

Überschätzter Hype oder Medium der Zukunft

Brauchen Wohnungsunternehmen Social Media?

Fast jeder zweite Deutsche zwischen 14 und 64 Jahren ist Mitglied eines sozialen Netzwerks. Die Wirtschaft hat dies längst erkannt und nutzt Social Media für Marketing und Kundenbindung. Aber: Müssen Wohnungsunternehmen hier vertreten sein? Möchten Mieter mit ihren Vermietern über Facebook kommunizieren? Die Immobilienbranche sollte jedenfalls soziale Netzwerke als Kommunikationsmedien weder vollkommen ausschließen, jedoch halbherzige Lösungen vermeiden, so die Ergebnisse einer Studie, die hier vorgestellt werden.



Bettina Harms
und



Katrin Trunec
Analyse & Konzepte GmbH
Hamburg

Soziale Netzwerke haben in den vergangenen Jahren einen rasanten Bedeutungsanstieg erlebt. Für einen großen Teil der Bevölkerung ist ihre Nutzung mittlerweile fester Bestandteil des Alltags geworden. Diesen Trend bestätigt die Allensbacher Computer- und Technik-Analyse (ACTA) 2012: Fast jeder zweite Deutsche im Alter von 14 bis 64 Jahren ist Mitglied in einem sozialen Netzwerk. Das sind knapp dreimal so viele wie noch im Jahr 2008. Besonders in den mittleren und höheren Altersgruppen sind die Nutzerzahlen gestiegen. So sind von den 14- bis 29-Jährigen etwa 80% bei einem sozialen Netzwerk angemeldet, von den 30- bis 39-Jährigen sind es 56% und selbst von den 50- bis 56-Jährigen noch 20%. Dabei hat Facebook in Sachen Beliebtheit die Nase vorn. Die Kommunikationsbranche hat diese Entwicklung längst erkannt und nutzt soziale Netzwerke für Marketing- und Kundenbindungsmaßnahmen. Wie sieht es aber bei den Wohnungsunternehmen aus? Möchten Mieter mit ihren Vermietern über Face-

book kommunizieren? Müssen Wohnungsunternehmen hier vertreten sein?

Die Wohnungswirtschaft ist hinsichtlich der Kundenorientierung – so das Ergebnis des Servicemonitors Wohnen 2012 – auf dem richtigen Weg. An manchen Stellen gibt es jedoch Möglichkeiten, die Serviceorientierung weiter zu verbessern und so die Kundenzufriedenheit zu steigern. Einen bedeutenden Aspekt stellt dabei die Kommunikation zwischen Mieter und Vermieter dar – in der die neuen Medien eine wichtige Rolle spielen.

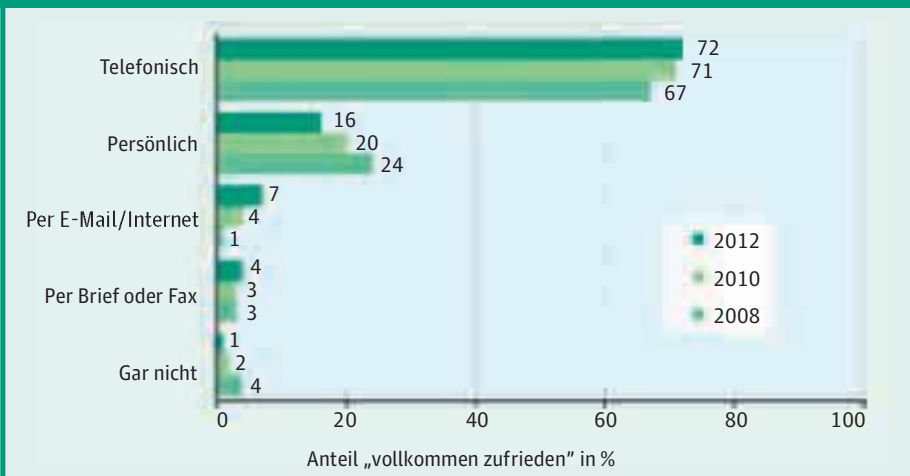
Kommunikation via Internet

Wie nehmen Mieter Kontakt zu ihren Vermietern auf, wenn es etwas zu besprechen gibt? Laut Servicemonitor Wohnen 2012 ist die bei Weitem

beliebteste Art der Kontaktaufnahme immer noch das Telefonat ①. 72% der Befragten greifen darauf zurück. An zweiter Stelle steht das persönliche Gespräch. Diesen Weg nehmen jedoch immer weniger Menschen auf sich. Waren es beim Servicemonitor Wohnen 2008 noch 24%, sind es heute nur noch 16% aller Mieter, die ihren Vermieter im Bedarfsfall persönlich aufsuchen.

In die entgegengesetzte Richtung verläuft der Trend hinsichtlich der Kontaktaufnahme via Internet: Nutzte 2008 lediglich 1% der befragten Mieter die Möglichkeit, per E-Mail mit dem Vermieter in Verbindung zu treten, sind es 2012 schon 7%. Allerdings gelingt es derzeit noch nicht allen Vermietern, sich darauf einzustellen und den Erwartungen der Mieter zu entsprechen. ▶

BEVORZUGTE KONTAKTAUFNAHME



Quelle: aller Grafik: A+K

③ ERREICHBARKEIT PER INTERNET BZW. E-MAIL

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

Grundsätzlich haben es bisher nur die privaten Einzelvermieter geschafft, dass die Kommunikation per Internet beziehungsweise E-Mail zufriedenstellend abläuft – allerdings vor dem Hintergrund nur oft geringer Kontaktzahlen ②.

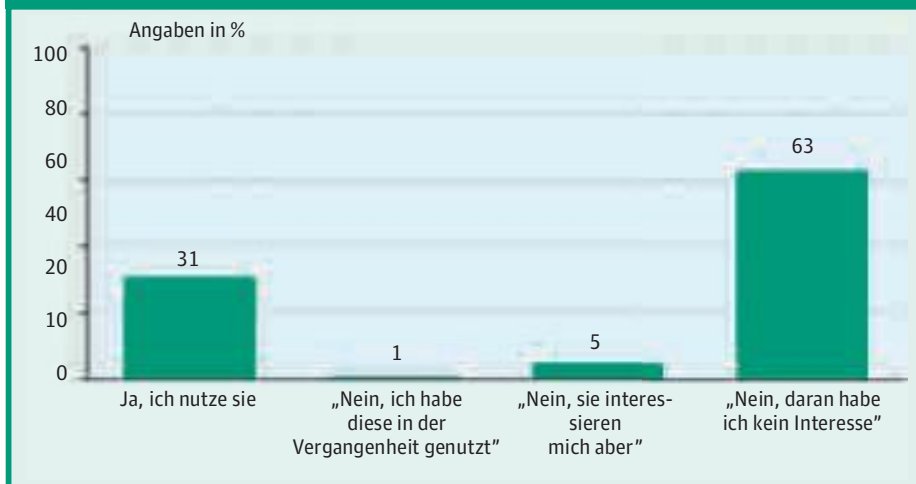
Entscheidend ist dabei vor allem die Reaktionsgeschwindigkeit, also die Zeit, in der eine E-Mail beantwortet wird. Abgesehen von Wohnungsgenossenschaften und privaten Wohnungsunternehmen sind hier jedoch alle Vermietertypen auf einem guten Weg und haben die Reaktionsgeschwindigkeit bei E-Mail-Anfragen bereits verbessert. Um dem Trend der steigenden Internetnutzung durch die Mieter gerecht zu werden, sollte daran allerdings weiterhin gearbeitet werden.

Relevanz sozialer Netzwerke

2012 befragte Analyse & Konzepte im Rahmen des Servicemonitors Wohnen die Mieter erstmals auch zum Thema Social Media. Gegenstand dieser Fragen waren sowohl die Nutzung als auch die Mitgliedschaft der Mieter in sozialen Netzwerken ③ + ④. Das Ergebnis: Insgesamt nutzen 31% aller Befragten Social Media. 5% sind zwar noch kein Mitglied in einem sozialen Netzwerk, interessieren sich aber dafür. Für 63% kommt die Mitgliedschaft nicht infrage. Dabei zeigen junge Haushalte bis 30 Jahre die größte Affinität zu sozialen Netzwerken: Über 70% der Paare und Singles in dieser Altersklasse sind dort bereits vertreten. Aber auch jede zweite Familie zählt zu den Nutzern. Bei den älteren Befragten steigt ebenfalls das Interesse, vor allem bei den Singles über 65 Jahre. 13% der Befragten in dieser Kategorie haben sich derzeit zwar noch bei keinem sozialen Netzwerk registriert, könnten sich dies jedoch vorstellen. Diese Zahlen zeigen, dass soziale Netzwerke an Bedeutung gewinnen und somit auch als Möglichkeit der Kommunikation zwischen Mieter und Vermieter zumindest in Betracht gezogen werden müssen.

Die Antwort auf die Frage, bei welchem der zahlreichen sozialen Netzwerke die meisten Befragten Mitglied sind, ist eindeutig ⑤. Mit 84% ist Facebook das meistgenutzte Netzwerk. Darauf

④ NUTZUNG SOZIALER NETZWERKE



④ NUTZUNG SOZIALER NETZWERKE NACH HAUSHALTSTYPEN

| in % | 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 |
| Familie (2 Erwachsene plus Minderjährige) | 50 | 2 | 4 | 44 |
| Haushalte mit mehr als 2 Erwachsenen | 37 | 0 | 3 | 60 |

folgen Xing mit 16%, VZnet mit 14%, Google+ mit 8% und Twitter mit 5%. Bei der Auswahl des jeweiligen Netzwerks spielt vor allem das Alter eine Rolle: Mit einem Altersdurchschnitt von 32,9 Jahren sind bei VZnet die jüngsten Nutzer registriert. Google+ hat dagegen mit einem Altersdurchschnitt von 42 Jahren die ältesten Mitglieder. Ausschlaggebend bei der Entscheidung für ein Netzwerk ist an erster Stelle die Sicherheit hinsichtlich Daten- und Privatsphäre-Einstellungen. Aber auch die Benutzerfreundlichkeit spielt eine wichtige Rolle.

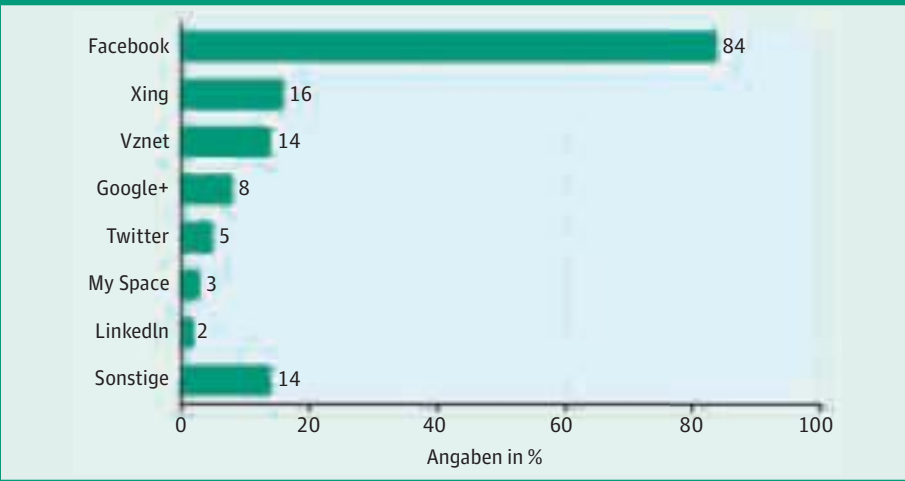
Überwiegend private Nutzung

Interessant ist auch die Häufigkeit, mit der die Befragten sich in ihre sozialen Netzwerke einloggen. Mehr als die Hälfte der bei Facebook & Co. angemeldeten Mieter sind täglich aktiv, 29% sogar mehrmals am Tag. Dies ist vornehmlich bei den jüngeren Mietern der Fall. Je älter die Befragten, desto geringer die Frequenz, mit der sie soziale Netzwerke nutzen. Die meisten User schätzen an den Netzwerken vor allem, dass sich soziale Kontakte auf diesem Weg besonders einfach aufrecht-

erhalten lassen. So nutzen 64% Social Media, um Freundschaften zu pflegen, 23% haben darüber sogar schon neue Freunde gefunden. Entsprechend beschränken sich positive Erfahrungen, die Mieter mit sozialen Netzwerken gesammelt haben, auf den privaten Bereich. Lediglich 8% pflegen hier auch berufliche Kontakte. 13% haben dagegen keinerlei positive Erfahrungen in einem sozialen Netzwerk gemacht - 1% hat sich sogar wieder abgemeldet. Gründe hierfür sind unter anderem verlorengegangenes Interesse und der als zu hoch bewertete Zeitaufwand ⑥.

Bei den Befragten, die derzeit bei einem oder mehreren sozialen Netzwerken registriert sind oder dies einmal waren, wurde auch gefragt, ob sie diese für die Wohnungssuche nutzen würden ⑦. Das Ergebnis: Eine geringe Mehrheit, nämlich 58%, hält diesen Weg der Wohnungssuche derzeit für eher ungeeignet. 42% der Befragten können sich allerdings gut vorstellen, soziale Netzwerke in ihre Wohnungssuche zu integrieren. Darunter stellen die Haushalte der unter 30-Jährigen wieder die stärkste Gruppe: 15% der Singles und 12% der Paare dieses Alters würden für ihre Wohnungssuche

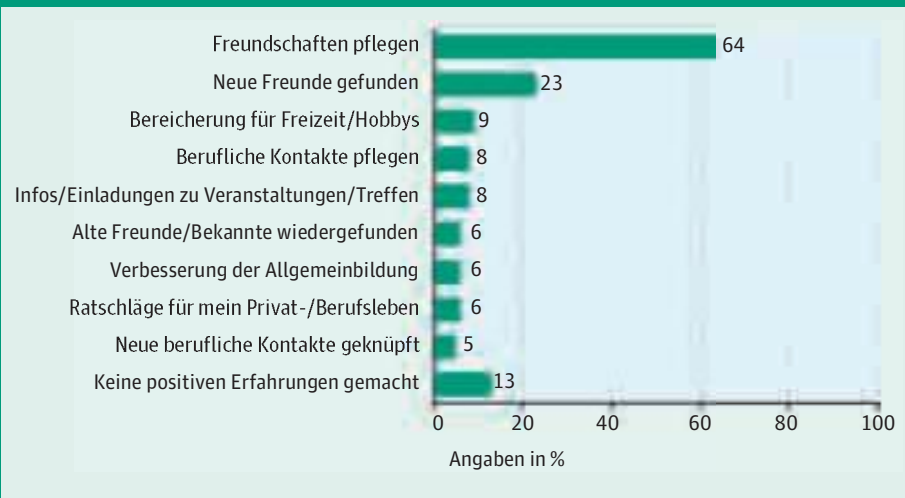
5 ART DER GENUTZTEN NETZWERKE



7 WÜRDEN SIE SOZIALE NETZWERKE FÜR DIE WOHNUNGSSUCHE NUTZEN?



6 GESAMMELTE ERFAHRUNGEN MIT SOZIALEN NETZWERKEN



8 MÖCHTEN SIE IN SOZIALEN NETZWERKEN MIT IHREM VERMIETER KOMMUNIZIEREN / SICH ÜBER DAS WOHNUNGSUNTERNEHMEN AUSTAUSCHEN?

| | in % | Ja |
|---|------|----|
| Singles unter 30 | | 7 |
| Singles 30 bis 64 | | 3 |
| Singles 65 Plus | | 1 |
| Paare unter 30 | | 10 |
| Paare 30 bis 64 | | 2 |
| Paare 65 Plus | | 0 |
| Alleinerziehend | | 5 |
| Familie (2 Erwachsenen plus Minderjährige) | | 7 |
| Haushalte mit mehr als 2 Erwachsenen | | 5 |

auch in sozialen Netzwerken nach Informationen suchen. Bei Familien mit minderjährigen Kindern waren es immerhin noch 11%.

Eindeutig negativ fielen die Antworten auf die Frage aus, ob sich die Mieter vorstellen können, mit ihren Vermietern über soziale Netzwerke zu kommunizieren und ob sie sich auf diesem Wege über ihre Vermieter austauschen würden ©: Nur 11 % sagten Ja, auch hier hauptsächlich die unter 30-Jährigen. Für 89% kommt diese Art der Korrespondenz dagegen nicht infrage. Besonders nicht für die über 65-Jährigen: Diese verneinten die Frage zu 100% - ebenso wie die Möglichkeit, über soziale Netzwerke nach Wohnungen zu suchen.

Fazit

Die Ergebnisse des Servicemonitors Wohnen 2012 unterstreichen, dass das Internet in der Kommunikation zwischen Mieter und Vermieter weiter an Bedeutung gewinnt. Auch soziale Netzwerke werden von immer mehr Mietern genutzt, was den deutschlandweiten Trend widerspiegelt. Die Bedeutung von Social Media für Wohnungsunternehmen muss jedoch differenziert betrachtet

werden: Soziale Netzwerke werden von allen Altersgruppen hauptsächlich für private Zwecke genutzt. Jedoch steigt vor allem bei den Jüngeren das Interesse daran, diese auch für die Wohnungssuche einzusetzen. Daraus ergibt sich, dass die Immobilienbranche soziale Netzwerke als Kommunikationsmedien weder vollkommen

SERVICEMONITOR WOHNEN 2012

Wie zufrieden sind die Mieter in Deutschland mit den Leistungen ihres Vermieters? Unter anderem diesen Fragen geht das Beratungsunternehmen Analyse & Konzepte im Servicemonitor Wohnen 2012 nach. Für diese repräsentative Studie wurden rund 1.000 Mieter aus Groß- und Mittelstädten in ganz Deutschland in telefonischen Interviews befragt - mit dem Ziel, die Leistungen unterschiedlicher Vermietergruppen beurteilen und vergleichen zu können.



Weitere Informationen:
www.analyse-konzepte.de

ausschließen noch überschätzen sollte. Social Media ist ein äußerst junges Medium, das rasant wächst. Derzeit ist das Interesse gerade im Wohnungsbereich jedoch nicht besonders groß. Entsprechend sollten soziale Netzwerke zwar als Medien mit wachsender Relevanz betrachtet und in die Kommunikationsstrategien einbezogen werden, die Unternehmen müssen sich jedoch im Klaren sein, dass man darüber im Moment längst nicht alle Zielgruppen erreicht und auch bei Mietern, die Social Media nutzen, noch Akzeptanz schaffen muss. Zudem sollten für die Kommunikation in sozialen Netzwerken entsprechende Ressourcen zur Verfügung gestellt werden. Halbherzige Lösungen schlagen sich oft negativ auf das Unternehmensimage nieder. Schneidet man Social-Media-Aktivitäten jedoch speziell auf die jüngere und mittlere Zielgruppe zu (siehe DW 1/2013, S. 56), beispielsweise mit Wohnungsangeboten, die zusätzlich in sozialen Netzwerken veröffentlicht werden, ist darin durchaus Potenzial vorhanden - zumal Unternehmen, die jetzt schnell gute Angebote schaffen vom First-Mover-Effekt profitieren können. ■