Die Wohnungswirtschaft Deutschland

GdW Publikation

Best Practice aus dem Wettbewerb Deutschlands beste Mieterzeitung 2018

Juli 2019

Herausgeber:
GdW Bundesverband
deutscher Wohnungs- und
Immobilienunternehmen e.V.
Klingelhöferstraße 5
10785 Berlin
Telefon: +49 (0)30 82403-0
Telefax: +49 (0)30 82403-199

Brüsseler Büro des GdW
3, rue du Luxembourg
1000 Bruxelles
Telefon: +32 2 5 50 16 11
Telefax: +32 2 5 03 56 07

E-Mail: mail@gdw.de
Internet: http://www.gdw.de

© GdW 2019

Redaktion:
Antonia Koch

Bearbeitung:
Fachausschuss Marketing und Kommunikation
Antonia Koch

Best Practice aus dem Wettbewerb
Deutschlands beste Mieterzeitung 2018

Vorwort

Bereits zum zweiten Mal hat der Spitzenverband der Wohnungswirtschaft GdW 2018 den bundesweiten Wettbewerb "Deutschlands beste Mieterzeitung" ausgelobt. Nach der überwältigenden Resonanz der ersten Ausgabe des Wettbewerbs 2015 und vielen herausragenden Beiträgen, haben von Mai bis Mitte Juli 2018 erneut rund 170 Wohnungsunternehmen ihre Mieterzeitungen im Wettbewerb eingereicht.

Von der Integration im Quartier über E-Mobilität bis hin zum Wohnen im Alter sind die Geschichten aus Deutschlands Wohnquartieren bunt und vielfältig. Mieterzeitungen sind mit ihrer Berichterstattung über diese Themen besonders nah am Leser – und ein ideales Sprachrohr für Wohnungsunternehmen. Viele Wohnungsunternehmen haben über die Jahre moderne, sehr ansprechende Kundenzeitschriften entwickelt. Mit dem Wettbewerb würdigt der GdW dieses Engagement.

Die eingereichten Wettbewerbsbeiträge waren insgesamt auf einem hohen Qualitätsniveau."Vor allem die Bandbreite der Formate und Themen, die in den Mietermagazinen dargestellt werden, hat mich bei der Auswahl der Wettbewerbsbeiträge begeistert. Unabhängig von der Unternehmensgröße werden politische, aber auch Lifestyle-Themen aufgegriffen und optisch modern und kreativ aufbereitet", so der Juryvorsitzende Mitri Sirin über die Juryarbeit.

Aus der Funktion als Instrument der Unternehmenskommunikation ergeben sich bestimmte Inhalte einer Mieterzeitung automatisch. So nutzen viele Unternehmen diesen Kanal, um Mieter über aktuelle bauliche Entwicklungen und Projekte im Quartier zu informieren. Aber auch auf andere, bei den Lesern beliebte Rubriken wie Verbraucherthemen, Gewinnspiele und Rezepte greifen die Redaktionen gerne zurück. Ob einzelne Mieterportraits, Tipps zu Veranstaltungen und Ausflugsorten in der Region oder Verbraucherhinweise zur Nebenkostenabrechnung und Energieeinsparung, die Mieterzeitung kann auf vielfältige Weise als Mittel zur Kundeninformation, -kommunikation und als Serviceinstrument eingesetzt werden.

Mit welchen Hilfsmitteln und Techniken die eigene Mieterzeitung noch verbessert werden kann, zeigen wir anhand zehn besonders gelungener Beiträge aus der Top Ten des Wettbewerbs 2018. Mit dem Fokus auf einzelne Bereiche wie kreative Gestaltung, Struktur und Layout oder Corporate Design liefert der Leitfaden anhand konkreter Beispiele aus Mietermagazinen und Tipps der Jury eine Best-Practice Übersicht.

➔ Eine detaillierte Auswertung des ersten Wettbewerbs 2015 sowie einen grundlegenden Praxisleitfaden zu allen Fragen rund um die erfolgreiche Erstellung einer Mieterzeitung liefert die " GdW-Arbeitshilfe 81- Die erfolgreiche Mieterzeitschrift".

Die Jury

Unsere Vorjury

Auch bei diesem Wettbewerb bestand die Vorjury wieder aus den Mitgliedern des Fachausschusses Marketing und Kommunikation des GdW. Aus 170 eingegangenen Wettbewerbsbeiträgen haben Sie, anhand von Kriterien wie Layout, Nachrichtenwert, Markenkonformität, Interaktion und Gesamteindruck, die Top 44 Mieterzeitungen in den Kategorien "kleine Unternehmen", "mittelgroße Unternehmen" und "große Unternehmen" nominiert. Für diesen Leitfaden haben sie ihre praktischen Tipps zur Erstellung einer Mieterzeitung zusammengetragen.

Die Mitglieder:

- Dr. Matthias Rasch, Vorsitzender des Fachausschusses Marketing und Kommunikation und Geschäftsführer Grundstücks-Gesellschaft Trave mbH,
- Frank Hadamczik, STADT UND LAND Wohnbauten Gesellschaft mbH
- Oliver Kulpanek, Vorstand der Baugenossenschaft Esslingen eG,
- Klaus Markus, Leiter Unternehmenskommunikation Vonovia SE,
- Sören Sander, Leiter Marketing und Personal Städtische Wohnungsgesellschaft Pirna mbH,
- Herbert Singer, Geschäftsführer die Sozialbau Wohnungs- und Städtebau GmbH,
- Ulrich Sörgel, Leiter Wohnimmobilien Volkswagen Immobilien GmbH,
- Steffen Foede, Vorstand Wohnungsgenossenschaft UNITAS eG
- Katharina Burkardt, Pressesprecherin GdW,
- Joachim Eckert, Leiter Kommunikation und Service GdW
- Andreas Schichel, Stellvertretender Pressesprecher GdW
- Antonia Koch, Volontärin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit GdW

Unsere Hauptjury

Aus den nominierten Top 44 Mieterzeitungen wählte unsere fachkundige Hauptjury in einer zweiten Runde 10 Finalisten des Wettbewerbs "Deutschlands beste Mieterzeitung 2018" sowie 10 Cover für das Online-Publikumsvoting.

Dr. Matthias Rasch, Vorsitzender des Fachausschusses Marketing und Kommunikation des GdW, Andreas Simon Dipl. Fotograf, Mitri Sirin, Journalist und ZDF-Morgenmagazin Moderator, Reinhart Bünger, Journalist beim Tagesspiegel, Katharina Burkardt, Pressesprecherin GdW, Joachim Eckert, Leiter Kommunikation und Services GdW, Michael Fabricius leitender Immobilienjournalist bei Welt (nicht im Bild) (v.l.).

Inhalt

		Seite
1		
Besondere und kreative Gestaltungskonzepte		**1**
1.1	Die Margarethenhöhe	1
1.2	hauspost	2
1.3	weltraum	3
2		
Übersichtliche Struktur und Layout		**4**
2.1	Stadtleben	4
2.2	WIR gemeinsam	5
2.3	Erknerleben	6
3		
Corporate Design – Die Mieterzeitung als Teil der Marke		**7**
3.1	Mein Zuhause	7
4		
Mutige gesellschaftspolitische Inhalte		**8**
4.1	360°	8
5		
Inhalte erweitern – Von Print zu Digital		**9**
5.1	Zuhause	9
6		
Aktive Nachbarschaftsmobilisierung und bürgerschaftliches Engagement		**10**
6.1	Stadtleben	10
7		
Publikumspreis für das beste Cover		**11**
8		
Preisverleihung auf dem Tag der Wohnungswirtschaft		**12**
9		
Liste der Top 36 Mieterzeitung		**14**

1 Besondere und kreative Gestaltungskonzepte

Viele Mietermagazine ähneln sich in ihrem Aufbau und ihren Inhalten. Im Folgenden stellen wir drei innovative Beispiele vor, die sich in ihrer Konzeption und Gestaltung von der klassischer Mietermagazine unterscheiden.

1.1 Die Margarethenhöhe

Mieterzeitung:
Die Margarethenhöhe

Unternehmen:
Margarethe Krupp-Stiftung

Wettbewerb 2018:
Nominiert für Deutschlands beste Mieterzeitung

Wettbewerbskategorie:
Kleine Unternehmen

Herausgegeben seit:
2017

Auflage:
3.300

Online:
PDF- Ausgabe

Besonderheiten:
Mieterzeitungen können als Sammelband im passenden Schuber gesammelt und archiviert werden.

Das Mietermagazin der Margarethe Krupp-Stiftung verzichtet auf klassische Rubriken wie Rätsel, Rezepte und Jubiläen und sticht mit seinem Sammelband-Konzept aus der Masse.

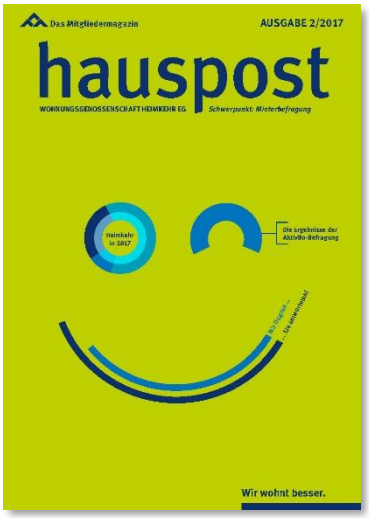
Das elegante und schlichte Layout mit großflächigen Fotos aus dem Quartier unterstreicht den Sammelband-Charakter des Magazins. Neben Informationen zum Stadtteil erfährt der Leser auch die Geschichten einzelner Bewohner, so dient das Mietermagazin als Kommunikationskanal zu den Mietern und zugleich als Stadtteilchronik. Durch die eher "zeitlosen" Themen und Texte eignen sich die Ausgaben mit dem dazugehörigen Sammelschuber als "Nachschlagwerk" zum Sammeln und zur Aufbewahrung.

Jury-Tipp von Klaus Markus

"Mit einem originellen Gestaltungskonzept, das sich von der Masse abhebt, wird das Interesse der Rezipientinnen und Rezipienten geweckt. Durch das Zusammenspiel von qualitativ hochwertigen Bildern, die großflächig zum Einsatz kommen, und einem reduzierten, klar strukturierten Textdesign gelingt ein stimmiges Gesamtlayout – ohne überladen zu wirken.

Was allerdings nicht außer Acht gelassen werden sollte: Das Gestaltungskonzept muss vordergründig die Zielgruppe des Magazins ansprechen und sollte demnach auch unbedingt die Ansprüche und Erwartungen dieser erfüllen."

1.2 hauspost



Mieterzeitung:
hauspost

Unternehmen:
Wohnungsgenossenschaft Heimkehr eG

Wettbewerb 2018:
Nominiert für Deutschlands beste Mieterzeitung

Wettbewerbskategorie:
Mittelgroße Unternehmen

Herausgegeben seit:
2014

Auflage:
10.500

Online:
Digitale-Ausgabe

Besonderheiten:
Besonders kreative Gestaltung. Jede Ausgabe orientiert sich an einem eigenen Oberthema.

Bis auf ein kleines Logo und ein wiederkehrendes Schriftbild verzichtet das Mietermagazin "hauspost" der Wohnungsgenossenschaft Heimkehr eG auf ein auffälliges Corporate Design.

Die einzelnen Ausgaben der Mieterzeitung werden stattdessen individuell nach einem für die entsprechende Ausgabe festgelegten Oberthema neu gestaltet. Neben einem Hauptartikel, werden auch das Titelblatt des Mietermagazins sowie das restliche Layout nach dem Thema ausgerichtet. So zieht sich das gewählte Thema sowohl grafisch als auch inhaltlich wie ein roter Faden durch die verschiedenen Inhalte des Mietermagazins.

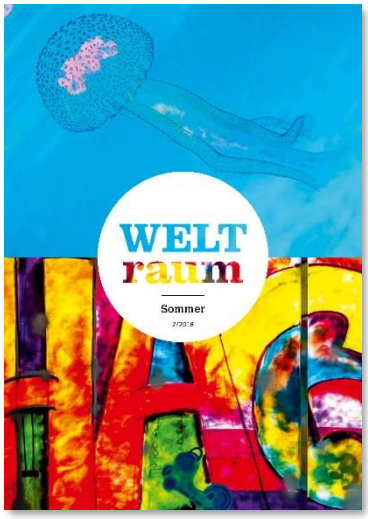
Die individuelle Gestaltung jeder Ausgabe sorgt für ein abwechslungsreiches Lesevergnügen, die wiederkehrenden Rubriken in jeder Ausgabe sichern dennoch den Wiedererkennungswert für die Leser.

Jury-Tipp von Thomas Wels

"Achten Sie bei Ihrem Mietermagazin auf ein Schwerpunktthema, das für Ihre Kunden echte Relevanz hat. Die Gestaltung darf aufgeräumt und variabel sein, wobei der Absender auf dem Titel über den immer gleichen Namensschriftzug der Publikation sowie das Unternehmenslogo trotzdem leicht zu erkennen sein sollte.

Mit wiederkehrenden Rubriken und stilistisch einheitlichen Schaubildern sichern Sie sich im Heftinnern einen hohen Wiedererkennungswert. Informative und persönliche Unternehmensnachrichten, interessante Tipps und authentisch aufbereitete Geschichten aus der Nachbarschaft schaffen ein gutes inhaltliches Gleichgewicht."

1.3 weltraum



Mieterzeitung:
weltraum

Unternehmen:
NEULAND Wohnungsgesellschaft mbH

Wettbewerb 2018:
Sieger Deutschlands beste Mieterzeitung

Wettbewerbskategorie:
Große Unternehmen

Herausgegeben seit:
2006

Auflage:
12.500

Online:
PDF-Ausgaben

Besonderheiten:
Die farbliche Gestaltung springt dem Leser sofort ins Auge und wird so zum Alleinstellungsmerkmal.

Mit einem farbenfrohen Layout funktioniert das Mietermagazin "weltraum" der NEULAND Wohnungsgesellschaft mbH als eigenständiges Magazin für Mieter und Nicht-Mieter gleichermaßen.

Die einzelnen Ausgaben des Siegermagazins 2018 erscheinen einmal im Quartal und werden passend zur entsprechenden Jahreszeit gestaltet. Dabei sind Layout und Inhalt explizit losgelöst vom Unternehmen konzipiert. Neben Gesellschafts- und Verbraucherthemen finden Leser vor allem Veranstaltungstipps und Informationen zu Kunst und Kultur in der Region. Damit ist das Magazin für Mieter und Nicht-Mieter gleichermaßen interessant und lesenswert. Durch sein auffälliges Design etabliert sich "weltraum" als Eigenmarke mit hohem Wiedererkennungswert.

Die Jury sagt über das Magazin "hoher Wiedererkennungswert" und "ambitionierte, farbenfrohe Gestaltung".

Jury-Tipp von David Rieck

"Durch Mut zur Farbe Aufmerksamkeit erzielen.

Im Restaurant gilt: Das Auge isst mit. Umgewandelt auf Mietermagazine bedeutet dies, die visuelle Gestaltung stärkt den Inhalt.

Durch einen gezielten Einsatz von Farben erfährt die Kommunikation mit dem Kunden eine aufmerksamkeitsstarke oder überraschende Optik und weckt gleichzeitig Emotionen. Neben der gezielten Abgrenzung zu anderen Printprodukten wird hierbei schon die Entscheidung zur inhaltlichen Auseinandersetzung bzw. dem Weiterlesen getroffen."

2 Übersichtliche Struktur und Layout

Verschiedene grafische und inhaltliche Elemente helfen dabei, ein Magazin optimal zu strukturieren und damit übersichtlich und leserfreundlich zu gestalten. Zusätzlich zu ihrer strukturgebenden Funktion können wiederkehrende Elemente auch als Wiedererkennungsmerkmal und zur Leserbindung eingesetzt werden. Die folgenden drei Beispiele zeigen, wie sie optimal genutzt werden können.

2.1 Stadtleben

Mieterzeitung:
Stadtleben

Unternehmen:
Rheinsberger Wohnungsgesellschaft mbH

Wettbewerb 2018:
Nominiert für Deutschlands beste Mieterzeitung

Wettbewerbskategorie:
Kleine Unternehmen

Herausgegeben seit:
2014

Auflage:
2.500

Online:
PDF-Ausgaben

Besonderheiten:
Das Layout, gezielt verwendete grafische Bausteine und eine durchdachte Struktur unterstützen die Textinhalte und verschaffen dem Leser eine Übersicht

Das Mietermagazin "Stadtleben" der Rheinsberger Wohnungsgesellschaft mbH gehört zu den Gewinnern des letzten Wettbewerbs 2015. Nach wie vor zeichnet sich das Magazin durch einen professionellen und gut strukturierten Aufbau sowie seine Inhalte aus.

Das klare und gut gegliederte Layout kommt ohne überfrachtete Grafiken aus. Bilder werden maßvoll aber großflächig eingesetzt, dadurch wirken die Seiten nicht überladen. Zusätzlich tragen gefettete und farblich hervorgehobene Textstücke zur Orientierung bei. Piktogramme an den richtigen Stellen geben dem Leser optische Hinweise auf die Inhalte und unterstützen so zusätzlich die Textbotschaft.

Jury-Tipp von Andreas Schichel

Verpassen Sie Ihren Inhalten und verschiedenen Rubriken ein prägnantes Aussehen, dadurch kann sich der regelmäßige Leser bereits anhand des Layouts orientieren. So findet jeder schnell seine Lieblingsrubrik.

Dabei ist es wichtig, dass es nicht zu kunterbunt zugeht, das wirkt schnell chaotisch. Die einzelnen grafischen Akzente sollten daher einem Grundkonzept folgen.

2.2 WIR gemeinsam

Mieterzeitung:
WIR gemeinsam

Unternehmen:
SAGA Unternehmensgruppe

Wettbewerb 2018:
Nominiert für Deutschlands beste Mieterzeitung

Wettbewerbskategorie:
Große Unternehmen

Herausgegeben seit:
1970

Auflage:
135.700

Online:
PDF-Ausgaben

Besonderheiten:
Die wiederkehrenden Rubriken geben dem Mietermagazin Struktur und sorgen für Leserbindung auch bei "überregionalen" Themen.

In seiner Aufmachung, Inhalt und Design wirkt das Mietermagazin "wir gemeinsam" der SAGA wie ein übergreifendes Stadtmagazin. Die meisten Inhalte sind unternehmensunabhängig gestaltet und so auch für andere Leser interessant. Fest etablierte Rubriken mit Bezug zu einzelnen Stadtteilen und der Region sorgen für einen Wiedererkennungswert und Leserbindung.

Wiederkehrende Rubriken wie "Leben im Quartier", "Aktuell" oder "Tipps & Trends" und ein übersichtliches Inhaltsverzeichnis strukturieren das Magazin und bieten eine optimale Orientierung. Nach kurzer Zeit weiß der Leser automatisch, welche Inhalte wo zu finden sind.

Jury-Tipp von Antonia Koch

Regelmäßig Geschichten aus den unterschiedlichen Stadtteilen und Nachbarschaften einzubauen, oder über Veranstaltungen und Attraktionen in der Umgebung zu berichten, schafft Nähe zu den Lesern. Die Menschen fühlen sich angesprochen und können sich mit den Inhalten identifizieren. Schließlich kennt jeder "die eine Pommesbude und ihre Besitzerin", dort trifft man Menschen aus der Nachbarschaft.

Auch Porträts von lokalen Berühmtheiten oder von Mitarbeitern aus dem Unternehmen schaffen Identifikation mit der Nachbarschaft und dem Unternehmen.

2.3 Erknerleben

Mieterzeitung:
Erknerleben

Unternehmen:
Wohnungsgesellschaft Erkner mbH

Wettbewerb 2018:
Nominiert für Deutschlands beste Mieterzeitung

Wettbewerbskategorie:
Kleine Unternehmen

Herausgegeben seit:
2016

Auflage:
3.000

Online:
E-Paper

Besonderheiten:
Piktogramme und andere gezielt eingesetzte grafische Elemente verpassen dem Magazin ein frisches und modernes Erscheinungsbild und sorgen zusätzlich für Struktur.

Der klassische Themenmix von erknerleben aus baulichen Entwicklungen im Quartier, Verbraucherinformationen zu Themen wie Digitalisierung, Rezept- und Veranstaltungstipps ist durch das frische und moderne Layout des Magazins besonders ansprechend und gleichzeitig authentisch gestaltet.

Piktogramme unterstreichen die Inhalte zusätzlich leserfreundlich. Durch den thematisch engen Bezug der Inhalte zum Unternehmen und den Mietern schafft das Magazin Identifikationsmöglichkeiten und transportiert eine starke Bindung zu seiner Zielgruppe.

Jury-Tipp von Katharina Burkardt

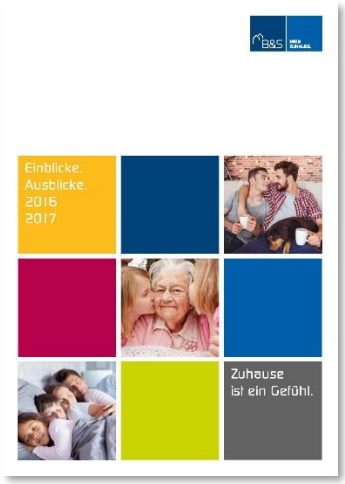
Um den Inhalt verschiedener Beiträge zu unterstreichen und zu gliedern, ist es nützlich, zusätzlich grafische Elemente zu verwenden. Durch das Hervorheben einzelner Textteile kann man zudem die Aufmerksamkeit der Leser auf wichtige Punkte lenken.

Hinweise oder Tipps nochmals in einem grafisch abgehobenen "Infokasten" kurz und prägnant zusammenzufassen ist zusätzlich leserfreundlich. Mit gut ausgewählten grafischen Elementen, angelegt an das Corporate Design, unterstützen Sie ihre Markenbildung.

3 Corporate Design – Die Mieterzeitung als Teil der Marke

Viele Mieterzeitungen tragen das Logo des entsprechenden Wohnungsunternehmens oder sind farblich passend zum Corporate-Design gestaltet. Wieder andere grenzen sich ganz bewusst grafisch ab. Das folgende Best-Practice Beispiel zeigt, wie mit einfachen aber grafisch durchdachten Mitteln ein enger Bezug zum Corporate-Design herstellt werden kann.

3.1 Mein Zuhause



Mieterzeitung:
Mein Zuhause

Unternehmen:
Bau und Siedlungsgenossenschaft Kreis Herford eG

Wettbewerb 2018:
Sieger Deutschlands beste Mieterzeitung

Wettbewerbskategorie:
Kleine Unternehmen

Herausgegeben seit:
2009

Auflage:
2.000

Online:
PDF-Version und interaktive Online-Ausgabe

Besonderheiten:
Die Mieterzeitung fügt sich optisch nahtlos in das Corporate Design des Unternehmens ein und schafft dadurch einen maximalen Wiedererkennungswert.

Das Mietermagazin **"Mein Zuhause"** der Bau- und Siedlungsgenossenschaft für den Kreis Herford eG konnte in diesem Jahr die Jury überzeugen. Das Siegermagazin besticht durch sein modernes Design, welches konsequent in allen Bereichen des Corporate Designs umgesetzt wurde.

So spiegelt sich das Layout des Mietermagazins mit seinen grafischen Elementen beispielsweise auf der Internetseite sowie in der UnternehmensApp wider und vice versa. Auch das neue quadratische Format der Mieterzeitung greift das großflächige "Kachelformat" des Corporate-Designs auf. Eine abwechslungsreiche Themenmischung komplettiert das Magazin. Die Jury sagt über die Zeitung "seriös mit Überraschungseffekt" und "herzlich wie authentisch".

Jury-Tipp von Steffen Foede

"Wenn man genauer hinschaut sieht man schon, dass bei "Mein Zuhause" nicht nur auf ein modernes Layout Wert gelegt wurde, sondern auch eine Verbindung zwischen Logo, Farbe, Struktur und den verschiedenen Informationsinstrumenten besteht. Das quadratische Format fällt aus dem Rahmen und macht damit die Zeitung besonders. Apropos Format, was ist nun das Format der Dinge? Hier ist es sicher sehr gut, wenn man aus dem Rahmen fällt ohne zu klein zu werden oder unhandlich zu erscheinen.

In unserer Kommunikationswelt am Rande des Analogen, aber noch nicht im digitalen Zeitalter verwurzelt ist die ganzheitliche Präsentation für die Mieter besonders angenehm. Jeder kann sich wiederfinden. In diesem Sinne probieren und experimentieren, denn wer nicht verändert, kann auch nicht weiterkommen."

4 Mutige gesellschaftspolitische Inhalte

Es gibt eine Reihe von Inhalten, Themen und Rubriken, die in den meisten Mieterzeitungen zu finden sind. Geschichten aus dem Quartier berichten von interessanten Bewohnern und informieren die Mieter über bauliche Entwicklungen. Neben dem Unterhaltungs- und Informationswert von Rätselseiten, Rezepte oder Veranstaltungstipps, schaffen Gesellschaftsthemen einen zusätzliche Mehrwert für die Leser. Themen wie Integration, Demografie oder Inklusion sind außerdem unmittelbar mit Aspekten nachbarschaftlichen Zusammenlebens verbunden.

4.1 360°

Mieterzeitung:
360°

Unternehmen:
Rheinwohnungsbau

Wettbewerb 2018:
Nominiert für Deutschlands beste Mieterzeitung

Wettbewerbskategorie:
Mittelgroße Unternehmen

Herausgegeben seit:
2003

Auflage:
6.500

Online:
PDF zum Download

Besonderheiten:
Das Mietermagazin greift mutig auch aktuelle, gesellschaftspolitische Themen auf. Ein Plus für jedes Mietermagazin.

Das Mietermagazin **"360°"** der Rheinwohnungsbau ist das Ergebnis einer Neuauflage. Das Makeover der ehemaligen Mieterzeitung "News für Clevermieter" kann sich sehen lassen.

Das gut strukturierte und übersichtlich gestaltete Magazin wird durch sein neues Layout sowie gezielt eingesetzte grafische Elemente zu einer Marke mit Wiedererkennungswert.

Neben klassischen Mieterzeitungsinhalten und Verbraucherrubriken werden auch aktuelle Gesellschaftsthemen wie Inklusion, Generationsfragen oder Zeitgeist aufgegriffen. Das Magazin verbindet so die für Mieter wichtigen Inhalte mit gesellschaftsrelevanten Themen und schafft damit einen Mehrwert für seine Leser.

Jury-Tipp von Oliver Kulpanek

"Nirgendwo scheint immer die Sonne!

Einfach den Mut haben, nicht nur immer die „heile Welt“ zu thematisieren – sondern auch mal über Wolken zu berichten. Gesellschaftliche Themen aufzunehmen und dabei auch die eigene Position und Meinung herauszustellen. Natürlich provoziert das vielleicht auch einmal Widerspruch – aber jeder, der Sie nach Veröffentlichung auf die Inhalte anspricht – zustimmend oder kritisch ist hierbei unerheblich - hat die Zeitung wahrgenommen und gelesen. Und darum geht es doch am Ende."

5 Inhalte erweitern – Von Print zu Digital

Einige Unternehmen stellen bereits eine PDF-Ausgabe ihrer Mieterzeitung online zur Verfügung, andere erweitern ihr Angebot sogar auf zusätzliche Online-Formate. Das Online-Format der folgenden Mieterzeitung zeigt beispielhaft eine Möglichkeit Magazininhalte um eine digitale Komponente zu erweitern.

5.1 Zuhause

Mieterzeitung:
Zuhause

Unternehmen:
Volkswagen Immobilien GmbH

Wettbewerb 2018:
Sieger Deutschlands beste Mieterzeitung

Wettbewerbskategorie:
Mittelgroße Unternehmen

Herausgegeben seit:
2008

Auflage:
10.000

Online:
Digital-Format

Besonderheiten:
Die verbraucherorientierten Inhalte und der Servicegedanke des Mietermagazins werden durch ein digitales Angebot ergänzt und bereichert.

Das handliche Format der Mieterzeitung "Zuhause" kommt in einem modernen, klaren Design daher. Das zurückhaltende Layout und eine gut gegliederte Seiteneinteilung unterstützen die Lesbarkeit.

Die Inhalte des Mietermagazins sind vielfältig und durchweg verbraucherorientiert aufbereitet. Geschichten, Orte und Lokalitäten der Region werden so auch zum Ausgeh- oder Veranstaltungstipp. Ein grafisch hervorgehobener Kasten fasst die wichtigsten Informationen für den Leser übersichtlich zusammen.

Zusätzlich werden die Inhalte online durch ergänzendes Material und digitale Extras erweitert und aktualisiert. Die Jury sagt über das Magazin "tolles Format" und "Heimat nah dran".

Jury-Tipp von Ulrich Sörgel

Digital ergänzt Print und schafft Mehrwerte

"Gedruckte Mietermagazine bleiben (noch) das Leitmedium der Mieterkommunikation. Deren Reichweite ist digital mit vertretbarem Aufwand nicht zu erreichen.

Allerdings: sind die Print-Inhalte einmal redaktionell erstellt, lässt sich dieser Content mit kleineren Anpassungen und einer entsprechenden online Präsenz digital verbreiten. So werden ohne größeren Aufwand Mehrwerte geschaffen, neue Zielgruppen angesprochen und relevante Botschaften crossmedial eingesetzt. Ergänzende Hintergrundinformationen, zusätzliche Fotostrecken, Filme, druckbare Anleitungen oder die Möglichkeit Artikel im Nachgang zu aktualisieren sind weitere Argumente für ein digitales Zusatzangebot."

6 Aktive Nachbarschaftsmobilisierung und bürgerschaftliches Engagement

Die Mieterzeitung ist ein wichtiger Informationskanal der Unternehmen gegenüber ihren Mietern. Darüber hinaus kann es jedoch auch als Plattform zur Nachbarschaftsmobilisierung dienen. Das nächste Beispiel zeigt, wie Informationen rund um das Quartier mit Möglichkeiten der Partizipation und Mitgestaltung in der Nachbarschaft verknüpft werden können.

6.1 Stadtleben

Mieterzeitung:
Stadtleben

Unternehmen:
degewo AG

Wettbewerb 2018:
Nominiert für Deutschlands beste Mieterzeitung

Wettbewerbskategorie:
Große Unternehmen

Herausgegeben seit:
2008

Auflage:
75.000

Online:
PDF zum Download

Besonderheiten:
Mehr als nur Information! "stadtleben" zeigt, wie Themen und Inhalte Leser inspirieren und Mieter mobilisieren können.

Nicht umsonst gehört **"stadtleben"** das Mietermagazin der degewo AG und Gewinner im Wettbewerb 2015 auch dieses Mal wieder zu den Nominierten.

Das Magazin überzeugt neben einem modernen und ansprechenden Design und seinen charakteristischen Grafiken vor allem mit seinen Inhalten. Die Themen von "stadtleben" sind so aufbereitet, dass sie über reine Informationspolitik hinaus gehen, denn sie verknüpfen stets geschickt Informationen mit dem Angebot zur Teilhabe und Mitgestaltung.

Einzelne Rubriken berichten regelmäßig aus Sicht der Mieter, welche Themen diesen am Herzen liegen. Durch Portraits engagierter Bürger und Bewohner entsteht der Eindruck lebendiger Nachbarschaften.

Jury-Tipp von Dr. Matthias Rasch

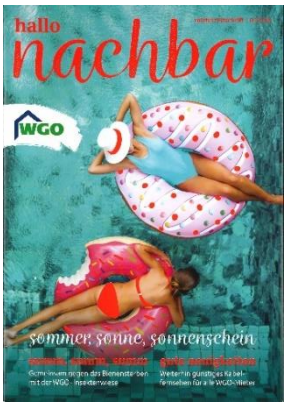
Nehmen Sie bei der Themensuche für Ihre Mieterzeitschrift die Perspektive Ihrer Mieterinnen und Mieter ein. Was könnte diese aktuell rund um das Thema Wohnen interessieren, welche neuen Entwicklungen in ihrer Stadt sind spannend und wozu besitzen Sie als Wohnungsunternehmen exklusive Informationen, die für die Leserschaft einen echten Mehrwert bieten?

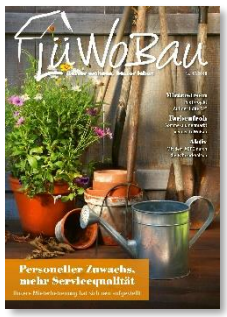
Menschen interessieren sich für Menschen: Welche lokal oder regional bekannten Persönlichkeiten wohnen direkt bei Ihnen oder in einem Ihrer Quartiere und lassen sich, z.B. mit einem Interview, portraitieren? Im besten Fall fördern Sie so ganz nebenbei auch Ihre nachbarschaftlichen Netzwerke.

7 Publikumspreis für das beste Cover

Zusätzlich zu den drei Hauptkategorien im Wettbewerb 2018 wurde in einer Kooperation mit der Tageszeitung "Welt" ein Publikumspreis für das beste Cover verliehen. Aus allen Beiträgen standen zehn von der Jury nominierte Titelbilder in einer Online-Abstimmung zur Wahl.

Die **Wohnungsbaugenossenschaft Osnabrück eG** hat beim Publikumsvoting den Sonderpreis für das beste Cover gewonnen.. Das bunte und sommerliche Titelbild der Ausgabe 02/2018 ihrer Mieterzeitung **"hallo Nachbar"** erhielt die meisten Stimmen.





Besten Cover im Publikumsvoting 2018

hallo Nachbar,
Wohnungsbaugenossenschaft Osnabrück eG.

LüWoBau, Lüneburger Wohnungsbau GmbH

heimspiel, GWH Wohnungsgesellschaft mbH

360°, Rheinwohnungsbau GmbH

weltraum, NEULAND Wohnungsgesellschaft mbH

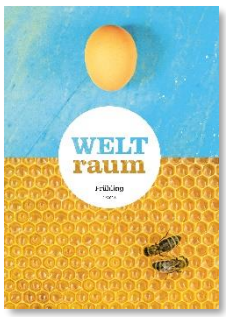
Die MieterZeitung, Hofheimer Wohnungsbau GmbH

bei uns, Gemeinnützige Baugenossenschaft Bergedorf-Bille eG

hauspost, Wohnungsgenossenschaft Heimkehr eG

GEWOBAU aktuell, GEWOBAU Erlangen

Das Magazin, Familienheim Schwarzwald-Baar-Heuberg eG



8 Preisverleihung auf dem Tag der Wohnungswirtschaft

GdW-Präsident Axel Gedaschko und ZDF-Moderator Mitri Sirin bei der Preisverleihung „Deutschlands beste Mieterzeitung 2018“.

Die Preisträger der Bau- und Siedlungsgenossenschaft für den Kreis Herford eG bekamen die Trophäe für ihr Mietermagazin "Mein Zuhause„ von Baustaatssekretär Gunther Adler und GdW-Präsident Axel Gedaschko überreicht.

In der Kategorie „Mittelgroße Unternehmen“ freuten sich Vertreter der Volkswagen Immobilien GmbH, über den Preis für ihr Mietermagazin „Zuhause“.

Die NEULAND Wohnungsgesellschaft mbH bekam für ihr Mietermagazin „weltraum“ den Preis in der Kategorie „Große Unternehmen“ verliehen.

Michael Fabricius, Leitender Immobilienredakteur bei „Welt“ überbrachte die Ergebnisse des Publikumsvoting für den Sonderpreis „bestes Cover“.

Das Cover von „hallo nachbar“ dem Mietermagazin der Wohnungsbaugenossenschaft Osnabrück eG entschied das Rennen im Publikumsvoting für sich und nahm den Sonderpreis vom Verbandsratsvorsitzenden des GdW, Franz-Bernd Große-Wilde entgegen.

9 Liste der Top 36 Mieterzeitung

Die eingegangenen Wettbewerbsbeiträge wurden in insgesamt zwei Runden durch eine Vor- und einer Hauptjury bewertet und ausgewählt. Im Folgenden sind alle Mieterzeitungen gelistet, die es im Wettbewerb 2018 in die Hauptauswahl geschafft haben.

Wohnungsunternehmen	Mieterzeitung
BWG Halle-Merseburg e.G.	im Blick
CAWG eG	DER HAUSGEIST
Bergener Wohnungsgesellschaft mbH	besser wohnen
Mühlheimer Wohnungsbau eG	MWB-Journal
GSG Neuwied mbH	wohnzeit.
Städtische Wohnungsgesellschaft Freiberg/Sa. Aktiengesellschaft	WohnZeit
ulmer heimstätte eG	zuhause
GWU Eckernförde eG	ECK.PUNKTE
STADTBAU GmbH PFORZHEIM	STADTBAU-Magazin
Wohnungsbaugenossenschaft Halberstadt eG	WGH journal
Sozialbau Kempten Wohnungs- und Städtebau GmbH	Heimat neu leben
BREBAU GmbH	Tür an Tür
SÜDHEIDE eG Wohnungsbaugenossenschaft	wohnIdee
GAG Ludwigshafen	EnGAGiert
Altenaer Baugesellschaft AG	Hier will ich wohnen
Baugenossenschaft der Buchdrucker eG	druckreif
Ulmer Wohnungs- und Siedlungs-Gesellschaft mbH	wohnräume
Zusatzversorgungskasse der Stadt Hannover	domizil – Das ZVK Mietermagazin
Vereinigte Wohnstätten 1889 eG	Lieblingsstätte
Neusser Bauverein AG	Mein Bauverein
GBG-Mannheimer Wohnungsbaugesellschaft mbH	GeBorGenheit
GWG e.G.	Quadratmeter
Wohnungsbaugenossenschaft Schwedt eG	Hausgemacht
Spar- und Bauverein eG	Lebe
Vonovia SE	zuhause
Stuttgarter Wohnungs- und Städtebaugesellschaft mbH	In Stuttgart zuHause
Marzahner Tor eG	Wohnfühler – Mein Mietermagazin
kwg Kreiswohnbaugesellschaft Hildesheim mbH	Kreisläufer
Leipziger Wohnungs- und Baugesellschaft mbh (LWB)	wohnzeit – Das Kundemagazin der LWB
Wohnungsbaugenossenschaft Osnabrück eG	hallo nachbar
Gemeinnützige Baugenossenschaft Bergedorf-Bille eG	bei uns
Hofheimer Wohnungsbau GmbH	Die MieterZeitung

Lüneburger Wohnungsbau GmbH	LüWoBau – Besser wohnen, besser leben
GWH Wohnungsgesellschaft mbH Hessen	heimspiel
Familienheim Schwarzwald-Baar-Heuberg eG	Das Magazin
GEWOBAU Erlangen Wohnungsbaugesellschaft der Stadt Erlangen mbH	GEWOBAU aktuell

GdW Bundesverband
deutscher Wohnungs- und
Immobilienunternehmen e.V.

Klingelhöferstr. 5
10785 Berlin
Telefon: +49 (0)30 82403-0
Telefax: +49 (0)30 82403-199

Brüsseler Büro des GdW
3, rue du Luxembourg
1000 Bruxelles
BELGIEN
Telefon: +32 2 5 50 16 11
Telefax: +32 2 5 03 56 07

E-Mail: mail@gdw.de
Internet: http://www.gdw.de