

Die Wohnungswirtschaft

DW

73. Jahrgang

07 / 2020

Das DW-
Experten-
gespräch zum
Thema
„Neues Bauen“

Seite 18

Thema des Monats

08

Urbaner Wohnraum für alle:
Quartier „Hermann-Dorner-Allee“

42

Mehr als eine Vision: Digitalisie-
rung in der Wohnungswirtschaft

26

Sicherheit und Selbstständigkeit:
Inklusive Wohnprojekte



MIETERAPPS & CO.

Direkt, digital und demokratisch

Nicht erst in Corona-Zeiten setzen Wohnungsunternehmen verstärkt auf digitale Bretter und Apps, um mit Mietern in Kontakt zu bleiben. Die passgenaue, aktuelle und flexible Kommunikation verändert auch das Verhältnis zwischen Unternehmen und Kunden nachhaltig.

Als die pandemiebedingten Kontaktbeschränkungen quasi über Nacht das Alltagsleben in Deutschland lahmlegten, war die Wohnungsgenossenschaft Kleefeld-Buchholz eG gut vorbereitet. „Wir konnten alle unsere Mieter mittels der digitalen Tafeln in den Hauseingängen unmittelbar über die Lage informieren, Regelungen aktualisieren und so den direkten Draht zu den Bewohnern halten, ohne dass ein Mitarbeiter physisch anwesend sein musste“, sagt der Vorstandsvorsitzende Christian Petersohn. Die Genossenschaft hatte seit 2015 ihren Wohnungsbestand von 500 Häusern nach und nach mit digitalen schwarzen Brettern ausgestattet – eine Investition, die sich in Extremsituationen wie in diesem Frühjahr auszahlte. Auch Hilfsangebote von Nachbarn, Einschränkungen bei Öffnungszeiten von Geschäften oder Änderungen im öffentlichen Nahverkehr konnte die Genossenschaft so unmittelbar ihren Mitgliedern mitteilen. Soft- und Hardware sind zwar unkompliziert zu bedienen, gleichwohl profitierten Petersohn und sein Team in der anfangs unübersichtlichen Lage von der in den vergangenen Jahren gesammelten Erfahrung. Im Umgang mit zeitversetzten Bekanntmachungen, Wartungsankündigungen beispielsweise nur für bestimmte Hausflure oder dem raschen Einstellen und wieder Entfernen persönlicher Mitteilungen von Bewohnern waren die Genossenschaftler erprobt.



Kristina Pezzei
freie Journalistin
BERLIN

„Unternehmen, die mit einer guten Infrastruktur vorgelegt haben, sind jetzt klar im Vorteil“, sagt Dr. Claus Wedemeier, beim GdW Bundesverband deutscher Wohnungs- und Immobilienunternehmen für Digitalisierung zuständig. Etwa die Hälfte habe ihre Präsenz vor Ort aus aktuellem Anlass zurückgenommen, der Bedarf an Kommunikation sei jedoch eher noch gestiegen. „Dem versucht man jetzt mit digitalen Lösungen nachzukommen, sodass ein direkter Draht zwischen dem Mitarbeiter im Home-Office und dem Mieter in der Wohnung gewährleistet ist“, sagt Wedemeier.

Die Infrastruktur war schon gelegt

Den Impuls für die Genossenschaft Kleefeld-Buchholz lieferte ein Neubauprojekt, bei dem die Niedersachsen etwas Besonderes einbauen wollten. Die Genossenschaft stieß auf das Unternehmen Mieterinfo.tv und wurde eine der ersten Kundinnen. „Die Infrastruktur war mit einem Fernanschluss über Glasfaser sowie Strom und 6.000-MB-Internetanschluss bereits gelegt“, sagt Vorstand Petersohn. Auf den erfolgreichen Test im Neubau folgte der Austausch der traditionellen Glaskästen im restlichen Bestand.

„Häufig stellen Wohnungsunternehmen ihre Mieterkommunikation im Zuge der Modernisierung von Treppenhäusern von analog auf digital um“, bekräftigt Mieterinfo-Chef Marcus Berbic. Das Unternehmen mit Sitz im niedersächsischen Garbsen hat inzwischen um die 50 Unternehmen aus der Wohnungswirtschaft mit seinen Digitallösungen belie-

fert. Die Kunden kümmern sich in der Regel selbst um kleinere Anpassungen der Hausinfrastruktur, die Netzbetreiber um ein Modem, sagt Berbic. Internetzugang und Stromanschluss reichen im Regelfall aus, damit Mieterinfo mit der Installation der Hardware beginnen kann; das Software-System ist offen gehalten, sodass es an die Datenstruktur des jeweiligen Unternehmens in der Regel ohne großen Aufwand anknüpfen kann und mittels eines eigenen CMS-Systems bedient wird. Berbic und sein Team administrieren, pflegen und warten den Dienst fortwährend.

Glasfaser und Satellit aus einer Hand

Infrastrukturell noch einen Schritt weiter gegangen ist eine Wohnungseigentümergeinschaft in Stuttgart, die ihre Siedlung medial umrüsten ließ. Mit der Kombination aus einer zentralen Sat-Anlage und einem Glasfaser-Hausnetz ließen sich die 1.100 Wohneinheiten „Am Asemwald“ mit Highspeed-Internet, Festnetz, Fernsehen in HD-Qualität und einem eigenen Hausinformationskanal ausstatten. Infrastruktur und Technik lieferte der Satellitenbetreiber SES Astra Deutschland in Kooperation mit dem Kabelnetzbetreiber Glasfaser-ABC. Das Ersetzen der herkömmlichen Koaxialnetze durch Glasfaser in den drei 23-stöckigen, in die Jahre gekommenen Hochhäusern sei durchaus eine Herausforderung gewesen, sagt Glasfaser-ABC-Geschäftsführer Wolfgang Jäger. Die Kosten hätten im siebenstelligen Bereich gelegen – eine Investition mit Weitblick, wie Jäger findet: Die moderne Technologie ermögliche nicht nur eine zeitnahe, individuelle und sichere Kommunikation zwischen Verwaltung und Bewohnern. „Am Asemwald wurde so auch die Grundlage für Dienstleistungen im Bereich der Telemedizin und der Pflege gelegt, was angesichts eines Durchschnittsalters von 68 Jahren in der Siedlung zunehmend an Bedeutung gewinnen dürfte“, sagt Jäger. Mittlerweile



Über das digitale Brett im Hausflur können Wohnungsunternehmen ihre Mieter unmittelbar informieren

verbauen die Glasfaser-Spezialisten ihre Infrastruktur auch in Mehrfamilienhaus-Neubauprojekten und in Kooperationsprojekten mit Stadtwerken – wo sich schnelles Internet angesichts der vielen Heimarbeiter in der Corona-Zeit ebenfalls bezahlt machen dürfte.

Die Grundvoraussetzung für digitale Lösungen sei indes in den meisten Wohnungen hierzulande gegeben, erklärt GdW-Experte Wedemeier: „Mehr als 90 % der Bestände der GdW-Mitgliedsunternehmen sind mit einer leistungsfähigen TV-Kabelstruktur ausgestattet, die es ermöglicht, Internet über Fernsehen zu beziehen.“ Fast alle Mieter könnten sich zudem einer Telefon-Datenübertragung bedienen, die mindestens einen Frage-Antwort-Austausch und das Senden von Daten über Kontaktformulare ermögliche.

Damit steht einer zweiten Säule der digitalen Mieterkommunikation rein technisch nichts im Weg: einer App als Ersatz für Brief und häufig auch E-Mail. Die meisten Unternehmen setzen dabei auf die Zusammenarbeit mit PropTechs; die Zahl der Gründer in diesem Bereich ist in den vergangenen fünf Jahren stark gewachsen, die Lösungen reichen von separater Kundenkommunikation bis hin zu Plattformen, in denen die Dialogfunktion zwischen Vermieter und Mieter eingebettet ist. Ein Beispiel für die Entwicklung zum Multifunktionsdienstleister liefert das Start-up Casavi, das sich seit dem Start vor fünf Jahren genau in diese Richtung weiterentwickelt hat und inzwischen 500 Unternehmen aus Wohnungswirtschaft und Fremdverwaltung zu seinen Kun- >



Auf einen Blick können aktuelle Informationen für die Mieter digital dargestellt werden

Top 10-Hilfeschritte Themen

Insgesamt wurde das digitale Brett im gesamten Bestand 96.205 Mal von den Mietern genutzt.

Thema	Mal
1. Neuigkeiten/Events	51.316
2. Reinigungsnachweise	47.488
3. Flyer	43.060
4. Infos zum Haus	26.274
5. Listen und Fahrpläne	22.552
6. Treppenhilfen	18.420
7. Reparaturmeldung	10.792
8. Kooperationspartner	8.492
9. Hilfe	8.126
10. Kontakt-Formular	6.421

Vor allem Informationen zu Neuigkeiten und Events, gefolgt von Reinigungsnachweisen interessieren die Mieter

den zählt. Die Anwendung fungiert mittlerweile als Plattform, an der sich beliebig viele Partner beteiligen können – Vermieter, Mieter, Verwalter, Handwerker und Dienstleister. Das Unternehmen liefert die Software, die optisch an das jeweilige Wohnungsunternehmen angepasst ist, und als Cloud funktioniert. Die Anbindung an die Verwaltersoftware funktioniert in den meisten Fällen als Modul. Nach einer Einführungsphase gingen die Anwendungen in die laufende Nutzung über, sagt Firmenchef Peter Schindlmeier. Auf die gestiegenen Anfragen im Zuge der Corona-Krise hat Casavi mit einer abgespeckten Gratis-Version reagiert, die unmittelbar nutzbar war. Im Regelfall werden die Kosten monatlich abgerechnet.

Mehr als eine reine Transformation

Ein Blick auf die Funktionsweise von sowohl digitalem Brett als auch App verdeutlicht, dass die Umstellung aufs Digitale mehr ist als eine Transformation des Analog. Will sich ein Mieter an das Unternehmen wenden, kann er zunächst in einer Vorauswahl sein Anliegen konkretisieren – zum Beispiel über den Button „Reparaturmeldung“. „Solche Eingaben können dann sofort kanalisiert und zielkonform etwa an Handwerker weitergeleitet werden“, erklärt Petersohn von der Kleefelder Genossenschaft. Mieter können sich außerdem an ihre Nachbarn wenden und sie vorwarnen, wenn es wegen einer Geburtstagsfeier etwas lauter wird. Solche Mitteilungen würden von den Verwaltungsmitarbeitern zunächst geprüft und dann freigeschaltet. Auch Suchmeldungen für verschwundene Katzen oder Einkaufshilfen fänden so ihren direkten Weg in den Hausflur. Bedenken, dass weniger affine Mieter von den neuen Prozessen ausgeschlossen werden könnten, zerstreut Petersohn: „Unsere älteren Bewohner hatten erst einmal Hemmnisse wegen des Touchscreens, aber das Be-

dienen ist so einfach, dass sich die Zurückhaltung schnell gelegt hat.“

Ein Verhältnis auf Augenhöhe zahlt sich aus

Wohnungsunternehmen wiederum könnten auf digitalem Weg zielgerichteter, flexibler und schneller Informationen streuen und gestiegenen Anforderungen während außergewöhnlicher Situationen gerecht werden, sagt Wedemeier vom GdW: Per Touchscreen halten sie Bewohner tagesaktuell über Änderungen bei Kontaktbeschränkungen und Hygienemaßnahmen auf dem Laufenden. Das technische Vorsortieren eingehender Mitteilungen entbinde die Mitarbeiter außerdem von aufwändigen Handarbeiten. Sie müssten weder persönlich vor Ort sein noch im gleichen Maß zu fixen Zeiten telefonisch erreichbar – schließlich ebnet das Digitale den Weg zur 24-Stunden-Erreichbarkeit.

Freilich erhöhen die neu ausgelösten Prozesse, egal ob durch digitales Brett, App oder Portal-Lösung auf der Homepage, die Moderations- und Steuerungsanforderungen an Mitarbeiter. Das Wohnungsunternehmen wird mehr denn je zur zentralen Schaltstelle. Die Immobilien-Expertin Maya Miteva sieht in diesem veränderten Kommunikationsverhalten dabei

Beziehungen zwischen Vermieter und Mieter werden vertrauensvoller

die Chance, das Verhältnis zwischen Unternehmen und Mietern generell auf eine andere Stufe zu heben. „Wer sich beispielsweise per Whatsapp austauscht anstatt mit einem formalen Brief, baut eine ganz andere Verbindung zu seinen Mietern auf“, sagt die Ökonomin, die sowohl selbst vermietet als auch in PropTechs investiert. Beziehungen würden demokratischer und vertrauensvoller – wenn das beide Seiten wollten, könnten sich Wohnungs-

unternehmen ganz neue Spielräume eröffnen: Sie könnten etwa langjährigen, bewährten Mietern die Besichtigungstour der Nachbarwohnung übertragen. Auch finanziell zahle sich eine Kommunikation auf Augenhöhe aus, ist Miteva überzeugt: „Mieter, die sich mir als Vermieterin verbunden fühlen, reduzieren bei Schwierigkeiten nicht einfach die Zahlungen.“ —



Über ein Hilfefeld lässt sich die Bedienungsanweisung des digitalen Bretts aufrufen