



Servicemonitor **Wohnen**

Ergebnisse 2012



ANALYSE &
KONZEPTE

Beratungsgesellschaft für Wohnen,
Immobilien, Stadtentwicklung mbH
Gasstraße 10 | 22761 Hamburg

phone +49 (0)40 4850 098-0
fax +49 (0)40 4850 098-98
mail info@analyse-konzepte.de

Inhaltsverzeichnis

1. Allgemeine Zufriedenheit mit den Leistungen des Vermieters	4
2. Mieterzufriedenheit nach Wohnkonzepten	6
3. Kundenzufriedenheitsindex	10
4. Kontaktaufnahme zum Vermieter	11
5. Soziale Netzwerke	15
6. Schadensmeldung und Reparatur	19
7. Fazit	22

Servicemonitor Wohnen 2012

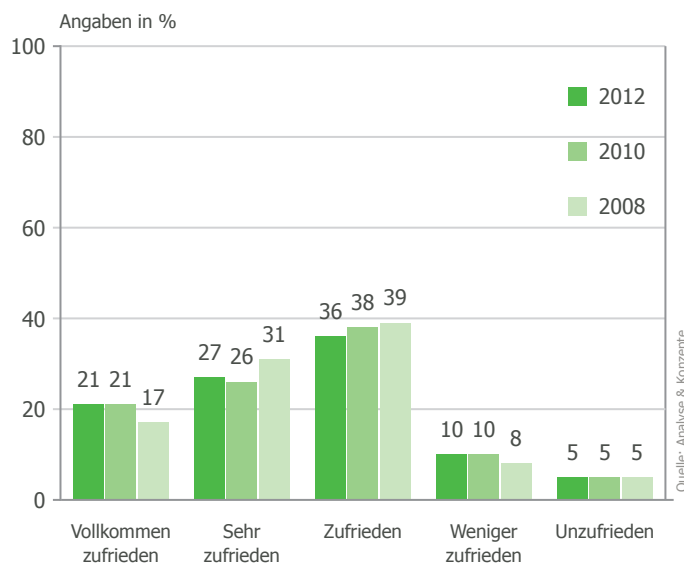
Analys & Konzepte hat im Servicemonitor Wohnen zum dritten Mal seit 2008 rund 1.000 Mieter in telefonischen Interviews zu ihrer Zufriedenheit mit den Leistungen ihres Vermieters befragt. Die repräsentative Bestandsaufnahme bezieht sich auf ganz Deutschland. Befragt wurden Mieterinnen und Mieter aller deutschen Groß- und Mittelstädte. Ziel war es auch, die Leistungen unterschiedlicher Vermietergruppen zu vergleichen.

Herausgekommen sind erneut spannende Ergebnisse, die deutlich machen, dass die Wohnungswirtschaft hinsichtlich der Kundenorientierung auf dem richtigen Weg ist. Insgesamt ergeben sich an der einen oder anderen Stelle jedoch weitere Ansätze, die Serviceorientierung weiter zu verbessern und so die Kundenzufriedenheit zu steigern. Denn nur aus wirklich vollkommen zufriedenen Kunden werden auch langjährige Mieter.

1. Allgemeine Zufriedenheit mit den Leistungen des Vermieters

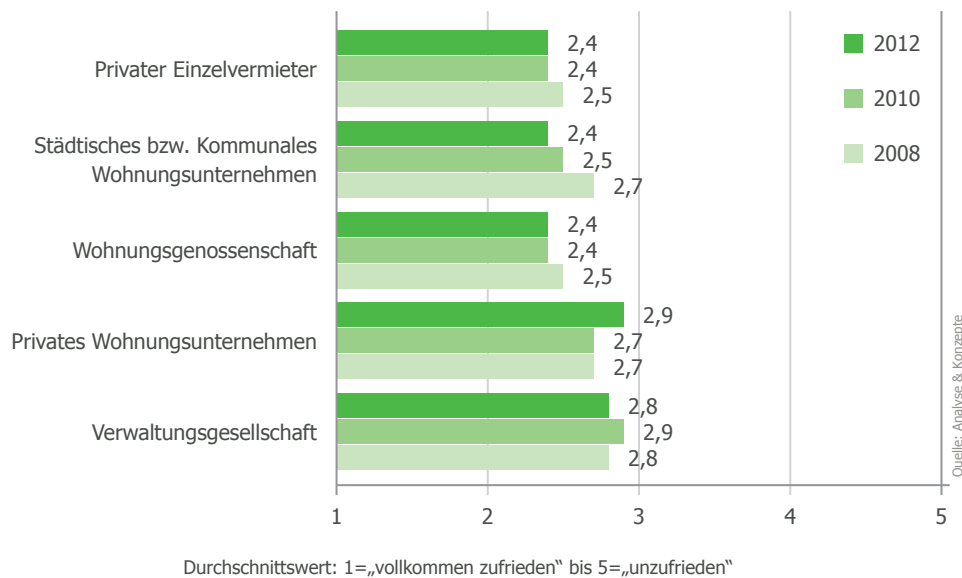
Mieterzufriedenheit weitgehend unverändert

Abb. 1 Zufriedenheit mit den Leistungen des Vermieters

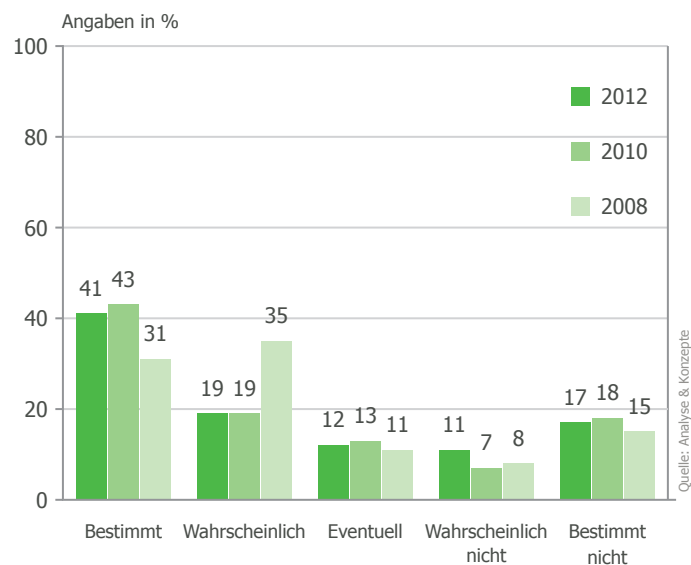


- Die Zufriedenheit mit der Leistung des Vermieters hat sich insgesamt seit 2010 nicht wesentlich verändert. Bei den einzelnen Vermietertypen gibt es jedoch zum Teil größere Abweichungen. Während die Kundenzufriedenheit der Mieter städtischer und

kommunaler Wohnungsunternehmen weiter zugenommen hat, sind die Leistungen privater Wohnungsunternehmen aus Sicht der Kunden schlechter geworden.

Abb. 2 Durchschnittliche Zufriedenheit mit Vermieterleistungen nach Vermietertypen

*Genossenschaftswohnungen sind weiterhin sehr beliebt –
Wiedermietbereitschaft deutlich angestiegen*

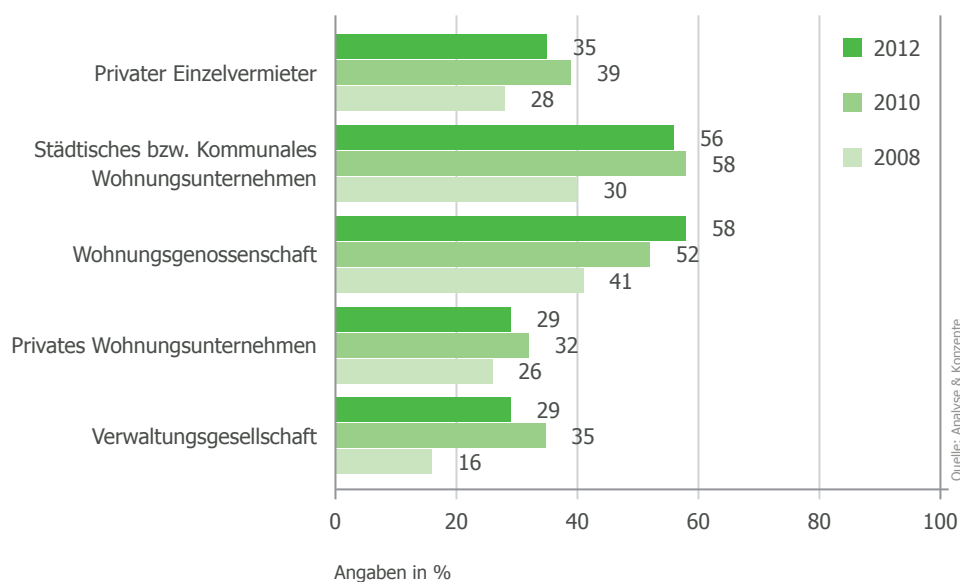
Abb. 3 Bereitschaft, erneut eine Wohnung beim selben Vermieter zu mieten

- Die Bereitschaft, erneut eine Wohnung beim selben Vermieter anzumieten, hat sich seit 2010 insgesamt ebenfalls kaum verändert. 41 % der Mieter würden bestimmt wieder eine Wohnung bei ihrem Vermieter mieten, 17 % hingegen bestimmt nicht.
- Nach Vermietertypen konnten jedoch alleinig die Wohnungsgenossenschaften die Mieterbindung verbessern. 58 % der Mitglieder würden ihrer Genossenschaft bei erneuter Wohnungssuche treu bleiben. Auch bei den städtischen beziehungs-

weise kommunalen Wohnungsunternehmen ist mehr als jeder zweite Mieter bereit, dem Unternehmen verbunden zu bleiben. Im Vordergrund stehen bei dieser Entscheidung Wohnsituation und Wohnkosten.

- Bei privaten Wohnungsunternehmen und Verwaltungsgesellschaften erklären sich jedoch nur 29 % der Mieter spontan bereit, bestimmt eine neue Wohnung beim selben Vermieter zu wählen.

Abb. 4 Würde bestimmt wieder eine Wohnung mieten bei...



2. Mieterzufriedenheit nach Wohnkonzepten

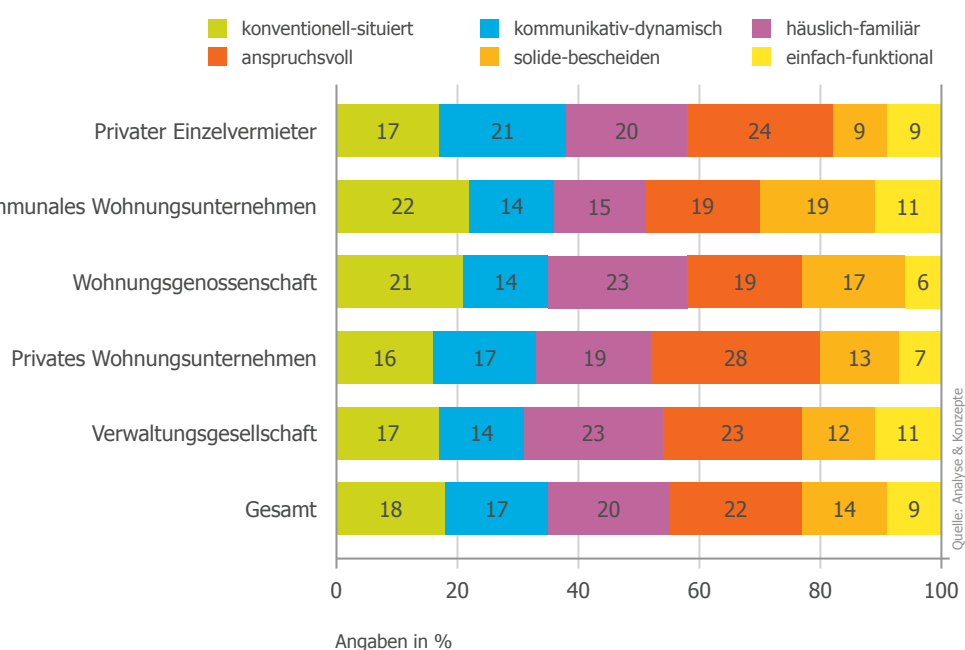
Die Wohnmatrix, die Analyse & Konzepte zusammen mit InWIS im Rahmen des GdW Branchenberichts 3 entwickelt hat, identifiziert Menschen mit vergleichba-

ren Wohnbedürfnissen und beschreibt deren Gemeinsamkeiten einerseits sowie ihre Anforderungen an das Wohnen andererseits.

Sechs Wohnkonzepte lassen sich nach dieser Matrix unterscheiden:

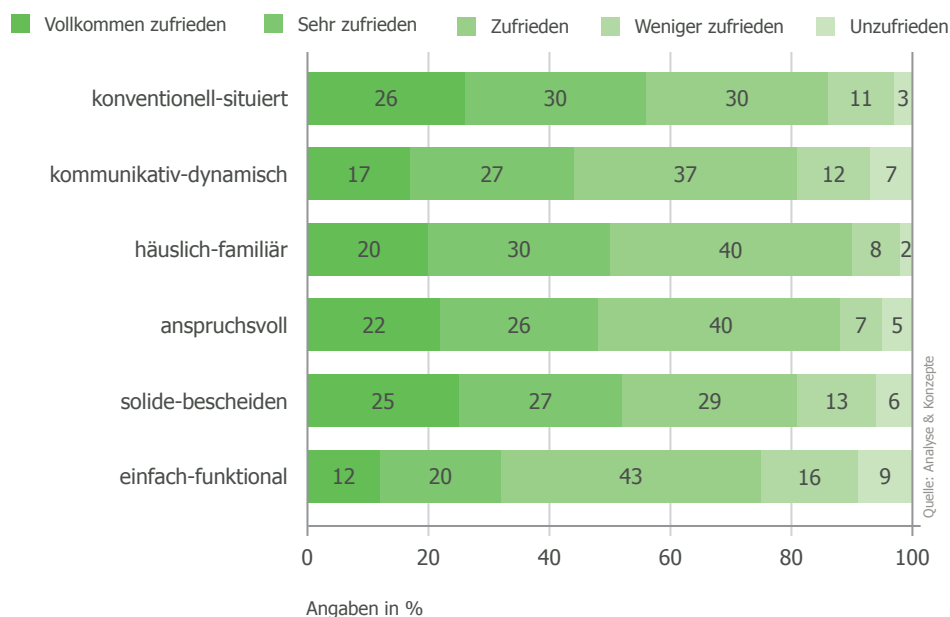
 Konventionell-situierter	Hohe Lebenszufriedenheit Man hat sich eingerichtet Konventionelle Wohnung Gute Qualität Ruhige Wohnlage	 Anspruchsvoll	Leistung und Optimierung Hohe Anforderungen Vielseitig interessiert Raum für Individualität, Arbeiten Hohes Umweltbewusstsein
 Kommunikativ-dynamisch	Gemeinschaft und Netzwerke Urbanes Umfeld Wohnen als Lebensgefühl Flexibel, mobil	 Solide-bescheiden	Geringe Ansprüche Klassische Geschosswohnung Einfache (seniorengerechte) Ausstattung Sehr geringe Mobilität
 Häuslich-familiär	Wohnung als Mittelpunkt Nachbarschaft / Umfeld wichtig Große Wohnung / Haus Raum für Begegnung Umweltbewusstsein	 Einfach-funktional	Wenig materielle Optionen Hohe Unzufriedenheit Kleine Mietwohnungen Einfache Ausstattung

Abb. 5 Verteilung der Wohnkonzepte nach Vermietertyp



- Der Servicemonitor Wohnen 2012 hat untersucht, welche Wohnkonzepte bei welchen Vermietern anzutreffen sind und wie zufrieden die Mieter der unterschiedlichen Gruppen sind.
- Im Wohnungsbestand privater Einzeleigentümer leben besonders viele Haushalte mit anspruchsvollem Wohnkonzept, auch Haushalte mit kommunikativ-dynamischem Wohnkonzept sind überdurchschnittlich häufig vertreten.
- Bei kommunalen Wohnungsunternehmen zeigt sich der besondere Versorgungsauftrag: 11 % ihrer Mieter gehören zur Gruppe einfach-funktionaler Haushalte. Darüber hinaus ist der Anteil an Haushalten mit konventionell-situiertem und solide-bescheidenem Wohnkonzept überdurchschnittlich hoch.
- Auch Wohnungsgenossenschaften bedienen vor allem ältere konventionell-situierte sowie solide-bescheidene Haushalte. Aufgrund der häufig sehr guten Nachbarschaften fühlen sich hier jedoch auch viele häuslich-familiäre Haushalte wohl.
- Anspruchsvolle Haushalte bilden die größte Mietergruppe bei den privaten Wohnungsunternehmen. Grund hierfür ist der hohe Anteil exklusiver Neubauten in diesem Bereich.
- Verwaltungsgesellschaften zählen überdurchschnittlich viele Haushalte mit häuslich-familiärem Wohnkonzept, aber auch einfach-funktionale Mieter zu ihren Kunden.

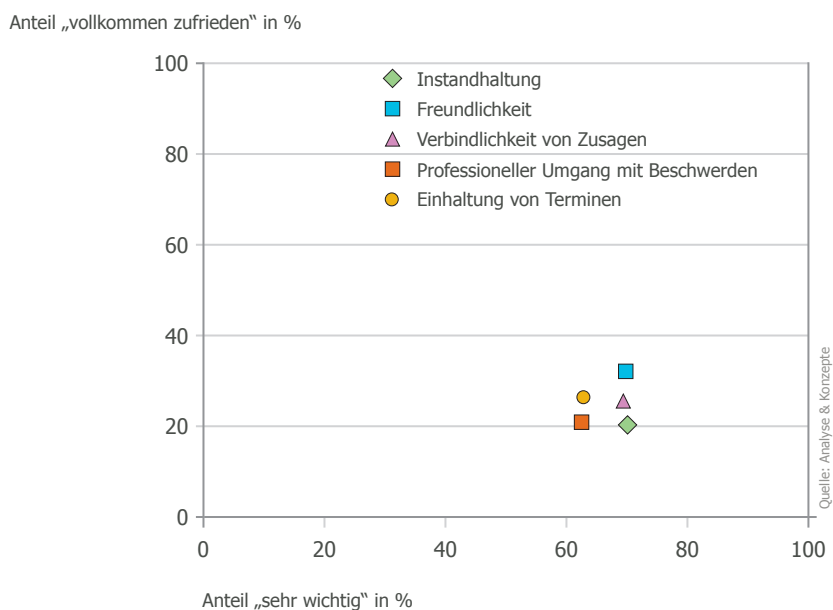
Abb. 6 Zufriedenheit mit der Vermieterleistung nach Wohnkonzept



- Einfach-funktionale Haushalte sind mit der Leistung ihres Vermieters insgesamt am unzufriedensten. Lediglich 32 % dieser Haushalte geben an (sehr) zufrieden zu sein. Gründe hierfür sind auch in der generell großen Unzufriedenheit dieser Gruppe zu finden: Viele Haushalte haben gebrochene Erwerbs- und Lebensbiografien und sind finanziell sehr eingeschränkt.
- Am zufriedensten sind konventionell-situierte Haushalte. Diese haben die Lebensmitte im Allgemeinen schon überschritten und einen gewissen wirtschaftlichen Status erreicht. Sie bevorzugen qualitativ hochwertige Wohnungen in ruhigen Wohnlagen.
- Auch bei den solide-bescheidenen Mietern ist der Anteil der mit der Leistung ihres Vermieters sehr zufriedenen Mieter vergleichsweise hoch. Diese Haushalte wohnen schon sehr lange in ihrer Wohnung und sind ihrem Vermieter gegenüber sehr loyal eingestellt. Wie auch konventionell-situierte Haushalte legen sie großen Wert auf Sauberkeit und Ordnung. Die regelmäßige Kontrolle auf Schäden und Sauberkeit ist ihnen daher auch wichtiger als anderen Mietergruppen. Solide-bescheidene Mieter wollen zudem gut über das Unternehmen und dessen Entwicklung informiert sein. Sie lesen daher auch Mieterzeitungen am häufigsten.
- Anspruchsvolle Haushalte stellen besonders hohe Ansprüche nicht nur an Wohnung und Wohnumfeld, sondern auch an die Kundenorientierung des Vermieters. Von diesen Haushalten ist etwas weniger als die Hälfte mit den Leistungen des Vermieters sehr zufrieden. Ihnen ist es im Vergleich zu anderen Wohnkonzepten deutlich wichtiger, dass jederzeit auf ihre Anliegen eingegangen wird. Außerdem fordern sie von ihren Vermietern ein professionelles Beschwerdemanagement sowie die Berücksichtigung von Mieterinteressen.
- Häuslich-familiäre Haushalte sind genau zur Hälfte mit der Vermieterleistung (sehr) zufrieden. Sie sind in der Regel fest im Wohnquartier verwurzelt. Eine familienfreundliche Wohnung sowie ein entsprechendes Wohnumfeld haben daher für diese Gruppe eine besonders große Bedeutung. Im Kontakt mit dem Vermieter zählt vor allem ein unkomplizierter Umgang. Dazu gehören eine gute Erreichbarkeit auch per E-Mail und Internet sowie die Einhaltung von Terminen und eine hohe Reaktionsgeschwindigkeit.
- Kommunikativ-dynamische Mieter sind mit der Vermieterleistung zwar etwas zufriedener als einfach-funktionale Haushalte, aber unzufriedener als Haushalte mit anderen Wohnkonzepten. Sie ziehen ein urbanes Wohnumfeld vor und sind offen für außergewöhnliche Wohnlagen und multikulturelle Wohnquartiere. Kommunikativ-dynamische Haushalte legen großen Wert auf eine gute Instandhaltung des Wohnungsbestandes und eine schnelle Reaktionsgeschwindigkeit des Vermieters.

3. Kundenzufriedenheitsindex

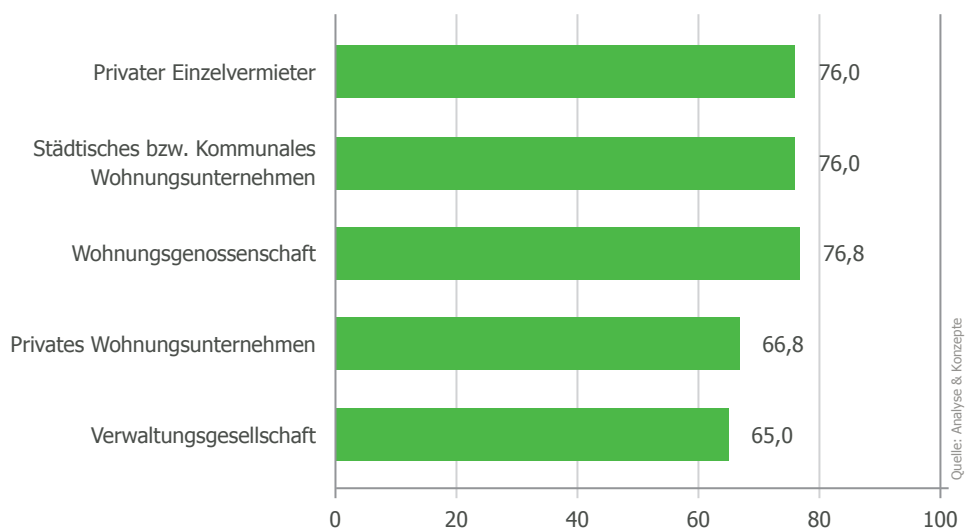
Abb. 7 Bedeutung und Zufriedenheit mit Vermieterleistung



■ Der Kundenzufriedenheitsindex spiegelt die Zufriedenheit der Kunden in Relation zu ihrer Erwartung an die Leistung des Vermieters wider. Ein Wert von 100 bedeutet, dass die Erwartungen des Kunden erfüllt werden.

■ Insgesamt gibt es noch deutliche Differenzen zwischen der Erwartungshaltung der Kunden und deren vollkommener Zufriedenheit mit der entsprechenden Vermieterleistung.

Abb. 8 Kundenzufriedenheitsindex kundenorientiertes Verhalten nach Vermietertyp

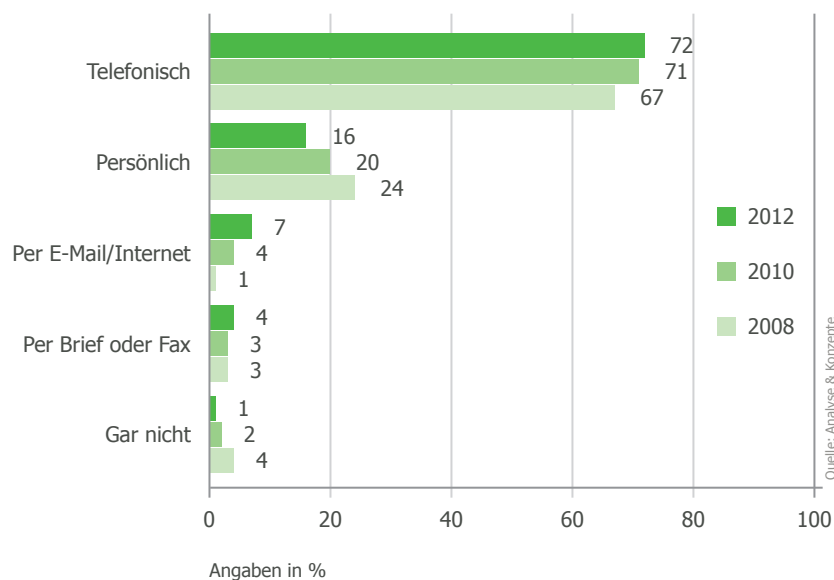


■ Die regelmäßige Instandhaltung ist 70 % der Mieter besonders wichtig, jedoch sind nur 20 % der Mieter hiermit vollkommen zufrieden. Hinsichtlich der Zufriedenheit mit der Verbindlichkeit von Zusagen ist das Verhältnis nur geringfügig besser: 69 % der Mieter ist dieser Aspekt sehr wichtig, aber nur 26 % sind mit der Erfüllung dieser Leistung sehr zufrieden.

■ In Bezug auf das kundenorientierte Verhalten liegen die Wohnungsgenossenschaften mit einem Index von 76,8 knapp vor den privaten Einzelvermietern und den kommunalen Wohnungsunternehmen. Das Schlusslicht bilden die Verwaltungsgesellschaften mit einem Kundenzufriedenheitsindex von 65,0.

4. Kontaktaufnahme zum Vermieter

Abb. 9 Bevorzugte Kontaktaufnahme



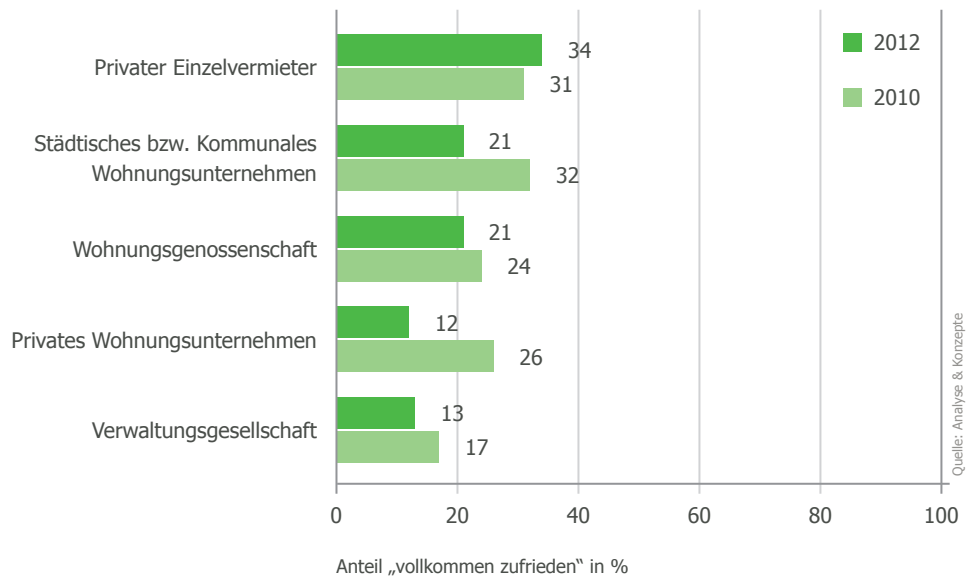
■ Das Telefon ist für Mieter nach wie vor der bevorzugte Weg der Kontaktaufnahme. Der persönliche Kontakt ist weiter rückläufig, hingegen ist die Kon-

taktaufnahme per E-Mail beziehungsweise Internet deutlich beliebter geworden.

Tab. 1 Telefonische Erreichbarkeit

	2012	2010
Vollkommen zufrieden	25 %	26 %
Sehr zufrieden	35 %	32 %
Zufrieden	30 %	33 %
Weniger zufrieden	6 %	5 %
Unzufrieden	4 %	4 %

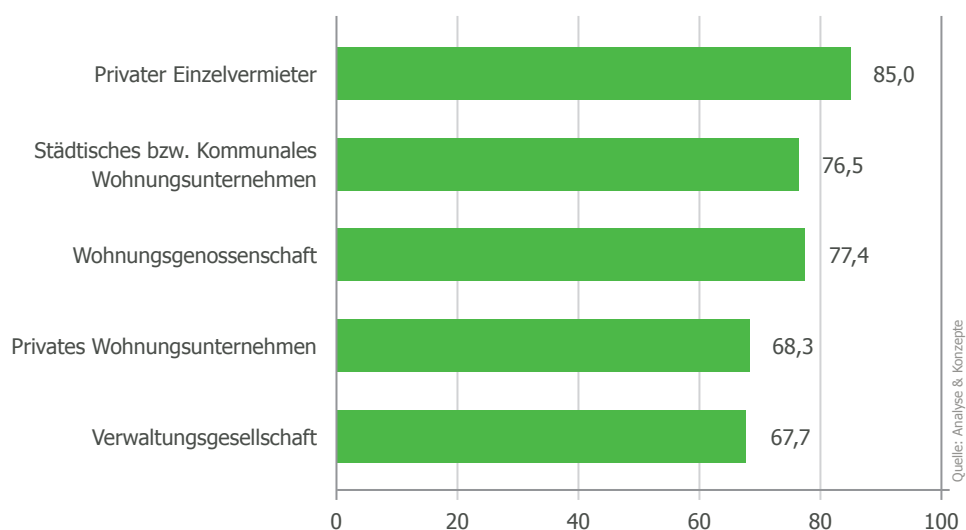
Quelle: Analyse & Konzepte

Abb. 10 Mieter ist mit der telefonischen Erreichbarkeit vollkommen zufrieden ...

■ Angesichts einer Verbesserung der Serviceleistungen anderer Branchen wachsen die Anforderungen der Mieter an die Wohnungswirtschaft. Insofern ist die weitgehend gleichbleibende Zufriedenheit mit der telefonischen Erreichbarkeit seit 2010 insgesamt durchaus positiv zu bewerten. Allerdings zeigen sich bei differenzierter Betrachtung der einzelnen Eigentümergruppen doch erhebliche Unterschiede. Vor allem bei den privaten Wohnungsunternehmen wird

deutlich, dass organisatorische Veränderungen oft nicht zu einer Steigerung der Kundenzufriedenheit beigetragen haben. Hier sind nur noch 12 % der Mieter mit der telefonischen Erreichbarkeit vollkommen zufrieden, 2010 waren es noch 26 %.

■ Doch auch bei den städtischen beziehungsweise kommunalen Wohnungsunternehmen hat sich die Beurteilung der Erreichbarkeit in den letzten zwei Jahren deutlich verschlechtert.

Abb. 11 Kundenzufriedenheitsindex telefonische und persönliche Erreichbarkeit nach Vermietertyp

- Hinsichtlich der telefonischen und persönlichen Erreichbarkeit erzielen die privaten Vermieter bereits einen sehr hohen Kundenzufriedenheitsindex (Zufriedenheit der Kunden in Relation zu ihrer Erwar-

tung an die Leistung des Vermieters) von 85,0. Die Verwaltungsgesellschaften rangieren mit einem Wert von 67,7 auf dem letzten Platz.

Tab. 2 Erreichbarkeit per Internet bzw. E-Mail

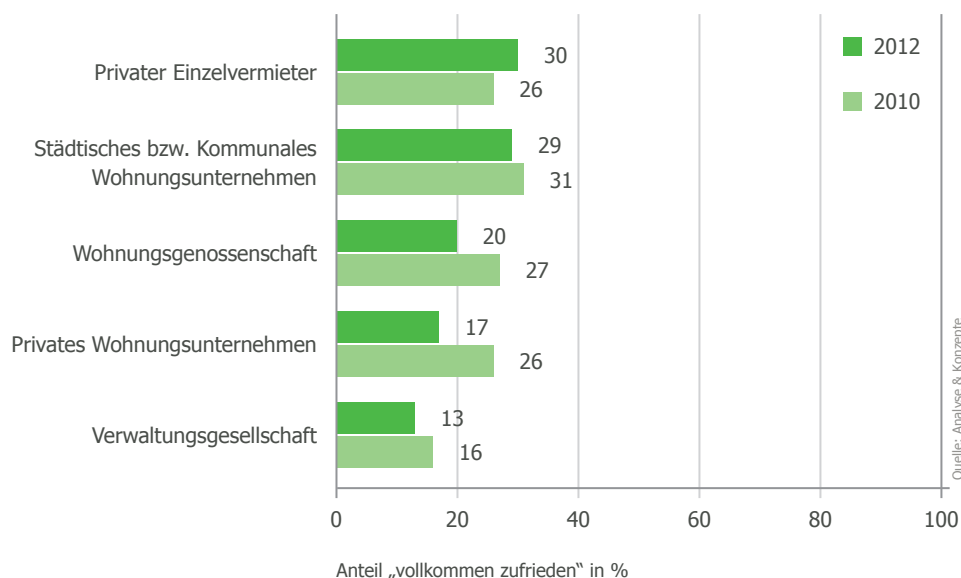
	2012	2010
Vollkommen zufrieden	24 %	25 %
Sehr zufrieden	32 %	27 %
Zufrieden	31 %	32 %
Weniger zufrieden	5 %	6 %
Unzufrieden	8 %	10 %

Quelle: Analyse & Konzepte

- Die Kontaktaufnahme per Internet beziehungsweise E-Mail hat deutlich zugenommen. Bisher gelingt

es aber nur den privaten Einzelvermietern sich auf diesen Trend einzustellen.

Abb. 12 Mieter ist mit der Erreichbarkeit per Internet beziehungsweise E-Mail vollkommen zufrieden ...



Tab. 3 Reaktionsgeschwindigkeit

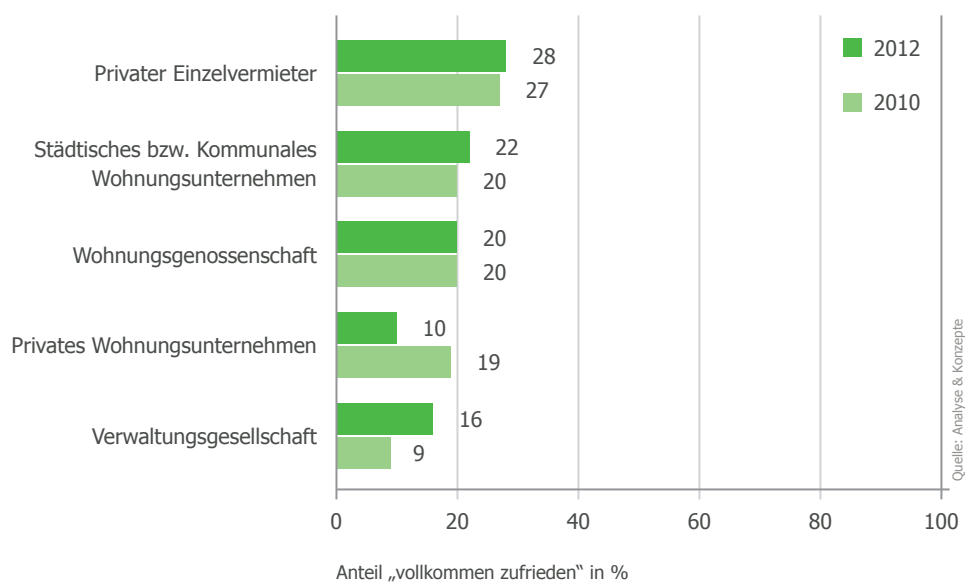
	2012	2010
Vollkommen zufrieden	23 %	22 %
Sehr zufrieden	35 %	33 %
Zufrieden	30 %	32 %
Weniger zufrieden	6 %	8 %
Unzufrieden	6 %	5 %

Quelle: Analyse & Konzepte

- Die Zufriedenheit der Mieter mit der Reaktionsgeschwindigkeit hat sich bei nahezu allen Vermietertypen verbessert. Lediglich die Wohnungsgenossenschaften konnten die Bearbeitung von Anfragen

nicht weiter beschleunigen. Nur bei den privaten Wohnungsunternehmen ist die Zufriedenheit der Mieter mit der Bearbeitungsdauer deutlich zurückgegangen.

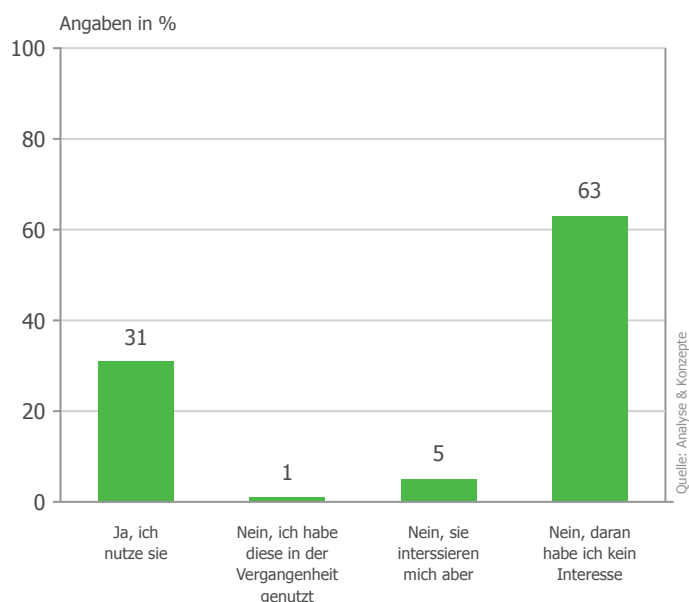
Abb. 13 Mieter ist mit der Reaktionsgeschwindigkeit vollkommen zufrieden ...



5. Soziale Netzwerke

Erstmals wurden im Rahmen des Servicemonitors Wohnen 2012 auch die Einstellung zu und die Mitgliedschaft in sozialen Netzwerken von Mietern erfasst.

Abb. 14 Nutzung sozialer Netzwerke

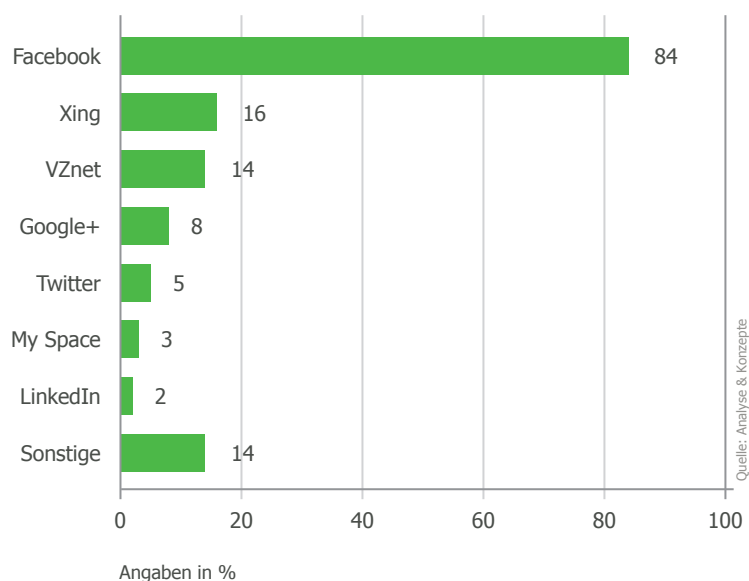


Tab. 4 Nutzung sozialer Netzwerke nach Haushaltstypen (Anteile in Prozent)

	Ja, ich nutze sie	Nein, ich habe diese in der Vergangenheit genutzt	Nein, sie interessieren mich aber	Nein, daran habe ich kein Interesse
Singles unter 30	78	0	0	22
Singles 30 bis 64	25	2	4	69
Singles 65 Plus	2	1	13	84
Paare unter 30	73	5	0	22
Paare 30 bis 64	27	1	5	67
Paare 65 Plus	7	1	9	83
Alleinerziehend	41	3	2	54
Familien (2 Erwachsene plus Minderjährige)	50	2	4	44
Haushalte mit mehr als 2 Erwachsenen	37	0	3	60

- Die höchste Affinität zu sozialen Netzwerken zeigen erwartungsgemäß junge Haushalte bis 30 Jahre, aber auch jede zweite Familie.
- Vor allem ältere Singles ab 65 Jahren nutzen kein soziales Netzwerk, zeigen aber ein großes Interesse.
- Am beliebtesten bei den Mietern ist Facebook. Das Alter hat dabei einen deutlichen Einfluss. Während die Mitglieder von VZnet durchschnittlich am jüngsten sind, wird Google+ häufig von älteren Mietern genutzt.

Abb. 15 Art der genutzten Netzwerke (Mehrfachnennungen möglich)

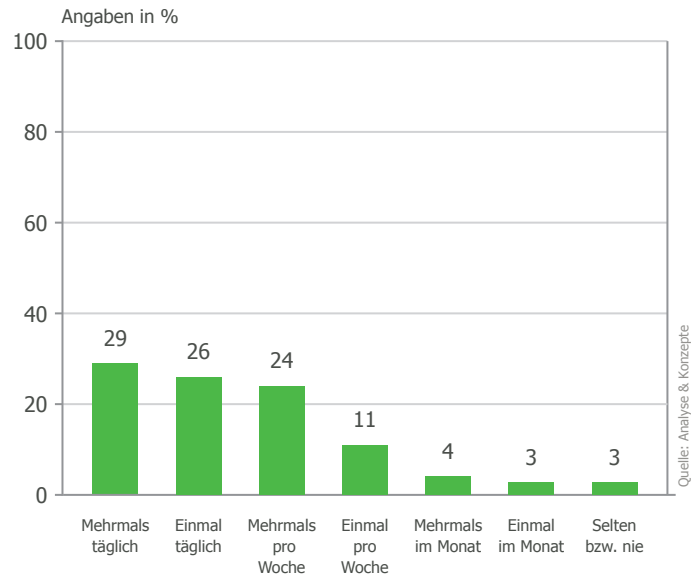


Tab. 5 Durchschnittsalter der Nutzer (in Jahren)

	Durchschnittsalter der Nutzer
Facebook	36,5
Xing	38,1
VZnet	32,9
Google+	42,0
Twitter	39,2
My Space	31,6
LinkedIn	36,7
Insgesamt	37,0

Quelle: Analyse & Konzepte

Abb. 16 Häufigkeit der Nutzung sozialer Netzwerke



- Mehr als jeder zweite Mieter ist täglich im sozialen Netzwerk aktiv, 29 % der Mieter loggen sich sogar mehrmals täglich ein.
- Je älter die Mieter, desto weniger häufig werden die Netzwerke genutzt.
- Bei der Wahl des Netzwerkes sind den Mietern die Sicherheit der Daten sowie die Privatsphäreneinstellung am allerwichtigsten. Auch die Benutzerfreundlichkeit hat einen hohen Stellenwert.

Abb. 17 Wichtig für die Wahl sozialer Netzwerke

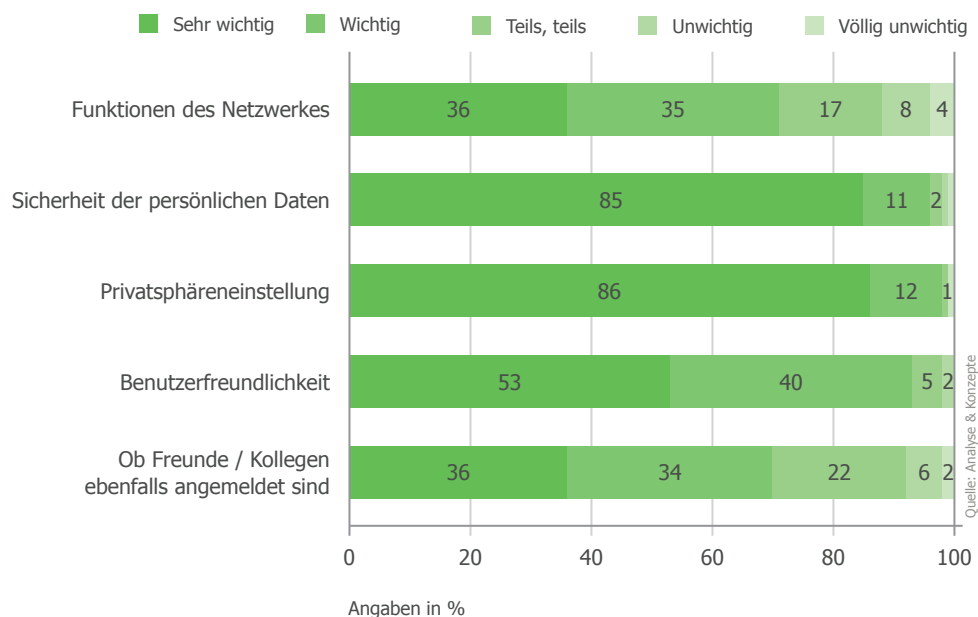
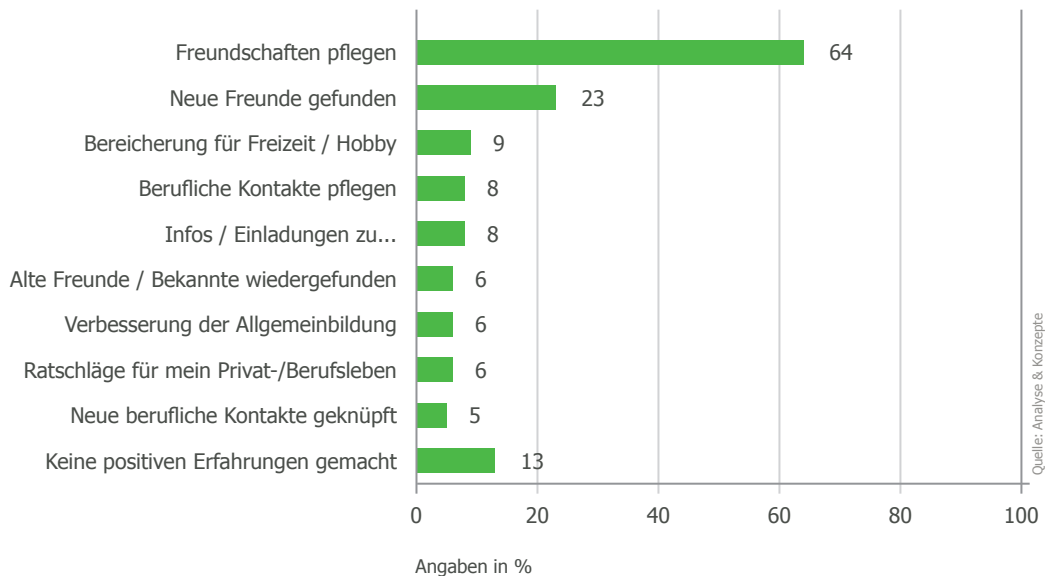
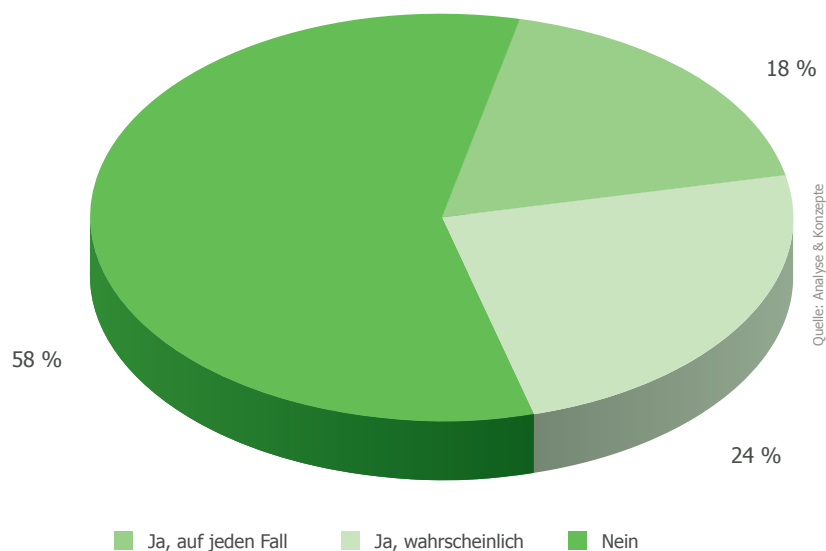


Abb. 18 Gesammelte positive Erfahrungen (Mehrfachnennungen möglich)

- Die positiven Erfahrungen mit sozialen Netzwerken beschränken sich überwiegend auf den privaten Bereich. In erster Linie dienen sie der Pflege sozialer Kontakte.
- 13 % der Mieter, die soziale Netzwerke nutzen, berichten hingegen, dass sie keinerlei positive Erfahrungen gesammelt haben.
- Insgesamt hat sich 1 % der Mieter wieder von sozialen Netzwerken verabschiedet. Gründe dafür, heute nicht mehr in sozialen Netzwerken aktiv zu sein:
 - Hält diese nicht für sinnvoll, Interesse ist nicht mehr da (7 Nennungen)
 - Fühlt sich inzwischen zu alt (2 Nennungen)
 - Sind zu zeitintensiv (2 Nennungen)

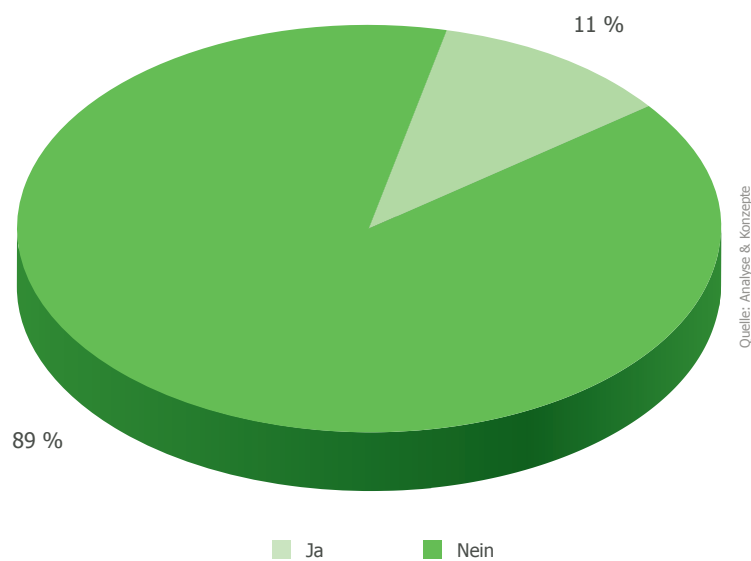
Abb. 19 Würden Sie soziale Netzwerke für die Wohnungssuche nutzen?

(Nur Befragte, die soziale Netzwerke nutzen bzw. genutzt haben)



- Nahezu die Hälfte der Mieter, die soziale Netzwerke nutzen, kann sich vorstellen, diese auch im Rahmen der Wohnungssuche einzubinden.
- Für den Kontakt mit dem Vermieter findet hingegen die Mehrzahl der Mieter soziale Netzwerke derzeit ungeeignet.

Abb. 20 Möchten Sie in sozialen Netzwerken mit Ihrem Vermieter kommunizieren beziehungsweise sich über das Unternehmen austauschen?
(Nur Befragte, die soziale Netzwerke nutzen bzw. genutzt haben)



6. Schadensmeldung und Reparatur

Mieter mit der Bearbeitung überwiegend zufrieden

- Insgesamt sind 91 % aller Mieter mindestens zufrieden damit, wie die Vermieter ihre Reparaturanfragen bearbeiten. Davon sind wie schon 2010 28 % der Mieter mit der Bearbeitung von Reparaturanfragen vollkommen zufrieden. Allerdings ist die Gruppe der sehr zufriedenen Mieter von 37 % auf 31 % zurückgegangen. Hinsichtlich der Bearbeitung von Schadensmeldungen konnten die Vermieter ihre Kundenorientierung insofern insgesamt nicht verbessern.

Tab. 6 Bearbeitung der Reperaturanfrage durch Vermieter

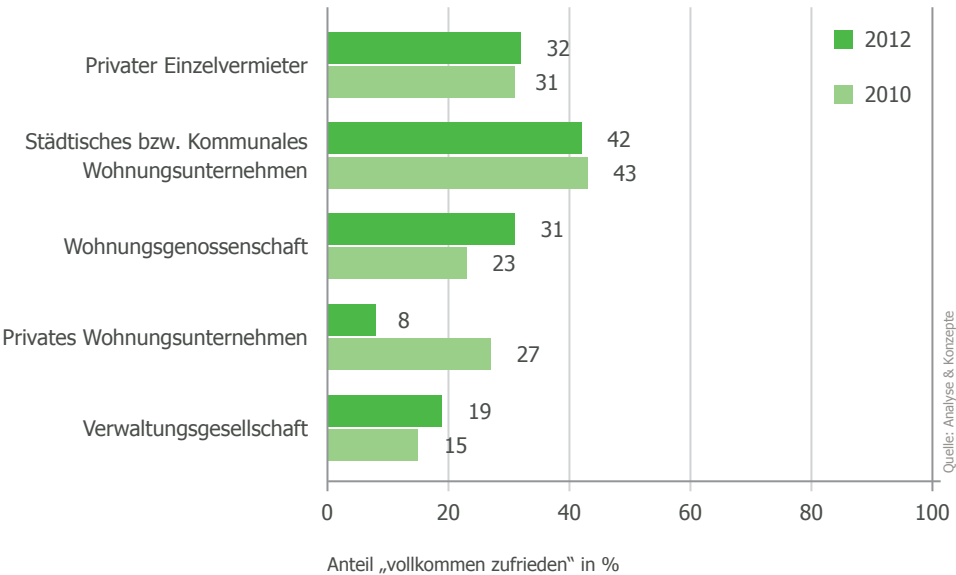
	2012	2010	2008
Vollkommen zufrieden	28 %	28 %	22 %
Sehr zufrieden	31 %	37 %	40 %
Zufrieden	32 %	25 %	27 %
Weniger zufrieden	5 %	7 %	7 %
Unzufrieden	4 %	3 %	4 %

Quelle: Analyse & Konzepte

Schlechtere Werte für private Wohnungsunternehmen

- Vollkommen zufrieden damit, wie die Vermieter ihre Reparaturanfragen bearbeiten, sind vor allem die Mieter von städtischen oder kommunalen Wohnungsunternehmen (42 %). Deutlich zurückgegangen ist im Gegensatz dazu der Wert für private
- Wohnungsunternehmen. Während hier 2010 noch 27 % aller befragten Mieter mit der Bearbeitung ihrer Reparaturanfragen vollkommen zufrieden waren, liegt der Wert 2012 nur noch bei 8%.

Abb. 21 Mieter ist mit der Bearbeitung der Reparaturanfrage vollkommen zufrieden ...

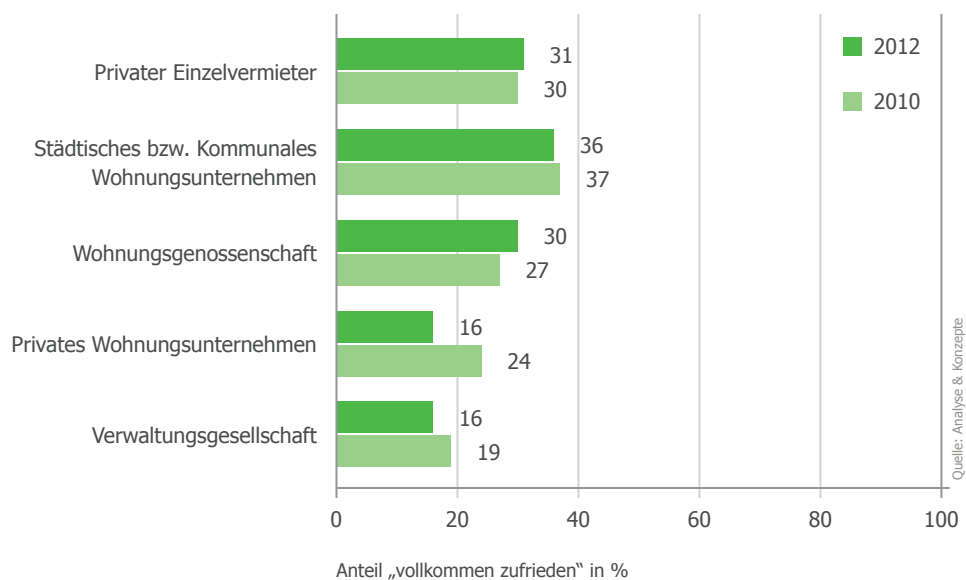


- Mit der Terminvereinbarung im Falle einer Reparatur sind nur 27 % der Mieter vollkommen zufrieden. Spitzenreiter sind in diesem Fall die kommunalen Wohnungsunternehmen. Die Zufriedenheit mit den
- privaten Wohnungsunternehmen hat sich auch in diesem Punkt gegenüber 2010 deutlich verschlechtert.

Tab. 7 Terminvereinbarung

	2012	2010	2008
Vollkommen zufrieden	27 %	28 %	23 %
Sehr zufrieden	34 %	36 %	38 %
Zufrieden	29 %	26 %	29 %
Weniger zufrieden	6 %	7 %	6 %
Unzufrieden	4 %	3 %	4 %

Quelle: Analyse & Konzepte

Abb. 22 Mieter ist mit der Terminvereinbarung vollkommen zufrieden ...

Gute Bewertung für Handwerker und Reparaturen

- 89 % aller Mieter sind zufrieden, sehr zufrieden oder vollkommen zufrieden mit der Durchführung von Reparaturen in ihrer Wohnung. Diese Beurteilung hat sich gegenüber 2010 geringfügig verbessert.

Mit 27 % ist der Anteil der Gruppe der vollkommen zufriedenen Mieter leicht angestiegen, gleichzeitig nahm der Anteil der sehr zufriedenen Mieter leicht ab.

Tab. 8 Reparaturdurchführung

	2012	2010	2008
Vollkommen zufrieden	27 %	25 %	23 %
Sehr zufrieden	34 %	37 %	37 %
Zufrieden	28 %	27 %	30 %
Weniger zufrieden	7 %	7 %	7 %
Unzufrieden	4 %	4 %	3 %

Quelle: Analyse & Konzepte

- Mit der Termintreue und Freundlichkeit der Handwerker sind rund ein Drittel der Mieter, die im ver-

gangenen Jahr von Reparaturmaßnahmen betroffen waren, vollkommen zufrieden.

Tab. 9 Freundlichkeit der Handwerker

	2012	2010	2008
Vollkommen zufrieden	33 %	29 %	25 %
Sehr zufrieden	37 %	41 %	41 %
Zufrieden	26 %	26 %	30 %
Weniger zufrieden	3 %	3 %	2 %
Unzufrieden	1 %	1 %	2 %

Quelle: Analyse & Konzepte

Tab. 10 Termintreue der Handwerker

	2012	2010	2008
Vollkommen zufrieden	30 %	27 %	25 %
Sehr zufrieden	35 %	39 %	38 %
Zufrieden	27 %	27 %	28 %
Weniger zufrieden	5 %	4 %	6 %
Unzufrieden	3 %	3 %	3 %

Quelle: Analyse & Konzepte

7. Fazit

Der Servicemonitor Wohnen zeigt erneut, wie unterschiedlich sich die Serviceorientierung innerhalb der Wohnungswirtschaft entwickelt. Um die Kundenzufriedenheit auch zukünftig sicherzustellen, ist es für die Vermieter notwendig, sich auf die stetig steigende Erwartungshaltung der Mieter einzustellen. Dabei gilt:

- Unterschiedliche Zielgruppen haben zum Teil deutlich differierende Vorstellungen davon, was für eine gute Kundenorientierung wichtig ist.
- Das Telefon ist immer noch der wichtigste Weg der Kontaktaufnahme mit dem Vermieter. Das Internet gewinnt jedoch in der Kommunikation weiter an Bedeutung.
- Social Media bietet Potenzial für den Kontakt mit jüngeren Zielgruppen und solchen mittleren Alters, wenn die Aktivitäten der Unternehmen entsprechend ausgerichtet werden.
- Die Kundenorientierung im Bereich Schadensmeldung und Reparaturdurchführung ist weiterhin sehr wichtig für die allgemeine Mieterzufriedenheit. Sie sollte daher regelmäßig überprüft werden.

Über Analyse & Konzepte

Die Analyse & Konzepte Beratungsgesellschaft für Wohnen, Immobilien, Stadtentwicklung mbH berät Teilnehmer des Wohnungs- und Immobilienmarktes in Deutschland zu Fragen der allgemeinen Marktentwicklung und daraus resultierenden strategischen Entscheidungen. Sie empfiehlt Maßnahmen und unterstützt ihre Kunden bei deren Umsetzung. In der Beratung stützt sich das Unternehmen auf eine praxisorientierte Marktforschung anhand von Befragungen, Vor-Ort-Recherchen und Mystery Shopping. Analyse & Konzepte besteht seit 1993 am Standort Hamburg und beschäftigt aktuell 25 Mitarbeiter. Die Geschäftsführerin ist Bettina Harms.

Impressum

Herausgeber:
Analyse & Konzepte
Beratungsgesellschaft für Wohnen,
Immobilien, Stadtentwicklung mbH
Gasstraße 10
22761 Hamburg
phone +49 (0)40 4850 098-0
mail info@analyse-konzepte.de
www.analyse-konzepte.de

V.i.S.d.P.: Bettina Harms
Layout und Druck: michel marketing, Göttingen



ANALYSE &
KONZEPTE

Beratungsgesellschaft für Wohnen,
Immobilien, Stadtentwicklung mbH
Gasstraße 10 | 22761 Hamburg

phone +49 (0)40 4850 098-0
fax +49 (0)40 4850 098-98
mail info@analyse-konzepte.de