

Führung / Kommunikation

So entstehen tolle Websites – Beispiel GWG Reutlingen

Sie ist schön, übersichtlich, aktuell, informativ und technisch auf dem neuesten Stand: Die neue Website der GWG Reutlingen kann sich sehen lassen. Vielleicht sogar noch wichtiger als das tolle Ergebnis: Durch die Beteiligung vieler Mitarbeiter an der Konzeption der Website hat das Wohnungsunternehmen der Stadt Reutlingen wertvolle Expertise aufgebaut.



In diesem Mai ging die neue Website der GWG Reutlingen online. Mitarbeiter aus allen Unternehmensebenen hatten sich in die Konzeption und Umsetzung der Seite eingebracht.

Nichts veraltet so schnell wie Websites. In den letzten Jahren stellt vor allem die rasant wachsende Zahl mobiler Internetnutzer neue technische und konzeptionelle Anforderungen an die Online-Präsenzen von Wohnungsunternehmen. Seit diesem Mai ist ein für mobile Endgeräte optimiertes Design ein Faktor für die Platzierung einer Seite in den Ergebnislisten der Suchmaschine. Ein guter Anlass für viele Wohnungsunternehmen, ihre Websites zu überarbeiten.

Gemeinsamer Relaunch als Teil eines Gesamtkonzepts

Bei der GWG Reutlingen stand die Modernisierung der Internetseite schon länger auf der Agenda. Sie ist Teil des von STOLPUNDFRIENDS entwickelten Konzepts zur Image-Aufwertung, für dessen Umsetzung sich die GWG Ende 2013 entschieden hat. Seitdem arbeiten das Wohnungsunternehmen und die Marketing-Gesellschaft aus Osnabrück eng zusammen.

Lars Gerling ist Kundenberater bei STOLPUNDFRIENDS. Er sagt: „Der Geschäftsleitung der GWG und uns war von Anfang an wichtig, die Mitarbeiter eng in alle Veränderungen einzubeziehen. Niemand sollte das Gefühl haben: ‚Da wird uns von außen oder von oben etwas übergestülpt, das nicht zu uns passt.‘ Denn wir wissen aus Erfahrung: Bei Wohnungsunternehmen ist es besonders wichtig, dass die Mitarbeiter die Werte, die das Unternehmen nach außen transportieren will, mittragen – dazu müssen sie zumindest informiert sein, was da geschieht.“ Diesen Ansatz verfolgten die Geschäftsleitung der GWG und die Marketinggesellschaft auch bei der Konzeption der neuen Website. Schon im Vorfeld wurden Ideen gesammelt: In Workshops und per Aufruf im internen Newsletter, der alle Mitarbeiter regelmäßig über wichtige Neuerungen informiert. In der Umsetzungsphase waren insbesondere die Abteilungsleiter eng involviert.

Hier der Link zur Website:
<http://gwg-reutlingen.de/>

Nebeneffekte der Mitarbeiterereinbindung



Hanno Schmidt ist Konzeptioner und Texter bei STOLPUNDFRIENDS. Die Osnabrücker Marketing-Gesellschaft konzipiert, gestaltet und entwickelt Websites für Wohnungsunternehmen aus ganz Deutschland.

Ralf Güthert, der kaufmännischer Geschäftsführer der GWG, nennt dafür drei Gründe: „Erstens: Unsere Abteilungsleiter kennen ihr Geschäft selbst am besten. Sie wissen, welche Fragen ihre Kunden stellen, kennen die internen Prozesse. Zweitens: Die Mitarbeit an der Website schärft das Verständnis für die Digitalisierung, die uns in den kommenden Jahren auch in anderen Zusammenhängen beschäftigen wird. Drittens ist es immer gut, die Perspektive zu wechseln und das eigene Unternehmen mit den Augen der Kunden zu sehen.“ STOLPUNDFRIENDS moderierte diesen Prozess, den Kundenberater Lars Gerling ebenfalls sehr positiv bewertet: „Hier haben beide Seiten voneinander gelernt. Wir konnten die Erfahrungen aus Website-Relaunches für andere Wohnungsunternehmen einbringen. Die enge Zusammenarbeit mit der Geschäftsleitung und den Abteilungsleitern hat jedoch auch unser Verständnis für die Abläufe von Wohnungsunternehmen weiter vertieft.“

Unsere Abteilungsleiter kennen ihr Geschäft selbst am besten. Sie wissen, welche Fragen ihre Kunden stellen
Info 17

Das Ziel im Visier behalten

Die gemeinsamen Hauptziele behielten beide Seiten dabei stets im Auge. Eine Kundenbefragung hatte ergeben, dass sich viele Mieter, Kunden und Mitarbeiter mehr und leichter zugängliche Informationen über die GWG wünschen. Zudem hatte sich bestätigt, dass das Image des Unternehmens in der Öffentlichkeit seinen tatsächlichen Leistungen für Reutlingen nicht gerecht wird.

Entsprechend sollte die neue Website die GWG selbstbewusst und in hochwertigem Layout repräsentieren, dabei übersichtlich bleiben und leicht zugängliche Informationen über aktuelle Projekte bieten. Außerdem sollen bestimmte Fragen von Mietern und Kunden des Bauträger- oder WEG-Geschäfts bereits auf der Website beantwortet werden und so die Mitarbeiter entlasten. Für ein Unternehmen, das in vielen Bereichen innovative Wege geht, war zudem moderne Technik und responsives Design besonders wichtig.

Die Vermietung von Wohnungen über die Website spielt aufgrund der Leerstandssituation in Reutlingen keine übergeordnete Rolle, die sie bei Unternehmen einnehmen sollte, die vermietbaren Leerstand haben. Für den Vertrieb der Bauträgermaßnahmen dagegen bietet die neue Website eine schöne Plattform. Am 1. Juni ging die neue Website online. Es gab bereits viel positives Feedback. Das wichtigste Feedback kommt von den Internetnutzern. Die ersten Nutzungsdaten zeigen, dass die Seite rege besucht wird.

Vertrieb der Bauträgermaßnahmen bietet die neue Website eine schöne Plattform

Hanno Schmidt.