

Vermarktung und Marketing

Jetzt nachhaltig Leerstandszeiten verkürzen und Erlöseinnahmen optimieren

Die Zahl der Mietkündigungen steigt und eine rasche Neuvermietung ist gerade heutzutage nicht einfach. Die Folgen sind lange und kostenintensive Leerstandszeiten, die immer mehr Wohnungsanbieter vor ernste Herausforderungen stellen. Lesen Sie, wie mit einfachen Mitteln lange Leerstandszeiten in den Griff zu bekommen sind – und wie sich vermietungsfördernde Investitionen durch eine deutliche Reduzierung der entsprechenden Erlösschmälerungen bereits nach einem Jahr bezahlt machen können!

„Immer mehr Wohnungsunternehmen beklagen zu lange Zeiträume zwischen Wohnungskündigung und Neuvermietung“, weiß Kay Stolp zu berichten. Er ist Geschäftsführer von Stolp und Friends, einer auf die Wohnungswirtschaft spezialisierten Marketinggesellschaft aus Osnabrück, die seit über 20 Jahren Vermietungsförderungskonzepte für nachhaltig wirksamen Leerstandsabbau realisiert. „Oft bleiben Wohnungen bis zu drei Monate leer stehen, bevor sie überhaupt in die Leerstandsliste aufgenommen werden. Doch auch Leerstände von einem halben Jahr und länger sind keine Seltenheit.“

Oft bleiben Wohnungen bis zu drei Monate leer stehen

Der ganz zentrale Punkt ist für den Marketingexperten allerdings, dass der überwiegende Teil dieses Leerstands deutlich verkürzt werden könnte und mit verhältnismäßig geringen Investitionen aus der Welt zu schaffen wäre. Gerade vor dem Hintergrund der weiterhin steigenden Fluktuation rät Stolp zu einem Umdenken in diesem Bereich. Denn wenn bei einer allgemein steigenden Kündigungsquote die Zeit bis zur Neuvermietung zu lang bleibt, entsteht hier eine gravierende Ursache für massive Erlösschmälerungen.

„Die Zunahme der Fluktuation ist ein Phänomen, das in seiner Auswirkung oft unterschätzt wird“, verdeutlicht Stolp weiter. „Nicht erst seit der Finanz- und Wirtschaftskrise fordert der Arbeitsmarkt mehr Mobilität. Die wenigsten Menschen werden in Zukunft noch 30, 40 oder 50 Jahre in ein und derselben Wohnung wohnen. Dazu kommt die deutliche Überalterung unserer Gesellschaft. Schon jetzt ist ein Großteil der ausgesprochenen Kündigungen altersbedingt. Grundsätzlich gilt: Die Fluktuation wird weiter zunehmen – Alt und Jung gleichermaßen betreffen.“ Umso wichtiger ist es da, auf ein funktionierendes Konzept für eine rasche Neuvermietung zurückgreifen zu können.

Fluktuation in seiner Auswirkung wird oft unterschätzt

Mit fest definierten Standards schneller und gezielter reagieren

Was es mit diesem Konzept auf sich hat, wird deutlich, wenn man sich die beteiligten Faktoren für eine rasche Anschluss- bzw. Neuvermietung anschaut. Generell kann gesagt werden, dass drei verschiedene Faktoren eine zügige Weitervermietung positiv beeinflussen:

Drei verschiedene Faktoren

- der Zustand der Wohnung
- die Einstellung der Vermieter
- die Vermarktung der Wohnung

Alle drei Faktoren müssen beachtet und aufeinander abgestimmt werden, wenn möglichst vom Tag der Kündigung an schnell Interessenten gefunden und zu neuen Mietern umgewandelt werden sollen. Das bedeutet allerdings auch, dass Renovierungsarbeiten zielgruppenorientiert organisiert, Mitarbeiter geschult und Marketingleistungen initiiert werden müssen. Die Koordination all dieser Faktoren kostet Zeit – Zeit, die im Falle von Leerstand schnell zu massiven Erlösschmälerungen führen kann. Als auf die Wohnungswirtschaft spezialisierte Marketinggesellschaft hat Stolp und Friends in den letzten Jahren eine Vielzahl methodisch bewährter Instrumente entwickelt, mit denen Wohnungsgesellschaften und -genossenschaften im Falle einer Kündigung möglichst schnell und effizient reagieren können.

„Der große Mehrwert besteht darin, dass wir alle notwendigen Maßnahmen gebündelt anbieten können“, erläutert Stolp. „Der Kunde profitiert von den Vorteilen, nur einen einzigen Ansprechpartner zu haben, der alle Leistungen aus einer Hand anbietet. Das Spektrum reicht dabei von vermietungsfördernder Wohnungskosmetik in den Wohnungen, also z. B. attraktiven Kunststoff-Designböden, verschiedenen Wandbekleidungen und Bad-Accessoires, bis hin zu vermietungsförderndem Marketing und gezieltem Vermietungstraining.“ Für den Kunden bedeutet dies, dass er sich auf sein wesentliches Kerngeschäft konzentrieren kann!

Tatsächlich ist es den Osnabrückern scheinbar gelungen, ihr 20-jähriges Branchen-Know-how durch die Kooperation mit verschiedenen Spezialisten zu einem wahren Rundum-Service auszubauen. Ihr versprochenes Zeitmanagement ist dabei – beispielsweise im Bereich der vermietungsfördernden Wohnungskosmetik – als durchaus ambitioniert anzusehen. So kann eine gekündigte Wohnung bereits nach nur sieben Arbeitstagen in einen hochwertig aufbereiteten Zustand gebracht werden und für eine erfolgreiche Besichtigung zur Verfügung stehen. Parallel werden dabei alle Wohnungen in ein ganzheitliches Konzept zur Bestandsentwicklung eingebunden und durch vermietungsfördernde Kampagnen und Aktionen in die Öffentlichkeit getragen. Damit dann jedoch auch aus angelockten Interessenten zufriedene Mieter werden, trainiert Kay Stolp auch die Vermieter entsprechend und integriert sie so zielgenau in den angestrebten Vermietungsförderungsprozess. „Die Motivation und die Vorbereitung der Mitarbeiter ist für eine erfolgreiche Besichtigung und Vermietung essentiell“, rät Wohnungsexperte Stolp. „In einzelnen Fällen lohnt es sich sogar, externe Vermietungsassistenten einzusetzen, die auf Wunsch auch von Stolp und Friends angeboten werden. Gerade bei weit auseinander liegenden Streubeständen ist es manchmal sinnvoll, geschulte und „authentische“ Vermietungsassistenten vor Ort einzusetzen.“

*Alle Leistungen aus einer Hand,
der Kunde profitiert*

Wenig, aber andauernd – Leerstand hat viele Gesichter

Wer durch eine rasche Neuvermietung den Folgen der Fluktuation entgegenwirken möchte, sollte sich die praxisbewährten Konzepte von Stolp und Friends einmal genauer ansehen. Das Selbstbewusstsein der Osnabrücker scheint angesichts geleisteter Leerstandsreduzierungen von über 50 Prozent innerhalb eines Jahres durchaus gerechtfertigt. Dabei geht es unterm Strich nicht nur um kurzfristigen Leerstand. „Wenn von 100 Wohnungen nur eine einzige leer steht, ist das statistisch gesehen zu verschmerzen. Wenn diese eine Wohnung dann allerdings über Jahre hinweg unbewohnt bleibt, entwickelt sie sich zu einem langfristigen Kostenpunkt“, so Stolp. „Aus unserer Sicht sind das Kosten, die keine Wohnungsgesellschaft bzw. -genossenschaft hinnehmen muss. Jede Wohnung ist vermietbar, getreu dem Motto: Für jeden Topf gibt es den passenden Deckel! Die Investitionssummen sollten dabei immer sehr genau mit den zu erwartenden Mietausfällen gegengerechnet werden.“

Jede Wohnung ist vermietbar

Mehr Wertschöpfung durch mehr Wertschätzung

Wie ganz konkret die verschiedenen Leistungen im Bereich Wohnungskosmetik und Vermarktung ineinander greifen können, verdeutlicht Kay Stolp an einem Beispiel: „Der eigentliche Mehrwert einer Wohnung entsteht nicht einfach durch einen neuen Fußboden oder einen frischen Anstrich. Solche Maßnahmen dienen lediglich dazu, die Wohnung einer bestimmten Marke mit definierten Leistungsversprechen zuzuordnen. Auf diesem Weg entstehen in der Praxis immer öfter beispielsweise Basis-, Medium- und Premium-Wohnungen, die in verschiedenen Ausstattungs-Klassen verschiedene Zielgruppen ansprechen. Dabei unterstreichen wir den Wert einer solchen Bestandsmarke noch durch klare Marken-Logos, die zuerst intern kommuniziert und dann auch von der Öffentlichkeit gelernt werden müssen.“

Mit anderen Worten: Es macht sich bezahlt, für Wohnungen verbindliche Markenversprechen zu entwickeln. Mögliche Interessenten sehen allein anhand des Logos und der Aufmachung auf einen Blick, ob die Wohnung zu ihnen passt und welche Leistungen sie für ihr Geld erwarten dürfen. Der subjektiv wahrgenommene Wert der Wohnungen erhöht sich dadurch sprunghaft. Ist der ganze Bestand in ein derartiges Konzept eingepflegt, sind erfolgreiche Neuvermietungen nach Kündigungen wesentlich zielgenauer zu realisieren.

Verschiedene Wohnungen für verschiedene Zielgruppen. Nur wer seine Mietertypen kennt, kann die Kommunikation entsprechend ausrichten und aus Interessenten schnell wieder Mieter generieren.



Investitionen von heute machen sich morgen bezahlt

Natürlich sind wohnungskosmetische Aufbereitungen, vermietungsfördernde Kampagnen und auch Mitarbeiter-Trainings letztlich eine Kostenfrage. Viele Wohnungsgesellschaften und -genossenschaften setzen gerade in schwierigen Zeiten auf feste Sparkurse – und sparen damit leider manchmal am falschen Ende. Das zumindest ist die Einschätzung von Kay Stolp, wenn er die Leerstandsproblematik aus ökonomischer Sicht bewertet. „Wer steigender Fluktuation mit eingefrorenen Budgets und rigiden Sparplänen begegnet, wird das Problem langfristig nur verschärfen. Gerade bei Leerstandsbekämpfung geht es um ein gewaltiges Potenzial. Bei unseren bisherigen Kunden wogen die gewonnenen Mehrerlöse die eingesetzten Mittel bereits nach einem Jahr deutlich aus.“

Jede Genossenschaft und jede Gesellschaft kann selbst ausrechnen, wie viel Geld sie jährlich durch Mietausfälle inklusive fortlaufender Betriebs- und Verwaltungskosten verliert – und wie viel Geld ihr beispielsweise durch eine Leerstandsreduzierung von nur zehn Prozent zusätzlich zur Verfügung stehen würde. Eine genaue Kalkulation ist unabhängig, damit sich die Investitionen von heute schon morgen bezahlt machen.

Paul Hohenhaus

Wer steigender Fluktuation mit eingefrorenen Budgets und rigiden Sparplänen begegnet, wird das Problem langfristig nur verschärfen

Stolp und Friends



Komfortlüftungs-Systeme mit WRG



Flexible Luftverteilsysteme

Maßgeschneiderte Lüftungstechnik für den Wohnungsbau

Heinemann ist der Spezialist für Komfortlüftungs-Systeme mit Wärmerückgewinnung mit Luftmengen von 80–1040 m³/h. Vom Einzelraumgerät über kompakte Wandgeräte bis hin zu platzsparenden Deckengeräten und dem perfekt darauf abgestimmten Luftverteilsystem. **Wir haben die Lösungen – für Neubau und Sanierung!**



UnoPlus
die energiesparende Lösung für Wohlfühlklima in Einzelräumen



Vallox ValloMulti 200
absolut flach (nur 236 mm) und hoch flexibel in der Gerätepositionierung – besonders geeignet für die energetische Sanierung von Etagenwohnungen



Vallox KWL 091
kompaktes Wandgerät mit integrierter Dunstabzugshaube

HEINEMANN GmbH · Von-Eichendorff-Straße 59A · D-86911 Dießen
Telefon 0 88 07/94 66-0 · Fax 0 88 07/94 66-99
info@heinemann-gmbh.de · www.heinemann-gmbh.de

HEINEMANN
Die Frischluftspezialisten