

## Marketing

# Jetzt auf einmal alles digital, oder was? Bitte nicht, meint Kay P. Stolp und empfiehlt einen ausgewogenen Umgang mit digitalen und analogen Medien.

Die digitale Revolution kommt, auch in der Wohnungswirtschaft, das ist klar. Aber wann? Vielleicht schneller als die meisten denken. Nirgendwo macht sich die rasante digitale Entwicklung deutlicher bemerkbar als beim Einkaufen. Sich dieser drastischen Entwicklung zu widersetzen, ist ziemlich aussichtslos. Aber man kann sie gestalten.



Bei aller Digitalisierung bitte nicht den Menschen aus den Augen verlieren. Foto: s+f

## Immer mehr Bereiche werden digitaler

Das Päckchen wurde gerade geliefert – angezeigt auf dem Smartphone, mit den Büchern von Amazon. Erst gestern Abend online bestellt, liegt es heute Morgen schon im Hausflur. Der freundliche DHL-Bote hat es dort abgelegt. Das Leben wird digitaler, das ahnt ja jeder, aber man denkt doch: Es dauert noch ein Weilchen. Das selbstfahrende Auto ist schon im öffentlichen Verkehr unterwegs, hört man hier und da, aber wer hat es schon gesehen? Nur täuscht die Ruhe.

Die digitale Revolution hat längst begonnen, und nirgendwo macht sich das mehr bemerkbar als beim Einkaufen. Unzählige Angebote über den eingangs geschilderten Buchkauf hinaus sind heute schon sehr real. Der Online-Modehändler Zalando praktiziert an einigen Standorten tatsächlich schon „Same Day Delivery“, die Telekom arbeitet am Kofferraum-Service, auch die onlinegestützte Lebensmittelversorgung ist längst kein Hirngespinnst mehr.

Die Ruhe täuscht

## Und was ist mit der Wohnungswirtschaft?



Wohnungswirtschaft-heute-Kolumnist Kay P. Stolp berät bundesweit Wohnungsunternehmen bei der Konzeption von digitalen und analogen Kommunikationsmedien. Foto: s+f

noch nicht. Wahrscheinlich geht es am Ende, wie so oft, um den richtigen Mix. Man muss die Digitalisierung nicht aufhalten wollen, wir können es auch gar nicht. Aber man könnte heute einfach mal wieder ein Gespräch mit einem Mitarbeiter oder Mieter führen. Persönlich. Wahrhaftig. Von Angesicht zu Angesicht. Von Mensch zu Mensch.

**Kay P. Stolp**

Vielleicht sollten wir alle uns neben den digitalen Vorteilen auch immer wieder klarmachen, was auf der Strecke bleibt. Kontakte von Mensch zu Mensch. Und natürlich das große Ganze, der öffentliche Raum. Aus den Innenstädten sind kleine Läden fast vollständig verschwunden. Und auch in den Wohngebieten schrumpfen die Einkaufsmöglichkeiten des täglichen Bedarfs. Diese Auswirkungen spüren vor allem die Menschen in den Wohnquartieren. Besonders die ältere Generation hat dadurch eine wichtige Kommunikationsfläche verloren. Und auch die Jüngeren wissen sehr wohl zu schätzen, was sie am Kiosk um die Ecke hatten, der heute nicht mehr da ist.

Klar, die Mitarbeiterkommunikation übers eigene Intranet erscheint um vieles leichter, aber auch anonym. Intelligente CRM-Systeme erleichtern tatsächlich heute schon den Umgang mit Kunden und Interessenten beträchtlich, ersetzen aber nicht die emotionale Komponente, die manchmal unbedingt nötig ist. Und Facebook & Co. gehören bei vielen Wohnungsunternehmen neben der eigenen responsiven Website mittlerweile auch zum guten Ton, fühlen, denken und sprechen können Sie aber

Aus den Innenstädten sind kleinen fast ganz verschwunden

# Wohnungswirtschaft heute.

Fakten und Lösungen für Profis

Sind sie schon regelmäßiger Leser von  
**Wohnungswirtschaft-heute Technik?**  
wenn nicht, dann melden Sie sich *heute* an . . .