

Kundenbindung hoch 10! Wie Stuttgarter Wohnungsgenossenschaften gemeinsam „WeitBlick“ beweisen

Dass man gemeinsam mehr erreichen kann, gilt gerade unter Genossenschaften als geflügeltes Wort. Dass man diesen oft genutzten Worten allerdings auch sehr konkrete Taten folgen lassen kann, zeigen zehn Stuttgarter Wohnungsunternehmen mit einem innovativen Gemeinschaftsprojekt: Ihr Kundenmagazin WeitBlick wird nicht nur dreimal jährlich im Team realisiert, sondern auch als wertvolle Kommunikationsplattform für weitere Gemeinsamkeiten genutzt. Ob Marketinginitiative oder Verein für integrative Wohnformen – der WeitBlick zeigt, wie viel man in Stuttgart gemeinsam erreichen kann!



Mehr als nur ein Lesevergnügen: Gleichbleibende Innenseiten und feste Rubriken dienen als Kommunikationsplattform für gemeinsame Initiativen, Ziele und Werte

2009 freuten sich die Genossenschaftsmitglieder über eine ganz besondere Weihnachtsüberraschung. Der erste WeitBlick landete pünktlich im Briefkasten und berichtete saisonal bedingt über den Stuttgarter Weihnachtsmarkt. Sieben Wohnungsgenossenschaften hatten sich zusammengefunden, um ein gemeinsames Kundenmagazin auf den Weg zu bringen. Das „Gründungsteam“ bestehend aus der Baugenossenschaft Bad Cannstatt eG, der VdK-Baugenossenschaft Baden-Württemberg eG, der GWFF Wohnungsgenossenschaft eG, der Baugenossenschaft Feuerbach-Weilimdorf eG, der Baugenossenschaft Gartenstadt Luginsland eG, der Vereinigte Filderbaugenossenschaft eG und der Bauvereinigung Vaihingen a.F. und Umgebung eG setzte dabei von Anfang an auf eine verbindende Kommunikationsstrategie und eine professionelle Umsetzung. Mit der Marketing-Gesellschaft STOLPUNDFRIENDS aus Osnabrück konnte ein erfahrener Partner gewonnen werden, der sich auf die Konzeption, Betreuung und Realisierung von Kundenmagazinen ausschließlich für nachhaltige Wohnungsunternehmen spezialisiert hat.

Jede WeitBlick-Ausgabe besteht aus Gemeinschaftsseiten, die für jede Genossenschaft gleich sind, sowie aus individuellen Seiten, die jede Genossenschaft nach eigenem Wunsch mit Inhalt füllen kann. Die Gemeinschaftsseiten beziehen sich dabei stets auf gleichbleibende Themenschwerpunkte, die für das gesamte Redaktionsteam von Bedeutung sind. So ist eine Seite für den Verein Integrative Wohnformen e. V. reserviert. Der Verein, der 2008 von 13 Stuttgarter Wohnungsunternehmen gegründet wurde, setzt sich für gemeinschaftlich-soziale Wohnprojekte ein, die vor allem Senioren oder Menschen mit Behinderung ein sicheres Zuhause bieten sollen. Eine weitere Rubrik widmet sich der Stuttgarter Marketinginitiative, einem Zusammenschluss von insgesamt 15 Wohnungsbau-genossenschaften in Stuttgart, die bereits seit 2006 gemeinsam die Vorteile des genossenschaftlichen Wohnens kommunizieren und durch Verkehrsmittelwerbung, City-Lights und Gerüstplanen, Szeneblätter, Anzeigen sowie eine eigene Homepage auf sich aufmerksam machen.

„Wir haben gleich zu Beginn Ressorts vergeben“, erläutert Peter Hasmann, geschäftsführender Vorstand der Baugenossenschaft Bad Cannstatt eG. „Meine Kollegin Frau Alexandra Schäfer von der VdK-Baugenossenschaft ist beispielsweise für die Artikel zu unserem Verein Integrative Wohnformen e. V. zuständig und mein Kollege Herr Klaus Kadner von der Baugenossenschaft Feuerbach-Weilimdorf kümmert sich um die Beiträge zur Marketinginitiative. So können wir unsere Leserinnen und Leser kontinuierlich über unsere weiteren Gemeinschaftsprojekte informieren und die genossenschaftliche Idee der Zusammenarbeit unterstreichen.“



Dieses Konzept stieß offenbar nicht nur bei den eigenen Mitgliedern auf großen Zuspruch. Andere Wohnungsgenossenschaften bzw. ein Wohnungsverein wurden auf das Projekt aufmerksam und schlossen sich an. Mit der Baugenossenschaft Münster a. N. eG, der Baugenossenschaft Neues Heim eG und dem

Bau- und Wohnungsverein Stuttgart erweiterte sich das Redaktions-Team auf heute zehn Mitglieder. Dass dabei nicht alle Neuzugänge in die bestehende Rubriken-Struktur eingliedert werden konnten, erwies sich als durchaus lösbare Herausforderung. So ist beispielsweise der Bau- und Wohnungsverein nicht Mitglied in der Marketinginitiative Stuttgart und kann die entsprechende Seite folgerichtig für eigene Inhalte nutzen.

„In einem derartig komplexen Gemeinschaftsprojekt kommt es immer darauf an, flexibel zu bleiben“, erklärt auch Kay Stolp, Geschäftsführer der realisierenden Marketing-Gesellschaft STOLPUNDFRIENDS. „Prinzipiell kann jeder so viele eigene Seiten bekommen, wie er möchte. Wobei natürlich trotz aller Individualität das Konzept eines gemeinsamen Kundenmagazins nicht aus dem Blick verloren werden sollte.“

In der Tat sind es gerade die gemeinsamen Inhalte, die den WeitBlick zu etwas Besonderem machen. „Die Verbindung von gemeinsamen und eigenen Seiten funktioniert“, fasst BGC-Vorstand Peter Hasmann das bisher Erreichte zusammen. „Wichtig ist aus unserer Sicht nur, dass wir auch und vor allem in den gemeinsamen Seiten einen hohen regionalen und inhaltlichen Bezug haben. Es geht nicht um einfache Füllartikel, sondern um einen Mantelteil der in jeder Ausgabe passend zu uns und zur Region Stuttgart verfasst wurde.“ Dass dieser Bezug stimmt, dafür sorgen vor allem die gemeinsamen Redaktionssitzungen, in denen sich alle Beteiligten an den runden Tisch setzen und die nächste WeitBlick-Ausgabe durchsprechen. Durch diesen regelmäßigen Austausch entsteht nicht nur jedes Mal wieder ein einzigartiges Lesevergnügen, sondern auch ein Kundenmagazin, das sich Jahr für Jahr weiterentwickelt.

PH

Zehn Varianten, eine Botschaft: Das gemeinsame Kundenmagazin WeitBlick gilt zu Recht als gelungenes Beispiel, wie die genossenschaftliche Idee der gemeinsamen Stärke mit Leben gefüllt werden kann.

KUNSTWERK
CARLSHÜTTE

grafik
objekt
skulptur

malerei
installation
experiment
literatur

musik
video
foto
film

Nord Art 2012

02.06. – 30.09.2012

mi – so 11⁰⁰ – 19⁰⁰ wed – sun

Vorwerksallee, 24782 Büdelsdorf • www.nordart.de