

Marketing

Mit dem Geschäftsbericht mehr sagen, als nur Zahlen. So nutzt die GEWOBAU Essen ihn erfolgreich als „Aushängeschild“

Für viele Wohnungsgesellschaften und -genossenschaften bedeutet der jährliche Geschäftsbericht vor allem eins: jede Menge Arbeit. Zahlen müssen geprüft, Fakten recherchiert und Formalien eingehalten werden. Für eine innovative imagepflegende Kundenansprache bleibt da in der Regel wenig Zeit. Doch dass es auch anders geht, zeigt das Beispiel der GEWOBAU Wohnungsgenossenschaft Essen eG!



Das eigene Image entfalten: Der Jahresbericht 2010 der GEWOBAU überzeugt durch eine kreative Bild- und Textsprache.

men. Jedes Jahr werden andere Facetten unserer Genossenschaft in den Vordergrund gerückt, so dass wir über dieses Medium einen breiten und doch detaillierten Einblick in die Unternehmenskultur ermöglichen.“

Dass es sich im Falle der GEWOBAU durchaus lohnt, der sozialen Tätigkeit eine eigene Rubrik im Jahresbericht einzuräumen, zeigt sich allein daran, dass die vielen Quartiersentwicklungskonzepte, Kooperationen, Nachbarschaftstreffen und Förderprojekte im Bereich Kinder- und Jugendarbeit 2010 mit dem begehrten „Zukunftspreis der Immobilienwirtschaft“ ausgezeichnet wurden. Das geleistete Engagement, die soziale Verantwortung und die weitreichende Förderungen der Wohn- und Lebensqualität in Essen lieferten somit reichlich Stoff, um den Jahresbericht konzeptuell neu zu überarbeiten und optisch aufzuwerten.

„Das Motiv des Schmetterlings hat uns so überzeugt, dass wir es als verbindendes Element für den gesamten Jahresbericht genutzt haben“, erklärt Corina Avaria. „Es transportiert jene Wandlungsfähigkeit, die wir auch als Kennzeichen der GEWOBAU kommunizieren wollen.“ Aus diesem Grund wird der Schmetterling als Sinnbild der Entfaltung konsequent eingesetzt. Von der Raupe über die Puppe bis zum fertigen Schmetterling symbolisiert er immer wieder Entwicklungsschritte, die auch im Kontext einer nachhaltigen Wohnungsgenossenschaft passende Assoziationen entstehen lassen. Die Werte und das Selbstverständnis der Genossenschaft werden textlich mit den stimmungsvollen Bildern verwoben und im Hinblick auf die Kernaussage „Lebensräume entfalten“ fokussiert. Beständigkeit und Natürlichkeit werden zu jenen wertorientierten Assoziationsfeldern, in die sich auch die soziale und ökologische Ausrichtung der GEWOBAU harmonisch einfassen lässt.

Nimmt man den im Jahr 2011 erschienenen Jahresbericht der GEWOBAU in die Hand, spürt man gleich, dass er anders ist. Der assoziationsgeladene Titel „Lebensräume entfalten“, die schlicht-elegante Gestaltung, der Drucklack-Umriss eines Schmetterlings – auf den ersten Blick wird ersichtlich: Hier geht es um mehr als reine Informationsweitergabe.

Unternehmenssprecherin Corina Avaria ist zuständig für den Jahresbericht und erläutert: „Den neuen Bericht wollten wir ganz gezielt nutzen, um die Rolle der GEWOBAU für Essen herauszustellen – nicht nur in unserem Kerntätigkeitsfeld der Wohnraumversorgung, sondern eben auch als sozialer Förderer und Gestalter. Aus diesem Grund haben wir diesmal auch einen sozialen Tätigkeitsbericht mit aufgenommen.“

Lebensräume entfalten

Rolle der GEWOBAU für Essen heraus stellen

Für die Konzeption und Realisierung einer derart komplexen Gestaltungslinie nutzte die Essener Genossenschaft dabei die Erfahrung einer auf die nachhaltige Wohnungswirtschaft spezialisierten Marketing-Gesellschaft. „Unsere Partner von STOLPUNDFRIENDS realisieren bereits seit Jahren unser Kundenmagazin“, erläutert Frau Avaria. „Wir sind mit der Leistung sehr zufrieden und konnten uns also auf eine fachlich kompetente Unterstützung und eine gute Zusammenarbeit verlassen.“

Neben der konzeptuellen Denkleistung war es der GEWOBAU wichtig, mit jemandem zusammenzuarbeiten, der die Materie kennt und über reichlich Erfahrung im Erstellen von genossenschaftlichen Geschäftsberichten verfügt. „Wir fertigen Geschäfts- und Jahresberichte für zahlreiche zufriedene Kunden aus dem Bereich der nachhaltigen Wohnungswirtschaft“, fasst Kay Stolp, Geschäftsführer der Osnabrücker Marketing-Gesellschaft, diese Erfahrungen zusammen. „Dabei übernehmen wir auf Wunsch auch die komplette Realisierung – von den Texten und dem Layout über das Lektorat bis zum Druck und der lesefreundlichen Einstellung auf die Homepage sowie in den Bundesanzeiger. Diese Herangehensweise spart unseren Kunden viel Zeit, Geld und Nerven.“



Qualitativ hochwertige Geschäftsberichte sind keine Frage des Geldes, sondern der Erfahrung – spezialisierte Partner bieten erstklassige Ergebnisse.

„Jeder Geschäfts- oder Jahresbericht verfügt über Formalien, die einfach eingehalten werden müssen“, resümiert Corina Avaria mit Blick auf den erfolgreichen Imagetransfer. „Doch darüber hinaus bietet er eben auch die Möglichkeit, bestimmte Wesensmerkmale des Unternehmens in einer positiven, leserfreundlichen und hochwertigen Art und Weise zu kommunizieren. Angesichts der vielen positiven Resonanz ist uns diese Gradwanderung im Jahresbericht 2010 durchaus gelungen. Hier finden sich nicht nur die Fakten und Zahlen der GEWOBAU wieder, sondern auch das, was sie im Kern ausmacht: Dass wir nämlich nachhaltig und verantwortungsvoll das Leben der Menschen in Essen bereichern – und ihre Potenziale entfalten wollen.“ Ganz nach dem Motto „Never change a winning team“ funktioniert die Zusammenarbeit zwischen der GEWOBAU und STOLPUNDFRIENDS auch weiterhin perfekt – die Idee für den kommenden Geschäftsbericht 2012 steht und schon jetzt wird deutlich, dass es auch in diesem Jahr zu einem informativen, kreativen und authentischen Ergebnis kommen wird.

Mit diesem Dreiklang umreißt Kay Stolp deutlich jene Herausforderung, die sowohl im Rahmen von hochwertigen und imagnetisierenden Kundenmagazinen als auch Geschäftsberichten immer wieder gemeistert werden muss. Gerade das Verfassen und Lektorieren entsprechender Texte kostet den einzelnen Mitarbeiter nicht selten viel Mühe und nimmt ihm die Zeit für andere wichtige Aufgaben. Hier kann professionelle Unterstützung spürbare Entlastung bringen. Und auch die grafische Umsetzung kann hausintern oder auch von einer beauftragten Druckerei nie derart zielführend realisiert werden. Nur wenn Text- und Bildsprache harmonisch ineinandergreifen, entstehen Medien, die als edles Aushängeschild die Werte und Leistungen des Unternehmens widerspiegeln.

Das Leben der Menschen in Essen bereichern – und ihre Potenziale entfalten wollen