

Wohnungskosmetik – ein neuartiges Instrument der Vermietungsförderung

Wenn Vermieter und Mietinteressent schon beim Betreten einer Wohnung über Unrat stolpern, unangenehme Gerüche in der Luft liegen, der Fußboden völlig verwohnt ist und die ehemals weißen Tapeten vergilbt sind, wird mit Sicherheit nichts aus dem erhofften Abschluss des Mietvertrags. Die Wohnung bleibt leer und kostet weiterhin Tag für Tag bares Geld. Dabei ist es in vielen Fällen so leicht, Wohnungen ohne größeren Aufwand für die schnelle Neuvermietung fit zu machen. Vermietungsfördernde Wohnungskosmetik lautet das Stichwort.



Verpasste Chancen wie die oben beschriebene kann sich vor dem Hintergrund des drastisch veränderten Wohnungsmarktes heute niemand mehr leisten. Immer mehr Wohnungsunternehmen klagen über steigende Leerstandsquoten und immense Erlösschmälerungen. Auch durch Fluktuation werden jährlich viele Wohnungen frei, die sich längst nicht mehr von selbst

vermieten. „Die Lösung des Problems lässt sich auf eine einfache Formel bringen: Wer Leerstand nachhaltig abbauen will, braucht gute Mitarbeiter, eine gute Kommunikation – und gute Wohnungen“, erklärt Kay Stolp, Geschäftsführer der auf Marketinglösungen für die Wohnungswirtschaft spezialisierten Beratungsgesellschaft Stolp und Friends (Osnabrück). Er ist davon überzeugt, „dass professionelles Marketing bei den Mitarbeitern anfängt“ und erläutert: „Wir stimmen das Zusammenspiel aller vorhandenen Potenziale von Wohnungsunternehmen perfekt aufeinander ab. Dazu gehört auch, dass im Rahmen dieses ganzheitlichen Ansatzes die Mitarbeiter durch gezielte Workshops und praxisbewährte Vermietungstrainings ebenfalls richtig eingestellt werden. Durch ein optimal auf das jeweilige Unternehmen zugeschnittenes integriertes Marketingkonzept werden dann neue Mieter gefunden und gebunden, Leerstände reduziert, die Fluktuation abgebaut und die Erlösschmälerungen eingedämmt.“

Gut gelüftet, sauber, aufgeräumt, hell und freundlich

„Man darf nicht vergessen, dass die Wohnungssuche eine hochemotionale Angelegenheit ist. Deshalb sind es immer wieder auch die vermeintlichen Kleinigkeiten, die über eine erfolgreiche Vermietung entscheiden und möglicherweise sogar über das eine oder andere Handicap einer Wohnung hinwegtrösten. Das fängt schon damit an, dass eine Wohnung bei der Besichtigung gut gelüftet, sauber, aufgeräumt, hell und freundlich sein muss. Für den ersten Eindruck gibt es bekanntlich keine zweite Chance“, gibt Marketingexperte Kay Stolp zu bedenken. Wichtigste Kriterien aus Sicht des Mietinteressenten sind nach seinen Erfahrungen insbesondere Fußbodenbeläge, die Wandbekleidungen und die Badezim-

Was ist Ihnen lieber ...



Bruchbude oder schönes Zuhause?

Was ist Ihnen lieber ...



Bleiwüste oder Hingucker?

merausstattung: „Mit alten Teppichböden, Blümchentapeten und uralten Bädern mit dem, Charme der 50er-Jahre gibt sich heute kein potenzieller Mieter mehr zufrieden.“ Leer stehende Wohnungen, die wegen ihres schlechten Allgemeinzustands nicht oder erst nach langer Zeit neu vermietet werden können, verursachen hohe Kosten. Ein erster Schritt in Richtung erfolgreiche Neuvermietung kann die „kosmetische“ Wohnungsverschönerung sein. Professionell gemacht, reichen oft schon kleine, schnell und kostengünstig umzusetzende Korrekturen aus, um eine erhebliche Aufwertung der Wohnungsqualität zu erreichen und den Mietinteressenten zu überzeugen. Genau hier findet sich der Ansatzpunkt für das umfassende neuartige Konzept vom Netzwerk für die Woh-

nungswirtschaft: das „Einkaufsnetzwerk“. Dieses bietet allen Wohnungsunternehmen die Möglichkeit, allein oder – noch preisgünstiger – im Verbund Produkte einzukaufen, die für die vermietungsfördernde Wohnungskosmetik wichtig und erforderlich sind. Hierbei handelt es sich um qualitativ hochwertige und in der Praxis bewährte Produkte, die zu attraktiven Konditionen kurzfristig geliefert werden können. Zum Sortiment gehört u. a. eine große Auswahl edler Kunststoff-Designbodenbeläge, die bei einigen Wohnungsunternehmen bereits für Furore gesorgt haben. Darüber hinaus bietet das Einkaufsnetzwerk weitere interessante Lösungen, beispielsweise für Wandbekleidungen und Badezimmerausstattungen, spezielle Fliesenlösungen, Accessoires wie Tür- und Fenstergriffe, Steckdosen und vieles mehr. Auch Arbeiten wie die Wohnungsreinigung oder Fensterputzen können über das Einkaufsnetzwerk beauftragt werden. Alle Produkte und Dienstleistungen sind bundesweit abrufbar. Nähere Informationen im Internet unter www.netzwerkfdw.de

Martin Göbel

In der zweiten Folge dieser neuen Artikelserie wird es um das Schwerpunktthema Fußböden gehen – und um die viel beachtete Erfolgsstory eines Wohnungsunternehmens, das den verblüfften Mietinteressenten hochwertige Designböden zu Füßen legte.