

Führung/Kommunikation

Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance! Mit gezielter Wohnungskosmetik aktiv Leerstand reduzieren, Vermietungsleistung steigern und effektiv Kosten sparen

Wohnungsunternehmen sehen sich zunehmend mit den wandelnden Anforderungen des Wohnungsmarkts, in bestimmten Regionen mit steigender Fluktuation, dem demografischen Wandel und einem alternden Bestand konfrontiert. Bisherige Lösungswege erscheinen oftmals als zu kostspielig, sodass Maßnahmen nicht zuletzt durch die Budgetierung begrenzt sind oder sogar komplett ausfallen. Mit gezielter Wohnungskosmetik können leerstehende Wohnungen jedoch schnell und kostengünstig wieder fit für die Neuvermietung gemacht werden – ohne die herkömmlich hohen Investitionen in Modernisierung.

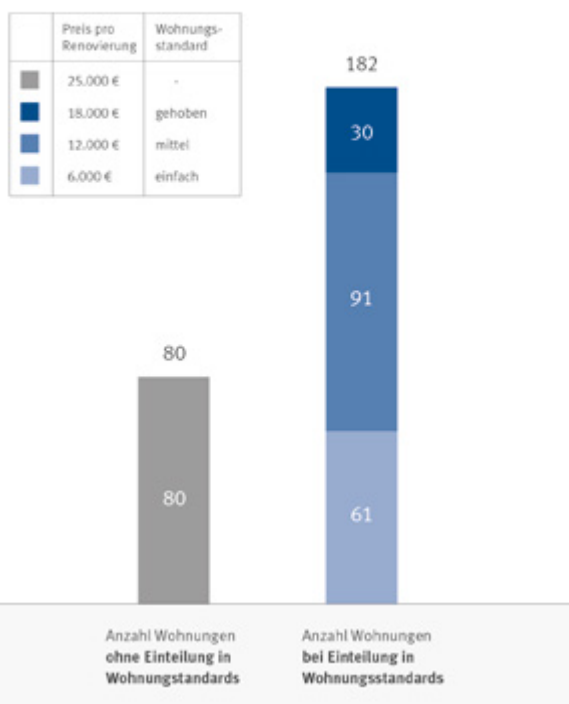


Eine erfolgreiche Vermietung hängt von vielen Faktoren ab, die Wohnung sollte jedoch in jedem Fall sauber und ordentlich sein.

Fehlen die nötigen Gelder für umfassende Bestandssanierungen und erhöht sich zudem der Leerstand innerhalb des Wohnungsunternehmens, ist dieses bereits in einem Teufelskreis gefangen. Denn der Leerstand sorgt neben Erlösschmälerungen vor allem auch für ein Absinken der Wohnqualität im gesamten Quartier. Leerstehende Wohnungen ziehen häufig weiteren Leerstand nach sich und bedeuten zugleich den Verlust weiterer Einnahmen. An umfassende Modernisierungsprojekte ist nicht zu denken. Um der prekären Situation zu entkommen, bieten sich jedoch kleinere – aber dennoch effektive – Maßnahmen an: die vermietungsfördernde Wohnungskosmetik.

Hohe Wohnqualität muss sich auch rentieren!

Modernisierte Wohnungen bei einem Budget von 2 Mio €



Modernisierte Wohnungen bei einem Budget von 2 Mion €

beschichtung das Badezimmer geschönt werden, um so eine moderne Optik im Sanitärbereich zu erlangen.

Wohnungskosmetik ist im Übrigen nicht nur für die Wohnqualität der späteren Mieter oder Mitglieder relevant, sondern entscheidet bereits im Vorfeld bei der Wohnungsbesichtigung über eine Kauf- bzw. Mietentscheidung. Denn die Besichtigung vor Ort gibt den entscheidenden Impuls für eine positive Mietentscheidung. Stimmen Lage und Größe der Wohnung, die Optik und der erste Eindruck jedoch nicht, ist der Abschluss eines Mietvertrags eher unwahrscheinlich. Dreckige Fußböden, verstaubte Fenster, abgerissene Tapeten und im schlimmsten Fall sogar ein schimmeliges Badezimmer wecken beim potentiellen Mieter kein Interesse und sorgen darüber hinaus auch für einen Imageverlust des Vermieters – die eingesparten Kosten muss dieser häufig teuer bezahlen. Denn hat ein Wohnungsunternehmen erst einmal den Ruf weg, stark renovierungsbedürftige Wohnungen anzubieten, beginnen zahlreiche Wohnungssuchende es zu meiden. Die Folge ist denkbar einfach: Zu dem bereits bestehenden Leerstand kommt sukzessive neuer hinzu – vor dem Hintergrund des drastisch veränderten Wohnungsmarktes kann und sollte sich so etwas heute niemand mehr leisten.

Die Wohnungskosmetik erlaubt auch mit kleineren Budgets eine deutliche Anhebung der Wohnqualität und des Wohnungsstandards. Im Vorfeld kann unter Umständen auch die Einteilung der Wohnungen in Kategorien sinnvoll sein, um so für die verschiedenen Zielgruppen und Ansprüche auch entsprechend vermietbare und gestaltete Wohnungen anbieten zu können. Bei allen Maßnahmen gilt daher: Das Wohnungsunternehmen sollte aufgrund einer umfassenden Analyse die potentielle Zielgruppe und ihre Wünsche bzw. Bedürfnisse im Auge behalten. Die Ausstattung mit hochwertigen Böden und Tapeten rentiert sich nur, wenn die Wohnung anschließend (in einer guten Lage) mit entsprechenden Interessenten auch vermietet werden kann.

Wer sich für vermietungsfördernde Wohnungskosmetik entscheidet, entscheidet sich zugleich für ein schnelles, effektives Handeln: Oft kann schon eine gründliche Reinigung zu einem Vermietungserfolg führen. Saubere Fenster und Räume gehören daher ebenso zum Standard eines jeden zu vermietenden Objekts wie Schimmelfreiheit. Darüber hinaus sind Schönheitskorrekturen wie frische Anstriche beispielsweise in der Wunschfarbe des neuen Mieters, neue Tapeten oder auch ein neuer Fußbodenbelag denkbar. Je nach Investitionsbudget kann auch mit einer speziellen Fliesen-

Das Budget für Modernisierung und Instandhaltung kann mit gezielteren Investitionen deutlich effektiver genutzt werden.

Gezielte Investitionen – ein kleines Rechenbeispiel zeigt wie's funktioniert

Wie sich das Budget für Modernisierung und Instandhaltung sinnvoll einsetzen lässt, zeigt das abgebildete Diagramm beispielhaft. Im Vergleich zu den anfangs investierten 25.000 Euro pro Wohnung wird ersichtlich, dass das gleichbleibende Investitionsvolumen von 2 Mio. Euro deutlich effektiver eingesetzt werden kann. Dank zielgerichteter Modernisierung entsprechend der festgelegten Wohnungsstandards und den dazugehörigen Budgets, konnten im Ergebnis über hundert Wohnungen mehr in einen vermietbaren Zustand gebracht werden. Der Schwerpunkt der Wohnungsstandards wurde hier auf das mittlere Preissegment gelegt – diese Aufteilung ist jedoch je nach Lage und Vermietungspotential der Wohnungen individuell zu bestimmen.

Experten helfen bei der Umsetzung

Sind sich die Wohnungsunternehmen in Bezug auf die Modernisierungsstandards und deren Umsetzung unsicher, empfiehlt es sich, Experten mit ins Boot zu holen. Profis wie die Marketinggesellschaft STOLPUNDFRIENDS haben sich auf die nachhaltige Wohnungswirtschaft spezialisiert und können bei der strategischen Planung und erfolgreichen Durchführung der Maßnahmen beratend zur Seite stehen. Geschäftsführer Kay Stolp und sein Team wissen daher auch sehr genau, an welchen Stellschrauben sie drehen müssen, um das Wohnungsunternehmen wieder fit für den Markt zu machen: „Die Lösung derartiger Probleme ist einfach auf den Punkt zu bringen: Wer Leerstand nachhaltig abbauen will, braucht zu allererst gute Wohnungen. Des Weiteren selbstverständlich gut geschulte Mitarbeiter und wohnbegleitende Dienstleistungen – aber nicht zuletzt auch eine gute Kommunikation, um die eigene Qualität zu transportieren.“ Diesen Mix setzt Kay Stolp gemeinsam mit seinen Mitarbeitern um, indem er mit Workshops, laufender Beratung und einem individuellen Marketingkonzept das Wohnungsunternehmen begleitet. „Es ist immer wieder ein Erfolg für alle Beteiligten, dass sich die Kosten für Wohnungskosmetik, Modernisierung und Marketing innerhalb kürzester Zeit durch steigende Erlöse rentiert haben“, weiß der Experte für die nachhaltige Wohnungswirtschaft zu berichten.

Weitere Informationen zur vermietungsfördernden Wohnungskosmetik und eine ausführliche Beratung erhalten Sie bei STOLPUNDFRIENDS. Rufen Sie einfach an 0541 800493-0 oder mailen Sie an info@stolpundfriends.de

MW



www.designer-architekt.de

