

Marketing

Herne – Zum Neubau Lohofbogen sagt: HGW-Chef Thomas Bruns: „Jeder soll komfortabel wohnen können“

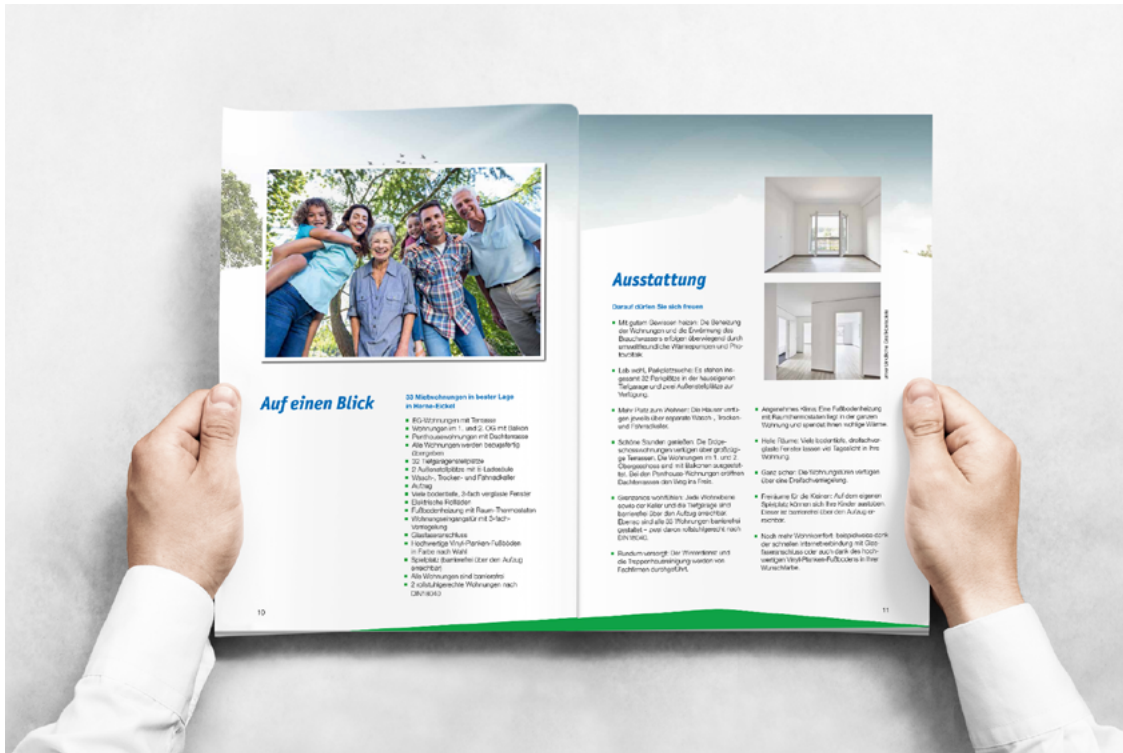
„Wohnen mit Schwung“ heißt der Slogan, mit dem die Herner Gesellschaft für Wohnungsbau (HGW) ihr aktuelles Neubauprojekt bewirbt. Und in der Tat bringt die kommunale Wohnungsgesellschaft mit dem Lohofbogen Bewegung in den Herner Wohnungsmarkt. Der Neubau bietet unter einem Dach rollstuhlgeeignete Wohnungen, gehobenen Mietwohnraum und Sozialwohnungen – und bietet damit gleich drei wichtigen Zielgruppen bezahlbaren Wohnraum.



Schon von Weitem zu erkennen Hier baut die HGW hochwertigen Mietwohnraum - 33 Wohnungen, davon sind neun öffentlich gefördert und zwei rollstuhlgeeignet – und alle bezahlbar.

Der HGW geht es beim Lohofbogen nicht so sehr um soziale Durchmischung, das ist in ihrem Bestand sozusagen Standard. Und auch in Herne selbst seien die unterschiedlichen sozialen Gruppen auf dem Wohnungsmarkt sehr verteilt, ein Verdrängungsprozess oder eine Segregation finde nicht statt, so Thomas Bruns, Geschäftsführer der HGW. Was es aber in Herne gibt, ist eine veraltete Bausubstanz. Im Zweiten Weltkrieg sind nur wenige Häuser zerstört worden, und in den vergangenen Jahren sei beim Bau hochwertiger Wohnungen „leider nicht viel passiert“, so der HGW-Chef. In diesem Segment herrsche ein hoher Bedarf ebenso wie an barrierearmem Wohnraum und an Sozialwohnungen sowieso. Seit dem Jahr 2000 hat sich der Bestand an Sozialwohnungen in Herne halbiert. Aber auch ältere Menschen, denen ihr Haus mit Garten zu groß geworden ist, würden gerne in eine kleinere Wohnung ziehen, möglichst zentral gelegen in einem Viertel mit guter Infrastruktur.

Im Exposé beschreibt die kommunale Wohnungsgesellschaft nicht nur ihr aktuelles Projekt, sondern betont ebenfalls ihren Anspruch, auch Menschen mit geringem Einkommen eine möglichst hohe Wohnqualität zu bieten.



Im Exposé beschreibt die kommunale Wohnungsgesellschaft nicht nur ihr aktuelles Projekt, sondern betont ebenfalls ihren Anspruch, auch Menschen mit geringem Einkommen eine möglichst hohe Wohnqualität zu bieten.

Mietverträge bereits ein Jahr vor Fertigstellung

Die Nachfrage nach den Wohnungen im Lohofbogen ist deshalb hoch. „Wir hatten 350 Interessenten, mit hundert von ihnen haben wir konkrete Gespräche für die frei finanzierten Wohnungen geführt“, sagt Thomas Bruns. Ein Jahr vor der Fertigstellung des Lohofbogens kann die HGW bereits die Mietverträge abschließen. Die Sozialwohnungen werden über die Stadt Herne vergeben, auch dort verzeichnet man eine sehr große Nachfrage. Der offizielle Baubeginn für das Projekt war im Februar 2019.

Der Lohofbogen, das sind 33 barrierearme Wohnungen in zentrumsnaher Lage in Herne-Eickel, zwei davon rollstuhlgerecht. Neun Wohnungen werden über das Land Nordrhein-Westfalen öffentlich gefördert, so dass Menschen mit geringem Einkommen mit einem Wohnberechtigungsschein dort einziehen können. Die restlichen 24 Wohnungen sind frei finanziert und orientieren sich an den Preisen für barrierefreien Neubau in sehr guter Wohnlage. Die Ausstattung ist hochwertig mit Fußbodenheizung, elektrischen Rollläden, bodentiefen Fenstern, Balkon, Terrasse oder Dachterrasse, Aufzug und Glasfaseranschluss. Umweltfreundliche Wärmepumpen und eine Photovoltaikanlage sorgen für die Beheizung der Wohnungen und die Erwärmung des Brauchwassers. Außerdem gehören 32 Tiefgaragenplätze sowie zwei Außenstellplätze mit E-Ladesäule zum Lohofbogen.

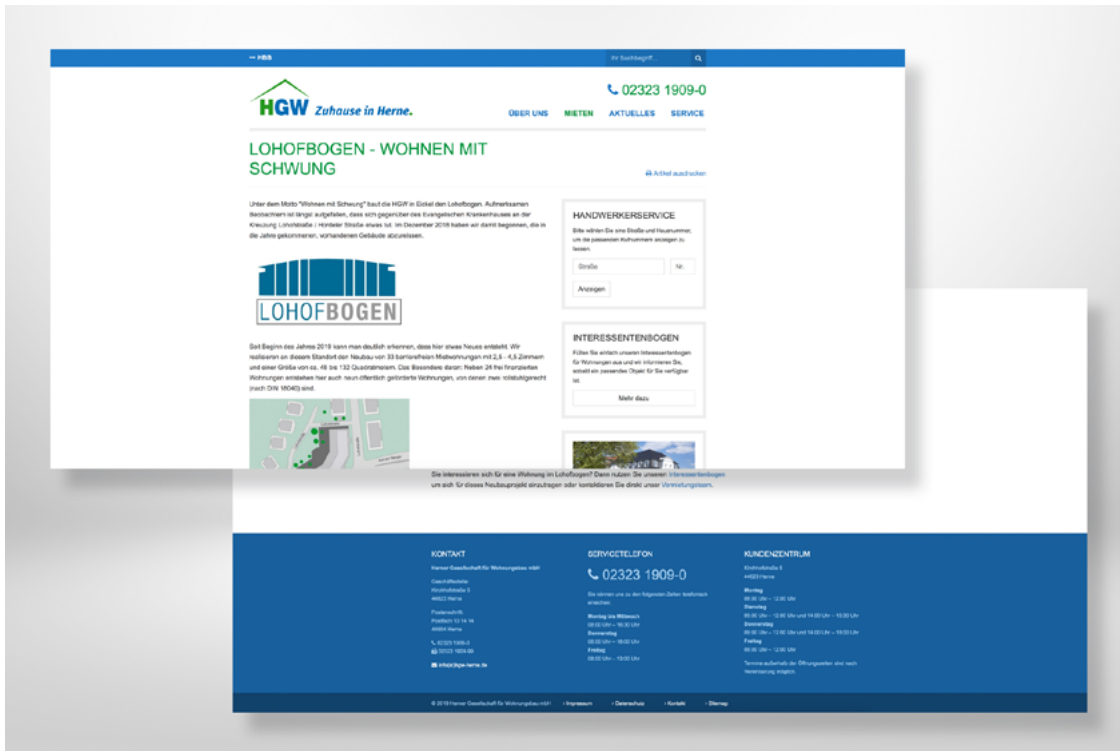
„Nur durch Fördermittel zu erreichen“

Durch die Förderung des Landes ist die HGW in der Lage, die Sozialwohnungen zu einem Quadratmeterpreis von 5,25 Euro zur Miete anzubieten. „Das ist nur mit Fördermitteln zu erreichen“, sagt Thomas Bruns. Auch für die Baureifmachung des Grundstückes, das ursprünglich mit HGW-Häusern bebaut war, gab es eine anteilige Förderung. Mieter der frei finanzierten Wohnungen zahlen im Lohofbogen bis zu zwölf Euro den Quadratmeter. Mit dieser Mischfinanzierung kann die HGW das Zehn-Millionen-Euro-Projekt stemmen. Den Wohnungen sieht man den Mietunterschied nicht an: „Sie merken nicht, ob eine Wohnung öffentlich gefördert ist oder nicht. Die Ausstattung ist überall gleich“, so Thomas Bruns weiter. Die Sozialwohnungen sind außerdem überall im Haus verteilt. Wichtiger als die soziale Durchmischung ist dem HGW-Chef etwas anderes: „Jeder soll komfortabel wohnen können, zu bezahlbaren Mieten.“ Und sozusagen nebenbei trägt der Lohofbogen mit seiner schicken Architektur auch zur Aufwertung des Stadtbildes bei.

Gezielte Marketingkommunikation half beim Imageaufbau

Neubauprojekte wie der Lohofbogen haben aber auch für die Bauherrin Vorteile. Thomas Bruns: „Die HGW wird zunehmend als ein Unternehmen wahrgenommen, das auch hochwertigen Wohnraum zur Verfügung stellt.“ Wertvollen Input habe die HGW durch stolp+friends erhalten. Die Marketingagentur, spezialisiert auf die nachhaltige Wohnungswirtschaft, hatte den Neubau von Anfang an mit zielgruppenorientierten Kommunikations- und Marketinginstrumenten begleitet.

So entwickelte stolp+friends zunächst als gestalterische Grundlage ein eigenständiges Logo, um die Bedeutung des Neubaus als Marke zu betonen.



Zur Projektbeschreibung auf der Homepage. KLICKEN Sie einfach auf das Bild und die HGW-Homepage öffnet sich. Alle Grafiken und Fotos: stolp+friends

Eine Projektbeschreibung auf der Homepage fasst die wichtigsten Informationen auf einen Blick zusammen, das Exposé steht hier ebenfalls zum Herunterladen zur Verfügung. Messestellwand, Bauschild, Werbeschilder und Roll-ups flankieren den Vermarktungsprozess und schaffen einen hohen Wiedererkennungswert. Gleichzeitig informieren sie die Menschen nicht nur darüber, wer an dieser Stelle baut, sondern sie signalisieren ebenfalls, dass dort qualitätsvolle Wohnungen entstehen. „Die Interessenten haben sich vorher nicht vorstellen können, dass unser Unternehmen so hochwertig baut“, so Bruns.

Inhaltliche Unterstützung, gutes Timing

stolp+friends habe die HGW zum einen inhaltlich unterstützt. Dank der langjährigen Expertise brauchte die Wohnungsgesellschaft den Osnabrücker Experten nicht zu erklären, warum sie wo und für wen baut. Und auch vom Timing habe die Zusammenarbeit sehr gut geklappt: Broschüren und andere Werbemittel seien auf den Punkt genau eingetroffen. HGW-Chef Bruns: „Was die Agentur versprochen hat, das hat sie auch gehalten.“

Und das nicht zum ersten Mal. Auch bei den früheren Neubauprojekten Castroper Straße und Vödestraße hat stolp+friends die kommunale Wohnungsgesellschaft mit professioneller Marketingkommunikation begleitet sowie viele verschiedene andere Projekte entwickelt und umgesetzt.

Christine Nagel

Christine Nagel ist Konzeptionerin und Texterin bei stolp+friends. Die Marketing-Gesellschaft aus Osnabrück entwickelt für Wohnungsunternehmen aus ganz Deutschland u. a. zielgruppenorientierte Kommunikationskonzepte für kleine und große Neubauprojekte.