

Marketing

„Alleskönner“ Geschäftsbericht – Finanzkommunikation, Marketinginstrument und Image- Booster für wertorientierte Wohnungsunternehmen

Geschäftsberichte sind ein oft unterschätztes Medium. Natürlich dienen sie in erster Linie dazu, nüchterne Zahlen und Fakten zum Geschäftsverlauf zu transportieren. Aber es steckt viel mehr in ihnen: Gerade Wohnungsbaugenossenschaften und kommunale Wohnungsgesellschaften können die Zahlenwerke dazu nutzen, politische Entscheidungsträger, Banken und Kreditinstitute, Bauunternehmen und nicht zuletzt eine interessierte Öffentlichkeit von ihren Leistungen zu überzeugen. Wirtschaftliche Wertschöpfung, visionäre Stadtbildgestaltung oder nachhaltige Neubauten – mit solchen und ähnlichen Themen wird aus einem Medium der Finanzkommunikation gleichzeitig ein seriöser und wirkungsvoller Imageträger.



Die GEWOBAU Essen setzt ihren Jahresbericht 2018 als Instrument des Arbeitgebermarketings ein.

Mit einem durchdachten Konzept und einer ansprechendem Gestaltung kann ein Geschäftsbericht als zusätzliches Marketinginstrument gezielt eingesetzt werden. Jedes Wohnungsunternehmen setzt dabei unterschiedliche Schwerpunkte. Die GEWOBAU Essen zum Beispiel nutzte ihren Jahresbericht 2018 dazu, sich als attraktive Arbeitgeberin zu präsentieren. Dass es sich nicht um einen typischen Geschäftsbericht handelt, merkt man bereits, wenn man das Heft aufschlägt. Auf einer nochmal um die Hälfte erweiterten Doppelseite – einem „Aufklapper“ – begrüßt das gesamte GEWOBAU-Team den Leser. Dieser freundliche Auftakt ist gleichzeitig die Einleitung des separaten Imageteils, welcher der obligatorischen Darstellung der Geschäftsentwicklung gegenübersteht.

Authentisches Arbeitgebermarketing

Auf den nachfolgenden Seiten geben einzelne GEWOBAU-Mitarbeiter aus verschiedenen Abteilungen ihr ganz persönliches Statement zu ihrer Arbeitgeberin ab – präsentiert auf einer ganzen Fotoseite. Sympathisch, entspannt und in ihrer alltäglichen Arbeitssituation dargestellt, wirken die Mitarbeiter glaubwürdig und authentisch. Und stellen damit die beste Werbung für die Wohnungsbaugenossenschaft dar.



Im Geschäftsbericht 2017 setzte die GSG Neuwied den Schwerpunkt auf ihre Neubauproduktivitäten und deren Bedeutung für die Stadt.

Teil einer vernetzten Neubauproduktivität

Ein anderes Unternehmen, ein anderer Schwerpunkt: die GSG Neuwied. Die kommunale Wohnungsbau-gesellschaft stellte in ihrem Geschäftsbericht 2017 ihre aktuellen Neubauprojekte „Am Schlosspark“ und „Zeppelinhof“ vor. Lange Jahre hatten bei der GSG Neuwied wie bei vielen anderen werteorientierten Wohnungsunternehmen Instandhaltung und Modernisierung das tägliche Geschäft bestimmt. Die drängende Nachfrage nach bezahlbarem und gutem Wohnraum lässt sie heute immer öfter als Bauherren auftreten. Ihre Neubauprojekte können sich sehen lassen: Sie erfüllen moderne ökologisch-nachhaltige Anforderungen, verfügen teilweise bereits über smarte Technologien, sind architektonisch attraktiv und wegweisend in der Stadtbildgestaltung – und das alles zu fairen Mieten. Diese Stärke wollen (und sollten) werteorientierte Wohnungsunternehmen immer öfter kommunizieren. Der Geschäftsbericht wird somit Teil einer integrierten Neubauproduktivität, die zum Ziel hat, das positive Image des Bauvorhabens auf die gesamte Dachmarke, also das Wohnungsunternehmen selbst, zu projizieren.



Die Lehre von den vier Elementen zog sich als Leitmotiv durch den Geschäftsbericht 2017 der GSG Neuwied. Jedem der Elemente Wasser, Erde, Feuer und Luft werden bestimmte Eigenschaften zugeordnet. Diese lassen sich auf die Wohnungsgesellschaft übertragen und verstärken die positive Außerendarstellung.

Schwerpunkt „gesellschaftliches Engagement“

Vielen nachhaltigen Wohnungsunternehmen ist es darüber hinaus wichtig, ihr gesellschaftliches Engagement (Corporate Social Responsibility, CSR) oder ihre ökologische Ausrichtung zu dokumentieren. Sie zeigen damit, dass sie weit über ihre Kernkompetenz hinaus als Förderer und Gestalter vor Ort tätig sind. Anhand einer durchgehenden Leitidee oder einer stimmigen Geschichte können Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung textlich und bildlich assoziationsreich in einem Geschäftsbericht umgesetzt und somit ein gewünschtes Image transportiert werden.

[HOME](#) [INITIATIVE](#) [EXPERTEN-BEIRAT](#) [KONTAKT](#)



LEITUNGSWASSERSCHÄDEN

IN TROCKENEN TÜCHERN

"Im Fall eines Rohrbruchs steht nicht nur meine Wohnung unter Wasser, sondern auch ich auf der Straße."
Mieter aus Dortmund



SCHADEN PRÄVENTION.DE
Initiative der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft

**EINBRUCH-
SCHUTZ >>**

**BRAND-
SCHUTZ >>**

**LEITUNGS-
WASSER-
SCHÄDEN >>**

**NATUR-
GEFAHREN >>**

**SCHIMMEL-
SCHÄDEN >>**



Die Ergebnisse eines Wertschöpfungsberichts – hier von der Wohnstätte Krefeld – lassen sich sehr gut mit einem Geschäftsbericht ergänzen, um die wirtschaftliche Bedeutung und Solidität eines nachhaltigen Wohnungsunternehmens zu dokumentieren. Grafiken: stolp+friends

Überzeugende Darstellung der Wertschöpfungsleistung

Sinnvoll kann in einem Geschäftsbericht auch die Darstellung der wirtschaftlichen Bedeutung von Wohnungsbaugenossenschaften und kommunalen Wohnungsgesellschaften für ihre Stadt und die Region sein. Wie groß ist die Wertschöpfung, die nachhaltige Wohnungsunternehmen direkt und indirekt erzielen, indem sie Löhne und Gehälter zahlen und dadurch Kaufkraft schaffen, Steuern und Abgaben entrichten sowie Aufträge an lokale und regionale Unternehmen vergeben? Solche Kennzahlen könnten in einem separaten Teil des Geschäftsberichts auf einen Blick grafisch anschaulich und überzeugend dargestellt werden.

Die kleine Auswahl zeigt, dass Wohnungsbaugenossenschaften und kommunale Wohnungsgesellschaften über viele Möglichkeiten verfügen, ihre Geschäftsberichte gezielt imagefördernd einzusetzen – und jedes Jahr eine neue Facette ihrer Leistungen hervorheben können. Professionell konzipiert und realisiert, bieten Geschäftsberichte ein seriöses und glaubwürdiges Instrument, um politische Entscheidungsträger, eine breite Öffentlichkeit aber auch Banken, Bauunternehmer und andere Geschäftspartner nicht nur mit ihrer wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Leistung sowie ihrer Innovationskraft zu überzeugen, sondern auch von ihrer Philosophie und ihren Visionen.

Professionelle Unterstützung spart Zeit, Geld – und Nerven

Damit ein Geschäftsbericht seine Funktion als Imageträger wirkungsvoll erfüllt, sollten Wohnungsunternehmen professionelle Unterstützung suchen. Allein schon deshalb, weil sie für die Realisierung des Zahlenteils wahrscheinlich schon genug Zeit aufzuwenden haben. [stolp+friends](#) verfügt über jahrelange Erfahrung im professionellen Erstellen von Geschäfts- und Jahresberichten speziell für nachhaltige Wohnungsunternehmen mit unterschiedlichen Anforderungen hinsichtlich Marktsituation, Zielsetzung und Zielgruppe. Manche Wohnungsunternehmen nutzen den Geschäftsbericht zum Beispiel als reines Mittel der Finanzkommunikation und wünschen lediglich ein schlichtes, aber vertrauensbildendes Design. Andere wiederum möchten einen Geschäftsbericht, der mit aussagekräftigen Symbolbildern und passenden

Texten angereichert ist, die ihre Philosophie unterstreichen. „Auf Wunsch übernehmen wir die komplette Realisierung: vom Konzept und den Texten über Layout und Lektorat bis zum Druck und der Einstellung auf die Homepage sowie der Veröffentlichung im Bundesanzeiger. Die wohnungswirtschaftliche Expertise von stolp+friends sowie ein methodisch bewährtes Realisierungskonzept spart unseren Kunden viel Zeit, Geld und Nerven“, beschreibt Geschäftsführer Kay P. Stolp das Leistungsangebot des Unternehmens, das sich auf Kommunikation und Marketing für werteorientierte Wohnungsunternehmen spezialisiert hat. Für die weitreichende Verbreitung in den klassischen und sozialen Medien steht stolp+friends mit seiner Expertise ebenfalls zur Verfügung.

Ob reine Finanzkommunikation, eine multifunktionale Visitenkarte oder eine Version „Image light“ – (fast) alles ist denkbar, nur eines nicht: keinen Geschäftsbericht oder eine unübersichtliche Zahlenwüste zu veröffentlichen.

Christine Nagel

Christine Nagel ist Konzeptionerin und Texterin bei stolp+friends. Der Kommunikationsdienstleister entwickelt für werteorientierte Wohnungsunternehmen aus ganz Deutschland u. a. individuelle, zielgruppenorientierte Konzepte zur Marken- und Imageförderung, für die Mieter- und Mitarbeiterkommunikation sowie für kleine und große Neubauprojekte.

Textilsammlung der DESWOS mit Textilcontainern



Sie fördern damit Projekte der DESWOS und leisten Entwicklungshilfe vor Ihrer Haustüre.



Bitte sprechen Sie uns an.
Vielen Dank!