Guttmann
Communications

Wohnungswirtschaft und Energiekrise

Wie Wohnungsunternehmen und Vermieter die kommunikativen Herausforderungen meistern können

Über die Hälfte der Mieter fühlt sich von ihren Vermietern nicht ausreichend über die Auswirkungen der Energiekrise informiert. Laut einer aktuellen Umfrage von Civey im Auftrag von Guttmann Communications sehen 57, 2 Prozent der befragten Mieter Defizite in der Vermieterkommunikation. Zufriedene Kunden sind jedoch eine wichtige Grundlage für Reputation und wirtschaftlichen Erfolg eines Wohnungsunternehmens.

Hohe Preisschwankungen erschweren gerade auch für Wohnungsunternehmen eine zuverlässige Vorhersage der Auswirkungen für die Mieter. Hinzu kommt, dass derzeit nicht abzusehen ist, wann und in welchem Maße sich staatliche Unterstützungsmaßnahmen auswirken werden. Nicht nur Geringverdienende, Alleinerziehende und Rentnerinnen und Rentner befürchten daher, sich wegen der hohen Wohnungskosten verschulden zu müssen oder sogar ihr Dach über dem Kopf zu verlieren. Die Angst vor der Zukunft ihres sicheren Wohnens hat mittlerweile auch die Mittelschicht erreicht.

Die Unternehmen der Wohnungswirtschaft stehen deshalb vor erheblichen kommunikativen Herausforderungen:

1. Sie müssen ihren Mietern teilweise massive Erhöhungen der Wohnnebenkosten mitteilen und werden hierzu mit zahlreichen Fragen und Beschwerden, aber auch Sorgen und Verzweiflung konfrontiert.
2. Sie stehen im öffentlichen und medialen Fokus, wenn es infolgedessen zu sozialen Härten kommt. „Wohnungsgenossenschaft schränkt Warmwasserversorgung ein“, „Vermieter wollen Mieter frieren lassen!“ lauten bereits jetzt Überschriften.

Derartige Themen rufen hohes Interesse bei den Medien und in der Öffentlichkeit hervor. Sie können das Ansehen der Unternehmen und der Verantwortlichen langfristig schädigen, insbesondere wenn es Fehler beim kommunikativen Umgang mit diesen Situationen gibt.

Es zeigt sich, dass sich bisher nur wenige Unternehmen strategisch auf die Kommunikation in diesen Krisensituationen vorbereitet haben. Dies wurde auch in diversen Workshops deutlich, die Guttmann Communications in den letzten Wochen mit Führungskräften, Verantwortlichen für Öffentlichkeitsarbeit und Mitarbeitern, die Ansprechpartner für Mieter sind, durchgeführt hat.

Dabei können vorausschauendes Handeln und Prävention erheblich dazu beitragen, Kommunikationskrisen bestenfalls gar nicht erst entstehen zu lassen, oder helfen, diese effizient und **ohne langfristigen Schaden für das Image des Unternehmens zu überwinden.**

Die Wahrnehmung von Führungsverantwortung ist die entscheidende Grundlage für ein gelungenes Vorgehen in der Krise. Sie ist nicht erst im Krisenfall selbst gefragt, sondern sehr viel früher.

Wichtige Voraussetzungen für die souveräne und erfolgreiche Lösung akuter Krisen sind:

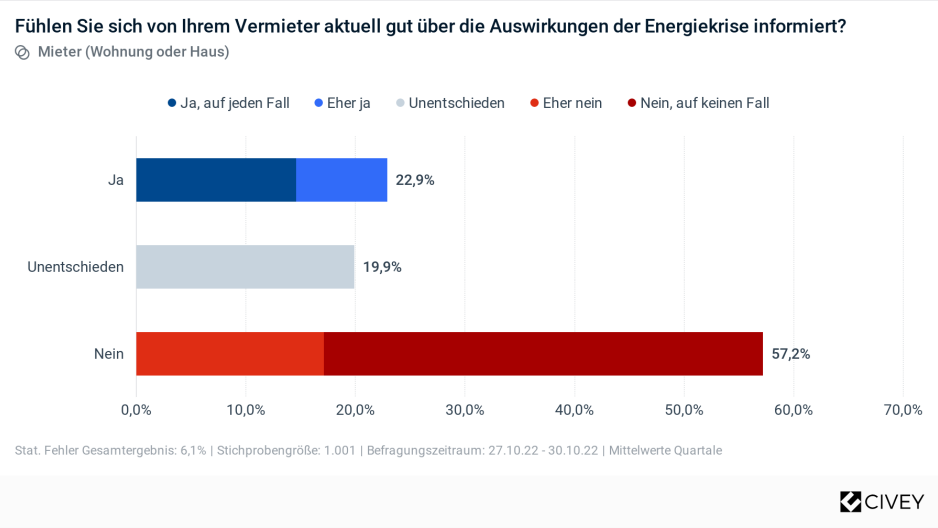
1. Das Krisenmanagement – das heißt der lösungsorientierte Umgang des Wohnungsunternehmens mit einer Krise insgesamt;
2. Die Krisenkommunikation, die sicherstellt, dass die gesamte Organisation mit einer Stimme spricht, transparent kommuniziert und das Bild eines verantwortungsbewusst und lösungsorientiert handelnden Unternehmen transportiert.

Dies wird vorbereitet und unterstützt durch:

1. Die generelle Beobachtung der veröffentlichten Meinung zur Identifikation potenzieller Krisenherde, die zur Krise führen können, aber nicht in jedem Fall müssen.
2. Die Vorbereitung der gesamten Organisation auf die Abläufe und Zuständigkeiten im Krisenfall sowie die Festlegung konsistenter und einheitlicher externer und interner Botschaften. Dazu gehört auch eine regelmäßige Befassung mit dem Thema und das Training der Beteiligten.

Kommunikation mit den Mietern

Die zitierte Umfrage von Civey zeigt, dass es in der Mieterkommunikation noch deutliches Verbesserungspotenzial gibt.

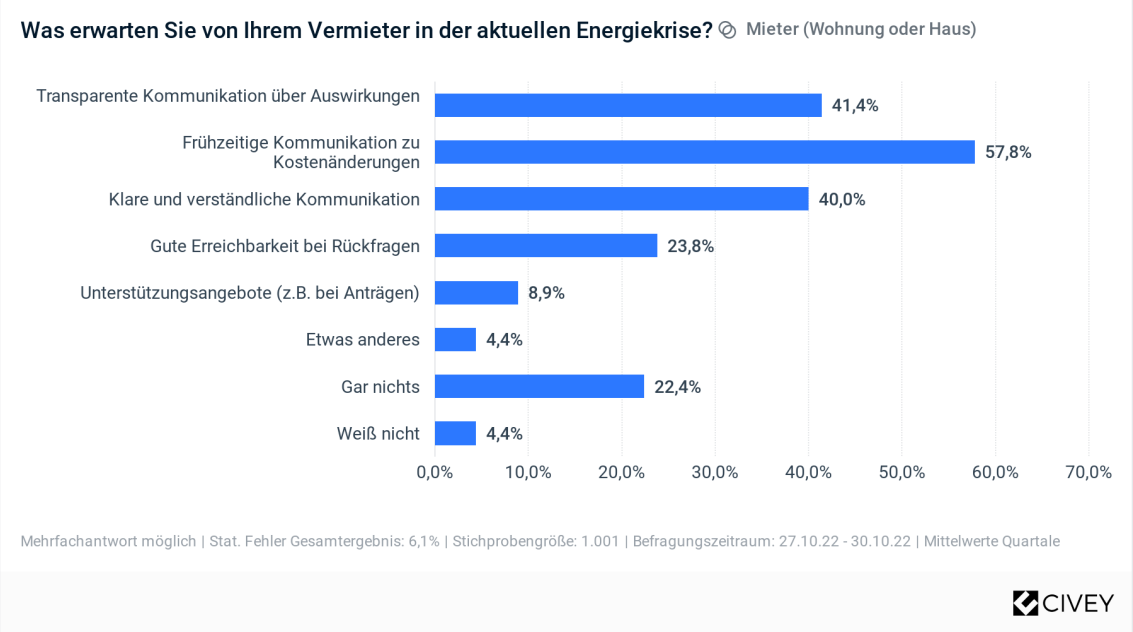


Mehr als die Hälfte der Befragten (57,2 Prozent) ist mit der Kommunikation ihrer Vermieter unzufrieden.

Es existiert eine klare Erwartungshaltung der Mieter in Hinblick auf die durch die Energiekrise hervorgerufenen Preiserhöhungen. Über alle sozialen Gruppen hinweg hat die rechtzeitige und verständliche Kommunikation der Preisveränderungen eine hohe Priorität. Sie erwarten zudem eine transparente Aufschlüsselung der Kosten. Die gute Erreichbarkeit des Vermieters bei Rückfragen trägt ebenfalls zur Mieterzufriedenheit bei.

Vor allem ältere Personen und Mieter in ländlichen Gebieten wünschen sich mehr Unterstützung, beispielweise beim Ausfüllen von Anträgen für zusätzliche Sozialleistungen.

Die Notwendigkeit einer klaren und verständlichen Kommunikation sowie die Möglichkeit für Rückfragen werden vor allem von Mietern ohne oder niedriger Berufsausbildung, Arbeitslosen und Nichterwerbstätigen hervorgehoben.



Krisen und ihre Bewältigung

Die Energiekrise birgt ein großes Potenzial negativer Auswirkungen auf das Ansehen von Unternehmen der Wohnungswirtschaft in der Öffentlichkeit und den Medien, wie die kleine Auswahl von Schlagzeilen zum Thema zeigt:

Kommunikative Herausforderungen im Zusammenhang mit der derzeitigen Energiekrise sind oft vorherseh-, aber nicht immer steuerbar.

Mieter und Medien reagieren auf Äußerungen und Aktionen aus dem politischen Raum. Versorgungsunternehmen kommunizieren Preisaufschläge oder geraten in wirtschaftliche Schwierigkeiten. Häufig genug verstärken dann vor allem auch soziale Medien den öffentlichen Druck auf die Wohnungsunternehmen.

In diesen Fällen kann eine schnelle und kompetente Kommunikation dabei helfen, die problematische Situation zügig zu überwinden und so eine Imagekrise für das Unternehmen oder seine Führung gar nicht erst entstehen zu lassen.

Krisen können auch dann entstehen, wenn das Wohnungsunternehmen selbst agiert. Als „Überbringer schlechter Nachrichten“ – beispielsweise mit einem Informationsschreiben zu Preiserhöhungen – ist es für das Unternehmen besonders wichtig, sich frühzeitig Gedanken über die möglichen kommunikativen Auswirkungen der Mitteilungen zu machen. Tonalität und Wortwahl, aber auch die mögliche Verknüpfung mit positiven Botschaften müssen hier sehr sorgfältig entwickelt werden.

Eine einfache und verständliche Sprache sowie die transparente Kommunikation, warum die Maßnahmen notwendig sind, senken das Konflikt- und Krisenpotenzial. Angebote für Nachfragen oder zur Hilfe bei der Beantragung von Sozialleistungen tragen ebenso dazu bei. Die hierfür notwendigen Servicestrukturen müssen in diesem Fall uneingeschränkt funktionsfähig sein.

Eine gute Vorbereitung hilft, Krisensituationen zu vermeiden oder die Auswirkungen für das Unternehmen zu mindern. Dazu gehören unter anderem:

1. Die rechtzeitige Entwicklung einer Krisenkommunikationsplanung und Definition von organisatorischen Strukturen und Abläufen für den Krisenfall (Verantwortlichkeit, interne Informations- und Entscheidungswege).
2. Medienbeobachtung/Issue Management und entsprechende Ableitungen.
3. Die Erarbeitung von konsistenten Botschaften für die externe und interne Kommunikation sowie von Ableitungen vor allem für die Mitarbeiter im Kundenservice oder Außendienst.
4. Frühzeitige strategische Überlegungen, wie das Unternehmen beispielsweise auf Zahlungsschwierigkeiten bei Mietern reagieren wird und welche kommunikativen Herausforderungen dadurch entstehen können.
5. Trainings für die Mitarbeiter der Unternehmenskommunikation und im Kundenservice.
6. Medientrainings und Coachings für Vorstand und Führungskräfte, denn sie repräsentieren das Unternehmen in der Öffentlichkeit, in den Medien und zum Teil auch gegenüber der lokalen Politik. Ein souveräner Auftritt ist dabei unverzichtbar.

Zusammenfassung

Die nächsten Monate werden für Wohnungsunternehmen vor allem auch eine kommunikative Herausforderung. Denn die „richtige“ Kommunikation kann gerade in schwierigen Situationen oder in einer Krise der entscheidende Faktor sein. Sie erhöht Verständnis und Akzeptanz für notwendige Maßnahmen, gleichzeitig trägt gelungene Kommunikation entscheidend zu Image und Reputation Ihres Unternehmens bei. Die rechtzeitige Vorbereitung darauf ist dafür ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Bei der Entwicklung von Strategien zur Prävention von und dem Umgang mit Kommunikationskrisen ist oftmals externe Unterstützung angeraten. Ein professioneller und ganzheitlicher Blick von außen kann maßgeblich dazu beitragen, die Organisation gut auf die kommenden Herausforderungen einzustellen.

Über Guttmann Communications

Bei Guttmann Communications arbeiten Kommunikationsberater, Journalisten und Rechtsanwälte Hand in Hand, um Kunden in allen Bereichen der Unternehmenskommunikation zu unterstützen – von der Entwicklung einer Kommunikationsarchitektur über die strategische und taktische Planung bis hin zu Coachings. Wir verfügen über langjährige Expertise in der Krisenkommunikation für Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und im Rechtsbereich.

© **Guttmann** Communications GmbH

Marienstraße 30
10117 Berlin
Tel.: +49 (0) 30 577 1013 30

Venloer Straße 310-316
50823 Köln
Tel.: +49 (0) 221 9501 6653

E-Mail: info@guttmann-communications.de
Web: www.guttmann-communications.de

Graphic Design: Sebastian Garbrecht