Um-Frage

Service verbessern – Wettbewerbsfähigkeit steigern! Modernes Kundenbeziehungsmanagement verändert die Wohnungswirtschaft

Kundenorientierung ist in der Wohnungswirtschaft schon lange kein Fremdwort mehr. Wohnungsbestand und Dienstleistungen eng an den Wünschen der Mieter auszurichten, ist für viele Unternehmen ein wichtiges Ziel. Dabei steht der Wunsch im Vordergrund, den Service zu verbessern und dadurch die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens zu steigern.

Das gilt nicht nur für entspannte Märkte. Denn auch dort, wo es eine große Nachfrage gibt, bringen Kundenbindung und ein positives Image handfeste Vorteile: Sie verringern die Fluktuation und helfen, diejenigen Mieter zu halten und zu gewinnen, die besonders gut zum Bestand und in die Nachbarschaft passen. Wie eng der Zusammenhang zwischen der Wiedermietbereitschaft und der Zufriedenheit mit dem Service eines Wohnungsunternehmens ist, zeigen die Ergebnisse des Servicemonitors Wohnen, einer repräsentativen Mieterbefragung von Analyse & Konzepte aus dem Jahr 2012. Danach waren 63 % der vollkommen zufriedenen Mieter entschlossen, auch die nächste Wohnung bei ihrem derzeitigen Vermieter zu suchen.

Mehr Informationen zu den Studien unter: www.aareon.com/crm

Ansprüche an den Service steigen

Für die Mieter wird der Service rund um die Wohnung immer wichtiger. Im Vordergrund stehen hierbei Zuverlässigkeit und Effizienz. Die wachsenden Erwartungen der Mieter basieren dabei auch auf Erfahrungen, die sie in anderen Dienstleistungsbereichen machen. Allerdings offenbart der Servicemonitor Wohnen 2012 in dieser Hinsicht Diskrepanzen zwischen Wunsch und Wirklichkeit: So gaben zwar 70 % der Mieter an, dass ihnen eine zuverlässige Instandhaltung sehr wichtig ist. Aber nur 23 % waren mit den Leistungen ihres Vermieters tatsächlich zufrieden. Reparaturen stellen mit nahezu 50 % den häufigsten Anlass für eine Kontaktaufnahme zum Vermieter dar und sind deshalb von herausragender Bedeutung für die Mieter.

Die Gründe für die Unzufriedenheit liegen hier sowohl im Verhalten des Vermieters als auch beim ausführenden Handwerksunternehmen. So kann eine wenig entgegenkommende, beschwerliche Terminvereinbarung ebenso Anlass zur Unzufriedenheit sein wie eine schlechte Ausführung der Reparaturen.

Erdgas und Strom für die Wohnungswirtschaft

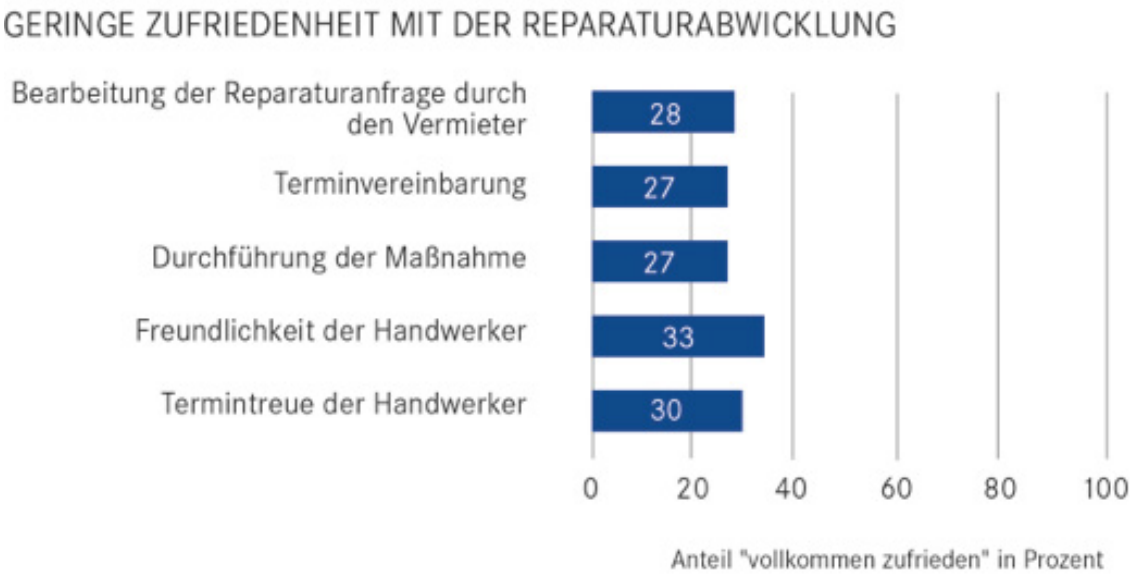
Die DEH Deutsche Energiehandels GmbH bietet Wohnungswirtschaftskunden entscheidend mehr: Abrechnungs- und Preissysteme, die die Marktmöglichkeiten optimal nutzen. Dazu die Wahl zwischen Öko- und Preisvorteilsprodukten. Und außerdem eine persönliche Betreuung, die jeweils auf die individuellen Bedürfnisse eingeht.

Angleichung der Laufzeiten unterschiedlicher Standorte? Stichtagsgenaue Abrechnung innerhalb eines vorgegebenen Kurzzeitkorridors? **Aber gerne doch!**

Sprechen Sie mit uns, lassen Sie sich beraten und noch heute ein individuelles Versorgungsangebot erstellen.

DEH
Deutsche Energiehandels GmbH

DEH Deutsche Energiehandels GmbH
Industrie-Str. 9 • 78224 Singen
Tel. (07731) 5900–1900
info@deh-wohnungswirtschaft.de
www.deh-wohnungswirtschaft.de



Quelle Servicemonitor Wohnen 2012
www.analyse-konzepte.de

Potenzial von IT-Systemen

Eine deutliche Verbesserung der Kundenzufriedenheit wird hier nur durch eine sehr gute Koordination des gesamten Prozesses, in den Vermieter, Handwerker und Kunden des Wohnungsunternehmens involviert sind, zu erreichen sein. Gerade hier liegt ein erhebliches Potenzial im Einsatz von integrierten IT-Systemen: Sie ermöglichen

- Automatisierungen von Standardtätigkeiten sowie
- schnellere und zuverlässigere Informationen zum Bearbeitungsstand

und schaffen damit eine wichtige Grundlage, um eine hohe Servicequalität nachzuhalten. Die entscheidenden Erfolgsfaktoren zur Einführung neuer IT-Systeme und die weiteren zentralen Voraussetzungen für ein gutes Kundenbeziehungsmanagement hat Analyse & Konzepte in dem Bericht „Kundenbeziehungsmanagement neu denken – Kundenservice verbessern“ für Aareon zusammengestellt.

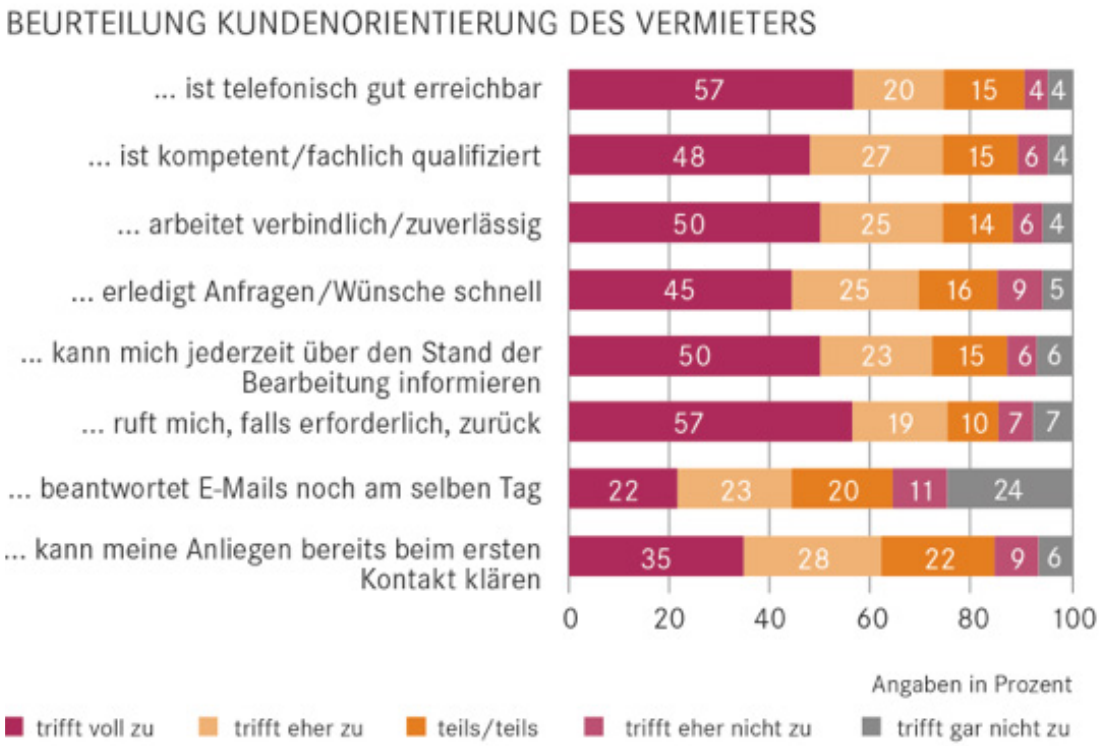
Jüngere Mieter möchten online kommunizieren

Die Mehrzahl der Mieter entscheidet sich trotz Restriktionen des Kommunikationsweges noch immer für das Telefon als Kontaktkanal zum Vermieter – und das obwohl 72 % der Mieter ansonsten für viele Aktivitäten das Internet nutzen: Mehr als die Hälfte der online aktiven Mieter erledigt bereits heute Bankgeschäfte oder Reisebuchungen über das Internet. In einer repräsentativen deutschlandweiten Mieterbefragung im Auftrag von Aareon gaben aber nur 22 % der Mieter an, dass ihre E-Mail-Anfragen vom Vermieter noch am gleichen Tage beantwortet werden. Offenbar besteht hier noch Verbesserungspotenzial für die Wohnungsunternehmen – und die Chance, sich positiv vom Wettbewerb abzusetzen.

Wer aufhört zu werben, um Geld zu sparen, kann ebenso seine Uhr anhalten, um Zeit zu sparen. Henry Ford

Wir lassen Ihre Uhr weiterlaufen!

Gerd Warda warda@wohnungswirtschaft-heute.de
Hans-J. Krolkiewicz krolkiewicz@wohnungswirtschaft-heute.de



Quelle Aareon Mieterbefragung CRM

Internet und E-Mail sind derzeit für 8 % der Mieter der bevorzugte Kontaktweg zu ihrem Vermieter. Jedoch würden zukünftig gerne 17 % der Mieter online mit ihrem Vermieter kommunizieren, darunter signifikant mehr jüngere Mieter. Voraussetzung für einen derartigen bzw. weiteren Anstieg ist ein zuverlässiger Online-Kontakt. So bietet eine Portallösung aus Mietersicht unter anderem folgende Vorteile:

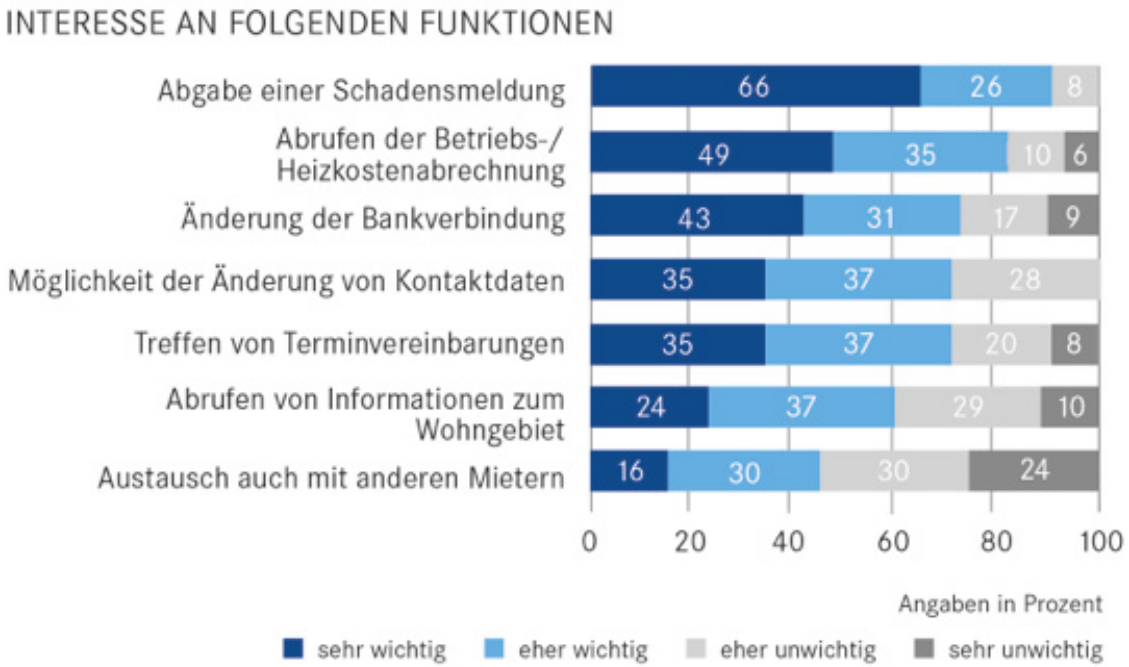
- gute Erreichbarkeit rund um die Uhr,
- Informationen dann, wenn sie benötigt werden,
- schnelle Reaktionsgeschwindigkeit
- und Abrufbarkeit der Rückmeldung des Vermieters dann, wenn der Mieter es möchte.

Dies kommt insbesondere den jüngeren Haushalten sehr entgegen, die mit geringen Zeitbudgets umgehen müssen, um Familie, Beruf und Freizeitinteressen vereinbaren zu können (siehe 25-Stunden-Gesellschaft in „Wohntrends 2030“ des GdW). Um den Online-Standard anderer Branchen zu erreichen, müssen Wohnungsunternehmen aber nicht nur die entsprechenden Kontaktmöglichkeiten schaffen und Formulare einrichten. Sie müssen auch die Prozesse dahinter bereitstellen, um Anfragen schnell und zuverlässig zu beantworten. Im Vordergrund steht dabei der Instandhaltungsprozess. Von den Mietern, die sich bereits heute einen Online-Kontakt zu ihrem Vermieter wünschen, halten 66 % die Möglichkeit Schadensmeldungen online abgeben zu können für sehr wichtig.

Auch Unternehmen profitieren

Kundenbeziehungsmanagement ist mittel- bis langfristig eines der entscheidenden Themen, um den wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens zu sichern. Dies bestätigen auch die Untersuchungen „Unternehmenstrends 2020“ und „Wohntrends 2030“ des GdW. Die konsequente Umsetzung bringt nicht nur Vorteile für die Kunden, sondern auch für die Unternehmen. Hierzu gehören:

- höhere Effizienz und Kostenreduzierung,
- mehr Transparenz und
- deutliche Vorteile im Wettbewerb



Quelle Aareon Mieterbefragung CRM 2014

Die Ausrichtung der internen Organisation sowie der Unternehmensstrategie an den Kundenwünschen erfordert zum Teil veränderte, aber auf jeden Fall gut durchorganisierte Arbeitsweisen. Diese müssen immer in enger Zusammenarbeit mit den Mitarbeitern gestaltet werden – denn die haben ihr Ohr an der Basis. Und sie sind diejenigen, die die neuen Prozesse mit Leben füllen sollen.

Daneben sind diese sechs Voraussetzungen wichtig, um ein wirklich gutes Kundenbeziehungsmanagement auf die Beine zu stellen:

1. Fundierte Informationen über die unterschiedlichen Kunden und ihre jeweiligen Wünsche und Anforderungen
2. Konsequente Orientierung an den Wünschen und Anforderungen der Kunden
3. Kundenorientierte Haltung auf allen Unternehmensebenen
4. Einbettung in die Unternehmensstrategie
5. Arbeitsabläufe, die ein Handeln im Sinne des Kunden gewährleisten
6. IT als zentrales Instrument des zeitgemäßen Kundenbeziehungsmanagements

Bettina Harms

Bettina Harms, Geschäftsführerin des Beratungsunternehmens Analyse & Konzepte im Auftrag der Aareon AG