

CSR-Umfrage bei Berliner Wohnungsunternehmen

Soziales Engagement auch in der Finanzkrise

Berlin, den 14. Juli 2009. – Nahezu alle Unternehmen der Berliner Wohnungswirtschaft engagieren sich in sozialen Projekten. 44 Prozent der Unternehmen stellen jährlich mehr als 50.000 Euro für soziale Zwecke bereit. Trotz der Finanzkrise hält die Berliner Wohnungswirtschaft an ihrem sozialen Engagement fest. Das Budget für Corporate Social Responsibilities (CSR) ist seit Ausbruch der Krise bei rund 70 Prozent der Wohnungsunternehmen unverändert geblieben. Das sind Ergebnisse einer Umfrage der GSW über das soziale Engagement der Berliner Wohnungswirtschaft. Befragt wurden die 117 Berliner Mitgliedsunternehmen des Verbandes Berlin-Brandenburgischer Wohnungsunternehmen (BBU). Insgesamt nahmen 26 Mitgliedsunternehmen an der Befragung teil. Die Umfrageteilnehmer verwalten mit rund 402.300 Einheiten 21,3 Prozent des Berliner Wohnungsbestandes.

Über die Hälfte der befragten Unternehmen will im laufenden Jahr neue Partnerschaften für soziale Projekte initiieren. „Von Unternehmen wird heute immer mehr erwartet, sich im Rahmen ihrer Corporate Social Responsibility sozial und kulturell zu engagieren. Dies zählt gerade für Wohnungsunternehmen, deren ursprüngliche und soziale Aufgabe die Wohnraumversorgung ist“, sagt Thomas Zinnöcker, Vorsitzender der Geschäftsführung der GSW.

Verschiedene Schwerpunkte beim sozialen Engagement

96 Prozent der Wohnungsunternehmen engagieren sich derzeit mit sozialen Aktivitäten. Die Betätigungsfelder für das soziale Engagement der Unternehmen sind unterschiedlich: Rund 19 Prozent der Befragten legen den Fokus auf die Unterstützung von Sportvereinen. Jeweils rund 16 Prozent gaben an, verstärkt Kinderbetreuungsstätten wie Kindergärten oder Jugendclubs sowie kulturelle Vereine und Einrichtungen zu fördern. Rund zwölf Prozent der Wohnungsunternehmen setzen sich verstärkt für Verbände, Organisationen und Stiftungen ein.

Imageverbesserung durch soziales Engagement

Jeweils etwa ein Drittel der befragten Wohnungsunternehmen gab an, dass soziales Engagement im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Imageverbesserung diene oder stark mit dem Geschäftszweck verknüpft sei. Rund 27 Prozent wollen mit sozialem Engagement ihren Bekanntheitsgrad in der Öffentlichkeit steigern. „In zahlreichen Städten können Mieter aufgrund des Wohnungsüberhangs bei der Wahl ihres Vermieters aus einem großen Angebot wählen. Ein positives Ansehen in der

Pressemitteilung



Bevölkerung trägt deshalb zum Erfolg der Wohnungsunternehmen am Markt bei“, sagt Zinnöcker.

Die Ergebnisse der Umfrage finden Sie unter: www.gsw.de/csr.

Pressekontakt:

GSW Immobilien GmbH

Thomas Rücker

Charlottenstraße 4, D-10969 Berlin

Tel.: +49. (0) 30. 25 34-13 32

Fax: +49. (0) 30. 25 34-19 34

Mail: thomas.ruecker@gsw.de

Die GSW Immobilien GmbH bewirtschaftet mehr als 75.000 Wohnungen und betreut damit einen der großen Wohnungsbestände in Berlin. Im Zentrum der Geschäftstätigkeit der GSW stehen eine überdurchschnittliche Mieterzufriedenheit, das Angebot von Wohnimmobilien zur Eigennutzung und zur Kapitalanlage.