

Marketing

Der hat es in sich! Wie die GSW Sigmaringen mit ihrem Einzugskarton neue Wege der Kundenorientierung geht

Ein Umzug ist in vielerlei Hinsicht eine echte Bewährungsprobe – für die Organisatoren, die Helfer und natürlich die eigenen Nerven. Damit sich Neumieter dennoch vom ersten Augenblick ganz zu Hause fühlen, hat die GSW Gesellschaft für Siedlungs- und Wohnungsbau Baden-Württemberg mbH mit Sitz in Sigmaringen, eines der namhaften Wohnungsunternehmen in Baden-Württemberg, den „wichtigsten Einzugskarton aller Zeiten“ geschnürt. Mit Taschenlampe, Zollstock, Pflaster, Handtuch und vielem mehr hält der frischgebackene Neumieter viele nützliche Dinge in Händen, die er gerade in den ersten Stunden gut gebrauchen kann. Die GSW setzt damit ein klares Signal, dass sie sich in die Lebenssituation und Wünsche ihrer Kunden hineindenken kann.



Vertrauensbildende Maßnahme: Die GSW Sigmaringen hat den „wichtigsten Einzugskarton aller Zeiten“ geschnürt und setzt damit neue Maßstäbe in puncto Kundenorientierung.

praktisch und lösungsorientiert ihm Hilfe angeboten wird, ohne dass er danach gefragt hätte. Diese Erfahrung setzt sich nach Meinung der Verantwortlichen im Kopf der neuen Mieter fest – und überträgt sich im besten Fall auf die gesamte Unternehmenswahrnehmung. Mit Wertschätzung, Einfühlungsvermögen und praktischer Kundenorientierung legt die GSW den Grundstein eines echten Zuhauses: nämlich Vertrauen.

Vertrauen ist ein wichtiger Erfolgsfaktor für das Unternehmen, das an mehr als 60 Standorten in Baden-Württemberg, Sachsen-Anhalt und Bayern vertreten ist. Als 100%ige Tochter des Sozialverband VdK Baden-Württemberg e.V. steht die GSW in einer langen Traditionslinie, die sie selbst auf die Formel „Wohnungsbau im Dienste am Menschen“ bringt. Vor diesem Hintergrund nimmt auch die Wertschätzung des Kunden eine zentrale Rolle ein. Doch beim Einzugskarton geht es um mehr als den berühmten ersten Eindruck, für den es bekanntlich keine zweite Chance gibt.

Auftakt für einen gelungenen Kundendialog

Das Konzept des Einzugskartons als Willkommensgeschenk stammt dabei aus der Feder der begleitenden Marketing-Gesellschaft STOLPUNDFRIENDS aus Osnabrück, die seit vielen Jahren auf die nachhaltige Wohnungswirtschaft spezialisiert ist und entsprechend auch den Einzugskarton der GSW als nachhalti-

„Wer kennt das nicht“, verdeutlicht Prokurist Wolfgang Ziegler das Konzept. „Man betritt eine neue Wohnung, doch das Licht ist noch nicht in allen Räumen angeschlossen, im Bad befindet sich kein Handtuch und wenn man ausmessen will, ob die Couch an die Wand passt, liegt der Zollstock garantiert in irgendeinem Umzugskarton draußen im Lkw. Diese und ähnliche kleine Umzugshürden möchten wir mit dem neuen Einzugskarton der GSW aus der Welt schaffen.“

Die durchdachte Idee: Mit dem Einzugskarton holt die GSW ihre Neumieter genau in dieser Lebenssituation ab und vermittelt das Gefühl, dass sie sich um die Nöte des Kunden kümmert, noch bevor dieser überhaupt weiß, dass er sie hat. Ein Zeichen der Empathie, das über die Wertschätzung, die z. B. ein Blumenstrauß kommuniziert, weit hinausgeht. Der Kunde soll sich nicht einfach nur willkommen fühlen, er soll zusätzlich positiv überrascht sein, wie

Mit dem neuen Einzugskarton...

...sich um die Nöte des Kunden kümmern

Mit dem Logo der GSW



Mit Einfühlungsvermögen die Kundenbindung stärken: Die GSW denkt voraus und hilft ihren Neumieter mit Zollstock, Pflaster, Handtuch und Co. über Einzugshürden hinweg.

sozialen Wurzeln und die gesellschaftliche Verantwortung werden kontinuierlich mit Leben gefüllt und damit startet man am besten gleich zu Beginn einer Kundenbeziehung“.

Damit sich der Einzugskarton der GSW jedoch als wirksamer „Markenbotschafter“ in die gesamte Imageentwicklung der GSW einfügen kann, bedarf es laut Projektmanagerin Meyer-Klapdor einer konsequenten Vernetzung der verschiedenen Marketingaktivitäten. „Wenn man den ganzheitlichen Ansatz der GSW in den Blick nimmt, dann wird deutlich, dass alle Maßnahmen, vom Sponsoring des neuen Jugend- und Sportbereichs bei der Gartenschau 2013 über den nachhaltigen Umgang mit Ressourcen bis hin zu seniorengerechten Dienstleistungen, auf ein gemeinsames Ziel hinsteuern: die Verbindung von nachhaltigem Wirtschaften mit sozialer Verantwortung – ein Ziel, das charakterisierend für die gesamte Branche und zukunftsweisend für unsere Gesellschaft sein kann.“



„Ganz schnell wohlfühlen“ – der Einzugskarton als „Markenbotschafter“ der GSW ist Teil einer ganzheitlichen Unternehmensverantwortung.

nen unter 0541 800493-0 gern auf die Erfahrungswerte der Osnabrücker Marketingexperten zurückgreifen.

ges Instrument versteht. „Viele Inhalte des Kartons wurden bewusst mit dem Logo der GSW versehen. Ob Zollstock, Kaffeetasse oder Schlüsselanhänger – viele Utensilien finden anschließend auch nach dem Einzug ihren Weg in den Haushalt und fungieren weiterhin als positiver Verstärker der Marke GSW, die für Kunden- und Serviceorientierung steht. Die Zeiten, in denen sich der Kontakt zwischen Mieter und Vermieter lediglich auf den Ein- und Auszug beschränkt, sind schließlich längst vorbei“, beschreibt Dorothee Meyer-Klapdor, Projektmanagerin und Kundenberaterin bei STOLPUND-FRIENDS, die zentralen Funktionen.

„Wir verstehen Kundenorientierung und Imagekommunikation als einen fortwährenden Prozess“, verdeutlicht auch Markus Weikum, Stabsstelle Geschäftsleitung bei der GSW. „Dieser Prozess endet nicht mit dem Abschluss eines Mietvertrags, sondern ganz im Gegenteil: Das ist erst der Auftakt für eine längere und fortwährende Beziehung. Unsere

nachhaltig Wirtschaften mit sozialer Verantwortung

Dass persönliche, emotionale Imagekommunikation einen zukunftsweisenden Weg bildet, davon ist Kay Stolp, Geschäftsführer der Osnabrücker Marketingberatungs- und Kreativagentur, überzeugt: „Nachhaltiges Wirtschaften, gesellschaftliches Engagement und soziale Werte sind ureigene Themen unserer Kunden aus dem ehemals gemeinnützigen Bereich. Umso glaubwürdiger und authentischer können und sollten diese Leistungen auch kommuniziert werden.“ Nachhaltige Wohnungsunternehmen, für die es nichts Schöneres als zufriedene Mieter gibt, und die ebenfalls den Einzugskarton als Willkommensgeschenk und Markenbotschafter für das eigene Unternehmen einsetzen möchten, können