

Marketing

# Flüchtlingskrise? Für die Wohnungswirtschaft Flüchtlingschance!

Die Flüchtlingskrise bringt endlich Bewegung in Handlungsfelder, in denen schon lange Verbesserungsbedarf besteht. Für die Wohnungswirtschaft bietet das riesige Chancen - vorausgesetzt, dass Politik und Wohnungsunternehmen die richtigen Schlüsse aus den Fehlern der Vergangenheit ziehen, schreibt unser Kolumnist Kay P. Stolp.



Kay P. Stolp ist Inhaber und Geschäftsführer von STOLPUNDFRIENDS. Die Marketinggesellschaft aus Osnabrück arbeitet für Wohnungsunternehmen aus ganz Deutschland – auch zum Thema Flüchtlingskommunikation.

gilt für die Überprüfung der rechtlichen Rahmenbedingungen für den Wohnungsbau: Ist das Baurecht einmal verschlankt, könnte manche bürokratische Hürde auch langfristig fallen, das „einfache Bauen“ eine Renaissance erleben. Davon profitieren alle – nicht nur die Flüchtlinge. Die natürlichen Protagonisten dieser Wiederbelebung sind die ehemals gemeinnützigen Wohnungsunternehmen.

Ein weiterer wichtiger Aspekt sind die sozialen Bedingungen der Integration der Flüchtlinge. Nicht alle Nachbarschaften reagieren von sich aus positiv auf neue Nachbarn aus der Fremde; auch Sachbearbeiter sind nicht immer begeistert, sich mit den neuen Mietern auseinanderzusetzen, die in mancherlei Hinsicht kompliziertere Kunden sind. Wiederum sind das altbekannte Phänomene: Viele der seit den Fünfzigerjahren angeheuerten Gastarbeiter aus Südeuropa sind noch heute schlecht integriert und stoßen auf Vorbehalte. Der Druck der aktuellen Ereignisse bietet die große Chance, es besser zu machen. Die Ansatzpunkte für die Wohnungswirtschaft sind vielfältig.

Ein Beispiel: Die Sozialarbeiterin eines Wohnungsunternehmens berichtete uns, sie sei von muslimischen Frauen angesprochen worden: Diese lebten schon über 20 Jahre in Deutschland – hatten aber noch nie eine deutsche Küche von innen gesehen. Die Sozialarbeiterin organisierte einen Kochabend mit Seniorinnen aus der Nachbarschaft. Daraus entstand ein reger Austausch zwischen den Gruppen, aus Fremden wurden Nachbarn.

„Die wohnungswirtschaftlichen Verbände fordern: Einfaches Bauen muss rechtlich vereinfacht und öffentlich gefördert werden. Damit liegen sie zweifellos richtig. Und zwar nicht nur deshalb, weil die Unterbringung von Hunderttausenden entschlossenes Handeln erfordert. Nach einer Studie des Pestel Instituts verschärfen die Flüchtlinge ein Problem, das ohnehin besteht: In den wachsenden Regionen wird zu wenig preiswerter Wohnraum gebaut. Auch ohne Flüchtlinge besteht bereits eine große Lücke zwischen Angebot und Nachfrage. Eine Lücke, die wegen der demografischen Entwicklung – und der schlechten rechtlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für einfachen Neubau – weiter wächst.

Ich hoffe daher, dass sich die Wohnungswirtschaft mit ihren Forderungen durchsetzt. Die Chancen stehen dank des akuten Handlungsdrucks besser denn je. Darüber hinaus wage ich eine Prognose: Hat die Politik den sozialen Wohnungsbau einmal (wieder-)entdeckt, wird er auch über die aktuelle Krise hinaus wieder eine größere Rolle spielen als bisher. Gleiches

Große Lücke zwischen Angebot und Nachfrage

Es könnte das „einfache Bauen“ eine Renaissance erleben

Ansatzpunkte für die Wohnungswirtschaft sind vielfältig



Der Druck der aktuellen Krise bietet der Wohnungswirtschaft große Chancen.

Zugegeben: So einfach ist es nicht immer. Doch ich möchte die Verantwortlichen dazu anregen, sich aktiv für die Integration der neuen Nachbarn in ihren Quartieren zu engagieren und sich dabei nicht allein auf kommunale Sozialarbeiter zu verlassen. Stabile Nachbarschaften liegen im ureigenen Interesse von Wohnungsunternehmen und entsprechendes Engagement zahlt sich langfristig aus.

Eine wichtige Rolle spielt dabei die Kommunikation. Wohnungsunternehmen sollten klar Stellung beziehen. Bestenfalls formulieren sie gemeinsam mit allen Mitarbeitern eine Haltung zum Thema Flüchtlinge: Wo bringen wir diese unter? Wie unterstützen wir die Integration? Welche Reaktion wünschen wir uns von den Mietern? Unternehmen, die bereits mit einem Leitbild arbeiten, könnten dieses entsprechend aktualisieren. Eine der wichtigsten Aufgaben ist es, die alten Mieter auf die neuen Nachbarn vorzubereiten. Es geht darum, Ängste abzubauen und dazu anzuregen, aktiv Kontakt zu suchen. Dass die Integration der Gastarbeiter in der Vergangenheit oft so schleppend verlief, hat auch mit einem banalen kulturellen Missverständnis zu tun: In orientalischen Kulturen begrüßen Alteingesessene ihre neuen Nachbarn. Bei uns erwartet man von den „Neuen“, dass diese sich vorstellen.

Es ist viel gewonnen, wenn solche Missverständnisse aufgeklärt werden. Hierzu eignen sich Anschreiben, Flyer sowie etablierte Kommunikationskanäle wie etwa das Mietermagazin. Gerade letzteres bietet viele Möglichkeiten: Portraits von Flüchtlingen, Artikel über gelungene Integration, Sensibilisierung für kulturelle Unterschiede. Darüber hinaus erleben wir in Workshops, dass Mitarbeiter und Führungskräfte von Wohnungsunternehmen oft viele Ideen entwickeln, wie sich die Integration der Flüchtlinge fördern lässt: Von der Nutzung von Übersetzungs-Apps im Kundencenter bis hin zu Nachbarschaftspaten.

Wenn die Wohnungswirtschaft dieses Potenzial nutzt, hat sie gute Chancen, aus der Flüchtlingskrise zweifach gestärkt hervorzugehen: Indem sie baulich neue Spielräume gewinnt und zum Vorreiter für gelungene Integration wird.“

**Kay P. Stolp**

Vorreiter für gelungene Integration