

Die Wohnungswirtschaft
im Westen



thema

der Wohnungswirtschaft

N°3/24

Fachkräfte: Neue Gesichter



Liebe Leserinnen und Leser,

wir hatten keine Lust mehr, noch einmal mehr über den enormen Fachkräftemangel zu klagen. Ja, es fehlen Fachkräfte in der Wohnungswirtschaft und auf den Baustellen, und ja, in den kommenden Jahren gehen viel mehr Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in Rente, als augenscheinlich mit Jüngeren nachbesetzt werden kann. Und trotzdem: Jammern hilft nicht.

Wir wollen mit dieser „thema“-Ausgabe daher den Blick auf die neuen Gesichter lenken, die auch den Wohnungsunternehmen und -genossenschaften als Fachkräfte zur Verfügung stehen. Je anstrengender es ist, sie zu finden, umso besser sollte man sie kennen: die Generationen Z und Alpha zum Beispiel oder Fachkräfte aus dem Ausland.

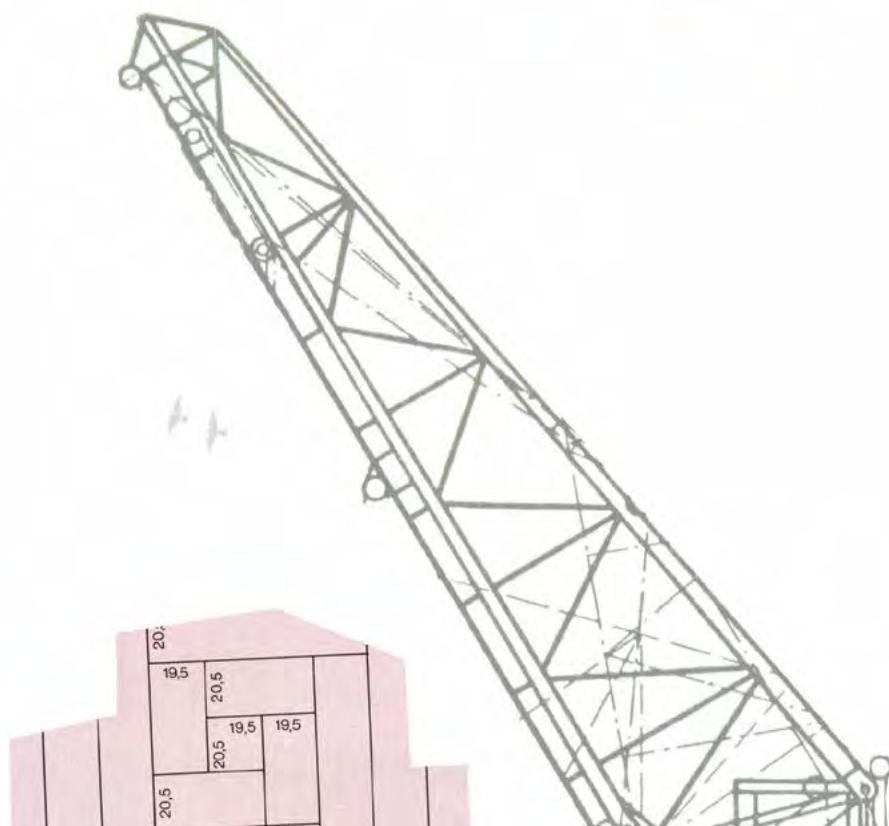
Attraktiver Arbeitgeber zu sein wird wichtig, um Fachkräfte zu finden und zu binden. Viele Wohnungsunternehmen und -genossenschaften sind das bereits, sie müssen

vielleicht nur das Gesicht des Unternehmens deutlicher zeigen. Employer Branding heißt das auf Neudeutsch.

Gleichzeitig aber sollten sich die Personalverantwortlichen nicht nur fragen, wie sie Fachkräfte mit passenden Qualifikationen für derzeitige Stellen finden, sondern auch, welche Qualifikationen die Stellen in Zukunft überhaupt fordern. Schon jetzt entstehen neue Berufe, wer managt künftig die Künstliche Intelligenz? Antworten darauf sollten Wohnungsunternehmen und -genossenschaften bereits heute finden. Ansätze dazu gibt's in diesem Heft.

Eine spannende Lektüre wünscht

Alexander Rychter
Verbandsdirektor des
VdW Rheinland Westfalen





16
Saleh Al-Roussan

- 6 Das Thema
Neue Gesichter
- 10 Draufgeschaut
Der Mangel zeigt sein Gesicht in Zahlen
- 12 Draufgeschaut
Drei neue Kolleginnen und Kollegen
- 16 Persönlich
Saleh Al-Roussan
- 20 Außenansicht
Das Gesicht des Unternehmens zeichnen
- 24 Unterwegs
Der Schlüssel zur Zufriedenheit
- 32 Persönlich
Weshalb unsere Branche Interesse weckt
- 34 Im Gespräch
Personalentwicklung: ein Spaziergang
- 40 Beispielhaft
Klug in Köpfe investieren
- 44 Im Gespräch
„Arbeitgebersiegel sollten Substanz haben“

- 46 Seitenblicke
Robin Gosens: Kämpfer für die im Abseits



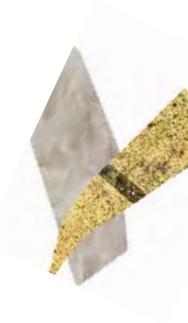
Zur Website:
www.vdw-rw.de



40
**Klug in Köpfe
investieren**



24
**Der Schlüssel zur
Zufriedenheit**



NEUE GESICHTER

Menschen ändern sich, auch die in Unternehmen. Die Generation Z hat sich kaum eingearbeitet, da klopft bald schon die Generation Alpha an die Unternehmenstür. Falls denn jemand klopft. Die Anzahl der Bewerbungen jedenfalls wird aller Wahrscheinlichkeit nach weiter abnehmen.

Dem Institut der deutschen Wirtschaft (IW) zufolge verlassen im kommenden Jahrzehnt fünf Millionen Menschen mehr den Arbeitsmarkt als in ihn eintreten. Rein quantitativ bedeutet der Fachkräftemangel also, dass weniger Menschen zur Verfügung stehen. Aber auch die Anforderungen, die mit der Arbeitsstelle verbunden sind, passen immer weniger zu den Kompetenzen der Bewerberinnen und Bewerber – Fachkräftemangel ist demnach auch ein qualitatives Problem.

Eklatant zeigt sich dies beim Bau: Für 90,3 Prozent der Stellen in der Bauplanung und -überwachung gab es im Januar 2024 laut IW keine entsprechend qualifizierten Arbeitslosen. In der Bauelektrik lag diese so genannte Stellenüberhangsquote bei 81,7, in der Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik bei 78,1. Der aktuelle Einbruch an Aufträgen im Wohnungsbau, der insbesondere Bauträger und Bauunternehmen trifft, könnte Dirk Werner zufolge, Leiter des Themenclusters Berufliche Qualifizierung und Fachkräfte beim IW, die Situation für die Wohnungswirtschaft etwas entspannen. „Das kommt darauf an, wie lange die Krise andauert und ob die Firmen ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter halten können. Am Arbeitsmarkt zeigt sich diese Entspannung aber noch nicht“, sagte er am Rande des 11. Forums Personal Anfang März 2024 in Düsseldorf, das von den Regionalverbänden der Wohnungswirtschaft mitveranstaltet wird.



Vermisstenmeldung

In welchen Bereichen die Qualifikation der Bewerberinnen und Bewerber und die Anforderungen der Stelle am stärksten auseinanderfallen, zeigt der Human Resources Monitor Immobilienwirtschaft 2023, für den das Institut für Wohnungswesen, Immobilienwirtschaft, Stadt- und Regionalentwicklung (InWIS) Verantwortliche in der Wohnungswirtschaft befragt hat. Demnach vermissen 51 Prozent der Befragten Fachkompetenz bei den Jobaspiranten, gefolgt von Flexibilität (48 Prozent), Einsatzbereitschaft (37 Prozent) und Kompetenzen in der IT (36 Prozent). Einsatzbereitschaft vermissen 24 Prozent der befragten Verantwortlichen sogar bei Bewerberinnen und Bewerbern um Führungspositionen.

Was also tun? Darauf gibt es mehrere Antworten. Eine davon ist, sich neuen Zielgruppen zu widmen und diese zu kennen. Denn nur wer weiß, was der Mensch möchte, dessen Arbeitskraft man für sich gewinnen möchte, kann ihm dies auch bieten.

Menschen verschiedener Generationen ticken anders: Das Arbeitsethos früherer Tage, geprägt von dem Gedanken, dass es den Kindern einmal besser gehen sollte, wurde längst abgelöst durch den Wunsch, sich das Leben so zu gestalten, dass es einem selbst gut geht. Die oft zitierte Work-Life-Balance

muss stimmen. Das ist allerdings oft verbunden mit dem Streben nach Sinnhaftigkeit des eigenen Tuns, etwa indem die eigene Arbeit dazu beiträgt, die Welt besser zu machen, sie zu erhalten.

Blick ins Ausland

Eine Zielgruppe, die zunehmend ins Blickfeld gerät: ausländische Fachkräfte. Erste Wohnungsunternehmen haben in Zusammenarbeit mit der Bundesagentur für Arbeit die nationalen Grenzen auf der Suche nach Fachkräften bereits hinter sich gelassen: Vonovia hat 15 Elektronikerinnen und Elektroniker und acht Gärtnerinnen und Gärtner aus Kolumbien eingestellt; VIVAWEST beschäftigt drei Elektroniker aus Jordanien. Für die Männer und Frauen aus der Ferne bedeutet die Arbeit in Deutschland einen Neuanfang im ungewohnten Umfeld, für die Wohnungsunternehmen ist es eine Chance, dem Fachkräftemangel zu begegnen.

Noch mehr Erfolg verspricht eine andere Gruppe auf dem Arbeitsmarkt: „Das größte Potenzial für den Arbeitsmarkt sind Frauen, die aktuell in Teilzeit arbeiten“, sagt Dirk Werner vom IW. Nicht selten kommen jene Frauen aus der Familienphase, in denen sie mehr Zeit für die Betreuung ihrer Kinder aufgebracht haben, und könnten nun eigentlich beruflich wieder mehr Zeit investieren, was viele von ihnen auch wollen.

«Das größte Potenzial für den Arbeitsmarkt sind Frauen, die aktuell in Teilzeit arbeiten.»

Viele Frauen gehören auch zur so genannten „Stillen Reserve“. Im Jahr 2023 wünschten sich in Deutschland laut Statistischem Bundesamt (Destatis) fast 3,2 Millionen Nichterwerbspersonen im Alter von 15 bis 74 Jahren Arbeit. Diese „Stille Reserve“ umfasst Personen ohne Arbeit, die zwar kurzfristig nicht für den Arbeitsmarkt verfügbar sind oder momentan nicht aktiv nach Arbeit suchen, sich aber trotzdem Arbeit wünschen. Allerdings sagt Destatis zufolge rund ein Drittel der Frauen in der „Stillen Reserve“ im Alter zwischen 25 und 59 Jahren, dass Betreuungspflichten sie von der Aufnahme einer Arbeit abhalten. Deshalb sollten, so das Forschungsinstitut InWIS im besagten Human Resource Monitor, Wohnungsunternehmen auch flexiblere Arbeitszeitmodelle und das Führen in Teilzeit erproben, um die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu fördern und so Fachkräfte für sich zu gewinnen.

Attraktive Arbeitsbedingungen zu bieten, ist das eine, sie erfolgreich nach außen zu kommunizieren, das andere. Im besten Falle haben potenzielle Bewerberinnen und Bewerber gleich ein positives Image vor Augen, wenn sie an das Unternehmen denken – das Unternehmen hat dann eine Arbeitgebermarke. Diese zu erschaffen, heißt auf Neudeutsch: Employer Branding. Dabei gilt es oft, sich bewusst zu machen, welche Dinge das Unternehmen bereits ausmachen, zu sammeln, was bereits an Arbeitgeberleistungen da ist, wie Vera Koltermann, Dozentin an der Akademie der Ruhr-Universität Bochum, feststellt. Die Wohnungswirtschaft ist da in der Regel gar nicht schlecht aufgestellt.

Vor der Suche nach Personen aber sollten sich Wohnungsunternehmen und -genossenschaften laut Rüdiger Grebe, Leiter der Akademie des Europäischen Bildungszentrums der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft (EBZ), die Frage stellen, nach was sie genau suchen. Also: Welche Fähigkeiten und Kompetenzen benötigt das Unternehmen in fünf bis zehn Jahren? Nicht jede Stellenbeschreibung passt da in die Zeit, gerade digitale Kompetenzen sind gefragt, auch der Weg zum klimaneutralen Wohnen muss gemanagt werden. Möglicherweise müssen dafür auch die Strukturen im Unternehmen angepasst, abteilungsübergreifend in Teams gearbeitet werden. Bereits angestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter benötigen neue Kompetenzen, müssen auf dem Weg dahin aber mitgenommen werden. Unter Umständen bedarf es keiner neuen Gesichter im Unternehmen, um die neuen Aufgaben zu bewältigen. Manche Mitarbeiterin, mancher Mitarbeiter muss künftig aber vielleicht ein neues Gesicht zeigen.

Der Mangel zeigt sein Gesicht in Zahlen

Wo sind die dringend benötigten Fachkräfte? Warum bleiben so viele Stellen unbesetzt? Der Fachkräftemangel zeigt sein Ausmaß und trifft die Wohnungs- und Immobilienbranche mit voller Wucht. Bundesweit bleiben 610.000 Stellen unbesetzt, besonders in Bauberufen und der Bauplanung spitzt sich die Lage zu. Doch es ist nicht nur die Quantität, sondern auch die Qualität der Bewerbungen, die alarmiert: Über die Hälfte der Ausbildungsbetriebe klagt über schlechtere Bewerbungen, und fast die Hälfte der Auszubildenden sieht keine langfristige Perspektive im Unternehmen.

55,4%

der Ausbildungsbetriebe in der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft geben an, dass sich die Qualität der Bewerbungen in den vergangenen drei Jahren verschlechtert hat.¹

50%

der Stellen in typischen Bauberufen konnten im Januar 2024 nicht besetzt werden.³

44,2%

der Auszubildenden möchten nicht längerfristig im Unternehmen tätig sein.²

2.000

offene Stellen im Grundstücks- und Wohnungswesen können rein rechnerisch nicht mit passend qualifizierten Fachkräften besetzt werden.³

610.000

offene Stellen gibt es bundesweit, für die sich keine passend qualifizierten Arbeitslosen finden lassen.³

90,3%

der bundesweit offenen Stellen im Bereich Bauplanung und -überwachung können nicht durch passend qualifizierte Arbeitslose besetzt werden.³

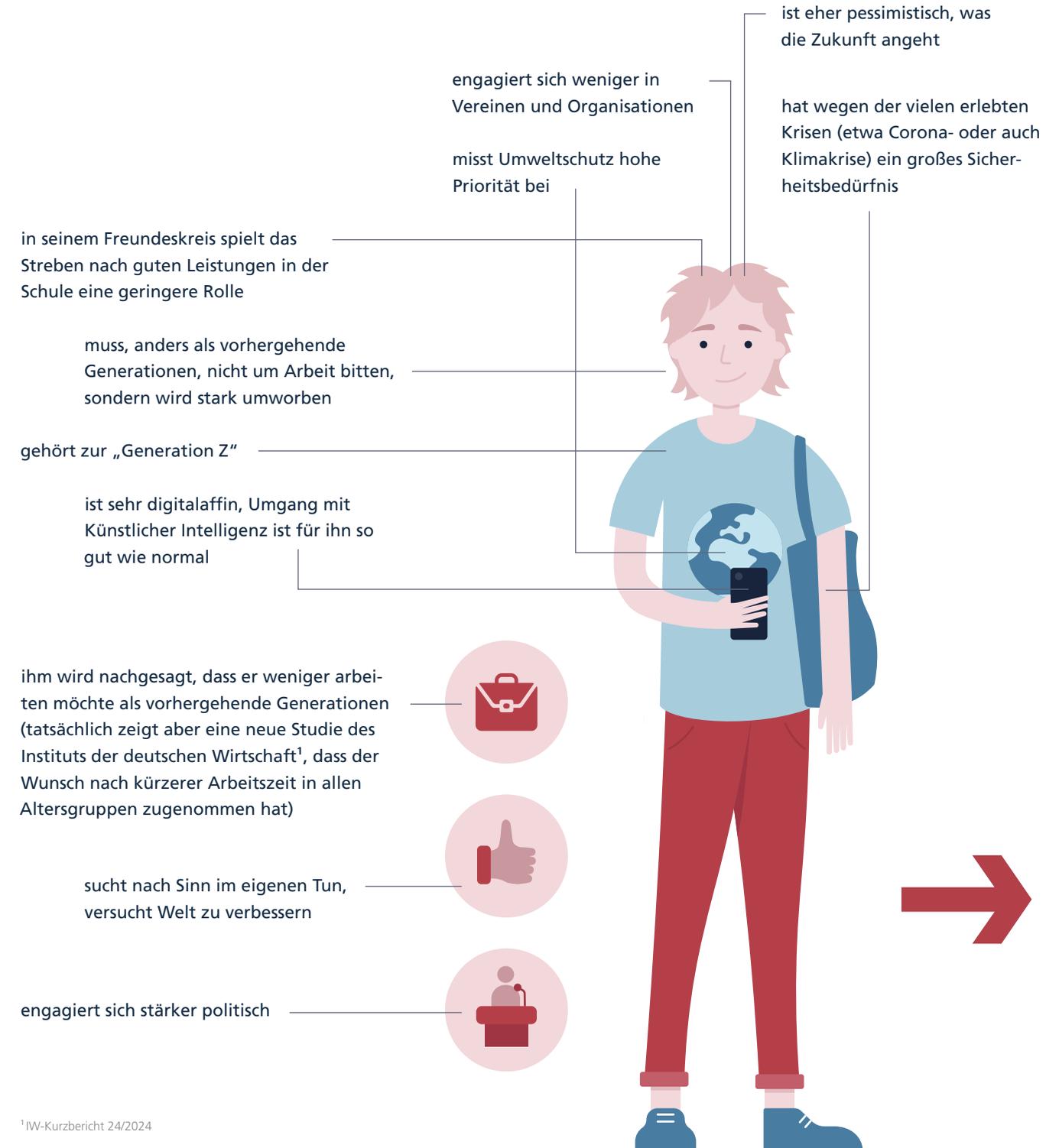
¹EBZ-Befragung von Ausbildungsbetrieben 2023, ²EBZ-Befragung von Ausbildungsbetrieben und Oberstufenschüler:innen des EBZ Berufskollegs 2023

³IW-Fachkräfte-Datenbank auf Basis von Sonderauswertungen von Arbeitsagentur und Stellenerhebung des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung, 2024

3 neue Kolleginnen und Kollegen

Wenn es schwieriger wird, Fachkräfte für sich zu gewinnen, lohnt sich ein genauerer Blick. Muss ich vielleicht gezielt nach neuen Gesichtern suchen, denen ich zuvor noch keine Aufmerksamkeit geschenkt habe? Wir stellen drei fiktive potenzielle Mitarbeiterinnen bzw. Mitarbeiter vor, die gewissen Zielgruppen entspringen, allerdings nicht mit ihnen identisch sind. Denn es bleibt dabei: Auch wenn ein Mensch zu einer Zielgruppe gehört, so bleibt er doch ein Individuum mit ganz eigenen Eigenschaften und Wünschen.

Luca (17), hat gerade die Schule abgeschlossen



Magdalena (53), Kinder sind gerade aus dem Haus

arbeitet aktuell 20 Stunden in der Woche, könnte jetzt aber wieder mehr Stunden arbeiten

verfügt über viel Erfahrung in der Branche und im Unternehmen, weil sie schon länger im Unternehmen ist

weiß flexible Arbeitsbedingungen auch für künftige Care-Aufgaben (wie z.B. Pflege) zu schätzen

Kosten für die Personalgewinnung entfallen ebenso wie die Einarbeitungszeit

kann jüngere Kolleginnen und Kollegen gut einarbeiten

hat weniger Jahre in ihrem Beruf gearbeitet als ihr gleich alter Ehemann



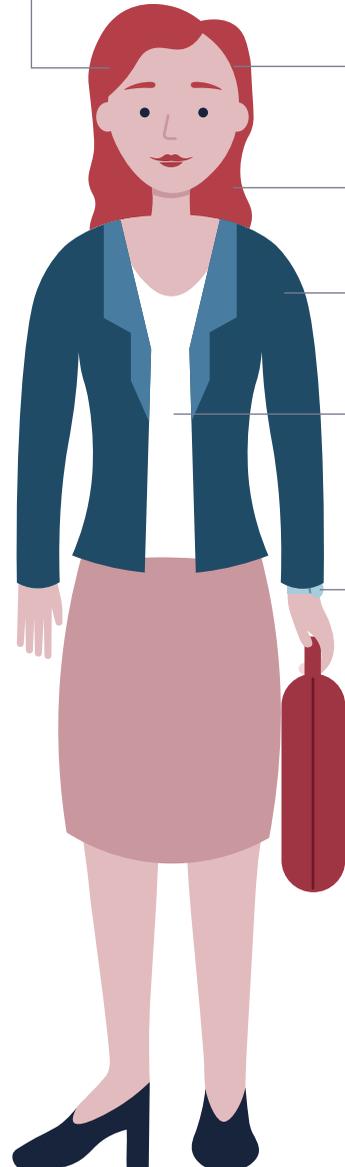
Haushalt und Familie standen bislang mindestens gleichberechtigt neben ihrer Berufstätigkeit



kann erworbenes Wissen gut anwenden und komplexe Probleme lösen



gezielte Personalentwicklung hilft ihr beim beruflichen Durchstarten



Juan Diego (30), aus Kolumbien

sollte schon in Kolumbien von seinem künftigen Arbeitgeber auf seinen neuen Job in Deutschland vorbereitet werden

sein baldiger Arbeitgeber könnte gegebenenfalls vom Job-Turbo für Geflüchtete oder Quereinsteiger der Arbeitsagentur profitieren (Eingliederungszuschuss, Berufssprachkurse)

braucht Unterstützung beim Deutsch lernen

konnte sich bislang noch kein eigenes Bild vom Leben und Arbeiten in Deutschland machen

ist in seiner kolumbianischen Kultur verwurzelt

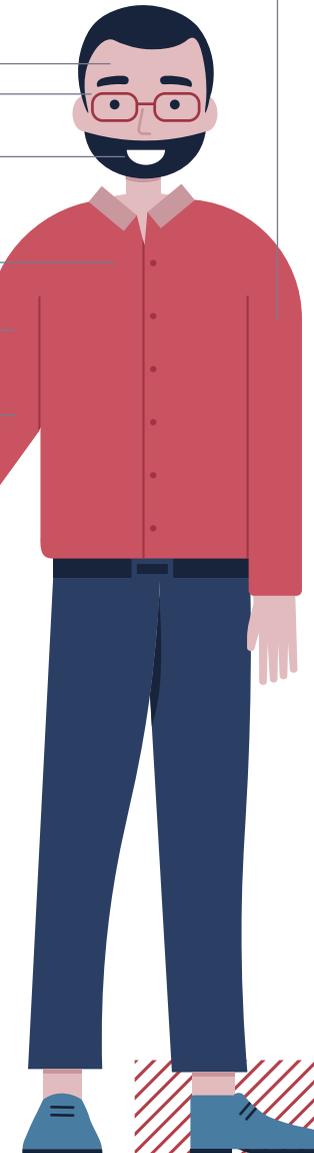
hat eine gute Ausbildung

bringt neue Perspektiven und Lösungsansätze in sein neues Team ein

sollte vor Ort unterstützt werden, bei der Anerkennung des Bildungsabschlusses, generell bei Behördengängen, aber auch bei der sozialen Integration

möchte gerne ins Ausland gehen, um sich beruflich und privat eine sichere Zukunft zu erarbeiten

ist hochmotiviert und zielstrebig



Saleh Al-Roussan

Umm Qais ist ein Dorf im äußersten Nordwesten Jordaniens, das für seine römischen Ruinen und die malerische Natur bekannt ist. Dort lebte Saleh Al-Roussan in einem großen Haus mit vielen Zimmern bei seinen Eltern, umgeben von Vogelgezwitscher und Touristen, welche die antike Stadt Gadara besuchten. Der Kontrast zum aktuellen Leben des 33-Jährigen in Deutschland könnte kaum größer sein.

Vor einem Jahr kam Saleh nach Deutschland. Heute arbeitet er als Elektroniker bei VIVAWEST auf einer Baustelle in Recklinghausen. Der Weg bis dorthin war lang und beschwerlich. Seit 2015 ist Saleh als Elektroniker tätig und arbeitete bis 2020 in Jordanien, bevor er durch die Corona-Pandemie seine Anstellung verlor. „Mein Ziel war Deutschland“, beschloss Saleh, lernte Deutsch und bewarb sich bei VIVAWEST.

Im Rahmen eines NRW-Pilotprojekts hat das Unternehmen drei Elektroniker aus Jordanien für das eigene Dienstleistungsunternehmen

RHZ Handwerkszentrum rekrutiert. „Elektroniker-Positionen sind aufgrund des Fachkräftemangels besonders gefragt“, erklärt VIVAWEST-Sprecher Gregor Boldt. In Jordanien gebe es viele gut ausgebildete Elektroniker, die in Deutschland ihre berufliche Laufbahn fortführen möchten. Das Projekt, das im November 2021 startete, wird vom Westdeutschen Handwerkskammertag (WHKT) als Projektträger unterstützt. Es zielt darauf ab, qualifizierte Fachkräfte aus Jordanien und Ägypten zu gewinnen, sie sprachlich und beruflich zu qualifizieren und bei der Integration in den deutschen Arbeitsmarkt zu unterstützen.

Am ersten Tag: Regen

Doch trotz intensiver Vorbereitungen vor Ort in Jordanien war die Anpassung für Saleh nicht einfach. „Am ersten Tag hat es in Deutschland geregnet. Das Wetter, die Leute, die Sprache – alles war neu und anders“, erinnert sich Saleh. Auch technische Unterschiede, wie die andere Farbzunordnung der Phasen der Kabel, stellten ihn vor Herausforderungen. Im Gespräch wiederholt er oft den Wunsch, noch mehr Deutsch zu lernen, er will es perfektionieren, dabei spricht er es nach drei Jahren Training schon gut. Die Unterstützung durch seinen Vorgesetzten und das Team hilft ihm enorm. Nach der anfänglichen Sprachbarriere merkt er bereits Verbesserungen und besucht nach Feierabend einen Deutschkurs, Führerscheinkurs und eine Anerkennungsprüfung zum Elektroniker.

Saleh lebt mit seinen zwei jordanischen Kollegen als WG in einer VIVAWEST-Wohnung in Dortmund. „Wir kochen, essen und lachen viel zusammen“, berichtet er fröhlich.

Auch für VIVAWEST war dieser Weg zu neuen Mitarbeitern lang und durchaus beschwerlich. „Die bürokratischen Hürden waren hoch und komplex“, erklärt Gregor Boldt. „Aber das Team aus dem Personalbereich war hartnäckig und ließ nicht locker. Unsere Recruiterin Cindy Wüster hat die neuen Kollegen persönlich vom Flughafen abgeholt“, führt Boldt weiter aus.

Der Rekrutierungsprozess, der 2021 begann, dauerte bis 2023, bis Saleh schließlich nach Deutschland fliegen konnte. Die Bewerberprofile wurden sorgfältig geprüft, und Interviews wurden per Videocall durchgeführt. Die neuen Mitarbeiter wurden umfassend unterstützt, von der Bereitstellung der Arbeitsverträge bis zur Organisation von Sprachkursen und Arbeitssicherheitsschulungen.



Mit einem Lächeln in die Zukunft: Saleh Al-Roussan fand als Elektroniker aus Jordanien in Deutschland eine neue berufliche Heimat





Heimweh und Hoffnung

Mit Stolz und einem Leuchten in den Augen spricht Saleh von seiner Heimat. Er vermisst sein Dorf und seine Familie sehr. Nachdenklich wird er, wenn er von seiner Frau und Familie erzählt, die er verlassen hat, um sich alleine auf den Weg nach Deutschland zu machen. Der tägliche Kontakt mit seiner Familie über das Internet ist ihm sehr wichtig. Vor zwei Monaten heiratete er in Jordanien, seine Frau wird nächstes Jahr nach Deutschland kommen. Diese Aussicht gibt ihm Hoffnung und verringert das Heimweh zumindest ein wenig.

Saleh ist zufrieden in Deutschland, auch wenn er noch nicht weiß, ob er für immer bleiben wird. „Wenn meine Frau kommt, wird es besser. Zurzeit möchte ich hierbleiben und bin glücklich, aber in zehn Jahren – wer weiß?“ Er hat sich gut eingelebt, findet das Leben in Deutschland noch besser als in seinen Vorstellungen und genießt die Möglichkeiten, die ihm hier geboten werden. Inzwischen beurteilt er die Bauqualität und die enorme Größe der Wohnungen in seinem Heimatland kritisch.

Auch VIVAWEST zieht eine positive Bilanz und denkt darüber nach, weitere Fachkräfte aus dem Ausland anzuwerben. „Unsere Fokusgruppen wären ausgebildete Anlagemechaniker und Elektroniker“, sagt Gregor Boldt. Doch es

Konzentriert bei der Arbeit gilt es nicht nur als Elektroniker neue Herausforderungen zu meistern

«Die bürokratischen Hürden waren hoch und komplex.»

– Gregor Boldt, VIVAWEST

Zusammenarbeit und Integration: Saleh Al-Roussan (rechts) mit einem jordanischen Kollegen bei VIVAWEST



bedarf weiterhin einer umfassenden Unterstützung. VIVAWEST wünscht sich eine stärkere Integrationshilfe durch die Kommunen sowie eine engere Vernetzung von Unternehmen, Behörden und Zivilgesellschaft. Mehr Transparenz über die Prozesse der Fachkräfteeinwanderung, eine Vereinfachung der kommunalen Prozesse sowie mehr Unterstützung bei der Wohnraumversorgung wären für den Fachkräfteeinwanderungsprozess hilfreich, so das Unternehmen.

Saleh Al-Roussan kommt ins Schwärmen, wenn er von den Burgen und Schlössern erzählt, die er sich in Deutschland anschauen möchte. „Ich liebe Geschichte und freue mich darauf, mehr von Deutschland zu sehen.“ Eine beeindruckende Erfahrung in Deutschland hat Saleh bereits gemacht: „Zum ersten Mal in meinem Leben habe ich Schnee gesehen!“

Anzeige



Einfach nachhaltige Wärme in der Wohnungswirtschaft!

Regenerative Wärme für die Wohnungswirtschaft. Ihre Bosch-Lösungen für die Sanierung.



Jetzt informieren



Technik fürs Leben



Das Gesicht des Unternehmens zeichnen

„Warum sollte ich zu diesem Unternehmen gehen und nicht woandershin?“ Die Antwort auf diese zentrale Frage von Bewerberinnen und Bewerbern gibt die Arbeitgebermarke – das Employer Branding. Ein Langzeitprojekt, dem sich auch Wohnungsunternehmen und -genossenschaften widmen sollten.

Ein Gastbeitrag von Vera Koltermann

Was ist Employer Branding?

Employer Branding (dt.: Arbeitgebermarke) zeichnet gewissermaßen das Gesicht des Unternehmens, es hebt die einzigartigen und verbindenden Kulturmerkmale einer Organisation derart pointiert und glaubwürdig erlebbar hervor, dass diese nach innen identitätsstiftend und verbindend sowie nach außen attraktiv und differenzierend wirken. Kurzum: Es ist eben die Antwort auf die Frage: „Warum zu euch und nicht woandershin?“

Aus diesem Grundverständnis heraus werden Arbeitgebermarken idealerweise von innen heraus unter aktiver Beteiligung der Belegschaft entwickelt. Dieses Vorgehen steigert Akzeptanz und Glaubwürdigkeit der Botschaft, erleichtert die spätere Umsetzung (auch von Veränderungsprozessen) und erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass Mitarbeitende später zu Fürsprecherinnen und Fürsprechern der Arbeitgebermarke werden.

Es fördert aber auch die Entwicklung eines unterscheidbaren Vorstellungsbildes. Statt zu schauen, was andere Arbeitgeber tun, richtet sich der Blick nach innen und auf die eigenen Stärken und Kulturmerkmale.

Vera Koltermann

Vera Koltermann berät seit mehr als 20 Jahren Unternehmen in markenstrategischen Fragen und kulturellen Transformationsprojekten. Sie ist Gründerin des Employer-Branding-Partner-Netzwerks Lucky you und doziert an der Akademie der Ruhr-Universität Bochum zum Thema.



Zusätzlich sollte ein Abgleich der bisherigen und zukünftigen Positionierung und Außendarstellung mit denen des Wettbewerbsumfelds und Zielgruppenpräferenzen erfolgen. Das unterstützt die Abgrenzung zum Wettbewerb sowie die Ausarbeitung einer strategisch fundierten Kreativkampagne und einer zielgerichteten Ansprachestrategie. Dabei gilt es kulturelle Erkennungssignale zu setzen, um Kandidatinnen und Kandidaten entscheidungskompetent zu machen. Statt nur auf fachliche Passung zur Tätigkeit zu achten (das ist der Fokus im Recruiting), betont Employer Branding die Passung von Werten und Einstellung. Am Ende sind das zwei Seiten der gleichen Medaille: Das eine geht nicht ohne das andere.

Schon hier wird klar: Employer Branding ist nichts, was ein bisschen nebenbei passiert. Es ist ein Instrument der strategischen Unternehmensführung und sollte deshalb auch dort auf der Agenda stehen.

Die Frage nach Sinn gehört inzwischen zu den Top-3-Attraktivitätsfaktoren neben flexiblen Arbeitsbedingungen und Gehalt.

Warum Employer Branding?

Wir sehen neben den allgemein bekannten Herausforderungen des Fachkräftemangels schon länger eine gesamtgesellschaftlich zunehmende Abnahme von langfristiger

Planungssicherheit, die sich in der Arbeitswelt in einem abnehmenden Commitment zum Arbeitgeber ausdrückt¹. Ein Symptom: Viele Recruiterinnen und Recruiter erleben regelmäßig, dass sie selbst auf Job-Zusagen keine Reaktion mehr erhalten².



¹Gallup Engagement Index, 2023; ²Befragung mit 400 Recruiterinnen und Recruitern, indeed, 2022

Die Kandidatinnen und Kandidaten, die nach neuen Jobs Ausschau halten, stellen dann auch neue Fragen: „Gibt es flexible Arbeitszeiten?“, „Was kann ich hier bewegen?“, „Was ist euer Purpose?“, „Warum zu euch und nicht zu X?“. Die Frage nach Sinn gehört inzwischen zu den Top-3-Attraktivitätsfaktoren neben flexiblen Arbeitsbedingungen und Gehalt³.

Aus dieser Gesamtsituation ergeben sich komplexe Herausforderungen für die Gewinnung und Bindung passender Mitarbeitenden. Richtig gemacht ist Employer Branding ein wesentlicher Hebel, um diesen Herausforderungen zu begegnen und die Zukunftsfähigkeit einer Organisation sicherzustellen.

Gutes Employer Branding

- Nichts versprechen, was nicht ist oder man in Zukunft nicht halten kann
- Authentizität & Echtheit statt Wünsch-dir-was oder Werbung
- Echte Geschichten von Menschen aus der Organisation statt Buzzwords und Floskeln

Employer Branding ist ganzheitlich angelegt: Alle (die wollen) können mitmachen und alle profitieren am Ende davon. Aber nur dann, wenn es inhaltlich Substanz hat und mehr ist als eine schöne Fassade.

Die Sprache der Mitarbeitenden und deren echte Erlebnisse tragen dazu bei, dass die Arbeitgebermarke authentisch wird.

Einflussfaktoren & Wirkeffekte

Damit am Ende etwas Gutes herauskommt, hinter dem sich die Mehrheit der Belegschaft versammeln kann, ist die Kommunikation über das Projekt und mit der Belegschaft entscheidend für den Erfolg. Die Mitarbeitenden werden idealerweise eingeladen, ihre persönlichen Erlebnisse und Eindrücke zu schildern – am besten anonym und vertraulich durch eine externe Beratung. Nur dann gibt es den Tiefgang und die Zitate, die es braucht, damit sich das spätere Arbeitgeberversprechen auch sprachlich abhebt. Denn „wie“ etwas erzählt wird, ist oft viel differenzierender als das „was“ erzählt wird. Die Sprache der Mitarbeitenden und deren echte Erlebnisse tragen dazu bei, dass die Arbeitgebermarke authentisch wird. Typische Beteiligungsformate sind Fokusgruppen, Interviews oder auch Online-Umfragen.

Wenn dieses Vorhaben frühzeitig, einladend und begleitend gut (gern etwas emotionaler) kommuniziert wird, ist der erste Schritt getan, um das interne WIR-Gefühl zu stärken. Und umso größer ist später auch der Stolz auf das gemeinsam erarbeitete Ergebnis, das man ruhig zusammen feiern darf.

Typische Wirkeffekte (Kunden-Feedbacks):

- a) Intern:**
- weniger Absentismus & Fluktuation
 - bessere Einarbeitung & Team-Klima
 - höhere Zufriedenheit & Produktivität
- b) Extern:**
- geringere Recruiting-Kosten & -Zeiten
 - mehr Sichtbarkeit & Bewerbungen
 - bessere Bewertungen auf kununu und in Umfragen

Schlüsselfaktoren für nachhaltigen Erfolg

Ohne grünes Licht von der Geschäftsleitung: kein erfolgreiches Projekt. Ohne frühzeitige Information an Betriebs- oder Personalrat: Sand im Prozessgetriebe. Ohne Marketing und Unternehmenskommunikation im Projektteam: Grabenkämpfe um Verantwortlichkeiten und wenig Schlagkraft in die Organisation.

Je mehr Verbündete sich für das Thema gewinnen lassen, umso besser. Employer Branding ist eben nichts, was nach sechs Monaten fertig ist. Markenführung und

Organisationsentwicklung spielen hier mit rein, und diese Themen sind auf Jahre angelegt. Umso besser, wenn der oder die verantwortliche Projektleitung im Personalbereich jemand ist, der das Thema mit Herzblut, Professionalität und Ausdauer vorantreibt.

Fazit

Employer Branding bewirkt positive Veränderung über die Zeit und hilft Unternehmen, sich zukunftsfähig und attraktiv am Arbeitsmarkt auszurichten. Wie jede gute Investition zahlt es sich langfristig strategisch aus. Es ist nun mal ein Marathon, kein Sprint.

³ Online-Befragung mit 9.000 Kandidatinnen und Kandidaten zu Attraktivitätsfaktoren für die Auswahl eines Arbeitgebers, Stepstone „The silent resignation“, 2022

Anzeige

Wohnraum planen und bauen
ab **2.000 €** brutto pro m²

Die Zeit für den Bau von Wohngebäuden ist günstig.
Dank unserer systematisierten Bauweise und unserer eigenen Produktion realisieren wir auch in der aktuellen Situation attraktive Wohngebäude wirtschaftlich und terminsicher. [goldbeck.de](https://www.goldbeck.de)

GOLDBECK

Der Schlüssel zur Zufriedenheit



An einem Morgen Anfang Mai weist die Job-Suchmaschine „Stepstone“ 124 offene Stellen für die Stadt Espelkamp und einen Umkreis von zehn Kilometern aus. Es fehlen ein Projektleiter für den Automotivbereich, ein Elektroniker für den Sondermaschinenbau, eine Leiterin für die Produktionsplanung und Vertriebslogistik und 121 weitere qualifizierte Arbeitskräfte in der ostwestfälischen Stadt mit rund 25.000 Einwohnern.

Laut der Studie „Hidden Champions in Nordrhein-Westfalen“ beheimatete die Wirtschaftsregion Ostwestfalen-Lippe im Jahr 2021 90 von 960 landesweit identifizierten Unternehmen dieser Art, die in der Regel zu den Top-3-Unternehmen in ihrer Branche auf dem Weltmarkt zählen. Dennoch zieht es vor allem wenige jüngere Fach- und Führungskräfte in den Nordosten von Nordrhein-Westfalen. Zu groß scheint für die meisten das Spannungsfeld von innovativen, zukunftsorientierten und gut bezahlten Jobs auf der einen, aber eher ländlichen Lebens- und Versorgungsstrukturen auf der anderen Seite.

Was bewegt die jungen Fach- und Führungskräfte?

Können geeignete Wohnungsangebote die Bereitschaft steigern, in Espelkamp zu wohnen? Und wenn ja, wie müssten solche Angebote aussehen?

Sascha Golnik, Geschäftsführer der Aufbaugemeinschaft Espelkamp, schließt die Eingangstür zum „Welcomehaus“ auf. Er kennt die Antworten auf diese Fragen. Die Aufbaugemeinschaft hat sie vor Jahren denjenigen gestellt, die es am besten wissen: unter 30-jährigen Fachkräften örtlicher Unternehmen.

„Schnelles Internet, Serviceleistungen wie Reinigungstätigkeiten und Handwerkerdienste, Einbaumöbel und gemeinschaftliche Austauschmöglichkeiten standen ganz oben auf der Liste. Potenzielle Nachbarn sollten im gleichen Alter sein, den gleichen Bildungshintergrund und möglichst noch keine eigene Familie haben. Die Zahlungsbereitschaft liegt bei knapp 500 Euro Kaltmiete“, fasst Golnik die Befragungsergebnisse zusammen und betritt dabei das „Welcomehaus“.



Ankunft am „Welcomehaus“ der Aufbaugemeinschaft Espelkamp an einem Morgen im Mai

Über das Welcomehaus:

- Modell für Mitarbeitendenwohnen
- Eröffnung Dezember 2021
- 15 möblierte Apartments mit schnellem WLAN, Reinigung, Wäscheservice etc.
- Großer Gemeinschaftsbereich mit Küche und Dachterrasse
- Vermietung erfolgt direkt an interessierte Unternehmen



Seit Dezember 2021 wohnen hier junge Fach- und Führungskräfte in Apartments und Wohnungen der Aufbaugemeinschaft Espelkamp, die ihre Arbeitgeber für sie angemietet haben. Insgesamt 15 sind es, ausgestattet mit schnellem WLAN, Echtholzparkett, großzügigen Badezimmern. Reinigung und Wäscheservice gehören auch dazu, ebenso ein großer Gemeinschaftsraum mit Küche und Dachterrasse und ein Fitnessraum. „Am Anfang war er als Gaming-Raum konzipiert“, erklärt Golnik, „aber wir haben schnell gemerkt, dass das wenig angenommen wird, und umgesteuert.“

Immer mehr Arbeitgeber prüfen, ob spezielle Wohnungsangebote im „war for talents“, dem Kampf um Fachkräfte, einen Standortvorteil bringen können. Für sich selbst, aber auch für die Kommune und die Region, in der das Unternehmen ansässig ist. Denn steigt die Attraktivität eines Standortes, setzt das, so die Überlegung, viele Folgeeffekte in Gang, von denen alle profitieren: wirtschaftliches Wachstum, Innovation und technologischer Fortschritt, erhöhte Lebensqualität.



Erfahrungsaustausch im Gemeinschaftsraum: Geschäftsführer Sascha Golnik (Aufbaugemeinschaft Espelkamp), Janna Zapke, Franziska Jäger, Rita Frey (alle Mittwald), Jennifer Epp (Aufbaugemeinschaft Espelkamp)



Ausblick von der Dachterrasse ins Quartier an der Ostlandstraße

Über die freistehende Treppe im Eingangsbereich und weitere Etagen sind wir inzwischen im Gemeinschaftsraum im Obergeschoss angekommen. Beim Betreten fallen gleich die großen Fensterfronten auf, durch sie strahlt an diesem Morgen die schon warme Sonne in den hellen und freundlich eingerichteten Raum. Sascha Golnik nimmt kalte Getränke aus dem Kühlschrank der modernen und vollständig ausgestatteten Küchenzeile.



«Wir möchten neuen Mitarbeitenden ein einfaches und unkompliziertes Angebot machen.»

– Janna Zapke

„Hier steht noch eine angebrochene Weinflasche im Seitenfach, ich denke mal, dass einige der Bewohnerinnen und Bewohner gestern Abend gemütlich miteinander gekocht haben“, lacht Golnik und stellt Wasser und Säfte auf einen der Hochtische aus hellem Holz.

Bevor wir uns setzen – wir sind mit Mitarbeiterinnen der Firma Mittwald, einem in Espelkamp ansässigen Unternehmen für Webhosting und Internetservices, verabredet – werfen wir noch einen Blick auf die Dachterrasse, die während der Sommermonate mit einem Grill und Loungemobiliar ausgestattet ist, und lassen den Blick über das Quartier an der Ostlandstraße schweifen.

Es klopft an der Tür. Jennifer Epp, Mitarbeiterin Kundenbetreuung bei der Aufbaugemeinschaft Espelkamp, öffnet und begrüßt Janna Zapke, Recruiterin, und Franziska Jäger, Personalentwicklerin bei der Mittwald CM Service GmbH & Co. KG. Mitgebracht haben sie Rita Frey. Sie arbeitet im Mittwald-Kundenservice und bewohnt eine der Wohnungen, die das Unternehmen im „Welcomehaus“ angemietet hat.



Vom 12. bis 14. März 2024 führte Bundespräsident Walter Steinmeier im Rahmen seiner „Ortszeit“ seine Amtsgeschäfte von Espelkamp aus. Dabei stattete er auch dem „Welcomehaus“ einen Besuch ab

Quelle: Aufbau Espelkamp



Der eigene Balkon: für Mittwald-Mitarbeiterin Rita Frey definitiv ein Lieblingsplatz

Der Traum vom Silicon Valley in Espelkamp

Im gemeinsamen Gespräch geben Zapke und Jäger Einblicke in die Personalsituation im IT-Bereich und wie das Tech-Unternehmen darauf reagiert. „In der IT suchen die Fachkräfte nicht so lokal“, so Zapke. „Wir möchten neuen Mitarbeitenden daher ein einfaches und unkompliziertes Angebot machen, die Nähe zu unserem Unternehmensstandort und den Zugang zu sozialen Kontakten am neuen Wohnsitz ermöglichen. Denn der Schwerpunkt unserer Arbeit ist schon die Arbeit im Büro, auch wenn wir uns insbesondere durch die Corona-Pandemie stärker mit dem Thema Remote-Arbeit beschäftigt haben.“

Für das Unternehmen mit insgesamt 180 Mitarbeitenden passt das „Welcomehaus“ damit genau. Die angemieteten Wohnungen seien durchweg belegt, berichtet Franziska Jäger, auch weil das Angebot der häufig größten

Hürde beim Jobwechsel den Schrecken nehmen: dem Umzug. Außerdem sei die Geschäftsführung von Anfang an begeistert gewesen und hätte die Idee, Wohnungen im „Welcomehaus“ für neue Mitarbeitende anzumieten, maßgeblich unterstützt. Das sei hilfreich gewesen, als es darum ging, das Projekt bei Mittwald anzuschließen, ebenso wie die Einbindung bei der Konzeption vom „Welcomehaus“.

Das 2006 gegründete Unternehmen, das nach eigener Aussage im beschaulichen Espelkamp seinen Traum vom Silicon Valley lebt, entwickelte für die Personalsuche und Personalentwicklung noch weitere Bausteine. Um junge Talente gleich früh für die eigene Branche zu gewinnen, gründete Mittwald gemeinsam mit anderen Partnern eine Art „Musikschule für IT“, mit einem Kursangebot, das diejenigen adressiert, deren Interesse weit über den Schulunterricht im Fach „Informatik“ hinaus-

«Den Standort Espelkamp habe ich zu keinem Zeitpunkt als Showstopper empfunden.»

– Rita Frey

geht. Die Ansprache erfolgt in der Gaming-Szene, also im Kontext von Computer-Spielen. Für nicht so leicht zu besetzende Jobs werden interne Talente gezielt weiterqualifiziert. Außerdem spielt Empfehlungsmarketing eine entscheidende Rolle. „Wenn wir die Leute vor Ort glücklich machen, kommen tatsächlich auch mehr Bewerbungen bei uns an“, berichtet Personalentwicklerin Jäger.

Zuhause auch jenseits der Städte

Auch Rita Frey macht einen glücklichen Eindruck. Die Mittwald-Kundenbetreuerin erzählt begeistert über ihre Wohnung und dass sie nicht nur zum Arbeiten hierhergekommen sei. „Den Standort Espelkamp habe ich zu keinem Zeitpunkt als Showstopper empfunden“, so die 28-Jährige, die vorher in Osnabrück gewohnt hat und an ihrem jetzigen Wohnort die Rastlosigkeit und Unruhe der Stadt in keinem Moment vermisst. Ganz im Gegenteil, sie genießt es, nach Feierabend oder am Wochenende entspannt zum nahegelegenen Spargelhof zu radeln oder auf dem eigenen Balkon die Sonne zu genießen. Durch das Zusammenleben im „Welcomehaus“ sei es ihr auch recht leichtgefallen, sich mit anderen vor Ort zu vernetzen. „Man kommt automatisch in den Plausch“, so Frey, zuletzt habe sie eher aus einem Zufall heraus gemeinsam mit einem Kollegen und einer Kollegin aus China zusammen in der Gemeinschaftsküche gekocht.



Gemütlich Wohnen auf 50 qm. Echtholzparkett und Küche gehören zur Wohnungsausstattung

Mit vielen Eindrücken und Ideen geht es zur nahegelegenen Geschäftsstelle



Freys Freundinnen „aus der Heimat“ sind nach dem gemeinsamen Grillen auf dem Balkon oder der Dachterrasse jedes Mal begeistert – sowohl vom Arbeitgeber der Freundin, der ihr den Zugang zu dieser Wohnung ermöglicht hat, als auch von der Wohnung an sich. Frey lädt uns in ihre Wohnung ein, um sie zu zeigen.

Über die Aufbaugemeinschaft Espelkamp GmbH

- Gegründet 1949
- Gesellschafter: 50 % Land Nordrhein-Westfalen, 25 % evangelische Kirche, 25 % Diakonie
- 3.043 Wohnungen in der Stadt (Marktanteil 85%)
- Leerstand 0,3 %, Durchschnittsmiete 5,41 €/m²

Eine Treppe tiefer bittet sie unsere Fünfergruppe hinein und führt uns durch ihre mit viel Stil und Liebe eingerichtete Wohnung. „Auf den Balkon bin ich besonders stolz“, berichtet sie fröhlich und zeigt uns das Hochbeet mit Basilikum und die Loungemöbel aus Paletten, auf denen gemütliche Polster liegen.



DZ HYP. BEREIT, WENN SIE ES SIND.

Eine gute Idee verdient die bestmögliche Unterstützung. Als eine führende Immobilienbank bietet die DZ HYP ihren Kunden der Wohnungswirtschaft individuelle Lösungen für ihre Finanzierungsvorhaben. Unsere Erfahrung und Kompetenz ist die Basis für Ihren Erfolg. DZ HYP. Bereit, wenn Sie es sind.

Ihre Regionaldirektoren:

Udo Eggenhaus » Tel. +49 170 6285709 » udo.eggenhaus@dzhyp.de

Konrad Huwig » Tel. +49 170 2162145 » konrad.huwig@dzhyp.de

dzhyp.de

Premium
Fördermitglied
im GdW

Anzeige

DZ HYP

Genug gute Ideen

Wir verabschieden uns vor dem Haus voneinander, Janna Zapke, Franziska Jäger und Rita Frey machen sich auf den Rückweg zu Mittwald, gemeinsam mit Sascha Golnik und Jennifer Epp geht es noch zu einem kurzen Besuch in die Geschäftsstelle der Aufbaugemeinschaft Espelkamp, die in fußläufiger Entfernung liegt. Bei einer Tasse Kaffee sprudelt es aus Sascha Golnik nur so heraus. Auch er habe heute eine Menge Neues und Interessantes erfahren. „Der direkte Vor-Ort-Austausch war mehr als wertvoll, das werden wir auf jeden Fall wiederholen.“ Er entwickelt gleich die nächsten Ideen: „Wären die Baukosten aktuell nicht so hoch, könnten wir eigentlich ein weiteres Welcomehaus angehen. Oder Co-Working-Spaces. Oder eine Azubi-WG. Es wohnen und arbeiten so viele noch nicht in Espelkamp.“



Quelle: Aufbau Espelkamp

So wie es aussieht, werden die Lichter in Espelkamp nicht ausgehen

Weshalb unsere Branche Interesse weckt

Auf der Messe „vocatium“ werben Auszubildende von Wohnungsunternehmen am Stand des VdW Rheinland Westfalen für die Ausbildung in der Wohnungswirtschaft. Hier trifft man sie, die neuen Gesichter in der Wohnungswirtschaft, und man erfährt, was für die jungen Menschen die Arbeit bei Wohnungsunternehmen und -genossenschaften so interessant macht.

vocatium:

- Fachmesse für Ausbildung und Studium
- findet 80 Mal im Jahr an verschiedenen Standorten statt
- Gespräche mit Beraterinnen und Beratern der Aussteller (Ausbildungsbetriebe, Fachschulen, Hochschulen und Institutionen)
- Vortragsprogramm mit Infos über Ausbildungsberufe, Studienfächer, Tipps für die Berufswahl und vielem mehr

Familiäres Image: Maximilian Stevens

„Vor allem der Kontakt mit unterschiedlichen Menschen macht mir Spaß“, erzählt Maximilian Stevens, 20 Jahre alt, strahlend auf der vocatium-Messe in Dortmund. Maximilian, der seine Ausbildung bei der gws-Wohnen Dortmund-Süd eG absolviert, hat seinen Weg in die Wohnungswirtschaft auf eine besondere Weise gefunden: „Ich durfte meinen Vater bei Wohnungsbesichtigungen und -abnahmen begleiten – das hat mein Interesse an der Branche geweckt.“ Maximilian ist einer der vielen Jugendlichen in Nordrhein-Westfalen, die sich für eine Ausbildung entschieden haben, doch die Zahl der Ausbildungsverträge sinkt. Laut einer Statistik von IT.NRW machten in Nordrhein-Westfalen im vergangenen Jahr 274.104 Personen eine Ausbildung – ein historischer Tiefstand seit Beginn der Erhebungen 1976. Maximilian aber sieht in der Wohnungswirtschaft eine Zukunft mit positiven Perspektiven: „Das Image der Branche ist sehr familiär, und ich fühle mich hier gut aufgehoben.“



Name, Alter, Wohnungsunternehmen:

Maximilian Stevens, 20 Jahre, gws-Wohnen Dortmund-Süd eG

Weg in die Wohnungswirtschaft:

Durch die Familie

Motivation:

Der Kontakt mit unterschiedlichen Menschen

Image der Wohnungswirtschaft oder abgebautes Vorurteil:

Positives und familiäres Image



Name, Alter:

Zoe Czerwonka, 18 Jahre, Messebesucherin

Weg in die Wohnungswirtschaft:

Durch Messestand auf der vocatium-Messe

Motivation:

Vermittlung von Wohnung an den passenden Menschen

Image der Wohnungswirtschaft oder abgebautes Vorurteil:

Sozialorientierte Wohnungswirtschaft stellt den Menschen in den Mittelpunkt

Einblicke und Begeisterung:

Zoe Czerwonka

Auch Zoe Czerwonka, 18 Jahre alt, besucht die vocatium-Messe, um mehr über ihre Berufsmöglichkeiten zu erfahren. Sie ist durch die Messe auf die Wohnungswirtschaft aufmerksam geworden. „Ich möchte unterstützen, die perfekte Wohnung an die passende Person zu bringen“, erklärt sie begeistert. Zoe schätzt besonders die soziale Orientierung der Wohnungswirtschaft: „Die Branche ist passgenau auf die Menschen und ihre Bedürfnisse ausgerichtet, was ich sehr wichtig finde.“

Von der Theorie zur Praxis: Aaron Flötgen

Aaron Flötgen, 22 Jahre alt, hat einen anderen Weg in die Wohnungswirtschaft gefunden. Nach einem abgebrochenen Bauingenieurstudium suchte er nach einer praxisorientierteren Möglichkeit, in der Branche zu bleiben. „Ich möchte Menschen Lebensfreude geben und Lebensraum schaffen“, sagt Aaron, der nun bei VIVAWEST Wohnen seine Ausbildung absolviert. Er hat ein Vorurteil über die Branche überwunden: „Viele denken, dass wir wie Makler arbeiten, die Wohnungen nicht nachhaltig vermieten wollen. Das stimmt einfach nicht.“



Name, Alter, Wohnungsunternehmen:

Aaron Flötgen, 22 Jahre, VIVAWEST Wohnen GmbH

Weg in die Wohnungswirtschaft:

Von abgebrochenem Studium als Bauingenieur hin zum Ausbildungsbeginn

Motivation:

Lebensfreude geben und Lebensraum schaffen

Image der Wohnungswirtschaft oder abgebautes Vorurteil:

Falsche Assoziation mit Maklern

Personalentwicklung: ein Spaziergang

An einem schönen Morgen im Mai schlendern wir mit Rüdiger Grebe, Leiter der EBZ-Akademie, durch den Düsseldorfer Hofgarten in Richtung Kö-Bogen. Dieser Teil der Landeshauptstadt hat sich in den letzten Jahren sehr verändert. Grebe ist Experte für Veränderungen, wenn auch auf anderem Gebiet – nämlich jenen in der Arbeitswelt.

«Städte und Unternehmen müssen sich kontinuierlich weiterentwickeln und anpassen.»

– Rüdiger Grebe

Herr Grebe, kann man ein Unternehmen mit einer Stadt vergleichen? Auch eine Stadt wie Düsseldorf entwickelt sich immer weiter. Hochhäuser werden umgenutzt, neue Gebäude entstehen, Straßen werden zu Fußgängerzonen. Muss sich auch ein Unternehmen immer wieder fragen, ob seine Strukturen noch die richtigen sind und ob die eigene Belegschaft noch die passenden Kompetenzen hat?

Grebe: Absolut, der Vergleich zwischen einer Stadt und einem Unternehmen ist sehr treffend. Beide sind komplexe Systeme mit vielen interagierenden Elementen und einer eigenen Identität. In einer Stadt beeinflussen bauliche Veränderungen, wie der Bau des Rheinufer-Tunnels in Düsseldorf, das gesamte Stadtgefüge. Ähnlich ist es in Unternehmen: Ändert man die Organisationsstruktur, hat das Auswirkungen auf Mitarbeitende, Geschäftsbereiche und Prozesse. Städte und Unternehmen müssen sich kontinuierlich weiterentwickeln und anpassen. Der Wandel hin zu weniger hierarchischen, mehr prozess- und projektorientierten Strukturen zeigt, wie Unternehmen auf Veränderungen in ihrem Umfeld reagieren. Beide brauchen ein klares Bild von ihrer Identität und Zukunft, um sich erfolgreich weiterzuentwickeln.



Blick vom Hofgarten auf den Kö-Bogen. Es wird gearbeitet





Welche Qualifikationen und neuen Kompetenzen müssen Mitarbeitende in der Wohnungswirtschaft entwickeln, um den Herausforderungen durch Digitalisierung und andere Megatrends gewachsen zu sein?

Grebe: Die großen Megatrends wie Digitalisierung, Künstliche Intelligenz, Demografie, Globalisierung und Migration beeinflussen auch die Wohnungswirtschaft. Traditionelle Silo-Strukturen müssen aufgebrochen werden. Die Arbeit verlagert sich zunehmend auf Projekte, digitale Prozesslandschaften und Netzwerke. Dies führt zu veränderten Rollen im Unternehmen, was eine entsprechende Qualifizierung der Mitarbeitenden erfordert. Unternehmen müssen strategisch planen, wie ihre zukünftigen Belegschaftsstrukturen aussehen sollen. Dabei sind Fachwissen, Veränderungskompetenz und die Fähigkeit, Veränderungsprozesse zu begleiten, entscheidend. Future Skills wie Kommunikation, Offenheit, Veränderungsbereitschaft und Lernkompetenz sind ebenfalls wichtig. Unternehmen können bestehende Mitarbeitende weiterentwickeln, neue Talente einstellen oder externe Berater nutzen, um die notwendigen Kompetenzen zu erwerben.

Wir setzen uns auf eine Bank und genießen das Zwitschern der Vögel. Ein kleines Stück Natur inmitten der Stadt. Die Arbeitswelt, so geht es mir durch den Kopf, scheint zunehmend von künstlichen Strukturen bestimmt zu werden.

Welche Rolle könnte Künstliche Intelligenz, KI, bei der Entwicklung von Belegschaftsstrukturen spielen?

Grebe: Die Integration von KI in Unternehmen ist ein dynamischer Prozess, der auf zwei Ebenen stattfindet. Erstens wird bestehende Software zunehmend mit KI-Funktionen ergänzt. Das geschieht eher schrittweise, abhängig von den Software-Anbietern. Zweitens, und für Personaler besonders spannend, beeinflusst KI das konkrete Arbeiten der Mitarbeiter direkt. Tools wie ChatGPT oder Copilot können die Effizienz der Mitarbeiter steigern. Um das effektive Arbeiten mit KI-Tools zu gewährleisten, müssen Unternehmen zunächst die Chancen erkennen und ein entsprechendes Mindset entwickeln. Es gilt, die Potenziale und Grenzen von KI zu verstehen und die Risiken zu managen. Dies erfordert eine stärkere Schulung in digitaler Kompetenz und sogenannten Future Skills.

«Um das effektive Arbeiten mit KI-Tools zu gewährleisten, müssen Unternehmen zunächst die Chancen erkennen und ein entsprechendes Mindset entwickeln.»

– Rüdiger Grebe

Wie können Mitarbeitende für den Umgang mit diesen Veränderungen und neuen Anforderungen geschult werden?

Grebe: Die Herausforderung besteht darin, sowohl aktuelle als auch zukünftige Mitarbeitende richtig zu schulen und weiterzubilden, um diese Kompetenzen zu erlernen und sicher anzuwenden. Die Anforderungen an die Mitarbeitenden steigen, und das Qualifikationsniveau muss entsprechend angepasst werden. Bereits in Schulen, Berufsschulen und Universitäten sollten die Grundlagen für diese neue Arbeitswelt gelegt werden. Unternehmen müssen aus einer strategischen Perspektive die benötigten Kompetenzen für die neuen Rollen definieren und darauf basierend passgenaue Weiterbildungsprogramme entwickeln. Hierbei spielt auch das organisationale Lernen eine wichtige Rolle. Es geht darum, den spezifischen Bedarf des Unternehmens zu ermitteln und daraufhin die Schulungen zielgerichtet und effektiv zu gestalten. Dies hilft, das Weiterbildungsbudget effizient einzusetzen und den größtmöglichen Nutzen zu erzielen.

Wir gelangen zum 2020 fertiggestellten Kö-Bogen 2, dem mit 30.000 Hainbuchen-Hecken bepflanzten Büro- und Geschäftsgebäude am Gustaf-Gründgens-Platz, an dessen Ende sich eine große dreieckige Rasenfläche aus dem Boden erhebt. Eine Neuordnung des Platzes sollte die Stadt attraktiver machen.



Landmarke des Wandels: Das Dreischeidenhaus wurde 1960 eröffnet, bis 2007 beherbergte es die Konzernzentrale der ThyssenKrupp AG, danach stand es längere Zeit leer und wurde 2011 nach Green-Building-Kriterien saniert und 2015 wieder eröffnet

«Unternehmen sollten gezielt an den Rollenprofilen und der strategischen Personalbedarfsplanung arbeiten.»

– Rüdiger Grebe

Der Personalbereich, die HR, steht vor der Herausforderung, die richtigen Talente zu finden und zu binden, insbesondere im Hinblick auf die benötigten Spezialistinnen und Spezialisten für die Transformation. Wie können Wohnungsunternehmen ihre Stellenbeschreibungen nutzen, um attraktiver für potenzielle Mitarbeitende zu werden?

Grebe: In den letzten Jahren hat sich die Rolle des HR-Bereichs deutlich verändert und an Bedeutung gewonnen. Wir denken zunehmend strategisch im Personalbereich, was für Wohnungsunternehmen besonders wichtig ist.

Beim Thema Talente geht es nicht nur um die Akquise, sondern auch darum, wie man sie im Unternehmen einsetzt und langfristig bindet. Moderne Unternehmensstrukturen, die weniger hierarchisch und mehr partizipativ geprägt sind, spielen dabei eine wichtige Rolle. Wohnungsunternehmen müssen ihre Attraktivität und Authentizität betonen, um für zukünftige Talente interessant zu sein.

Stellenbeschreibungen sollten die spannenden und herausfordernden Aspekte der Arbeit hervorheben und deutlich machen, dass das Unternehmen moderne und flexible Strukturen bietet. Es ist wichtig, Gestaltungsmöglichkeiten zu betonen und eine Unternehmenskultur zu präsentieren, die langfristige Bindung und Entwicklung unterstützt.



Blick in die Zukunft: Wie wird die Wohnungswirtschaft die Herausforderungen der digitalen Transformation meistern?

Abschließend, welchen Rat würden Sie Wohnungsunternehmen geben, die sich mit der Frage beschäftigen, ob ihre Stellenbeschreibungen noch aktuell sind und wie sie ihre Belegschaftsstrukturen weiterentwickeln können?

Grebe: Der erste Schritt besteht darin, sich klar darüber zu werden, wo man aktuell steht und welche Ideen man für die zukünftige Belegschaftsstruktur hat. Besonders wichtig ist es, die Schlüsselbereiche und -stellen zu identifizieren. Unternehmen sollten gezielt an den Rollenprofilen und der strategischen Personalbedarfsplanung

arbeiten. Dazu gehört auch die Optimierung von Onboarding-Prozessen und ein starkes Employer Branding. Eine maßgeschneiderte Lösung, abgestimmt auf das spezifische Unternehmensprofil und die jeweilige Größe, kann hier sehr hilfreich sein. So können Wohnungsunternehmen sicherstellen, dass ihre Stellenbeschreibungen nicht nur aktuell, sondern auch zukunftsfähig sind.



VdW-Mitarbeiterin Jenny Rickmann und Rüdiger Grebe unterwegs im Düsseldorfer Hofgarten

Klug in Köpfe investieren

Die Anforderungen an Wohnungsunternehmen ändern sich und damit auch die an die Mitarbeitenden. Die Mitglieder des VdW Rheinland Westfalen reagieren darauf mit durchdachten Konzepten. Drei Beispiele.

LEG Immobilien SE: Wissensmanagement im 360-Grad-Ansatz

Der Schlüssel zu nachhaltigem Erfolg liegt laut LEG in der Entwicklung und der Motivation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Um trotz Fachkräftemangel, Digitalisierung und hohen Ansprüchen von Kundinnen und Kunden erfolgreich zu bleiben, setzt die LEG Immobilien SE (LEG) daher auf das Konzept „#360°- Lernen Entwickeln Gestalten“. Damit ist eine Strategie gemeint, die alle Aspekte der Mitarbeiterentwicklung berücksichtigt, zentrales Element ist ein modernes Wissens- und Qualitätsmanagement. Die „LEG-Akademie“ stellt erfolgreiches Onboarding, Compliance-Schulungen und kontinuierliche Weiterbildung sicher. Über die zentrale Wissensplattform LEG-WIKI können Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter jederzeit auf relevantes Wissen zugreifen und sich autonom weiterbilden.

Die LEG will dabei immer besser werden und das 360-Grad-System weiterentwickeln. Sie setzt deshalb auf strukturiertes Monitoring, die Analyse von Daten sowie Team-Challenges und Anerkennungen für eine bessere Motivation der Belegschaft. Ein weiterer zentraler Baustein: die wertschätzende Feedbackkultur.

Dazu wurden Formate wie „Lunch & Learn“ und das Quartalsplenum „#gemeinsamunschlagbar“ eingeführt, in denen sich die Mitarbeitenden austauschen können. Bereits seit 2021 läuft die Initiative „#LebenslangesLernen“, die bedarfsgerechte Trainings auch für Teams anbietet.

Im August 2023 wurde das Qualitätsmanagement-Konzept erfolgreich im Zentralen Kundenservice eingeführt und seit Anfang 2024 auf alle operativen Fachbereiche ausgeweitet. Durch die Kombination von fundiertem Wissens- und Qualitätsmanagement, einer starken Feedbackkultur und kontinuierlicher Weiterbildung ist sich die LEG sicher, eine Arbeitsumgebung zu schaffen, die sowohl die Mitarbeiter als auch das Unternehmen selbst stärkt.

Der Erfolg des Ansatzes zeigt sich laut LEG unter anderem an der Auszeichnung als einer der besten Arbeitgeber Deutschlands von Great Place to Work im Jahr 2023. Die Mitarbeitenden bewerteten Teamgeist, Fairness, Wertschätzung und Respekt sehr hoch. Der Customer Satisfaction Index (CSI) sei zudem seit 2020 um mehr als zehn Prozent gestiegen.

Vonovia: Elektrobetriebe fit für neue Technologien machen

Die Zukunftsqualifizierung in der Transformation (ZiT) ist ein Weiterbildungsverbund von Vonovia, dem Continental Institut für Technologie und Transformation (CITT), Continental und der IHK Hannover. Gemeinsam unterstützen sie kleine und mittlere Unternehmen (KMU) als Partner und Navigator dabei, sich für die Anforderungen der zukünftigen Arbeitswelt fit zu machen. Im Fokus stehen vor allem Berufe und Branchen im Bereich Elektronik, in denen der Fachkräftemangel besonders hoch ist.

Die Energiewende, die Dekarbonisierung sowie der demographische Wandel stellen die Arbeitswelt vor neue Herausforderungen. Gleichzeitig zeigen Studien, wie die des Instituts für Mittelstandsforschung der Universität St. Gallen aus dem Jahr 2022, dass nur die wenigsten KMU eine eigene Personalabteilung oder Personalverantwortliche haben. Hier setzt der Weiterbildungsverbund an, er will gemeinsam mit KMU Antworten auf eine sich verändernde Arbeitswelt und die benötigten Zukunftsqualifikationen geben. Im Schulterschluss mit den Personalverantwortlichen im Unternehmen wird im ersten Schritt ermittelt, welcher Qualifizierungsbedarf im Unternehmen langfristig



Quelle: VVWeiterbildungsverbund und Zukunftsqualifizierung in der Transformation (ZiT)

besteht und wie dieser sinnvoll, auch mit der Hilfe staatlicher Förderungen, gedeckt werden kann. Mit dem TechTruck kommt die ZiT direkt zu KMU. Ausgestattet mit den neusten Technologien, wie 3D-Scanner, 3D-Drucker, Augmented Reality Brillen und Solarpanel, wird für Personalentscheider und Mitarbeitende die digitale Transformation erlebbar gemacht.

Spielerisch können Interessierte erste Erfahrungen im Umgang mit neuen Technologien sammeln und den Einsatz von Zukunftstechnologien in der Praxis kennenlernen. So gibt es beispielsweise schon heute vielfältige Anwendungsmöglichkeiten für den 3D-Druck: Ob in der Produktion von Prototypen, der Fertigung von Ersatzteilen oder dem Bau von Häusern.

KMU mit Interesse am ZiT können sich unter www.zukunftstransformation.de über den Weiterbildungsverbund informieren.



Spar- und Bauverein eG Dortmund: eine agilere Aufbauorganisation ausgestalten

Ein Beitrag von Dipl.-Kfm. Franz-Bernd Große-Wilde MRICS / Vorstandsvorsitzender Spar- und Bauverein eG Dortmund

Auch wenn wesentliche Primäraufgaben in den Wohnungsunternehmen fortlaufend Bestand haben, so haben sich viele Themen, alltägliche sowie strategische Herausforderungen über die Jahre sukzessive gewandelt und sind stetig komplexer geworden. Politische und gesellschaftliche Rahmenbedingungen befinden sich in permanenter Veränderung und gewähren in vielerlei Hinsicht nur noch eine eingeschränkte Planbarkeit. Wohnungsunternehmen müssen darauf mit einer ausgeprägteren Reaktionsfähigkeit, mehr Agilität und einem Denken in Szenarien reagieren, um sich auf Eventualitäten vorzubereiten.

Aus diesem Anforderungsrahmen ist immer stärker die Notwendigkeit erwachsen, das bereichsbezogene Denken aufzubrechen sowie innovative, experimentelle Ansätze zu diskutieren und weiterzuverfolgen. Damit verbunden haben die Instrumente des klassischen Projektmanagements in der Wohnungswirtschaft Einzug gehalten. Die erfolgreiche Umsetzung von Projekten setzt voraus, dass einerseits eine synchronisierte Vorgehensweise im Hinblick auf die im Unternehmen bestehenden Aktionen und Vorgänge stattfindet und andererseits auch projektspezifische Prozesse klar umrissen und definiert werden.

Darüber hinaus müssen Fach- und Managementkompetenzen stärker im Projektteam gelebt werden. Gleichzeitig wird aus einer routinierten Bearbeitung von Themenfeldern ein stetiger Wandel von Tätigkeiten und Arbeitsschwerpunkten – auch bedingt durch unterschiedliche Projektphasen. In der Aufbauorganisation entstehen auf diese Weise immer neue Teamkonstellationen.



Die Vielfalt der Anforderungen setzt in vielen Bereichen Kompetenzen voraus, die über das klassische immobilienpezifische Wissen hinausreichen. Angesichts begrenzter personeller Ressourcen kann die Erschließung neuer Aufgabenfelder – insbesondere in den Bereichen IT, Energie und Mobilität – daher auch mit der Frage verbunden sein, ob Leistungen intern abgedeckt werden können oder über neue Kooperationsmodelle mit Externen erbracht werden sollten. Eine bedachte Definition der Zusammenarbeit, eine sorgfältige Risikoprüfung, ein angemessenes Controlling und nicht zuletzt eine gelungene Kommunikation zwischen den Beteiligten sind hierfür entscheidende Erfolgsfaktoren.

Wohnungsunternehmen müssen sich selbst immer stärker durch proaktives Gestalten an verändernde Rahmenbedingungen anpassen. Dazu ist maßgeblich, nicht in starren Struktu-

Wohnungsunternehmen müssen sich selbst immer stärker durch proaktives Gestalten an verändernde Rahmenbedingungen anpassen.

ren zu agieren, sondern flexible Arbeitsprozesse und Managementqualitäten auf allen Ebenen zu etablieren und zu fördern. Beispielsweise bedarf es flacherer Hierarchie- und Entscheidungswege verbunden mit einer vertrauensvollen und intensiven Kommunikation zwischen Führungskräften und Mitarbeitenden, um Prozesse zügig und zielgerichtet voranzutreiben. Der verstärkte Einsatz von Referentinnen und Referenten sowie Stabsstellen kann die erforderliche Flexibilität einbringen, um in wechselnden Projektteams in interner und externer Besetzung erfolgreich zu interagieren.

Dabei ist zu beachten, dass Arbeitsaufträge und Rollen nicht immer klar zu definieren sind und sich im zeitlichen Ablauf verändern können. Diese Erkenntnis muss in den Köpfen der Mitarbeitenden verankert werden – verbunden mit der Bereitschaft zu lebenslangem Lernen. Eine wertegeleitete Unternehmenskultur mit einem hohen Identifikationspotenzial sowie Anreizstrukturen werden zu maßgeblichen

Erfolgsfaktoren, um in einem ausgeprägten Wettbewerb qualifiziertes Personal zu generieren und zu binden.

Mit agilen Organisationsformen richten Wohnungsunternehmen den Blick konsequent nach vorne und können damit zukunftsweisende Geschäftsfelder in den Bereichen Innovation und Entwicklung flankieren. Die erforderliche Neuausrichtung in der Aufbauorganisation kann nur in Kombination mit einer klaren Orientierung an „New Work“ sowie mit ganzheitlich gelebter Mobilität und Flexibilität gelingen. Dies impliziert, dass der Personalentwicklung eine noch größere Bedeutung zukommt. Nicht zuletzt erfordern ein neues Rollendenken und die maßgeblichen Veränderungen in der Gesamtorganisation auch ein Um- und Weiterdenken in vielen Vorstands- und Geschäftsführungsetagen – eine spannende Entwicklung mit vielen Herausforderungen, aber auch großartigen Chancen.

Anzeige

Warum wir der passende Partner für das Thema Verkehrssicherung sind? Weil wir bei unseren Tätigkeiten Wert auf Details und Qualität legen: Insbesondere gilt das für die Begutachtung und Pflege von Bäumen, Spielplätzen und Freiflächen. Mit großer Sorgfalt und Zuverlässigkeit entwickeln wir für Sie die passenden Lösungen. Lernen Sie uns und unsere Leistungen kennen: www.hvg-mbh.de

EIN ♥ FÜR DETAILS

Drei Fragen an... Ute de Vries

„Arbeitgebersiegel sollten Substanz haben“

„Top Company“, „Top-Arbeitgeber“, „Beste Arbeitgeber“: Arbeitgebersiegel gibt es so einige. Doch bringen sie auch etwas und wie viel sind sie wert? Auf der Geno-Convention 2024, die der VdW Rheinland Westfalen und der Verein „Wohnen in Genossenschaften“ gemeinsam mit der Universität Münster veranstaltet, hat Ute de Vries, Personalleiterin bei der Altonaer Spar- und Bauverein eG (altoba), über ihre Erfahrungen mit Arbeitgebersiegeln berichtet.



Frau de Vries, wie viele Arbeitgebersiegel hat die altoba denn bereits ausprobiert?

Arbeitgebersiegel entstehen geradezu inflationär. Wir probieren keine Siegel aus, es gibt aber sechs Siegel, die uns zum Teil schon seit vielen Jahren begleiten. Diese wurden beziehungsweise werden uns unter anderem auf Basis von Befragungen der Mitarbeitenden, Audits und wegen guter kununu-Bewertungen verliehen. Weitere werden uns regelmäßig zum Kauf angeboten, ohne dass wir uns deren Zustandekommen erklären können – solche Siegel lehnen wir kategorisch ab. Offensiv werben wir ausschließlich mit dem Siegel „Hamburgs beste Arbeitgeber“. Das ist in Hamburg schon seit vielen Jahren etabliert und hat eine gewisse Substanz.

Welche Substanz meinen Sie, und vermissen Sie die bei anderen Siegeln?

Was hinter den Siegeln steckt, ist recht unterschiedlich. Es gibt Siegel, die entstehen durch Zielgruppenbefragungen und bewerten damit lediglich die Bekanntheit bzw. das Image eines Unternehmens. Andere Siegel sind durch eine reine Werteeerklärung oder ein kurzes Audit zu bekommen. Die große Gefahr ist, dass die Bewerberinnen und Bewerber hinter den Trägern solcher Siegel etwas anderes erwarten als das, was in den Unternehmen tatsächlich gelebt wird. Das „Top Company“-Siegel von kununu basiert immerhin auf den Bewertungen von Mitarbeitenden. Allerdings reicht es für das Siegel aus, wenn ein Unternehmen von mindestens sieben Beschäftigten bewertet wurde, innerhalb von zwölf Monaten zwei neue Bewertungen bekommen hat und einen Score von 3,8 Sternen aufweisen kann. Dann können Sie das Siegel kaufen, um damit werben zu dürfen.

Die Substanz bei dem Siegel „Hamburgs beste Arbeitgeber“ besteht darin, dass es auf einer jährlichen umfangreichen Befragung aller Mitarbeitenden und Führungskräfte beruht. Dennoch hat auch dieses Siegel einige

Schwächen, zum Beispiel dahingehend, dass die Fragen hinsichtlich ihrer Bedeutsamkeit für eine Zufriedenheit am Arbeitsplatz nicht gewichtet werden. Eine gute Gesundheitsförderung könnte beispielsweise eine nicht so gute Unternehmenskultur oder hohe Stressbelastung ausgleichen. Weiterhin fehlen meines Erachtens noch einige wichtige Befragungskategorien wie beispielsweise die Lernkultur.

Sie machen aber trotzdem mit. Weshalb?

Zum einen muss ich schon konstatieren, dass Arbeitgebersiegel Aufmerksamkeit erzeugen, das Vertrauen in ein Unternehmen erhöhen und damit auch den Wunsch nach einer Mitarbeit bestärken. Das bestätigen uns Bewerberinnen und Bewerber regelmäßig in unseren Vorstellungsgesprächen. Wie viele sich aber hauptsächlich aufgrund des Siegels bei uns bewerben, lässt sich nicht beziffern.

Die Auswertungen der Befragungsergebnisse nutzen wir, um uns selbstkritisch mit unseren Stärken und Schwächen auseinanderzusetzen und das Unternehmen beständig weiterzuentwickeln. Das ist für mich persönlich der größte Nutzen dieses Siegels und auch notwendig, damit die Beschäftigten hinter dem Siegel stehen. Genauso wichtig finde ich, Bewerberinnen und Bewerber im Vorstellungsgespräch darauf hinzuweisen, dass unser Unternehmen trotz des Siegels nicht perfekt ist und es nach wie vor einige Herausforderungen gibt. Es wäre schlecht, wenn neue Kolleginnen und Kollegen nach einer Woche feststellen, dass alles gar nicht so toll ist, wie das Siegel suggeriert hat. Mein Tipp: ein seriöses Siegel nehmen, die Beschäftigten nach Möglichkeit in den Siegelwettbewerb einbinden und die gewonnenen Daten für die Weiterentwicklung des Unternehmens nutzen. Arbeitgebersiegel sollten Substanz haben.

Kämpfer für die im Abseits

→ SEITENBLICKE

UND
SONST
SO?

Bis zum letzten Spieltag kämpfte Robin Gosens diese Saison mit seinem Verein Union Berlin gegen den Abstieg aus der Fußballbundesliga. Neben dem Platz beteiligt sich der 30-Jährige an einem Kampf, den auch die sozial orientierte Wohnungswirtschaft aufnimmt: den gegen die Wohnungslosigkeit.

Robin Gosens packt bei einer USA-Reise der Nationalmannschaft Hilfspakete für Obdachlose



Quelle: Getty Images for DFB

Im Kältebus hat Robin Gosens so richtig Feuer gefangen für den Kampf gegen Obdach- und Wohnungslosigkeit. Bei bis zu minus zwölf Grad war er in einer Nacht im Januar 2024 mit dem Kältebus der Berliner Stadtmission unterwegs, die von seinem Verein Union Berlin unterstützt wird. Jeden Winter fährt der Kältebus durch die Hauptstadt, um obdachlosen Menschen warme Kleidung, einen Schlafsack und heiße Getränke zu bringen. Oder ihnen gleich die Fahrt in Notunterkünfte anzubieten.

Das Thema Wohnungslosigkeit war Gosens, der sich in der Stiftung der Nationalmannschaft engagiert, schon zuvor nicht fremd gewesen. „Der Einsatz gegen Wohnungs- und Obdachlosigkeit ist seit Gründung der Stiftung der Nationalmannschaft fest in der Satzung verankert. Seitdem ich Teil des Stiftungsrates bin, auch verstärkt durch die Corona-Pandemie, befasse ich mich also zwangsläufig, aber mit voller Überzeugung mit diesem Thema und versuche im Rahmen der Nationalmannschaft und unse-

rer Stiftung, meinen Teil für Wohnungs- und Obdachlosenhilfe beizutragen“, sagt er auf Anfrage der „thema“.

Schicksale verstehen

Die Fahrt im Kältebus aber habe bei ihm nachhaltigen Eindruck hinterlassen. „Ich konnte persönliche Gespräche mit einigen obdachlosen Menschen führen, was mir sehr geholfen hat, die verschiedenen, teils sehr schlimmen und oft unverschuldeten Schicksale und Gründe zu verstehen, warum die Menschen in diese Lage gekommen sind“, so Gosens. Gespräche und Aktionen wie diese motivierten ihn umso mehr, seine privilegierte Lage zu nutzen, um sich für bedürftige Menschen einzusetzen. „Ich möchte etwas von dem, was mir geschenkt wurde, zurückgeben. Und da ist es ein wunderbarer Weg, mich durch soziales Engagement, auch durch meine eigene Stiftung ‚Träumen lohnt sich‘, und die Nutzung von finanziellen Mitteln für Menschen einzusetzen, die diese Unterstützung dringend benötigen.“

International ist der in Emmerich am Rhein geborene Robin Gosens, der bereits für Atalanta Bergamo und Inter Mailand gespielt hat, für seinen absoluten Willen bekannt. Der linke Verteidiger haut sich rein, gibt kaum einen Ball verloren. In seinem sozialen Engagement scheint er ebenfalls niemanden verloren geben zu wollen, keinen Menschen.

Im April dieses Jahres saß er bei der Pressekonferenz zur Vorstellung des Nationalen Aktionsplans gegen Wohnungslosigkeit neben Bundesbauministerin Clara Geywitz als Vertreter der Nationalmannschaftsstiftung, die den Plan unterstützt. 2030 will die Bundesregierung die Wohnungslosigkeit überwunden haben.

Pakete in Boston

Die Stiftung der Nationalmannschaft, im Jahr 2020 gegründet, hat die Sorge um die Situation von Obdachlosen und den Kampf gegen Wohnungslosigkeit zu einem ihrer Schwerpunkte gemacht. „Mit der Stiftung setzen wir uns mit verschiedenen Aktivitäten für die Bekämpfung von Obdach- und Wohnungslosigkeit ein. So unterstützen wir die Arbeit der Bahnmissionsmissionen, den Verein ‚Straßenkinder e.V.‘ in Berlin, den Franziskustreff in Frankfurt ebenso wie das Wirken der Tafeln in Deutschland“, sagte Gosens im Zusammenhang mit der Vorstellung des Nationalen Aktionsplans der Bauministerin.

Schon bei der USA-Reise der deutschen Nationalmannschaft im Oktober 2023 hatte Gosens gemeinsam mit Spielern des NFL-Teams New England Patriots in Boston Pakete mit Lebensmitteln und anderen Sachspenden für Obdachlose gepackt. „Wir müssen uns alle immer wieder vor Augen führen, in welcher privilegierten Lage wir uns befinden“, sagte er damals laut Deutschem Fußballbund (DFB). „Alleine, dass wir ein Haus oder ein Dach über dem Kopf haben, das ist alles andere als selbstverständlich, das sieht man hier, das sieht man aber auch in Deutschland, da muss man gar nicht weit weg gehen. Es trifft und es berührt.“

Im Einsatz gegen die Wohnungslosigkeit darf Robin Gosens die sozial orientierte Wohnungswirtschaft an seiner Seite wissen. Mitglieder des VdW Rheinland Westfalen engagieren sich seit Jahren bei der Initiative „Endlich ein ZUHAUSE!“ des Landes Nordrhein-Westfalen. 6.031 Wohnungen sind seit dem Start 2019 an Wohnungslose oder von Wohnungslosigkeit gefährdete Personen vermittelt worden, etwa die Hälfte der Wohnungen stammen von VdW-Mitgliedern.

Den Kampf gegen den Abstieg hat Robin Gosens in diesem Jahr gewonnen. Ob der Kampf gegen die Wohnungslosigkeit bis 2030 zu gewinnen ist, wird sich zeigen.

Anzeige

Warum wir der passende Partner für die Wärme- und Wasserabrechnung Ihrer Immobilien sind? Weil wir Wert auf Genauigkeit und Zuverlässigkeit bei der Arbeit, Transparenz bei der Abrechnung und Umsetzung gesetzlicher Vorgaben legen. Wie zum Beispiel bei der unterjährigen Information über Wärme- und Wasserverbrauch oder dem Einbau fernauslesbarer Messsysteme. Wir haben das Know-how, um individuelle Lösungen für Sie zu finden. Lernen Sie unsere weiteren Leistungen kennen: www.skibatron.de

EIN HERZ FÜR DETAILS

SKIBATRON – EIN UNTERNEHMEN VON VIVAWEST

SKIBATRON
Mess- und Abrechnungssysteme

thema

der Wohnungswirtschaft

**Wie hat Ihnen diese Ausgabe der „thema“ gefallen?
Was können wir besser machen? Welches Thema
sollten wir demnächst aufgreifen?**

Schreiben Sie uns an presse@vdw-rw.de!

Sie wollen eine Anzeige schalten? Gerne.
Statement GmbH
Melina Richter
Tel.: 0681 992 81-37
E-Mail: m.richter@agentur-statement.de

Wir sehen uns im Oktober!

N°4/24

Wärme – aus dem Maschinenraum

IMPR ESSU M

HERAUSGEBER Verband der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft
Rheinland Westfalen e. V. (VdW) Goltsteinstr. 29, 40211 Düsseldorf,
Tel.: 0(211) 16998-0 E-Mail: info@vdw-rw.de, www.vdw-rw.de

VERANTWORTLICH FÜR DEN INHALT Alexander Rychter

REDAKTION Andreas Gröhbühl (VdW), Katrin Stamm (VdW),
Jennifer Rickmann (VdW)

LAYOUT & GESTALTUNG Statement GmbH – Agentur für Marketing-
und Designlösungen, Saarbrücken (agentur-statement.de)

ILLUSTRATION Oliver Weiss (Titel, S. 2, 6-9, 21, 36, 42),
Martha Sohn (VdW) (S. 13-15)

FOTOGRAFIE Roland Baege (S. 3, 16-19, 24-30, 34-39),
Jonas Diener (S. 32-33)

DRUCK Krüger Druck und Verlag

ERSCHEINUNGSWEISE 4 x jährlich

AUFLAGE 1.400 Exemplare



Zur Website:
www.vdw-rw.de



2,571	
2,621	0,05
2,668	0,05
2,714	0,05
2,759	0,04
2,802	0,04
2,844	0,04
2,884	0,04
2,924	0,04
2,962	0,03
3,000	0,03
3,037	0,03
3,072	0,03
3,107	0,03
3,141	0,03
3,175	0,03
3,208	0,03
3,240	0,02

1	132	513	385	180
2	133	449	312	181
9	211	390	197	259
9	199	454	371	247
103	428	150	145	476
383	139	504	311	181
482	87	561	410	130
237	273	310	204	321
—	480	121	87	528
481	—	564	408	48
123	584	—	208	612
88	410	211	—	456
555	74	658	487	—
72	534	51	160	607
493	90	615	422	87
435	70	538	364	144
398	102	495	310	176