

- Editorial 3
- Führung/ Kommunikation 4
- Marketing 8
- Gebäude / Umfeld 15
- Veranstaltungen 26
- Personen 28



Wohnungsunternehmen im GdW: 18 Mrd. Euro für bezahlbares Wohnen investiert – Verlässlich für Mieter und Stabilitätsanker für die Wirtschaft

Mit 18 Mrd. Euro haben die Wohnungsunternehmen 2019 erneut eine Rekordsumme in den Neubau und die Bewirtschaftung bezahlbarer Wohnungen investiert. Mit 31.000 Wohnungen haben die GdW-Unternehmen 24 Prozent mehr als im Vorjahr und insgesamt 34 Prozent aller Mietwohnungen in Deutschland fertiggestellt. Damit ist die Wohnungswirtschaft, die ... [Seite 4](#)

Was macht sozialer Wohnungsbau mit Mietern? Ein Forschungsprojekt der Joseph-Stiftung und Hochschule Coburg – Ein Gespräch mit Studienleiter Marcus Hentschel

Welchen - über reine Rendite hinausgehenden - Mehrwert generiert sozialer Wohnungsbau? Und ist es möglich diesen Mehrwert zu messen und wenn ja, wie? Diese zwei zentralen Fragen standen im Mittelpunkt einer Zusammenarbeit der Joseph-Stiftung mit der Hochschule für angewandte Wissenschaften Coburg. In einer ersten Erhebung konnte Marcus Hentschel mit seinen Studierenden über zwei Semester einen modifizierten SROI-Ansatz (Social return on invest) entwickeln und erste interessante Erkenntnisse gewinnen. Hentschel, der über einen interdisziplinären Hintergrund aus Wirtschafts- und Finanzwissenschaft sowie philosophischen und ethischen ... [Seite 17](#)

ForeSight, eine Plattform für kontextsensitive, intelligente und zukunftsorientierte Smart Living Services – Aareon ist Konsortialpartner



Aareon, Europas führendes Beratungs- und Systemhaus für die Immobilienwirtschaft und deren Partner, hat gemeinsam mit 16 weiteren Konsorten die Konsortialvereinbarung für die Partnerschaft im Projekt ForeSight unterzeichnet. Als Konsortialpartner bringt der IT-Dienstleister seine langjährige Branchen- und Technologiekompetenz in das Projekt ein und arbeitet gemeinsam mit Unternehmen der Wohnungswirtschaft, ... [Seite 26](#)

Betriebskostenaktuell
Alles rund um die Wohnkosten

AVW | Ausgabe 05 | Mai 2020

Impressum: Herausgeber: Verlag für Wohnwirtschaftliche Verlags- und Druckvertriebsleistungen mbH, Berlin-Heiligensee

Redaktion: Dr. Gerd Wörner, Dr. Gerd Wörner, Dr. Gerd Wörner

Vertrieb: Dr. Gerd Wörner, Dr. Gerd Wörner, Dr. Gerd Wörner

AGB
Kontakt
Impressum
Mediadaten

Impressum
Wohnungswirtschaft heute
Verlagsgesellschaft mbH
© 2020

Chefredakteur
Gerd Wörner

siehe auch unter
www.wohnungswirtschaft-heute.de

Sonstige Themen: Wenn alle das Gleiche tun, ist das noch lange nicht dasselbe! Warum jede Wohnungsbaugenossenschaft auf Individualität und Unvergleichbarkeit setzen sollte | Leitungswasserschäden vermeiden - Schwerpunkt Wohnungswirtschaft 22. September 2020: VdS-Fachveranstaltung in Köln – jetzt anmelden

Wohnungswirtschaft heute.

Fakten und Lösungen für Profis



**EIN MEHR AN
ZUHAUSE-GEFÜHL.**

DAS SCHAFFT DIE GWG.

GWG

GIFHORNER
WOHNUNGSBAU-GENOSSENSCHAFT E.G.

gwg-gifhorn.de

Editorial

3 Liebe Leserinnen, liebe Leser. 18 Milliarden für bezahlbares Wohnen – Zensus verschoben

Führung / Kommunikation

4 Wohnungsunternehmen im GdW: 18 Mrd. Euro für bezahlbares Wohnen investiert – Verlässlich für Mieter und Stabilitätsanker für die Wirtschaft

Marketing

8 Wenn alle das Gleiche tun, ist das noch lange nicht dasselbe! Warum jede Wohnungsbaugenossenschaft auf Individualität und Unvergleichbarkeit setzen sollte

Gebäude / Umfeld

15 BSB und IfB-Studie zu Pfus am Bau – Seit Jahren immer gleiche Ausführungsmängel und Folgeschäden – 10 Beispiele zum Download

Führung / Kommunikation

17 Was macht sozialer Wohnungsbau mit Mietern? Ein Forschungsprojekt der Joseph-Stiftung und Hochschule Coburg – Ein Gespräch mit Studienleiter Marcus Hentschel

20 AGB – Allgemeine Geschäftsbedingungen schaffen mehr Sicherheit und Transparenz – Was ist zu beachten, Herr Drumann?

23 Cathrin Fuhrländer, Massimo Füllbeck: Praxisfälle für WEG-Verwalter - Um nach der anstehenden WEG-Reform den Durchblick zu behalten

24 ForeSight, eine Plattform für kontextsensitive, intelligente und zukunftsorientierte Smart Living Services - Aareon ist Konsortialpartner

Veranstaltungen

26 Leitungswasserschäden vermeiden - Schwerpunkt Wohnungswirtschaft 22. September 2020: VdS-Fachveranstaltung in Köln – jetzt anmelden

Personalien

28 Vonovia schafft 100 zusätzliche Ausbildungsplätze – jetzt bewerben

Editorial

Liebe Leserinnen, liebe Leser.

18 Milliarden für bezahlbares Wohnen – Zensus verschoben

18 Milliarden Euro haben die Wohnungsunternehmen und Genossenschaften im GdW letztes Jahr in bezahlbares Wohnen investiert. Das sind unter anderem rund 31.000 neue Wohnungen, 24 % mehr als 2018. In diesem Jahr rechnen die Unternehmen mit über 35.000 Wohnungen. Ein ganz wichtiger Beitrag zur Stabilität und zum Neustart unserer Wirtschaft in Corona-Zeiten.



Chefredakteur der Wohnungswirtschaft heute. Gerd Warda

Und trotzdem. **Ein Wehrmutstropfen zeigt sich.** Die Unternehmen im GdW hatten mit mehr Wohnungen gerechnet, aber die politischen Bremsen haben es nicht zugelassen. Hier sind nur einige genannt: Langwierige Planungs- und Genehmigungsverfahren, zu wenig und zu teures Bauland, steigende Baukosten und zu geringe Baukapazitäten. **Hier muss Politik zügig handeln, damit der Konjunkturmotor Wohnungswirtschaft nicht ins Stocken gerät.** Was zu tun ist und mehr Zahlen und Fakten ab **Seite 4**

Wo ich schon über bezahlbares Wohnen schreibe, noch ein Zitat von GdW-Präsident Axel Gedaschko: „**Bei der Wohnungswirtschaft wohnen Mieter sicher und auch in Ausnahmesituationen ohne Angst, ihre Wohnung zu verlieren.**“

Was bewirkt die Wohnsicherheit bei den Menschen? Diese Frage und andere Fragen rund um den sozialen Wohnungsbau gehen die **Josef Stiftung Bamberg** in Zusammenarbeit mit der **Hochschule Coburg** nach. Erste Ergebnisse lesen Sie ab **Seite 17**

Und noch ein Lickblick. Das Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat plant, den **Zensus 2021** um **ein Jahr zu**

verschieben. Darüber hat das Ministerium den Verband der Immobilienverwalter Deutschland (VDIV Deutschland) in einem Schreiben informiert. Das erforderliche Gesetzgebungsverfahren soll noch im Sommer eingeleitet werden, damit die Änderungen am Zensusgesetz rechtzeitig bis zum Jahresende in Kraft treten können. Das Ministerium reagiert mit der Verschiebung auch auf die wiederholte Forderung des Branchenverbandes.

Juli 2020. Ein neues Heft, mit neuen Inhalten.

Wenn alle das Gleiche tun, ist das noch lange nicht dasselbe! **Warum jede Wohnungsbaugenossenschaft auf Individualität und Unvergleichbarkeit setzen sollte** // BSB und IfB-Studie zu Pfüsch am Bau – **Seit Jahren immer gleiche Ausführungsmängel und Folgeschäden** – 10 Beispiele zum Downloaden // **AGB – Allgemeine Geschäftsbedingungen schaffen mehr Sicherheit und Transparenz** – Was ist zu beachten, Herr Drumann? // Cathrin Fuhrländer, Massimo Füllbeck: Praxisfälle für WEG-Verwalter -

Um nach der anstehenden WEG-Reform den Durchblick zu behalten // **ForeSight**, eine Plattform für kontextsensitive, intelligente und zukunftsorientierte Smart Living Services - **Aareon ist Konsortialpartner** // **Leitungswasserschäden vermeiden** - Schwerpunkt Wohnungswirtschaft 22. September 2020: VdS-Fachveranstaltung in Köln – jetzt anmelden // **Vonovia schafft 100 zusätzliche Ausbildungsplätze** – jetzt bewerben

Dies und vieles mehr..... klicken Sie mal rein!
Ihr Gerd Warda

Wie immer, bietet die führende Fachzeitschrift der Wohnungswirtschaft fundierte Beiträge, wie sie bei Printmedien kaum zu finden sind. Und Sie können jederzeit in unserem Archiv auf alle früheren Hefte zurückgreifen, ohne umständlich suchen zu müssen. So etwas bietet ihnen bisher kein anderes Medium der Wohnungswirtschaft.

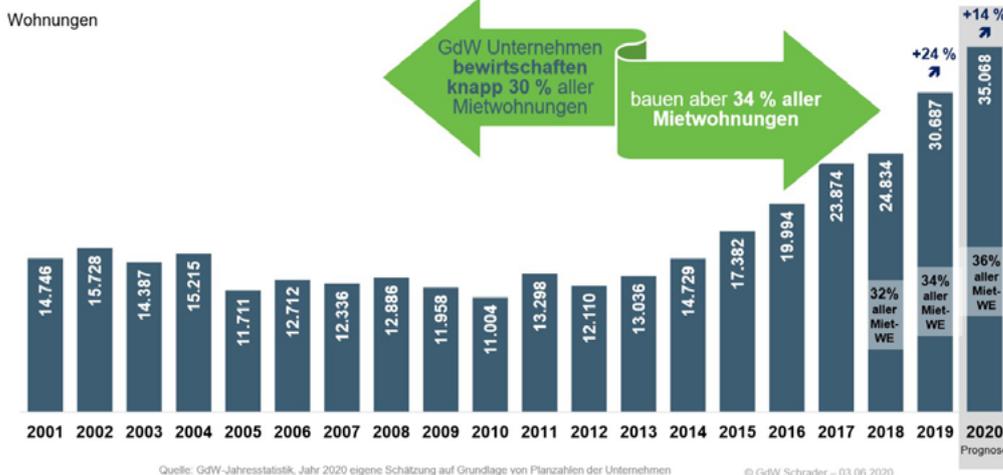
Unser nächstes **Heft 143** erscheint am **12. August 2020**

Führung / Kommunikation

Wohnungsunternehmen im GdW: 18 Mrd. Euro für bezahlbares Wohnen investiert – Verlässlich für Mieter und Stabilitätsanker für die Wirtschaft

Mit 18 Mrd. Euro haben die Wohnungsunternehmen 2019 erneut eine Rekordsumme in den Neubau und die Bewirtschaftung bezahlbarer Wohnungen investiert. Mit 31.000 Wohnungen haben die GdW-Unternehmen 24 Prozent mehr als im Vorjahr und insgesamt 34 Prozent aller Mietwohnungen in Deutschland fertiggestellt. Damit ist die Wohnungswirtschaft, die insgesamt 30 Prozent der Mietwohnungen in Deutschland bewirtschaftet, der Neubaumotor im Mietwohnungsbau und wichtiger Stabilitätsanker für die deutsche Wirtschaft.

Fertig gestellte Wohnungen 2001 – 2020 bei den vom GdW repräsentierten Unternehmen



Alle Grafiken sind entnommen aus der Präsentation „Daten und Trends der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft 2019/2020“ von GdW Präsident Axel Gedaschko. **KLICKEN Sie auf die Grafik oben und das gesamte Zahlenwerk öffnet sich als PDF.**

Insgesamt sind die Investitionen aber erneut hinter den Erwartungen zurückgeblieben. Die Unternehmen hatten für 2019 mit 4.000 mehr fertiggestellten Wohnungen gerechnet. Bundesweit sind nur 56 Prozent des eigentlichen Bedarfs von 78.000 neuen Wohnungen pro Jahr entstanden. Bei den Sozialwohnungen wurden sogar nur 32 Prozent der eigentlich jährlich notwendigen 80.000 neuen geförderten Mietwohnungen errichtet. Für die geplanten Investitionen in die Modernisierung und den Erhalt bestehender Wohnungen prognostizierten die Unternehmen schon vor der Corona-Krise einen Rückgang von 1,1 Prozent.

Die Zukunftsaussichten der Branche sind getrübt. Grund sind die schlechten Voraussetzungen für Investitionen in den Wohnungsbau und -erhalt in Deutschland. „Langwierige Planungs- und Genehmigungsverfahren, zu wenig und zu teures Bauland, steigende Baukosten und zu geringe Baukapazitäten hindern die Wohnungswirtschaft an einem noch größeren Einsatz für die Zukunft des Wohnens. Und für das laufende Jahr kommen die wirtschaftlichen Auswirkungen der Corona-Krise deutlich erschwerend hinzu“, sagt Axel Gedaschko, Präsident des Spitzenverbandes der Wohnungswirtschaft GdW.

Die Wohnungsunternehmen in Deutschland bieten ihren Mietern aber auch in Krisenzeiten weiterhin gutes und sicheres Wohnen zu günstigen Mieten. Die Mitglieder haben gemeinsam mit ihren Mietern seit

Beginn der Krise partnerschaftlich individuelle Lösungen für diejenigen in finanziellen Notsituationen entwickelt und gefunden. „Bei der Wohnungswirtschaft wohnen Mieter sicher und auch in Ausnahmesituationen ohne Angst, ihre Wohnung zu verlieren“, sagt Gedaschko.

Die Branche geht bislang stabil durch die coronabedingte Wirtschaftskrise. Damit die Wohnungswirtschaft auch **über die Krisenzeit hinaus ein Konjunkturmotor bleibt, muss die Politik zügig handeln: Planungs- und Bauverfahren müssen digitalisiert** und dadurch beschleunigt werden. Es muss dauerhafte steuerliche Verbesserungen für den Wohnungsbau geben. Die Branche **benötigt eine aktive und vorausschauende Liegenschafts- und Bodenpolitik** der Städte.

Die Genehmigungskapazitäten in den Ämtern müssen erhöht und die **Ergebnisse der Baukostensenkungskommission aus der vergangenen Legislaturperiode umgesetzt werden.** Das **Wohngeld** muss verbessert und die **Antragsverfahren digitalisiert, vereinfacht und beschleunigt werden.** Um die einkommensschwächsten Haushalte beim Wohnen angemessen zu unterstützen, muss die soziale Wohnraumförderung auf jährlich 5 Mrd. Euro erhöht und von Bund und Ländern zu gleichen Teilen kofinanziert werden. „Immer neue Regulierungen von **Mietendeckeln bis hin zu Enteignungsphantasien bewirken statt der gewünschten Preissenkungen genau das Gegenteil:** noch weniger Wohnungsbau und damit noch weniger bezahlbarer Wohnraum für die Menschen in Deutschland“, sagt der GdW Präsident.

Der GdW Bundesverband deutscher Wohnungs- und Immobilienunternehmen vertritt als größter deutscher Branchendachverband bundesweit und auf europäischer Ebene rund 3.000 kommunale, genossenschaftliche, kirchliche, privatwirtschaftliche, Landes- und bundeseigene Wohnungsunternehmen. Sie bewirtschaften rd. 6 Mio. Wohnungen, in denen über 13 Mio. Menschen wohnen. Der GdW repräsentiert damit Wohnungsunternehmen, die fast 30 Prozent aller Mietwohnungen in Deutschland bewirtschaften.

Wohnungsunternehmen im GdW bremsen bundesweite Mietentwicklung –

Mietausfälle bleiben im Verlauf der Krise gering

Mietausfälle bestätigen sich in der Wohnungswirtschaft im Bereich der Wohnungsvermietung bislang kaum. Nach der neuesten Umfrage unter den Mitgliedern des GdW und seiner Regionalverbände liegen die Zahlungsausfälle bei 0,62 Prozent der Mietverhältnisse. Mit Stundungsanträgen kamen Mieter nur in 0,33 Prozent aller Mietverhältnisse auf ihr Wohnungsunternehmen zu. Das traditionell gute Mieter-Vermieter-Verhältnis in der Wohnungswirtschaft zahlt sich in Krisenzeiten ebenso aus, wie die vergleichsweise günstigen Mieten der Wohnungsunternehmen.



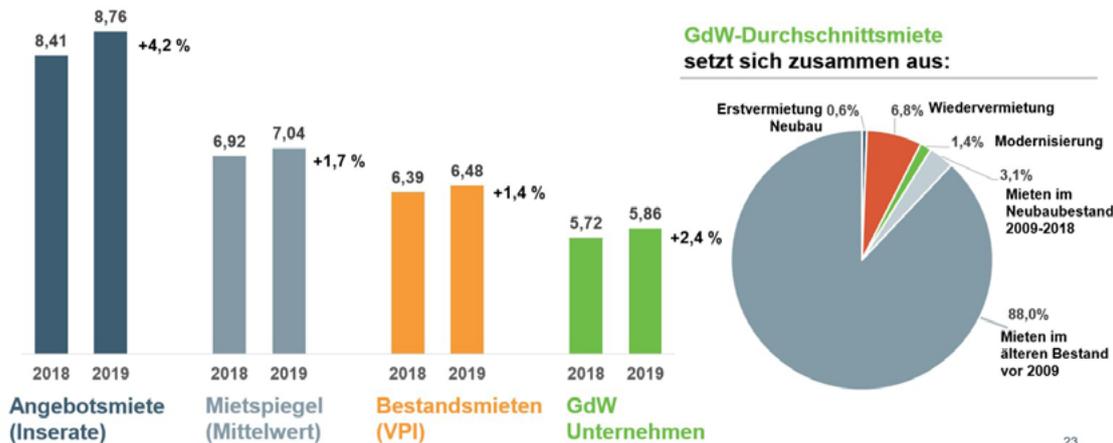
WIE ENTWICKELT SICH WOHNEN?

Der Pestel-Wohnmonitor liefert Antworten. Gezielt und exklusiv für Ihre Region

Mientwicklung 2019 in unterschiedlichen Segmenten im Vergleich zu den Unternehmen des GdW



in Euro/qm



23

Die Nettokaltmieten lagen bei den GdW-Unternehmen im abgelaufenen Geschäftsjahr bei 5,86 Euro pro Quadratmeter. Damit lag das Wohnen bei GdW-Unternehmen im Schnitt 17 Prozent unter dem bundesweiten Mietspiegelniveau von 7,04 Euro pro Quadratmeter. Demnach zahlten Mieter bei einer Wohnfläche von 70 Quadratmetern **bei GdW-Unternehmen gesamt 991 Euro weniger im Jahr als der Durchschnitt aller Mieterhaushalte.** „Unsere Unternehmen sind **Garant für günstiges Wohnen**, obwohl sie überdurchschnittlich viel in den Wohnungsneubau sowie in die Zukunftsfähigkeit ihrer bestehenden Wohnungen investieren. So bremsen unsere Wohnungsunternehmen die Mietentwicklung in Deutschland und sorgen für Beruhigung auf den vielerorts angespannten Wohnungsmärkten“, sagt Gedaschko.

Energetisches Sanieren in der Legitimationskrise – Wohnungswirtschaft fordert Deutschland-Plan für klimaschonendes und bezahlbares Wohnen 4.0

Um die staatlichen Vorgaben im Bereich Energieeffizienz zu erfüllen und letztlich die Klimaziele zu erreichen, waren die Wohnungsunternehmen in den vergangenen Jahren gezwungen, viele ihrer Wohnungen zu sehr hohen Kosten energetisch zu sanieren. Bei den Mietern ist aber aufgrund der **stark gestiegenen Energiepreise am Ende kaum eine Ersparnis angekommen.**

Deutschland-Plan für klimaschonendes & bezahlbares Wohnen 4.0



Klimaschutz der Vergangenheit sah so aus:

Mrd.-Investitionen seit Jahren ↔ Energieverbrauch der Gebäude sinkt nicht weiter

Klimaschutz der Zukunft sieht so aus:

- Energieerzeugung muss **dezentral & CO₂-arm** werden
- dafür notwendig: Wohnungsunternehmen in die Lage versetzen, zu handeln
- **GEG** zeigt Weg auf, wie es u.a. mit Innovationsklausel funktionieren kann
- steuerliche Bremsen beim **Mieterstrom** endlich lösen
- **Verbraucherverhalten** muss adressiert werden



Seit 2010 haben die Wohnungsunternehmen insgesamt über **340 Mrd. Euro in die energetische Modernisierung investiert**. Während der Energieverbrauch der Haushalte im Zeitraum davor, von 1990 bis 2010, um insgesamt 31 Prozent zurückgegangen ist, stagniert er seit 2010 trotz der massiven Investitionen und verharrt auf demselben Niveau. **Seit 10 Jahren führen die massiven Investitionen in steigende Effizienz von neuen und bestehenden Wohnungen nicht zu der gewünschten Energieeinsparung**. Deshalb fordert die Wohnungswirtschaft in der Klimapolitik einen Deutschland-Plan für klimaschonendes und bezahlbares Wohnen: weg von immer teureren energetischen Sanierungen und immer mehr Dämmung hin zu **dezentraler, CO₂-armer Energieerzeugung und digitaler Vermeidungstechnik**. Das kürzlich vom Deutschen Bundestag verabschiedete Gebäudeenergiegesetz (GEG) ist hierfür ein erster wegweisender Schritt in die richtige Richtung und damit ein großer Erfolg für den Klimaschutz und das bezahlbare Erreichen der Klimaziele im Wohngebäudebereich. „**Der grobe Unfug immer weiterer Verschärfungen an die Energieeffizienz von Gebäuden**, die bis zuletzt von vielen gefordert und von Teilen der Regierung gewollt waren, **haben mit dem GEG vorerst ein Ende gefunden** und wurden teilweise in eine wegweisende neue Richtung umgekehrt. In diesem Sinne muss es weitergehen“, sagt Gedaschko.

Andreas Schichel

Damit Käufer und Mieter sich schon vor dem Einzug

wohl fühlen.

Exposés, Online-Vermarktung,
Vermietungsförderung

stolp+friends
Immobilienmarketing
seit 1989

Fon 0541 800493-0 | www.stolpundfriends.de

Marketing

Wenn alle das Gleiche tun, ist das noch lange nicht dasselbe! Warum jede Wohnungsbaugenossenschaft auf Individualität und Unvergleichbarkeit setzen sollte

Jeder Mensch ist einzigartig und das ist auch gut so – denn unterschiedliche Erscheinungsbilder und Ansichten machen die Welt zu einem interessanten und lebenswerten Ort. Und was für Menschen gilt, ist auch für Wohnungsbaugenossenschaften von großer Bedeutung: Alle Wohnungsbaugenossenschaften verfügen zwar über ähnliche Werte – doch: individuelle Vorstände, Mitarbeiter, Mitglieder und Mieter sowie standortspezifische Rahmenbedingungen verleihen jeder von ihnen einen einzigartigen Charakter. Damit jede Wohnungsbaugenossenschaft auch ihre spezifischen Ziele erreicht, ist ein individuelles Profil mit eigenen Schwerpunkten von großer Bedeutung. Und helfen kann dabei ein professionelles Marketingkonzept.

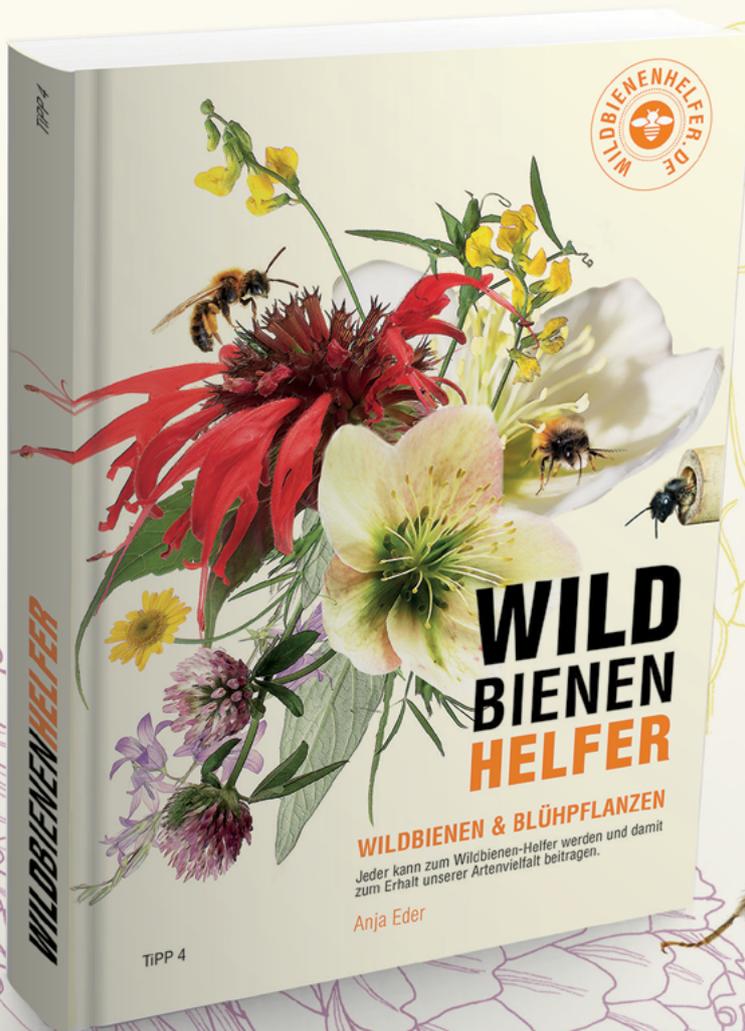
Wohnungsbaugenossenschaften prägen das Wohnen in Deutschland seit mehr als hundert Jahren und haben eines gemeinsam: Sie setzen anstelle von Gewinnmaximierung darauf, ihren Mitgliedern und Mietern ein hohes Maß an Wohn- sowie Lebensqualität zu bieten. Dieses Ziel erreichen sie, indem sie die erwirtschafteten Überschüsse in die Erhaltung und Modernisierung der Bestände oder in den Neubau investieren. Die **Marketinginitiative der Wohnungsbaugenossenschaften Deutschland e. V.** betrachtet es als ihre Aufgabe, diese gemeinsamen Werte von Wohnungsbaugenossenschaften in Deutschland bekannter zu machen und ein allgemeines Bewusstsein für das genossenschaftliche Wohnen zu schaffen. Das gemeinsame Marketing ist eine wertvolle Möglichkeit, um die Marke „**Wohnungsbaugenossenschaften**“ zu stärken

Und warum dann eigentlich ein individuelles Marketingkonzept?

Neben verbindenden Elementen, wie der Bereitstellung von gutem und bezahlbarem Wohnraum, verfügt aber auch jede Wohnungsbaugenossenschaft über spezielle Eigenschaften und Alleinstellungsmerkmale (USP), die sie einzigartig machen. Diese Individualität gilt es, effektiv für sich zu nutzen und in das eigene Marketingkonzept zu integrieren. Wohnungsbaugenossenschaften, die über ein solches Konzept verfügen, haben nicht nur einen wichtigen Leitfaden für all ihre öffentlichkeitswirksamen Kommunikationsmaßnahmen, sondern grenzen sich auch mit Leichtigkeit gegenüber Mitbewerbern ab. Ihnen gelingt es, das eigene Wohnungs- und Serviceangebot sowie Neubauprojekte zielgruppengerecht zu präsentieren. Insbesondere die Corporate Identity und ein unverwechselbares Corporate Design mit Wiedererkennungswert gehören zu den Basisinstrumenten eines erfolgreichen Marketingkonzeptes. Sie sorgen unter anderem für ein modernes sowie vertrauenswürdiges Image: in der heutigen Zeit wichtiger denn je.

Mehr Bekanntheit dank einzigartigem Marketingkonzept: Wie das gelingt, zeigt die Wohnstätten Wanne-Eickel eG

Eine Erfolgsgeschichte aus dem nordrhein-westfälischen Herne: Im Jahr 2015 entwickelte die **Wohnstätten Wanne-Eickel eG**, damals noch unter dem Namen **Gemeinnützige Wohnstättengenossenschaft Wanne-**



DAS BUCH ÜBER WILDBIENEN & BLÜHPFLANZEN

Jeder kann zum Wildbienen-Helfer werden und damit zum Erhalt unserer Artenvielfalt beitragen.

Kaum einer kennt sie – ihre Vielfalt ist atemberaubend. Auch in unseren heimischen Gärten. Aber: Die unersetzlichen Bestäuber sind ernsthaft bedroht. Wie jeder von uns Wildbienen helfen kann, steht in diesem Buch.

Wie erkenne ich Wildbienen und welche Pflanzen brauchen sie? Das sind die Themen dieses Buches. Nach Monaten gegliedert, führt es durch die Wildbienensaison. Es schärft den Blick auf die teilweise recht unscheinbaren Wildbienenarten und auf unsere heimischen Blühpflanzen.

Es macht jeden – der will – zum Wildbienenhelfer. Denn letztlich kann man nur schützen, was man kennt.

Ein Buch für Entdecker und alle, denen unsere Artenvielfalt am Herzen liegt.

Anja Eder / 248 Seiten / Hardcover / Verlag: TiPP 4 GmbH / Rheinbach

Bestellungen unter:
www.schleswig-holstein.sh/kiosk/wildbienenhelfer

Darüber informiert Sie dieses Buch:

- Vorkommen und Flugzeit heimischer Wildbienen
- Blütenbesuch / Lebensraum / Lebensweise
- Originalgröße der Bienen als Grafik
- Blühmonat wichtiger Bienenpflanzen
- Angabe über Nektar- und Pollengehalt
- Die wichtigsten, heimischen Blühpflanzen für oligolektische Wildbienen
- Nisthilfen / Kuckucksbienen / invasive Pflanzen

Mit dem Kauf dieses Buches unterstützen Sie das Projekt „Zukunft für Wildbienen & Co“ der Deutschen Umwelthilfe. Ein Euro je Exemplar wird gespendet.

Eickel eG, ein neues **ganzheitliches Marketingkonzept**. Der Grund dafür war, dass vielen Nichtmitgliedern vor Ort die Wohnungsgenossenschaft und ihr Angebot zu diesem Zeitpunkt unbekannt waren. Die Entwicklung einer Kommunikationsstrategie sollte das Image der **Wohnstätten Wanne-Eickel eG** schärfen und ihre wirtschaftliche Handlungsfähigkeit nachhaltig sicherstellen. Ein wichtiges Ziel war zudem, mehr Interesse bei einer werteorientierten und einkommenstabilen Zielgruppe zu wecken.



Familien und ihre Werte stehen im Fokus des Marketingkonzeptes der Wohnstätten Wanne-Eickel eG. Das greift auch der Mieterordner auf, der alle wichtigen Informationen rund ums Wohnen für Neumieter und Bestandsmieter bereithält.

Eine zentrale Maßnahme, um dieses Ziel zu erreichen, stellte eine im Marketingkonzept festgelegte Namensänderung dar. So wurde die „Gemeinnützige Wohnstättengenossenschaft Wanne-Eickel eG“ zum 1. Januar 2017 zur „**Wohnstätten Wanne-Eickel eG**“. Der neue Name ist griffiger, alltagstauglicher und vor allem formal-juristisch korrekter, da die Gemeinnützigkeit für Wohnungsunternehmen seit dem Ende der Achtzigerjahre nicht mehr existiert. Zudem legte die **Wohnstätten Wanne-Eickel eG** in ihrem Marketingkonzept fest, sich in Zukunft neu zu positionieren. Nicht mehr Wohnungen, sondern das Wohnen selbst, Qualität und Familien rückten bei gezielten Werbekampagnen mit Plakaten und Postkarten in den Mittelpunkt. Das Ergebnis des Marketingkonzeptes der **Wohnstätten Wanne-Eickel eG** ist beeindruckend: Bei einer Passantenbefragung in Herne im Januar 2015 gab lediglich ein Viertel der Befragten an, die **Wohnstätten Wanne-Eickel eG** zu kennen. Nach der erfolgreichen Umsetzung der ersten Marketingmaßnahmen aus dem neuen Konzept änderte sich das grundlegend. Die **Wohnstätten Wanne-Eickel eG** gehört mittlerweile zu einer festen Größe in Herne und verwendet die in ihrem Marketingkonzept festgelegten Strategien weiterhin zielführend und als „roten Faden“ in unterschiedlichen Bereichen.

Das neue Marketingkonzept der Gifhorner Wohnungsbau-Genossenschaft eG sorgt für frischen Wind

Altbewährtes mit neuen Ideen kombinieren: Das ist die Grundlage des Marketingkonzeptes, welches die **Gifhorner Wohnungsbau-Genossenschaft eG (GWG)** im Jahr 2008 entwickelte. In einem ersten Schritt legte das Marketingkonzept eine dezente, jedoch wirksame Modernisierung des **GWG-Logos** sowie des Claims „Mehr als gewohnt“ fest. Das Ziel dieser Optimierung war, das bisherige Image der **GWG** als „graue Maus“ abzulegen und in Gifhorn stattdessen als Genossenschaft zum führenden Anbieter von bezahlbaren Wohnungen sowie wohn- und lebensbegleitenden Services zu werden.



Das erfolgreiche Marketingkonzept der Gifhorner Wohnungsbau-Genossenschaft eG vereint genossenschaftliche Werte mit einem modernen zielgruppenorientierten Design.

Neben den visuellen Optimierungen am Erscheinungsbild hatte das Marketingkonzept der **GWG** eine weitere strategische Aufgabe: die genossenschaftlichen Eigenschaften wie Solidarität und Transparenz offensiver und vor allem zielgruppenorientierter zu kommunizieren – denn gerade jungen Menschen sind diese Werte auch heute noch wichtig. Herausgestellt wurden diese wertvollen Eigenschaften unter anderem in Anzeigen, Broschüren und Faltblättern, aber auch auf der neuen Internetseite der **GWG**. Darüber hinaus entschloss sich die **GWG**, eine Kooperation mit einem wichtigen Sportverein in der Region einzugehen: dem MTV Gifhorn. Alle Mitglieder der **GWG** erhalten attraktive Sonderkonditionen für Kurse und Aktivitäten beim MTV Gifhorn. Gleichzeitig freut sich die **GWG** als Sponsor des Vereins über ein namensgleiches Sportstadion, dem **GWG-Stadion** im Sportpark Flutmulde in Gifhorn.

Der Erfolg des Marketingkonzeptes der **GWG** spricht für sich. Dank der Modernisierung des **GWG-Logos** und eines Slogans wirkt die Genossenschaft frischer und einladender. Gezielte wirkungsvolle Werbemaßnahmen steigerten die Bekanntheit der Genossenschaft. Seit der Entwicklung und Umsetzung des Marketingkonzeptes ist die Marke **GWG** ein fester Bestandteil der Gifhorner Wohnungswirtschaft: Sie steht für einen fairen genossenschaftlichen Vermieter, der adäquaten und bezahlbaren Wohnraum für breite Bevölkerungsschichten zur Verfügung stellt.

Auch das Beispiel der LebensRäume Hoyerswerda eG zeigt: Ein cleveres Neubau-Markenkonzept verleiht einer Genossenschaft Flügel

Ein Beispiel für ein gelungenes Neubau-Markenkonzept sind LebensRäume Hoyerswerda eG mit ihrem Neubauprojekt CocoonLiving. Die LebensRäume Hoyerswerda eG baute im Jahr 2019 zwei neue Häuser mit achtzehn barrierearmen Wohnungen auf einem 3.300 Quadratmeter großen Grundstück in der Heinrich-Mann-Straße in der Neustadt von Hoyerswerda. Mit ihrem Konzept wollte die Genossenschaft nicht nur den Neubau CocoonLiving bewerben, sondern auch die Dachmarke LebensRäume Hoyerswerda eG stärken und die Beliebtheit des Wohnstandorts Neustadt steigern – denn sein Ansehen hatte seit dem Ende der DDR aufgrund von Plattenbauten und dem Abriss ganzer Wohnkomplexe stark gelitten.



Logo und Slogan des Neubauprojektes CocoonLiving sind ein wichtiges Element der kommunikativen Aktivitäten. Sie verleihen unter anderem dem Exposé einen aufmerksamkeitsregenden Charakter.

Ein zentrales Element des Neubau-Markenkonzeptes der LebensRäume Hoyerswerda eG ist ein bunter Schmetterling, der die Farben der Wohnungsgenossenschaft aufgreift. Der Schmetterling unterstreicht den ökologischen Aspekt des Bauvorhabens und symbolisiert die gewünschte Entwicklung der Neustadt in Hoyerswerda: von einem unterschätzten und von Abriss bedrohten Stadtteil hin zu einem attraktiven Wohngebiet, das zum Wohlfühlen einlädt. Auch der im Marketingkonzept festgelegte Slogan „Die Evolution des Wohnens“ greift diese Weiterentwicklung der Neustadt auf und versinnbildlicht die geplante Weiterentwicklung der Genossenschaft als Ganzes.

Um viele potenzielle Mieter zu erreichen, wurde frühzeitig im Rahmen eines Gesamtkonzeptes mit unterschiedlichen Marketingaktivitäten für den Neubau CocoonLiving begonnen: zum Beispiel mit dem gezielten Verteilen von Broschüren, Platzieren von Plakaten und einer Projekt-Landingpage auf der Website der Wohnungsbaugenossenschaft. Das Ergebnis des mehrschichtig geplanten Marketingkonzeptes kann sich sehen lassen: Bereits vor Baubeginn im April 2019 war das Interesse an den beiden Mehrfamilienhäusern riesengroß. Schnell waren alle achtzehn Wohnungen vermietet. Im vergangenen Mai zogen die ersten glücklichen Bewohner in ihre Wohnungen.

Gezielt Wunschmieter ansprechen: Das Albert-Schweitzer-Carré der Wohnstätten Wanne-Eickel eG zeigt, was geht

Ein anderes Neubauprojekt, ein anderes Konzept: Die **Wohnstätten Wanne-Eickel eG** investierte von 2017 bis 2020 rund 25 Millionen Euro in den Bau des Albert-Schweitzer-Carrés. Hierbei handelt es sich um

ein Quartier in Herne mit neunzig Wohneinheiten und zwei Seniorenwohngruppen. Die Wohnungen des Albert-Schweitzer-Carrés richten sich an alle Generationen und verbinden hohen Wohnkomfort mit ökologischer Nachhaltigkeit.



Das Projektexposé für das Albert-Schweitzer-Carré spricht unterschiedliche Zielgruppen an. Es trug maßgeblich dazu bei, schon vor Baubeginn hunderte Anfragen von Mietinteressenten zu generieren. Grafiken: stolp+friends

Ein Wunsch der **Wohnstätten Wanne-Eickel eG** für das Albert-Schweitzer-Carré war, zeitnah mit einem bis ins Detail organisierten Vermietungsmanagement möglichst viele Anfragen von Wunschnutzern zu generieren und diese zu verbindlichen Interessenten zu machen. Die Genossenschaft hielt dieses Ziel in ihrem Marketingkonzept fest und entschied, ihre Werbe- und Kommunikationsaktivitäten in drei Phasen einzuteilen. Zu den Maßnahmen gehörten – neben Berichten in der Tagespresse und im Mietermagazin „unter uns“ – auch Mailings an die Mieter mit einer Umfrage. Dadurch holte die **Wohnstätten Wanne-Eickel eG** frühzeitig Feedback potenzieller Nutzer ein und passte das Wohnungsangebot noch in der Planungsphase genau auf die Bedürfnisse der zukünftigen Bewohner an. Die Rückmeldungen zeigten beispielsweise, dass sich das Interesse an den ursprünglich vorgesehenen Mehrgenerationen-Doppelhaushälften in Grenzen hielt. Darum ersetzte die **Wohnstätten Wanne-Eickel eG** die geplanten Doppelhaushälften durch konventionelle Wohnungen.

Das Konzept für das Albert-Schweitzer-Carré war von Erfolg gekrönt: Schon während der Umsetzung des Marketingkonzeptes erhielt die **Wohnstätten Wanne-Eickel eG** mehrere Hundert Anfragen von Wunsch-Mietinteressenten.

„Wer aufhört, besser zu werden, hat aufgehört, gut zu sein“

Dieses Zitat des deutschen Industriellen und Politikers Philip Rosenthal gibt wichtige Impulse für Wohnungsbaugenossenschaften: Auch in wirtschaftlich guten Zeiten, die von Vollvermietung geprägt sind, ist es für Wohnungsbaugenossenschaften trotzdem wichtig, sich aktiv weiterzuentwickeln. Denn nur wer sich heute optimal aufstellt, kann flexibel auf die Herausforderungen von morgen reagieren – und findet Antworten auf alle jene gesellschaftlichen und umweltbedingten Fragen, die die Wohnungswirtschaft umtreiben.

Die **Wohnstätten Wanne-Eickel eG**, die **Gifhorner Wohnungsbau-Genossenschaft eG** und die **LebensRäume Hoyerswerda eG** sind drei beispielhafte Genossenschaften, die mit gutem Vorbild vorangehen. Dank ihren Marketingkonzepten ist es ihnen in den vergangenen Jahren gelungen, Lösungen für ihre Bedürfnisse sowie die ihrer Mitglieder und Mieter zu entwickeln. Professionelle Verstärkung erhielten die Wohnstätten Wanne-Eickel eG, die Gifhorner Wohnungsbau-Genossenschaft eG und die LebensRäume Hoyerswerda eG von stolp+friends – dem führenden Kommunikationsdienstleister u. a. für Wohnungsbaugenossenschaften in ganz Deutschland. „Die Zusammenarbeit mit stolp+friends hat unserer Genossenschaft einen anhal-

tenden Bekanntheits- und Imageschub verschafft“, beschreibt Andreas Otto, geschäftsführender Vorstand der Gifhorner Wohnungsbau-Genossenschaft eG, die Leistungen von stolp+friends. Lobende Worte findet auch **Axel Fietzek, Vorstandsvorsitzender der LebensRäume Hoyerswerda eG**, für die Expertise der Kommunikationsprofis aus Osnabrück: „Wie stolp+friends unsere Idee von CocoonLiving weiterentwickelt und umgesetzt hat, zeigt, dass hier Profis am Werk sind. Das Team weiß, worauf es bei Neubauprojekten wie diesem ankommt, das mussten wir ihm nicht umständlich erklären. Das Kommunikationskonzept ist durchdacht, zielführend und stärkt unsere Position in der Öffentlichkeit.“

Annika Molsbeck ist Texterin bei stolp+friends. Der Kommunikationsdienstleister entwickelt u. a. für Wohnungsbaugenossenschaften aus ganz Deutschland individuelle, zielgruppenorientierte Konzepte zur Marken- und Imageförderung, für digitale Produkte, für die Mieter- und Mitarbeiterkommunikation sowie für kleine und große Neubauprojekte.

Eine klare Strategie für Ihr Marketing – dank integriertem Marketingkonzept oder Neubau-Markenkonzept

Damit Marketingkonzepte ihre Ziele auch nachhaltig erreichen, sollten Wohnungsbaugenossenschaften von Anfang an auf sachkundige Unterstützung setzen – vor allem, um von dem professionellen Blick eines Branchenspezialisten von außen zu profitieren. stolp+friends verfügt über mehr als zwanzig Jahre Erfahrung in der Entwicklung von integrierten Marketingkonzepten für Wohnungsbaugenossenschaften. Auch die Kreation von Neubau-Markenkonzepten, welche die Dachmarke der jeweiligen Wohnungsbaugenossenschaft stärken, gehört zu den Spezialgebieten von stolp+friends.

Die Kommunikationsprofis aus Osnabrück analysieren den Ist-Zustand von Zielgruppe, Wohnungs- und Serviceangeboten sowie bisherigen Kommunikationsmaßnahmen ihrer Auftraggeber, um anhand von gemeinsam definierten Zielen ein nachhaltig erfolgreiches Marketingkonzept oder Neubau-Markenkonzept zu entwickeln. Die Konzepte von stolp+friends sind dabei immer passgenau auf die jeweiligen Bedürfnisse von Wohnungsbaugenossenschaften und deren Standorte zugeschnitten. Sie bieten zahlreiche bewährte sowie kreative Ideen: für Themen wie die Bestands- und Serviceentwicklung, das Interessentenmanagement, die interne Mitarbeiter- und Mitgliederkommunikation sowie den gezielten Auf- und Ausbau des Images in der Öffentlichkeit.

Mehr als achtzig Wohnungsbaugenossenschaften aus ganz Deutschland gehören bereits zu den Auftraggebern von stolp+friends. Und es geht weiter: Gemeinsam mit kompetenten Netzwerkpartnern, zu denen u. a. das renommierte Pestel-Institut aus Hannover gehört, wird stolp+friends auch in der Zukunft Antworten auf die Fragen und Herausforderungen der Wohnungswirtschaft finden und weitergeben ...

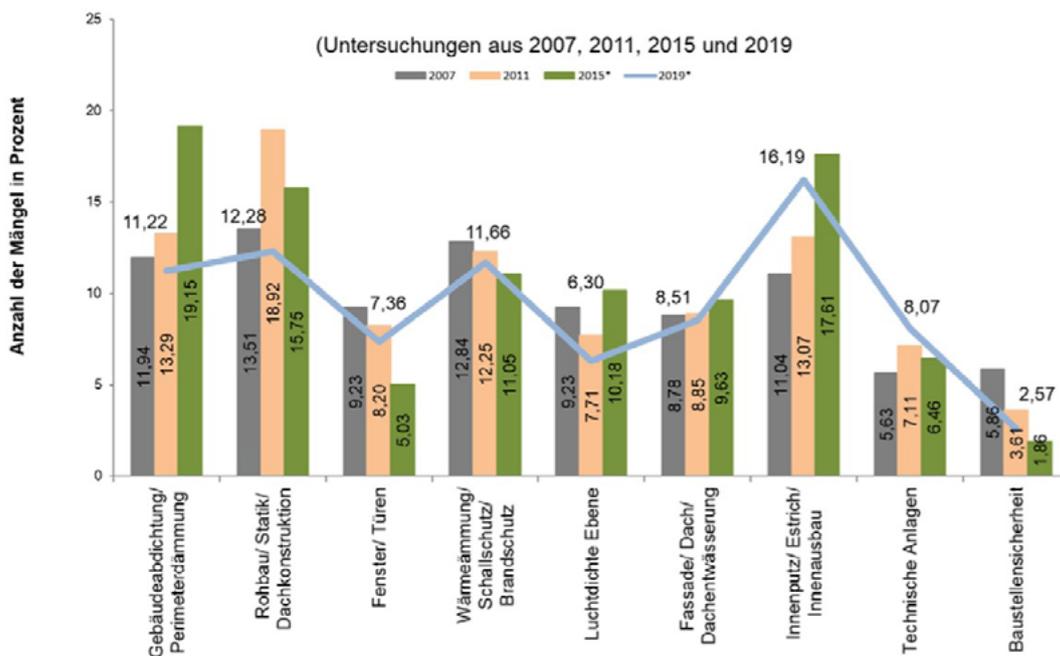
Annika Molsbeck

Gebäude / Umfeld

BSB und IfB-Studie zu Pfusch am Bau – Seit Jahren immer gleiche Ausführungsmängel und Folgeschäden – 10 Beispiele zum Download

Langzeituntersuchungen zeigen, dass beim Ein- und Zweifamilienhausbau seit Jahren die immer gleichen Ausführungsmängel und Folgeschäden auftreten. Darauf macht eine aktuelle Kurzstudie des Bauherren-Schutzbund e.V. (BSB) und des Instituts für Bauforschung (IfB) aufmerksam. Bauherren sollten hier genau hinschauen.

Vergleich der Mängelschwerpunkte nach Bereichen / Gewerke



100 Bauvorhaben / * ohne Mängel zum Zeitpunkt der Abnahme

Festgestellt Mängel. Zuordnung nach Bereichen bzw. Gewerken //

Seit vielen Jahren führt der BSB Studien zu Mängelschwerpunkten und Schadenssummen bei privaten Bauvorhaben durch. Eine aktuelle Langzeituntersuchung, die auch Versicherungs-Haftpflichtschäden berücksichtigt, nennt nun zehn typische Mängelschwerpunkte beim Ein- und Zweifamilienhausbau, aus denen kostenintensive Folgeschäden erwachsen können. Oft liegen die Mängel in der Bauausführung, aber auch im Bereich Planung, Koordination und Bauüberwachung.

Mängel meist Ausführungsfehler

„Bauherren sind keine Bittsteller. Jeder hat das Recht auf ein mangelfreies Werk, das vom Auftragnehmer erbracht werden muss“, sagt BSB-Geschäftsführer Florian Becker. „Werden die Mängel nicht rechtzeitig erkannt und Folgeschäden erst nach der Abnahme oder im schlimmsten Fall nach der Gewährleistung bemerkt, können Bauherren schnell auf den Schadenskosten sitzen bleiben.“ Einen Anspruch auf Mängelbeseitigung haben Bauherren immer, wenn die Leistung nicht vertragsgemäß ist und die Ausführung nicht den anerkannten Regeln der Technik entspricht. Damit Bauherren die gängigsten Fehler frühzeitig erkennen, fasst die Studie die zehn häufigsten Mängel exemplarisch zusammen und gibt Tipps für die Beseitigung und die Schadenregulierung. „Wer auf Nummer sicher gehen will, beauftragt eine professionelle Baubegleitung. Wichtig ist auch, vor dem Ende der Gewährleistungszeit einen Check durchzuführen. Das ist die letzten Chance, Mängel geltend zu machen“, so Becker.

— Kurzstudie

Die 10 häufigsten Mängel bei der Errichtung von Ein- und Zweifamilienhäusern (vermeiden)

Gemeinschaftsprojekt vom Institut für Bauforschung e.V. und dem Bauherren-Schutzbund e.V.

12.05.2020



Zur Beschreibung und Bild der häufigsten Mängel und Bauschäden **KLICKEN Sie einfach auf das Bild und die Mängelliste öffnet sich als PDF**

Drei exemplarische Mängel aus der Studie

Fehlerhafte Kellerabdichtung

Eine fehlerhafte Kellerabdichtung macht sich in einem Neubau-Einfamilienhaus schnell durch Feuchteschäden an den Kelleraußenwänden bemerkbar. Farbablätzungen, Feuchtflecken und Verfärbungen sind die Folge. Die Ursache liegt meist an einer nicht fachgerecht ausgeführten Bauwerksabdichtung. Nicht immer kann der Schaden partiell ausgebessert werden. Häufig müssen ganze Bauteile, die der Abdichtung dienen, komplett entfernt und neu aufgebracht werden. Die Kosten können je nach Gebäude schnell 25.000 Euro betragen. Liegt ein Ausführungsfehler vor, ist meist das Rohbau-Unternehmen verantwortlich. Eine Kontrolle der fachgerechten Ausführung und Übereinstimmung der Bauarbeiten mit den anerkannten Regeln der Technik kann den Schaden vermeiden.

Risse im Wärmedämm-Verbundsystem

Rissbildung im Wärmedämm-Verbundsystem (WDVS) sind häufig in Eckbereichen über Fenster- und Türöffnungen zu erkennen. Ursache ist, dass die Dämmplatten mit Kreuzfugen und nicht fortlaufend im Verbund mit senkrecht versetzten Stoßfugen an die Fassade geklebt wurden. Grundsätzlich sind Kreuzfugen weder in der Fläche noch an Gebäudeecken oder -öffnungen zulässig. Die Folge der nicht fachgerechten Ausführung sind Spannungs- und Kerbrisse. Sie nehmen ihren Ausgangspunkt in der Dämmebene und setzen sich bis an Bauteiloberfläche fort. Risse sind nicht nur ein optischer Mangel. Sie erhöhen auch das Risiko, dass Wasser hinter das System gelangen kann. Auch die Dämmwirkung ist beeinträchtigt. Wenn das WDVS Risse über die gesamte Fläche und durch den Querschnitt aufweist, kann es nicht repariert werden. Ein kompletter Austausch ist erforderlich. Bei mangelhafter Verarbeitung liegt der Schaden häufig beim Malerbetrieb. Die Schadenssumme beläuft sich im untersuchten Fall auf 35.000 Euro.

Feuchter Estrich

Ist der Estrich zum Zeitpunkt des Verlegens des Bodenbelags noch nicht vollständig getrocknet, werden Feuchtigkeitsschäden über einen gewissen Zeitraum sichtbar. Nach einem halben Jahr können sich am Innenputz Verfärbungen und Feuchteränder abbilden. Bodenbeläge wie Massivholzdielen nehmen konvexe Verformungen (Schüssellungen) an, es entstehen Schimmel an den Wänden und ein muffiger Geruch. Grund dafür ist, dass der Estrich noch nicht die erforderliche Belegreife hat, d.h. die Restfeuchte ist zu hoch. Durch den fortlaufenden Trocknungsvorgang werden der Bodenbelag und die angrenzenden Wände durchfeuchtet. Verhindert werden kann dies, indem die Restfeuchte mit einer Materialprobe geprüft wird. Die Verantwortung für den Schaden trägt der Parkettleger, der den Belag verlegt hat, ohne den Estrich zu prüfen. Die Schadenssumme setzt sich zusammen aus dem Austausch des irreversibel verformten Bodenbelags und des verunreinigten Innenputzes sowie der technischen Gebäudetrocknung. **Im untersuchten Fall waren hierfür 19.000 Euro fällig.**

Erik Stange

Gebäude / Umfeld

Was macht sozialer Wohnungsbau mit Mietern? Ein Forschungsprojekt der Joseph-Stiftung und Hochschule Coburg – Ein Gespräch mit Studienleiter Marcus Hentschel

Welchen - über reine Rendite hinausgehenden - Mehrwert generiert sozialer Wohnungsbau? Und ist es möglich diesen Mehrwert zu messen und wenn ja, wie? Diese zwei zentralen Fragen standen im Mittelpunkt einer Zusammenarbeit der Joseph-Stiftung mit der Hochschule für angewandte Wissenschaften Coburg. In einer ersten Erhebung konnte Marcus Hentschel mit seinen Studierenden über zwei Semester einen modifizierten SROI-Ansatz (Social return on invest) entwickeln und erste interessante Erkenntnisse gewinnen. Hentschel, der über einen interdisziplinären Hintergrund aus Wirtschafts- und Finanzwissenschaft sowie philosophischen und ethischen Ansätzen verfügt, spricht im Interview mit Ulrike Hanna und Thomas Heuchling über die ersten vielversprechenden Ergebnisse dieser Erhebung und sieht großes Potenzial für eine breit angelegte wissenschaftliche Studie.



Marcus Hentschel, Studienleiter an der Hochschule Coburg. Eine Herausforderung: Wie misst man zusätzlich zur klassischen Investorenrendite die gesamtgesellschaftliche Rendite von sozialem Wohnungsbau.
Foto: Privat

Herr Hentschel, erklären Sie den SROI-Ansatz und den Zusammenhang mit sozialem Wohnungsbau bitte dem sozialwissenschaftlichen Laien?

Markus Hentschel: Der „Return on Investment“ sagt aus, welche Rendite ein Investitionsobjekt im Durchschnitt erwirtschaftet. Die Rendite kann sowohl in der Rückschau oder als Prognoserechnung betrachtet werden. Der Zusatz „social“ bezieht auch die „sozialen“ Vorteile in die Gesamtrendite mit ein. Nach meinem Verständnis eine Kombination aus klassischem Renditebegriff, bestehend aus Mieteinnahmen, Abschreibungen und sonstigen Kosten, und den vielfältigen positiven Effekten von sozialen Wohnungsbauinvestitionen. Die große Herausforderung bei diesem Ansatz ist nun, diese individuellen und gesellschaftlichen Vorteile, im Sinne von vermiedenen Kosten, monetär zu bewerten und in die Gesamtrenditebetrachtung miteinzubeziehen.

Wie sind Sie bei dieser Erhebung vorgegangen und welche Methoden haben Sie und Ihre StudentenInnen angewandt?

Markus Hentschel: Eine 12-köpfige Gruppe Studierender aus den Studiengängen Soziale Arbeit und BWL haben dieses Projekt gewählt, um über die Dauer von zwei Semestern die Fragestellung „Lohnt sich sozialer Wohnungsbau“ zu beantworten. Im Theorieteil wurden Daten und internationale Good-Practice Beispiele zum Sozialen Wohnungsbau gesammelt, verschiedene SROI Ansätze analysiert oder Statistiken ausgewertet. Festgestellt wurde dabei auch, dass der SROI in Bezug auf sozialen Wohnungsbau ein kaum erforschtes Feld ist. Im Praxisteil wurden Bewohner von Sozialwohnungen befragt, hier hat uns die Joseph-Stiftung unterstützt. Zunächst haben wir auf Grundlage existierender wissenschaftlicher Ansätze unseren eigenen SROI Ansatz, angepasst auf sozialen Wohnungsbau, entwickelt. Dabei leiteten uns verschiedene Fragestellungen. Wie würde das Leben der Bewohner ohne Sozialwohnungen aussehen. Wie wirken sich soziale Investitionen auf die Lebenszufriedenheit oder gesellschaftliche Teilhabe der Bewohner aus? Die Interviews wurden mit mehreren Personen aus drei verschiedenen Wohnobjekten geführt und ausgewertet. Aus den Ergebnissen konnten erste verallgemeinerbare Annahmen, wie sich denn sozialer Wohnungsbau auswirkt, abgeleitet werden.

Textilsammlung der DESWOS mit Textilcontainern



Sie fördern damit Projekte der DESWOS und leisten Entwicklungshilfe vor Ihrer Haustüre.

Bitte sprechen Sie uns an.
Vielen Dank!

Wie lauten diese Hypothesen?

Markus Hentschel: Wichtige erste Erkenntnisse sind, dass sozialer Wohnungsbau einen positiven Einfluss auf das emotionale Wohlbefinden der Bewohner hat. Nicht zuletzt konnte gezeigt werden, dass sich die finanzielle Situation der Bewohner verbessert, woraus eine Vielzahl weiterer positiver Effekte wie mehr Selbstbestimmung im Alltag, mehr finanzielle Mittel für Freizeitgestaltung oder Barrierefreiheit erwächst. Weiterhin kristallisierten sich positive Auswirkungen auf soziale Beziehungen zu Familien und Freunden heraus. Auch deutet sich an, dass die Bewohner durch eine sichere und bezahlbare Wohnung weniger Existenzängste haben und dies die allgemeine Gesundheitssituation verbessern kann, wodurch sich wiederum positive Auswirkungen auf das Gesundheitssystem ableiten. Festzustellen war leider auch, dass sich sozialer Wohnungsbau immer noch mit Vorurteilen konfrontiert sieht.

Welche Herausforderungen gab es bei der Studie?

Markus Hentschel: Wir mussten in sehr kurzer Zeit einen systematischen Forschungsprozess aufzusetzen. Also bereits bestehende Ansätze zum Thema SROI suchen, um diese auf die Gegebenheiten des sozialen Wohnungsbaus anzuwenden. Es galt zu berücksichtigen, welche ersten Erkenntnisse seriöserweise in einem ersten Prozess mit Studierenden in einem wissenschaftlichen Projekt erzielt werden können. Das hat schnell dazu geführt, dass wir auf große quantitative Messverfahren verzichteten und stattdessen die Lebenssituation der Bewohner von Sozialwohnungen in den Blick nahmen.

Wie aussagekräftig sind die Ergebnisse?

Markus Hentschel: Die Auswertungen der Interviews zeigten schon erste Muster im Hinblick auf vielfältige positive Wirkungen des sozialen Wohnungsbaus. Allerdings wäre es aufgrund der Stichprobengröße von 12 Interviews in 3 Wohnobjekten und des engen Recherche-Zeitfensters auch vermessen zu sagen, dass schon absolut verallgemeinerbare Erkenntnisse vorliegen. Aber nichtsdestotrotz haben wir uns durch systematische Vorüberlegungen über die Messbarkeit von veränderten Lebensumständen und den ersten praktischen Erfahrungen mit den geführten Interviews gute Grundvoraussetzungen geschaffen, um an dem Thema weiter zu forschen.

Was benötigen Sie, um diese Hypothesen auf ein breites wissenschaftlich fundiertes Fundament zu setzen?

Markus Hentschel: Die Grundvoraussetzung wäre, ein größer angelegtes wissenschaftliches Projekt mit klarem Forschungsziel und mehr Manpower auszustatten. Das Ziel könnte sein, ein Messverfahren zu entwickeln, welches zusätzlich zur klassischen Investorenrendite die gesamtgesellschaftliche Rendite von sozialem Wohnungsbau aufzeigt. Dazu müssten auf der Inputseite sämtliche Investitionen und auch Folgekosten betrachtet werden, die an das Objekt bzw. unter Umständen auch an die Förderung der Bewohner geknüpft sind. Auf der Outputseite wären neben den reinen Mieteinnahmen, zusätzlich die aus gesamtgesellschaftlicher Sicht positiven Wirkungen in Geldeinheiten darzustellen. Genau dieser letztgenannte Aspekt stellt die große Herausforderung der Forschungsarbeit dar.

Herr Hentschel vielen Dank für das Gespräch

Führung / Kommunikation

AGB – Allgemeine Geschäftsbedingungen schaffen mehr Sicherheit und Transparenz – Was ist zu beachten, Herr Drumann?

Allgemeine Geschäftsbedingungen, kurz AGB genannt, kennt wohl jeder, hat man doch gerade heutzutage bei Onlinekäufen z. B. vor Abschluss des Kaufvertrages/der Bestellung zu bestätigen, sie zur Kenntnis genommen zu haben (und nicht selten dabei gemogelt). So manchen graust es vor dem „Kleingedruckten“, wie die AGB auch gern genannt werden, denn die drei Buchstaben stehen bei der Allgemeinheit für viel Text, juristischen „Fachkram“ und endlos viele Paragraphen. Und gerade auch mit Transparenz würden wohl die wenigsten die AGB in Verbindung bringen, dabei dienen die dort getroffenen Regelungen genau diesem Zweck. Sie sollen beiden Vertragspartnern Sicherheit darüber geben, zu welchen Bedingungen, für beide Seiten gleichermaßen bindend, sie einen Vertrag miteinander eingehen. „Es ist für mich unverständlich“, so Bernd Drumann, Geschäftsführer der BREMER INKASSO GmbH, „dass es immer noch Unternehmer gibt, die auf solch ein solides ‚Vertragsfundament‘ verzichten, zumal eigene (individuelle) AGB in der Regel ja nur einmal formuliert werden müssen und dann immer wieder Anwendung finden.“



Foto: © BREMER INKASSO GmbH

AGB – Regeln, die regeln

„Nicht jeder mag Regeln, Bedingungen oder Vorschriften, weil sie vielleicht einengen oder zu bevormunden scheinen. Im gesellschaftlichen Miteinander, im Straßenverkehr oder aber auch im Geschäftsleben geht es aber nicht ohne Vereinbarungen, an die sich alle zu halten haben, damit möglichst niemand zu Schaden kommt. Regelungen, die in den AGB getroffen werden, sind ebenfalls dazu da, die Geschäftspartner vor

Schaden zu schützen und Geschäftsabschlüsse zu vereinfachen. Sind die Bedingungen eines Geschäftsabschlusses für beide Seiten klar und eindeutig definiert und auch gleichermaßen für beide Seiten bindend, weiß jeder, worauf er sich ggf. mit seiner Unterschrift einlässt. AGB vereinfachen und regeln darüber hinaus immer wiederkehrende Abläufe im unternehmerischen Alltag, damit diese nicht bei jedem Geschäftsabschluss aufs Neue verhandelt und schriftlich festgehalten werden müssen.“

AGB – Klare Ansage des Unternehmers

„Der Unternehmer kann im Rahmen der gesetzlichen Bestimmungen mit den eigenen Allgemeinen Geschäftsbedingungen festlegen, wie er die Geschäftsabwicklung gerne hätte und was etwa für die Zahlungsmodalitäten, die Lieferzeit, die Versicherung oder den Leistungsumfang bei z. B. der Verpackung oder dem Transport gelten soll. Auf die Vorgabe solcher klaren ‚Ansgen‘ sollte kein Unternehmer verzichten, nicht nur seinen Kunden sondern auch sich selbst zuliebe. Klarheit schafft Sicherheit auf beiden Seiten. Das Bürgerliche Gesetzbuch (BGB) regelt in den §§ 305 ff. das Recht der AGB.“

AGB – Sorgfältig formulieren

„ oder am besten noch formulieren lassen!“ so Drumanns Apell. „Heutzutage wird für alle möglichen Fragen das Internet bemüht. Dort gibt es auch unzählige AGB, die man sich herunterladen könnte. Davon ist aber dringend abzuraten, denn kaum ein Geschäft gleicht dem anderen. Eine Schreinerei z. B. hat mit Sicherheit andere Geschäftsabläufe als eine Brauerei oder gar ein Zahnlabor. Auch von freundlich gemeinten Angeboten der Unternehmerrkollegen, doch deren AGB einfach zu übernehmen, sollte man (selbst abgesehen von möglichen Urheberrechtsverletzungen) Abstand nehmen. Wohl jeder Unternehmer ist stolz auf ein Alleinstellungsmerkmal seines Unternehmens am Markt, und dem sollte durch eigene individuelle AGB Rechnung getragen werden.

Das eigene Unternehmen sollte es einem wert sein, sich einmalig von einem Anwalt speziell auf das eigene Unternehmen zugeschnittene AGB formulieren zu lassen. Die Kosten dafür können im Vorfeld erfragt werden, bewegen sich aber in der Regel noch im dreistelligen Euro(netto)bereich. Für die von ihm erstellten Klauseln haftet ein Anwalt zudem in Bezug auf Wirksamkeit und Abmahnsicherheit. Hat man bereits eigene individuelle AGB, kann eine gelegentliche Überprüfung in Hinblick auf eine eventuell nötige Aktualisierung nicht schaden.“



Betriebskostenaktuell

Alles rund um die Wohnkosten

AGB – Sie müssen präsent sein

„Noch immer gibt es Betriebe, die zwar über eigene AGB verfügen, bei denen sie aber im Geschäftsalltag nicht wirklich eine Rolle spielen und auch keiner weiß, wo sie sind und/oder was darinsteht. Gut ist es, wenn alle Mitarbeiter (und die Geschäftsleitung) die Geschäftsbedingungen kennen und auch verstehen und somit erkennen können, auf welcher Basis Verträge im Unternehmen zustande kommen. Geschäftsabschlüsse müssen unter Einbeziehung der eigenen Geschäftsbedingungen getätigt werden! Sind sie nicht klarer Bestandteil der abgeschlossenen Verträge, nützen alle noch so sorgfältigen Formulierungen nichts! Deshalb sollten die AGB als Anlage zu jedem Vertragsangebot, jeder „Auftragsbestätigung“ (also Annahme) und jedem kaufmännischen Bestätigungsschreiben genommen werden (oder gar auf deren Rückseite abgedruckt sein) – einschließlich eines Hinweises auf ihre Geltung im Angebots- oder Bestätigungstext.“

AGB – Was sie können

„Eigene Geschäftsbedingungen vereinfachen die Abläufe im Geschäftsalltag, geben allen Seiten Klarheit über die Bedingungen eines Geschäftsabschlusses und können einen Unternehmer u. U. sogar vor einem Totalverlust seiner Forderungen bewahren, wenn die richtigen und wichtigsten Regelungen enthalten sind. Diese sind u. a.: **Regelungen zum Eigentumsvorbehalt** (bei Warenlieferungen). Der normale Eigentumsvorbehalt sichert einem Unternehmer bis zu deren vollständiger Bezahlung das Eigentum an einer Sache, auch dann, wenn sie sich schon im Besitz des Käufers befindet. Bei einer Insolvenz des Kunden hat der Unternehmer dann, wenn der Insolvenzverwalter nicht bezahlen will, die Möglichkeit, vom Vertrag zurückzutreten und ein s. g. Aussonderungsrecht geltend machen. D. h., als Eigentümer der Sache kann er die Herausgabe der Sache vom Insolvenzverwalter verlangen und muss nicht am Insolvenzverfahren teilnehmen. Die Erweiterung des normalen Eigentumsvorbehalts ist der **verlängerte Eigentumsvorbehalt**, was bedeutet, der Kunde kann, was ja durchaus üblich ist im Geschäftsleben, die Ware schon verarbeiten oder weiterveräußern, und zwar auch dann, wenn sie noch gar nicht vollständig bezahlt ist. Bis das der Fall ist, erwirbt der Lieferant hier (u. U. anteilig) das Eigentum an der neu hergestellten Sache. Bei einem Weiterverkauf der gelieferten Ware oder der aus dieser Ware hergestellten Sache gibt er zwar das Eigentum daran auf, erwirbt stattdessen aber (u. U. anteilig) die Forderung des Kunden gegen den Käufer. – Auf eine solche (mehr oder weniger gute) Absicherung sollte kein Lieferant verzichten!“

AGB – Auf Geschäftsbedingungen Bauen

„Welcher Bauherr würde nicht beim Hausbau gerade dem Fundament ganz besondere Aufmerksamkeit schenken, steht und fällt damit im wahrsten Sinne des Wortes doch ggf. das ganze Gebäude. Ebenso wäre jedem Unternehmer nur dringend zu raten, auf individuelle, für sein Unternehmen formulierte Geschäftsbedingungen ‚zu bauen‘ und alle Geschäftsabschlüsse auf der Grundlage und unter Einbeziehung eben dieser zu tätigen. Auch wenn eigene Geschäftsbedingungen keinen hundertprozentigen Schutz vor Verlusten darstellen, sind sie doch eine gute Absicherung, um im Falle einer Kundeninsolvenz Forderungen nicht vollständig ‚in den Wind schreiben zu müssen‘.

Laut einer Auswertung des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) aus 2017 hat bei 428 Millionen Policen jeder Deutsche mehr als fünf Versicherungsverträge, was auf ein gewisses Maß an Sicherheitsbedürfnis schließen lässt. Eigene Geschäftsbedingungen sind auch als eine Art Versicherungspolice zu sehen. Unternehmer, die solch eine ‚Versicherung‘ nicht ‚abschließen‘, handeln in meinen Augen schon fast grob fahrlässig. Eine Supermarktkette wirbt mit dem Slogan ‚einmal hin, alles drin‘. Dieser Slogan wäre wohl auch auf die Beauftragung eines Anwalts mit der Ausarbeitung individueller AGB anwendbar. Einfacher und sicherer geht es kaum. AGB sind einfach ein MUSS.“

Eva - K. Möller

Die BREMER INKASSO GmbH bietet ihren Kunden kompetente Beratung und juristische Unterstützung im Bereich des Forderungseinzugs - bundesweit und international. Das 1984 von Bernd Drumann gegründete Unternehmen ist seit 1996 unter dem Namen BREMER INKASSO GmbH tätig und beschäftigt rund 20 Mitarbeiter in der Firmenzentrale. Die Sachbearbeitung erfolgt überwiegend durch speziell ausgebildete Volljuristen. Die BREMER INKASSO GmbH ist Mitglied im Bundesverband Deutscher Inkassounternehmen e.V. und erhält aufgrund qualitativ hoher Standards vom TÜV seit 2010 das Zertifikat „Geprüftes Inkasso“. Weitere Infos unter www.bremer-inkasso.de

Führung / Kommunikation

Cathrin Fuhrländer, Massimo Füllbeck: Praxisfälle für WEG-Verwalter – Um nach der anstehenden WEG-Reform den Durchblick zu behalten

Hausverwaltung bedeutet heute weit mehr, als die Beauftragung eines Hausmeisters oder der Gartenpflege. Rund 60 Gesetze und Verordnungen sind bei der WEG- und Mietverwaltung zu beachten. Das ist nicht nur eine Herausforderung für alle, die in die Branche einsteigen – auch bei viel Erfahrung gibt es immer wieder neue Hürden. Markt und Kundschaft sind stets im Wandel. Manche Immobilie verlangt nach Baumaßnahmen. Und die Rechtsprechung ist höchst bewegt: Jährlich werden ca. 260.000 Gerichtsverfahren um Mietrechtsfragen entschieden – ein Viertel der deutschen Zivilprozesse. Wenn nun die WEG-Reform ansteht, gilt es vor allem, den Durchblick zu behalten.

Willkommen ist da die zweite Auflage des Handbuchs „Praxisfälle für WEG-Verwalter“ (Haufe), die komplett aktualisiert und anlässlich der WEG-Reform erweitert wurde. Grundlage dafür ist der Referentenentwurf, der im Bundestag voraussichtlich im Herbst verabschiedet wird. Die zu erwartenden Änderungen werden „den Verwalteralltag auf den Kopf stellen“, warnen Cathrin Fuhrländer und Massimo Füllbeck im Vorwort ihres Buchs, das für die Neuerungen wappnen soll.

Das Autorenduo kennt sich im „WEG-Dschungel“ bestens aus. Fuhrländer bringt als Fachanwältin für Miet- und Wohnungseigentumsrecht umfangreiches Know-how mit. Füllbeck kommt als Immobilienökonom, Haus- und Grundstücksfachverwalter aus der Praxis. Beide sind im Bundesfachverband der Immobilienverwalter e. V. (BVI) aktiv. So können sie aus einem Fundus an Praxisfällen schöpfen, um in ihrem Buch alle Grundkenntnisse zu vermitteln, mit denen Verwalter bei Eigentümerfragen und in Versammlungen rechtssicher handeln können.

Auch „Online“ mit Arbeitshilfen wie Musterverträge, Beschlüsse und Gesetze

Ihr Praktikerbuch ist klar strukturiert, damit schnell Antworten auf konkrete Fragen zu finden sind. Zunächst werden typische Probleme vorgestellt und erklärt, welche rechtlichen Fallstricke jeweils zu beachten sind, woraus dann Lösungen abgeleitet werden. Dieser Ansatz überbrückt die oft auseinanderklaffende Schere zwischen Theorie und Praxis. Zum Buch stehen online Arbeitshilfen wie Musterverträge, Beschlüsse und Gesetze zum Download bereit.

Behandelt werden alle Bereiche des Verwalteralltags: vom Vertrag über Versammlungen und Finanzen bis zu Eigentümerwechsel und baulichen Veränderungen. Auch Sondereigentum, Nachbarschaftsrecht und öffentliches Recht werden erörtert. Das Kapitel zur WEG-Reform geht auf die Hintergründe und Ziele der Novelle ein, bevor es die Neuerungen im Einzelnen erläutert. Hier heben die Autoren hervor, dass zukünftig die Pflichten und Haftungsfelder für Verwalter deutlich erweitert werden. Während sie im Außenverhältnis umfassende Rechte bekommen, können die Rechte nach „Innen“ von den Eigentümern eingeschränkt werden. Obwohl die Autoren hier ein „Spannungsverhältnis“ erwarten, geben sie auch dazu praktische Tipps an die Hand. Ihr mit Kompetenz und Begeisterung verfasstes Buch ist eine Bereicherung für alle, die mit WEG zu tun haben.

Red.



Massimo Füllbeck/Cathrin Fuhrländer:
Praxisfälle für WEG-Verwalter (2. Aufl. 2020), € 39,95
Weitere Infos und zur Bestellung: KLICKEN Sie einfach auf das Bild und der Haufe-Shop öffnet sich.

Führung / Kommunikation

ForeSight, eine Plattform für kontextsensitive, intelligente und zukunftsorientierte Smart Living Services – Aareon ist Konsortialpartner

Aareon, Europas führendes Beratungs- und Systemhaus für die Immobilienwirtschaft und deren Partner, hat gemeinsam mit 16 weiteren Konsorten die Konsortialvereinbarung für die Partnerschaft im Projekt ForeSight unterzeichnet. Als Konsortialpartner bringt der IT-Dienstleister seine langjährige Branchen- und Technologiekompetenz in das Projekt ein und arbeitet gemeinsam mit Unternehmen der Wohnungswirtschaft, Technologieanbietern der Elektroindustrie, Verbänden und Wissenschaft daran, KI-Methoden für das Wohnumfeld zu erproben und innovative Smart-Living-Anwendungen zu entwickeln. Das vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) geförderte Forschungs- und Entwicklungsprojekt mit einer Laufzeit von drei Jahren ist zum Jahresbeginn 2020 gestartet.



Im Fokus des Ökosystem Smart Living steht immer der Mensch. Schließlich verbringen die Menschen in Deutschland etwa 90 Prozent ihrer Zeit in und um Gebäude. Trotzdem ist Smart Living weit mehr als ein „Smart Home“ oder „Smart Building“.

Foto: <https://foresight-plattform.de/das-oekosystem/>

Dienste in einer geschützten ForeSight-Plattform

Das Projekt ForeSight evaluiert KI-Methoden hinsichtlich ihrer Eignung im Einsatz für intelligente und vorausschauende Smart-Living-Anwendungen und stellt diese prototypisch in Form von Basisservices und nutzbaren Modulen bzw. Diensten in einer geschützten ForeSight-Plattform bereit. Diese implementierten Anwendungen sind für die Konsortialpartner Beispiele, welche KI-Methoden sich für welche Einsatzzwecke und Daten eignen, welche Prozesse hierfür notwendig sind und welche neuen Geschäftsmodelle sich für das jeweilige Unternehmen daraus ergeben können.

Nachhaltigkeit hinsichtlich Energieeffizienz und Ökologie

Aareon bringt ihre Digitalisierungsexpertise im Projekt ForeSight in verschiedenen Arbeitsgruppen ein, unter anderem bei dem Erarbeiten von generischen Anwendungen im Bereich Smart Living – wie beispielsweise ein **Identity und Access Management im Gebäude** –, **Anwendungen zur Energieeffizienz** und viele andere bis hin zur Unterstützung der Verprobung in der Testumgebung, der Nutzerintegration sowie bei Interaktion und Evaluation. Darüber hinaus unterstützt das Unternehmen die Forschungen zur Plattformstrategie und Nachhaltigkeit hinsichtlich Energieeffizienz und Ökologie. Einen wichtigen Beitrag leistet Aareon mit dem Bereitstellen ihrer **Big Data & Analytics Platform**. Diese integriert für die teilweise bewohnten Musterwohnungen speziell für das Projekt ein eigenes **wohnungswirtschaftliches ERP-System** und bildet die Infrastruktur für das Zusammenspiel aller beteiligten Konsortialpartner.

Neue Geschäftsmodelle und Dienstleistungsmöglichkeiten

für die Wohnungswirtschaft

Dr. Manfred Alflen, Vorstandsvorsitzender der Aareon AG: „Wir freuen uns, als Konsortialpartner im Projekt **ForeSight** zum langfristigen Wachstum eines breit aufgestellten Ökosystems Smart Living beizutragen. Als langjähriger Vorreiter der Digitalisierung in der Immobilienwirtschaft liegt es in unserer Verantwortung, neue Technologien und digitale Wertschöpfungspotenziale für die Branche zu erforschen und nutzbar zu machen. Durch die branchenübergreifende Zusammenarbeit können wir eine Win-win-Situation für alle Beteiligten schaffen: Die Immobilienwirtschaft kann mithilfe intelligenter und durchgängig nutzbarer Smart-Living-Anwendungen von neuen Geschäftsmodellen und Dienstleistungsmöglichkeiten profitieren – ihre Kunden von mehr Komfort, Assistenzleistungen und Sicherheit sowie einem ressourcenschonenden und kostenoptimierten Energieeinsatz.“

Stefanie Meik

Wir bringen gute Zahlen

zum **Glänzen.**

Geschäftsberichte, Nachhaltigkeitsberichte,
Pressearbeit



stolp+friends
Immobilienmarketing
seit 1989

Fon 0541 800493-0 | www.stolpundfriends.de

Veranstaltungen

Leitungswasserschäden vermeiden – Schwerpunkt Wohnungswirtschaft 22. September 2020: VdS- Fachveranstaltung in Köln – jetzt anmelden

Am 22. September 2020 ist in Köln die VdS-Fachveranstaltung zum Thema „**Verhütung von Leitungswasserschäden**“ mit **Schwerpunkt Wohnungswirtschaft** geplant. Die AVW-Gruppe ist Schirmherr der Veranstaltung und wird sie durch die im **FORUM LEITUNGSWASSER** erarbeiteten Inhalte bereichern.



Ob Neubau oder Altbau. Ein Wasserschaden kann überall entstehen. Gründe gibt es viele. Einige finden Sie in diesem Video des IFS Institut für Schadenverhütung. **KLICKEN** Sie einfach auf das Bild und das Youtube-Video startet. Foto: IFS

Die Verhütung von Leitungswasserschäden ist und bleibt eines der wesentlichen Versicherungsthemen der Wohnungswirtschaft. 1,1 Millionen Leitungswasserschäden verursachten zuletzt 2,94 Milliarden Euro Schadenaufwand – ein Rekordwert. Die AVW leistet mit dem **FORUM LEITUNGSWASSER** einen Beitrag, um Leitungswasserschäden in der Wohnungswirtschaft zu reduzieren. Jetzt fließen die Inhalte des **FORUM LEITUNGSWASSER** in eine VdS-Fachveranstaltung ein.

Referenten der VdS-Fachveranstaltung Siegfried Rehberg und Dr. Thorsten Pfullmann vom Institut für Schadenverhütung und Schadenforschung, Kie **mit Schwerpunkt Wohnungswirtschaft**

Die VdS Schadenverhütung GmbH als Tochter des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V. gehört zu den weltweit renommiertesten Institutionen der Schadenprävention. Die Fachveranstaltung am 22. September 2020 richtet sich unter Begleitung der AVW Unternehmensgruppe und den Inhalten des **FORUM LEITUNGSWASSER** in diesem Jahr besonders an die Wohnungswirtschaft.

Die Teilnehmer erhalten in 9 Fachvorträgen interessante und relevante Informationen, um Leitungswasserschäden im Wohnungsunternehmen zu reduzieren. Dabei werden die Referenten des **FORUM LEITUNGSWASSER** wie z.B. **Siegfried Rehberg** und **Dr. Thorsten Pfullmann** vom Institut für Schadenverhütung und Schadenforschung, Kiel, die häufigsten Ursachen von Leitungswasserschäden in der Wohnungswirtschaft präsentieren sowie einen praktischen Lösungsansatz zur Schadenverhütung. **Stefan Schenzel** von der AVW Schadenberatung wird aufzeigen, wie durch Schadenanalysen mit dem AVW Schadenmanagementportal Schadennester lokalisiert und konkreter Handlungsbedarf im Wohnungsunternehmen herausgearbeitet werden kann. Auch das Handwerk wird zu Wort kommen. Ein **Highlight zum**

VdS-FACHTAGUNG 2020



Verhütung von Leitungswasserschäden

In Zusammenarbeit mit der AVW



22.09.2020 in Köln
VdS-Bildungszentrum oder als Livestream
Weiterbildungsmaßnahme nach IDD (§ 7 VersVermV)

Schluss wird der Beitrag von **Lars Gomolka**, Prokurist und Bereichsleiter Bestandstechnik von der **Gewoba AG** und Teilnehmer des FORUM LEITUNGSWASSER sein, der anhand von Best Practice Beispielen aufzeigen wird, was Wohnungsunternehmen konkret in der Praxis tun können, um Leitungswasserschäden zu vermeiden.

Anmeldung zur Veranstaltung

Die Veranstaltung ist ein MUSS für alle technischen Entscheider in der Wohnungswirtschaft. Wenn Sie also Interesse haben, wenden Sie sich gern an Ihren Kundenmanager und fragen nach den Sonderkonditionen für AVW Kunden.

Zum Veranstaltungsflyer per Klick auf das Bild

Red.



Die Inhalte und Erkenntnisse der FORUM LEITUNGSWASSER – Workshops präsentiert der AVW-Schadenberater **Stefan Schenzel** (Foto) auch bei Ihnen vor Ort. (stefan.schenzel@avw-gruppe.de)



HOME INITIATIVE EXPERTEN-BEIRAT KONTAKT

LEITUNGSWASSERSCHÄDEN

IN TROCKENEN TÜCHERN

"Im Fall eines Rohrbruchs steht nicht nur meine Wohnung unter Wasser, sondern auch ich auf der Straße."
Mieter aus Dortmund



Volltextsuche

SUCHEN

EINBRUCH-SCHUTZ >>

BRAND-SCHUTZ >>

LEITUNGS-WASSER-SCHÄDEN >>

NATUR-GEFAHREN >>

SCHIMMEL-SCHÄDEN >>

Personen

Vonovia schafft 100 zusätzliche Ausbildungsplätze – jetzt bewerben

In Zeiten einer unsicheren beruflichen Perspektive für junge Menschen setzt die Vonovia SE („Vonovia“) ein Zeichen. Das Bochumer Immobilienunternehmen schafft deutschlandweit 100 zusätzliche handwerkliche Ausbildungsplätze. Mit dann 210 sind das doppelt so viele Stellen wie ursprünglich vorgesehen. Dabei bildet Vonovia in allen Regionen weitere Berufsanfänger zum/zur Anlagenmechaniker/-in, Fliesenleger/-in, Elektroniker/-in, Maler/-in und Gärtner/-in aus. Besonders stark vertreten sind das Ruhrgebiet (24 neue Stellen) sowie die Region Nord (26). Inklusive der kaufmännischen Auszubildenden können im neuen Ausbildungsjahr 265 Berufsanfänger ihre Ausbildung bei Vonovia beginnen.



KARRIERESTART

Sie sind Schüler und suchen nach einem kaufmännischen Ausbildungsplatz?

> Kaufmännische Ausbildung



KARRIERESTART

Sie suchen einen Ausbildungsplatz im Handwerk, Garten- oder Landschaftsbereich?

> Gewerbliche Ausbildung bei Vonovia

„Die Ausbildung spielt bei Vonovia eine wichtige Rolle. Für uns ist es eine Herzensangelegenheit, jungen Menschen eine berufliche Perspektive zu bieten - gerade in der Unsicherheit, die sie derzeit durch Corona erleben“, sagt Rolf Buch, Vorstandsvorsitzender von Vonovia. „Wir sehen die Erhöhung der Ausbildungsplätze als Teil unserer gesellschaftlichen Verantwortung. Und: Wir haben einen hohen Bedarf und brauchen Fachkräfte, die wir dann langfristig bei uns im Unternehmen behalten möchten.“ Auszubildende, die überzeugen, besitzen gute Chancen, auch nach abgeschlossener Ausbildung bei Vonovia zu arbeiten.

Interessierte können sich auch über die für eine Ausbildung relevanten Stichtage **1. August, 1. September und 1. Oktober hinaus bewerben** - auch wenn ihr bisheriger Ausbildungsbetrieb erst zu einem späteren Zeitpunkt insolvent gehen sollte. Mehr Information finden Sie einfach per **KLICK** auf das Bild und die Vonovia-Karriere-Seite öffnet sich.

Bei Insolvenz: Ausbildung bei Vonovia fortsetzen

Das Wohnungsunternehmen bietet auch Berufsanfängern aus insolventen Unternehmen die Möglichkeit, ihre Ausbildung zu beginnen oder ihre bereits begonnene Ausbildung abzuschließen. Interessierte können sich auch über die für eine Ausbildung relevanten Stichtage

1. August, 1. September und 1. Oktober hinaus bewerben - auch wenn ihr bisheriger Ausbildungsbetrieb erst zu einem späteren Zeitpunkt insolvent gehen sollte.

Schnupperpraktika und digitale Bewerbung

Bewerber und Bewerberinnen finden unter karriere.vonovia.de offene Stellen. Dort erhalten sie auch weitere Informationen zur Ausbildung und zu Einstiegsmöglichkeiten bei Vonovia. Der Bewerbungsprozess wird zu einem Großteil digital sein und enthält beispielsweise Telefon- oder Videointerviews. Unter Einhaltung der Sicherheits- und Hygienestandards sind inzwischen aber auch wieder sogenannte Schnupperpraktika (Probearbeitstage) möglich.

Mit einer **Ausbildungsquote von zuletzt 5 Prozent** lag Vonovia bereits über dem Durchschnitt der Dax-Unternehmen. Neben den handwerklich orientierten Berufen bietet Vonovia auch kaufmännische Ausbildungsberufe wie Immobilien-kaufmann/-frau, Kaufmann/-frau für Büromanagement und duale Studiengänge, beispielsweise im Bereich IT, an. Zu den Standorten, die im Bundesgebiet Ausbildungsperspektive bieten, zählen: Berlin, Bielefeld, Bochum, Bremen, Dortmund, Dresden, Duisburg, Frankfurt a. M., Gelsenkirchen, Hamburg, Hannover, Heidenheim, Kassel, Kiel, Köln, Mannheim, München, Nürnberg und Stuttgart.

Red.

Vonovia

bietet rund einer Million Menschen in Deutschland ein Zuhause. Das Wohnungsunternehmen steht mitten in der Gesellschaft, deshalb haben die Aktivitäten von Vonovia niemals nur eine wirtschaftliche, sondern immer auch eine gesellschaftliche Perspektive. Vonovia beteiligt sich daran, Antworten auf die aktuellen Herausforderungen auf dem Wohnungsmarkt zu finden. Das Unternehmen setzt sich ein für mehr Klimaschutz, mehr altersgerechte Wohnungen und für ein gutes Zusammenleben in den Quartieren. In Kooperation mit sozialen Trägern und den Bezirken unterstützt Vonovia soziale und kulturelle Projekte, die das nachbarliche Gemeinschaftsleben bereichern. Zudem beteiligt sich Vonovia an der im Moment besonders wichtigen gesellschaftlichen Aufgabe: dem Bau neuer Wohnungen.

Im Mittelpunkt des Handelns stehen die Kunden und ihre Bedürfnisse. Vor Ort kümmern sich Objektbetreuer und eigene Handwerker um die Anliegen der Mieter. Diese Kundennähe sichert einen schnellen und zuverlässigen Service. Zudem investiert Vonovia großzügig in die Instandhaltung der Gebäude und entwickelt wohnungsnaher Dienstleistungen für mehr Lebensqualität. Über Mietverträge und Nebenkostenabrechnungen können sich Mieter in der Kunden-App „Mein Vonovia“ informieren. Vonovia beschäftigt mehr als 10.000 Mitarbeiter, Vorstandsvorsitzender ist Rolf Buch.