marke für kommunales Wohnungswirtschaften an der Ruhr. WIR – Wohnen im Revier war geboren.
 - Slogan: „Wir machen uns stark für Sie!“
 - Farben: NRW-angelehnt (weiß, rot, grün)
 - Zentraler Begriff: „Revier“
- Arbeitsergebnisse werden unter der Marke präsentiert

Wie bauen wir die Marke in die Region ein?



- Etablierung in vier Schritten:
 - Arbeitsergebnisse von WIR werden unter WIR präsentiert
 - Beteiligung an regionalen Aktionen und Initiativen
 - Beteiligung / Sponsoring (gezielt)
 - Eigene Pressearbeit

1. Ergebnispräsentation: Homepage



WIR machen uns stark für Sie!

Startseite
Aktuelles
Was sind WIR
Was machen WIR
WIR bilden aus
Ruhr-Kultur
Kontakt
Immobilienbörse

WIR machen uns stark für Sie!

Aktuelles
Jugend bekommt Hütte
Dortmund-Wambel: Neues Jugendkino übergeben
Nägel mit Köpfen
Aldi-Süd baut 60 Mietwohnungen in Freudenbruch
Wiedereröffnung:
Ratskeller in Hülheim
inkl. überflut. restauriert
Ratskeller am 10.10. um 11.00 Uhr

WIR sind Partner
Route der Wohnkultur
Unser Partner für Personalentwicklung
EBZ BUSINESS SCHOOL

Willkommen

WIR machen uns stark für Sie!

DOBEWO
GGW
HGW

22 25.10.10 | Torsten Bölling | EBZ-AK Marketing | Essen

1. Ergebnispräsentation: Immobilienbörse



WIR - Wohnen im Revier Mozilla Firefox

http://www.wir-wohnenrevier.de/suche.php

Hier modernisieren WIR für SIE
Hans-Thoma-Str. 21, 45147 Essen

Immobilienbörse

Stadt auswählen

- Witten (6)
- Essen (197)
- Gelsenkirchen (37)
- Herne (1)
- Mülheim (298)
- Bochum (58)
- Sittrop (0)
- Dortmund (0)
- Duisburg (47)

Stadtteile auswählen

- Heisingen (0)
- Holtenhausen (0)
- Hornet (4)
- Huttrup (15)
- Kernap (4)
- Katernberg (1)
- Kettwig (0)
- Krey (1)
- Kupferdreh (1)
- Leithe (6)
- Margarethenhöhe (0)
- Südviertel (1)
- Nordviertel (0)
- Südostviertel (10)
- Ostviertel (2)
- Pfeilingshausen (0)
- Rußenscheid (0)



Anbieter

Allbau
Mein Zuhause in Essen

Allbau AG

Ansprechpartner:
Stefanie Laar
Telefon: (0201) 2207 221
E-Mail: 2450079_anfrage@vnrw...

[Anbieter kontaktieren](#)

Objektnummer:
#57369239

Gäste-WC: ✖

Keller: ✖

Balkon/Terrasse: ✖

Garten/-mitbenutzung: ✖

Personenaufzug: ✖

Einbauküche: ✖

Objektzustand:
Keine Angabe

Baujahr:
1928

Qualität der Ausstattung:
Keine Angabe

Zimmer: 3

Wohnfläche ca.: 78,89 qm

Kaltmiete: 473,30 Euro

Nebenkosten: 77,00 Euro

Gebäudetyp: Etagenwohnung

Etage: 2

weitere Bilder

Ausstattung:
Das Objekt wird komplett modernisiert. Die Fassade erhält eine Wärmedämmung, Fensteraustausch, neues Dach, etc) Die

23 25.10.10 | Torsten Bölling | EBZ-AK Marketing| Essen

1. Ergebnispräsentation: Broschüre „Generationengerecht Wohnen“







24 25.10.10 | Torsten Bölling | EBZ-AK Marketing| Essen

2. Regionales Engagement Route der Wohnkultur – Kultur und Wohnen?



- Standortfaktor Wohnen
 - Arbeitsplätze, Infrastruktur und ein ausgewogenes Wohnungsangebot für verschiedene Zielgruppen sind Standortfaktoren einer Region
 - „gutes Wohnen“ ist mehr als eine „gute Wohnung“! Qualität des Standortfaktors Wohnen wird entscheidend über weiche Faktoren bestimmt
- Wohnkultur
 - Zielgruppen suchen Wohnungen und Wohnstandorte, an denen sie sich wohlfühlen und entfalten können
 - Wohnkultur ist deshalb eine Essenz aus Wohnung und Wohnumfeld, Lebensstil und der sozialen Interaktion



2. Regionales Engagement Route der Wohnkultur



- Idee
 - Kernfrage: „Wie wohnt das Ruhrgebiet?“
 - Anhand von ausgewählten Wohnorten und -projekten des Ruhrgebiets soll die Vielfalt des Wohnens in der Region gezeigt werden
 - Wohnen aus unterschiedlichen Epochen und Segmenten – „vom Fachwerkhaus bis zur Hochhaussiedlung“
 - Die Standorte werden zu einer Route verknüpft und 2010 begehbar gemacht bzw. bespielt
 - Innen und außen: Wohnung – Wohngebäude – Wohnquartier
- WIR tritt als Projektpartner auf!



Weitere Informationen Projektbüro Route der Wohnkultur c/o Büro Stadterneuerung Lützenstr. 14 44137 Dortmund Tel. 0231-228 91 60 Fax 0231-220 34 990 wohnkultur@stadterneuerung.de www.ruhrderwohncultur.de	
Projektpartner	
Architektenkammer Nordrhein-Westfalen	WIR
Ministerium für Bauwesen und Städtebau des Landes Nordrhein-Westfalen	
Stadt BauKultur	THS WOHNEN
STADTIDEE	
Projektschäfer	
Stadt Bochum	STADT ESSER
STADT HAGEN	STADT HATTINGEN
NRW.BANK	
Hauptprojektschäfer der Route der Wohnkultur von RUHR 2010	
ista	



2. Regionales Engagement Route der Wohnkultur: Produkte werden präsentiert



The Housing Culture Trail Living in Ruhr Metropolis

www.rwth-aachen.de

Im Hole

Umgestaltung einer 1930er Jahre-Siedlung mit Modernisierung bis zum Passivhausstandard und Erhaltung als Eigentumswohnungen

LEISTUNGSBEREICH: WIR, gmbh
PROJEKTLEITER: WIR, Dr. S. Anshelkin
ZEITRAUM: 1980er und 1990er Jahre
ANWANDUNG: Modernisierung ab 2004

Die heutige Architektur liefert im Wohnortler „Im Hole“ einen Blick auch auf die ursprüngliche Gestalt der Siedlung. Nachumbauarbeiten schufen in den 1980er Jahren als Nachkriegsbauwerk mit fast ausschließlich Zuberbauweise modernisiert, sind vor allem die Wohnzusammensetzung und die ursprüngliche Idee der Siedlung wichtige Details, wie sie auch heute in den meisten Überlegungen über das Erbe leben. In den letzten Jahren wurde die Wohnkultur schrittweise restauriert. Hierbei werden die vielen Privatsachen im Haus

Dilldorfer Höhe

Neues Wohn, Kunst und Sport auf einem ehemaligen Kasernenstandort

LEISTUNGSBEREICH: WIR, gmbh
PROJEKTLEITER: WIR, gmbh
ZEITRAUM: 2004-2008
ANWANDUNG: Neubauprojekt

Die Entwicklung eines neuen, urbanen Wohnquartiers auf einem Militärlagerstandort in Dortmund, die in diesem urbanen Umfeld die Wohnkultur der Ruhrmetropole zu verankern. Die Entwicklung der Wohnkultur der Ruhrmetropole ist ein Prozess, der sich über die letzten Jahrzehnte hinweg entwickelt hat. Die Entwicklung der Wohnkultur der Ruhrmetropole ist ein Prozess, der sich über die letzten Jahrzehnte hinweg entwickelt hat. Die Entwicklung der Wohnkultur der Ruhrmetropole ist ein Prozess, der sich über die letzten Jahrzehnte hinweg entwickelt hat.



2. Regionales Engagement Route der Wohnkultur: auf allen Produkten



Spieldaten Route der Wohnkultur

Station	Wohnobjekt	Architekt	Zeitraum	Leistungsbereich
1	Wohnhaus
2	Wohnhaus
3	Wohnhaus
4	Wohnhaus
5	Wohnhaus
6	Wohnhaus
7	Wohnhaus
8	Wohnhaus
9	Wohnhaus
10	Wohnhaus
11	Wohnhaus
12	Wohnhaus
13	Wohnhaus
14	Wohnhaus
15	Wohnhaus
16	Wohnhaus



2. Regionales Engagement Eigenes Theaterstück auf Reisen geschickt



- Eigenes Theaterstück
 - Humoristische Präsentation klassischer Diskussionen aus dem Treppenhaus eines Mietshauses
 - Drei Szenen, flexibel indoor und outdoor aufführbar, mobiles Bühnenbild, fünf Schauspieler
- „Nachbarn sind immer die anderen!“
 - Das Fußmatten-Massaker
 - Apokalypse Grau
 - Wenn selbst der Postmann nicht mehr klingelt
- Kombination: auch in Quartieren der „Route“



MOND PALAST
Deutschlands großes Volkstheater

2. Regionales Engagement Weitere



- Vorstand und Geschäftsführung beteiligen sich unter dem Label „WIR – Wohnen im Revier“ z.B. an Podiumsdiskussionen oder mit Vorträgen auf diversen Veranstaltungen in der Region
- Regionale Akteure kommen auf WIR zu, um so „auf einen Schlag“ die gesamte kommunale Wohnungswirtschaft einzubinden (Beispiel Städteregion Ruhr.2030 – Positionspapier „Kommunale Konzepte Wohnen“)



Übertragbarkeit

Was bleibt?

Übertragbarkeit



- Lassen sich solch kooperative Ansätze (auch) im Marketing auf andere Regionen / regionale Kooperationen übertragen?
- Wie?

Übertragbarkeit Voraussetzungen



- Einigkeit in grundlegenden Ansichten
 - Wenn ein breites Themenspektrum angestrebt ist, sollte Konsens bei der grundlegenden Zielsetzung bzw. im Leitbild der Unternehmen bestehen. Eine Übereinstimmung der Rechtsform ist nicht notwendig, aber es ist davon auszugehen, dass kommunale Unternehmen andere Schwerpunkte setzen würden, als z.B. Genossenschaften oder Private.
 - Alternative: Unternehmen möchten gemeinsame Marketing-/Pressearbeit nur zu einem Themenkomplex machen – dann genügt es, wenn diesbezüglich Einigkeit herrscht (bzw. ansonsten zumindest keine „Feindschaft“, um nicht unglaubwürdig zu wirken); Beispiel: Dortmund / fairMieter
- Organisation / Arbeitsverteilung
 - WIR: Geschäftsstelle; ansonsten ggf. Verantwortlichkeit in einer Hand und Ausgleich
- Regionalisierung, regionaler Bezug
 - Wer gehört dazu, wer nicht?
 - Abgrenzung zum Verband

Übertragbarkeit Ein themenbezogenes Beispiel



The screenshot shows a web browser window displaying the website for 'fairmieter FÜR DORTMUND'. The main heading reads '300 SERVICEBERATER STATT LANGER LEITUNGEN'. Below this, there are navigation tabs for 'IHRE FAIRMIETER' and 'PROJEKTE'. The content area is titled 'Ihre Fairmieter für Dortmund' and describes the partnership between WIR, the city of Dortmund, and the housing companies ESCIMO and Spar und Bauverein. It lists 'Unsere Fairsprechen' (Our fair promises) such as attractive housing, modernization, sustainable concepts, personal contact, and competent partners. A 'fairmieter FÜR DORTMUND' logo is prominently displayed on the right side of the page.



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Torsten Böltling

InWIS

Springorumallee 5

44795 Bochum

T. 0234 – 89034-16

F. 0234 – 89034-49

WIR-Wohnen im Revier

Wirmerstraße 28

44803 Bochum

T. 0234 – 310-297

www.wir-wohnenimrevier.de

www.inwis.de

torsten.boelting@inwis.de