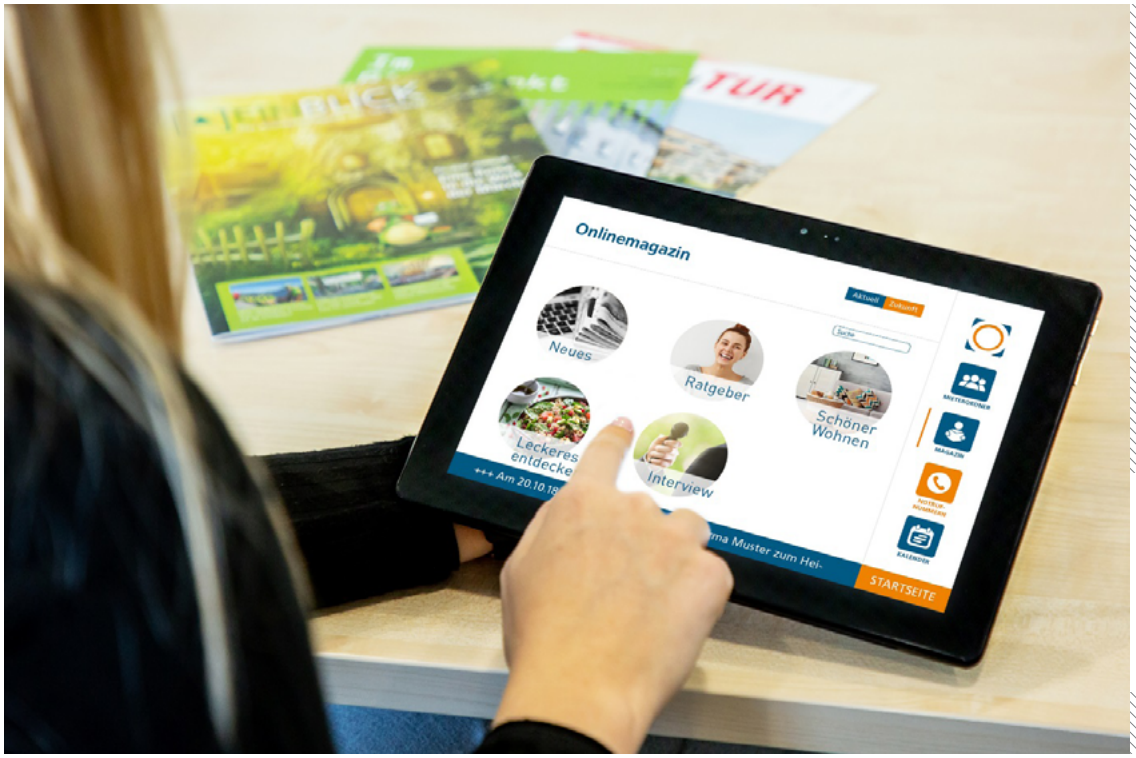
Marketing

# Früher wurde gedruckt – heute werden bewährte Inhalte digital aufbereitet – Mieterzeitung, Mieterordner, Bekanntmachungen

Diese Zahlen lassen aufhorchen: Der Anteil der Menschen, die in Deutschland das Internet nutzen, ist 2018 erstmals auf mehr als 90 Prozent gestiegen, drei Viertel sind täglich im Netz – darunter immer mehr ältere Menschen1. Wohnungsunternehmen stellt sich angesichts dieser Zahlen die Frage: Ist unsere Mieterkommunikation noch zeitgemäß? Wenn auch schon viele Ältere immer öfter im Netz sind, sollte man darüber nachdenken, auch altbewährte Inhalte zu digitalisieren. In der vergangenen Ausgabe von Wohnungswirtschaft heute haben wir Ihnen bereits DIPI® vorgestellt, die digitale Pinnwand. Hier sind zwei weitere Beispiele für digitale Mieterkommunikation.




Mit DIMA® können Wohnungsunternehmen ihr Mietermagazin online präsentieren.

Mietermagazine sind ein wesentlicher Bestandteil der Unternehmenskommunikation. Sie bieten Information und Unterhaltung in ansprechender Form. Im besten Fall erzeugen sie ein Wir-Gefühl unter den Mietern und bieten ihnen zusätzlichen Nutzen und Service. Aufgrund ihrer Bedeutung für die Mieterbindung und als Imageträger werden Mietermagazine auch in Zukunft eine wichtige Rolle in der Kommunikation eines Wohnungsunternehmens spielen. Die Frage ist nur: analog und digital oder nicht digital?

DIMO® und DIMA® befinden sich zurzeit in der Pilotphase. Für die weitere Erprobung können sich interessierte Unternehmen gerne an stolp+friends wenden, Tel. 0541-800493-24 oder a.kiehl@stolpundfriends.de.

## Auch über 70-Jährige sind immer öfter online

Nein, das gedruckte Mietermagazin wird so schnell nicht aussterben. Es wird immer Menschen geben, die die Papierversion bevorzugen, weil sie gerne in Heften blättern und Haptik sowie Optik eines schön gestalteten Printmagazins schätzen. Solche Exemplare kann man auch sammeln und abheften. Aber wenn ältere Menschen immer öfter online sind, also die klassischen Leser von Mietermagazinen, sollten Wohnungsunternehmen zumindest eine digitale Ergänzung ihres gedruckten Mietermagazins anbieten. Um noch einmal die Zahlen sprechen zu lassen: Den höchsten Zuwachs bei den regelmäßigen und täglichen Internet-Nutzern gab es 2018 bei den Älteren – knapp acht Prozent sind es bei den 50- bis 59-Jährigen und gut sechs Prozent bei den über 70-Jährigen

## Pluspunkte von Online-Mietermagazinen

Die Online-Version eines Mietermagazins hat einige Vorteile:

- Mieter können sie jederzeit und überall lesen – mobil auf dem Smartphone oder zuhause am Laptop.
- Die Suche nach bestimmten Themen oder Artikeln ist unkompliziert.
- Die Hefte lassen sich außerdem einfach und platzsparend aufbewahren sowie archivieren.
- Wohnungsunternehmen wiederum können die Inhalte jederzeit bei Bedarf rasch aktualisieren.
- Denkbar wäre auch, den Inhalt nach Rubriken getrennt ins Netz zu stellen, so dass die Leser Artikel gezielt gemäß ihren Interessen auswählen können.

ARD/ZDF-Onlinestudie 2018: Zuwachs bei medialer Internetnutzung und Kommunikation 399 | Media Perspektiven 9/2018

**Tab. 1 Entwicklung der Onlinenutzung* in Deutschland 1997 bis 2018**
Gesamtbevölkerung

| | mindestens selten genutzt | | | | | | | | | | täglich genutzt | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1997 | 2000 | 2003 | 2006 | 2009 | 2012 | 2015 | 2016 | 2017* | 2018* | 2015 | 2016 | 2017* | 2018* |
| in % | 6,5 | 28,6 | 53,5 | 59,5 | 67,1 | 75,9 | 79,5 | 83,8 | 89,8 | 90,3 | 63,1 | 65,1 | 72,2 | 77,0 |
| in Mio | 4,1 | 18,3 | 34,4 | 38,6 | 43,5 | 53,4 | 56,1 | 58,0 | 62,4 | 63,3 | 44,5 | 45,1 | 50,2 | 54,0 |
| Zuwachs in % | – | 346,3 | 88,0 | 12,2 | 12,7 | 22,8 | 0,9 | 3,4 | 7,7 | 1,4 | 8,5 | 1,4 | 11,4 | 7,5 |

* Seit 2017 wird die Internetnutzung neu erfasst: als berechneter Wert aus 15 Internettätigkeiten; davor: pauschale Abfrage „Internet genutzt".
Basis: bis 2009: Deutsche ab 14 Jahren in Deutschland (2009: n=1 806, 2006: n=1 820, 2003: n=2 633, 2000: n=1 005, 1997: n=1 003). Ab 2010: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren (2018: n=2 009; 2017: n=2 017; 2016: n=1 508; 2015: n=1 800, 2012: n=1 800).

Quelle: ARD-Onlinestudie 1997, ARD/ZDF-Onlinestudien 2000-2018.

Zur ARD/ZDF-Onlinestudie 2018 als PdF KLICKEN Sie einfach auf das Bild

Zudem könnten Nutzer interessante Inhalte einfacher auf verschiedenen Plattformen mit anderen Menschen teilen. Interaktive Nutzung: Digital lassen sich sehr viel schneller und unmittelbarer Reaktionen erzeugen, zum Beispiel in Form von Kommentaren oder der Teilnahme an Umfragen.

Ansprechpartner im Wohnungsunternehmen lassen sich über Links mit einem Klick direkt per Mail erreichen. Möglich wäre auch die Einbindung von Audio- und Video-Dateien, um auf diese Weise neue Leseerlebnisse zu schaffen.

„Digitale Angebote eröffnen Mietern und Wohnungsunternehmen ganz neue Chancen der Kommunikation", so Kay P. Stolp, Geschäftsführer von stolp+friends. Die Marketingspezialisten für die Wohnungswirtschaft entwickeln und gestalten unter anderem gedruckte Mietermagazine. In der digitalen Ausgabe sieht er eine sinnvolle Ergänzung zur Printversion: „Über einen Link im Online-Magazin können sich die Leser zum Beispiel über interessante Service-Angebote oder über Veranstaltungen Dritter in der Nachbarschaft informieren", beschreibt Geschäftsführer Stolp einen zusätzlichen Nutzen für die Online-Leser. „Das kann der ehrenamtliche Einkaufsservice für Senioren sein, der nächste Termin fürs Straßenfest im Quartier oder das Programm des Theaters um die Ecke."

Wohnungsunterlagen sicher und übersichtlich ablegen, einfach verwalten: DIMO®, der digitale Mieterordner.

## Auch Mieterordner gehen online

Dem veränderten Nutzungsverhalten der Mieter trägt stolp+friends mit neuen digitalen Angeboten Rechnung. Dazu gehört DIMA®, das digitale Mietermagazin. Mit diesem Angebot können Wohnungsunternehmen ihr Mietermagazin online mit allen beschriebenen Vorteilen präsentieren. Auf Wunsch erstellt stolp+friends auch den redaktionellen Inhalt. Und mit DIMO®, dem digitalen Mieterordner, haben Mieter die Möglichkeit, ihre persönlichen Unterlagen rund um die Wohnung schnell, sicher und einfach zu verwalten. Dazu erhält jeder Mieter ein persönliches, passwortgeschütztes Login, auf das er mit seinem eigenen Smartphone, Tablet, Laptop oder Desktop zugreifen kann. Der Mietvertrag, Nebenkostenabrechnungen, Versicherungsunterlagen oder die Korrespondenz mit Handwerkern oder dem Wohnungsunternehmen sind auf diese Weise sicher abgelegt. Außerdem ermöglicht DIMO® ebenfalls die schnelle Kontaktaufnahme via Link.

DIPI®, die digitale Pinnwand, ist besonders für Wohnungsunternehmen mit Streubesitz interessant. Fotos/Grafiken: stolp+friends

## Dreierpack für den erleichterten Einstieg

Beide Angebote lassen sich mit DIPI®, der digitalen Pinnwand, kombinieren (s. Wohnungswirtschaft heute, Ausgabe 122).

Diese Weiterentwicklung des konventionellen Schwarzen Bretts ermöglicht die zentrale und flexible Veröffentlichung von Informationen mit einem Klick. Neuigkeiten aus dem Wohnungsunternehmen, Termine für Mieterfeste oder einfach die Hausordnung werden so im gesamten Bestand oder nur in ausgewählten Quartieren oder Hausfluren veröffentlicht und können jederzeit rasch aktualisiert werden. Alle drei Systeme sind mit gängiger Verwaltungssoftware für die Wohnungswirtschaft kompatibel.

Mit den drei digitalen Produkten erhalten Wohnungsunternehmen einen umfassenden, erleichterten Einstieg in die digitale Mieterkommunikation. Auch wenn der Weg der digitalen Transformation für viele noch lang ist – er beginnt immer mit dem ersten Schritt.

**Christine Nagel**

**Christine Nagel** ist Konzeptionerin und Texterin bei stolp+friends. Die Marketing-Gesellschaft aus Osnabrück unterstützt Wohnungsunternehmen aus ganz Deutschland unter anderem dabei, digitales Marketing zielgerichtet einzusetzen.