

Unternehmenspräsentation

Berlin, im Januar 2011

Vorstellung

Thomas Rücker, 44 Jahre, verheiratet, 2 Kinder

- 1989: Bankkaufmann
- 1994: Diplom Kaufmann
- 1994 – 1997: KPMG, Wirtschaftsprüfung, Köln
- 1997 – 2006: IVG Immobilien AG, Bonn
(Leiter Kommunikation und Marketing, Pressesprecher)
- 2006 – 2009: GSW Immobilien GmbH, Berlin
(Leiter Unternehmensentwicklung und Kommunikation,
Pressesprecher)
- Seit 07/2009: RUECKERCONSULT GmbH
(Geschäftsführender Gesellschafter)
zusätzlich: Pressesprecher der GSW Immobilien GmbH



Thomas Rücker (44)

Geschäftsführender Gesellschafter, Diplom Kaufmann

- 14 Jahre Erfahrung in der Immobilienwirtschaft, u.a. als Direktor Kommunikation bei der IVG Immobilien AG und Leiter Unternehmensentwicklung und -kommunikation bei der GSW Immobilien GmbH

IVG Immobilien AG

- Integration der Kunden- und Vermietungskommunikation mit der Unternehmenskommunikation
- Entwicklung eines integrierten, europaweiten Positionierungs- und Kommunikationskonzeptes inklusive des Aufbaus einer „Themenkommunikation“ zur Ausweitung der medialen Berichterstattung
- Entwicklung eines durchgängigen Corporate Designs auf Unternehmens- und Produktebene
- Entwicklung des Unternehmensmagazins „PLAN“ zur Ansprache privater und institutioneller Immobilieninvestoren und des Capital Raisings
- Entwicklung des „Europäischen Immobilienbarometers“ in Kooperation mit Cushman & Wakefield zur Steigerung der Kompetenz der IVG als europäischen Immobilieninvestor
- Markteinführung der geschlossenen Immobilienfonds „Euroselect“
- Erstellen der Geschäftsberichte

GSW Immobilien GmbH

- Aufbau der Unternehmenskommunikation und -entwicklung inklusive der Definition interner und externer Kommunikationsprozesse und der Entwicklung eines integrierten Kommunikationskonzeptes
- Entwicklung einer „Themenkommunikation“ zur Ausweitung der medialen Berichterstattung und eines positiven, modernen Unternehmensbildes in der Berliner Öffentlichkeit
- Entwicklung eines durchgängigen Corporate Designs auf Unternehmens- und Produktebene
- Entwicklung des Mietermagazins „WohnRaum“ und des GSW-Mieterclubs zur Erhöhung der Kundenbindung
- Entwicklung eines WohnmarktReports und Wohnkostenatlasses gemeinsam mit Jones Lang Lasalle und GfK Geo Marketing zur Positionierung der GSW als Meinungsführer für den Berliner Wohnungsmarkt
- Entwicklung eines Baukastens für die interne Kommunikation zur Begleitung des Restrukturierungsprozesses
- Entwicklung neuer Vermietungsprodukte für Lebensphasen
- Steuerung des Rating Prozesses des Unternehmens

Sonstiges

- Mitgründer des Netzwerkes Immobilienkommunikation „NIK“
- Mitglied im Ausschuss Marketing und Öffentlichkeitsarbeit des ZIA Zentraler Immobilien Ausschuss
- Referent an verschiedenen Aus- und Weiterbildungseinrichtungen

Vision:

- RUECKERCONSULT ist der Architekt für Kommunikationsaufgaben in der Immobilienbranche - glaubwürdig, effizient und transparent

Mission:

- RUECKERCONSULT stellt die strategischen und operativen Unternehmensziele in den Vordergrund - Kommunikation ist kein Selbstzweck, sondern steigert den Unternehmenswert oder den operativen Erfolg

Strategie:

- RUECKERCONSULT setzt bewährte Instrumente ein, die ein strukturiertes Vorgehen bei der Lösungsfindung sichern – für Immobilieneigentümer, Fondsanbieter, Projektentwickler, Transaktionsberater und Interessensvertretungen

RUECKERCONSULT setzt Ihre Aufgabenstellung schnell, pragmatisch, flexibel und zuverlässig um

Unsere Erfahrung und Kunden (Auswahl)



- 17 Mrd. Euro Assets under Management; Büroimmobilien in Europe
- Aufbau und Leitung einer europaweit integrierten Unternehmenskommunikation (Unternehmen, Vermietung, Kapitalmarkt, Kapitalanlagen, Kundenbeziehungsmanagement, Interne Kommunikation)
- Positionierung als Investmenthaus für indirekte Immobilienanlagen

- 3.5 Mrd. Assets under Management; Wohnimmobilien in Berlin
- Aufbau und Leitung einer integrierten Unternehmenskommunikation
- Positionierung als Marktführer sämtlicher Wohnungsunternehmen in Berlin und als Meinungsführer in der wohnungspolitischen Diskussion
- Entwicklung von Eigenbrands für Wohnanlagen und lebensphasenorientierte Vermietungsangeboten
- RUECKERCONSULT ist die ausgelagerte Kommunikationsabteilung der GSW inklusive interner Kommunikation, Mitgliedschaften und politischer Verbandsarbeit

- 8 Mrd. Euro Investitionsvolumen in über 40 Fonds mit US-Immobilien
- Entwicklung eines Kommunikations- und Positionierungskonzeptes für ein Fondsangebot für institutionelle Investoren
- Entwicklung eines einheitlichen Marktauftrittes in Deutschland und den USA
- Konzeption und Umsetzung eines US-Marktberichtes und einer einheitlichen Unternehmensbroschüre

PATRIZIA Immobilienmanagement GmbH und TLG

- Entwicklung von Vermietungskonzepten für Problemimmobilie in Berlin

LEG Wohnen NRW GmbH

- 90.000 Wohnungen an 170 Standorten in NRW
- Entwicklung der Kommunikationsstrategie sowie einer Wohnmarktstudie für 54 Städte in NRW



- 1 Mrd. Euro Assets under Management als Fremd- und WEG-Verwalter
- Entwicklung eines Kommunikations- und Positionierungskonzeptes zum Aufbau des Geschäftsfeldes Asset Management
- Vollständige Kommunikationsbetreuung und Pressearbeit

HAMBORNER AKTIENGESELLSCHAFT

- 0,3 Mrd. Assets under Management, Einzelhandels- und Büroimmobilien in Deutschland
- Entwicklung eines Kommunikations- und Positionierungskonzeptes zur Transformation der Gesellschaft von einer Immobilien AG zum REIT
- Vollständige Kommunikationsbetreuung und Pressearbeit

Strategische Kommunikation

- Entwicklung von Positionierungs- und Kommunikationskonzepten
- Interne und externe Kommunikationsentwicklung
- Aufbau der Kommunikationsorganisation
- Optimierung von Kommunikationsprozessen zum Senken von Prozesskosten
- Workshops zur Performancesteigerung bei Kommunikations-, Vermietungs- und Marketingprozessen
- Outsourcing Partner für die vollständige Unternehmenskommunikation

Realisierung

- Standardisierte Qualitätsinstrumente und Projektabläufe
- Basis: Kommunikationsdiamant „RC_Diamant“ mit flexiblem Baustein - System
- Umsetzung kann als externer Partner oder mit unseren Mitarbeitern in Ihrem Unternehmen erfolgen

Unternehmenskommunikation

- Unternehmensmarketing
- Interne Kommunikation
- Öffentlichkeitsarbeit und PR
- Kapitalmarktkommunikation
- Betreuung Mitgliedschaften und Verbandsarbeit
- Veranstaltungen

Immobilienmarketing, Kunden und Transaktionskommunikation

- Vermietungskonzepte für Immobilien und deren Umsetzung
- Marketingkonzepte und deren Umsetzung für den Vertrieb von Immobilien und Kapitalanlagen
- Kunden- und Mieterkommunikation zur Erhöhung der Kundenbindung
- Aufbau und Pflege von Akquisitionsnetzwerke nach Investitionsprofilen
- Aufbau und Pflege von Investorennetzwerke



Unser Strategischer Partner

- Strategieberatung mit Fokus Asset Management, Leasing, Real Estate, Private Banking und Family Office
- Themenspezialist Strategie, Vertrieb, CRM und Geschäftsprozessoptimierung
- Netzwerkaufbau zu institutionellen Investoren, Vermögensverwaltern und Family Offices

Katja Binnyus

- Kommunikationskonzepte
- Marktanalysen
- Wettbewerbsanalysen
- Research
- Umfragendesign
- Corporate Publishing
- Verbandsarbeit

Anja Libramm

- Kommunikationskonzepte
- Online
- Veranstaltungsmanagement
- Vermietungsmarketing

Franziska Richter

- Kommunikationskonzepte
- Vermietungsmarketing
- Unternehmensmarketing
- Veranstaltungsmanagement

Anja Blaschke

- Kommunikationskonzepte
- Interne Kommunikation
- Change Kommunikation

Jan Wächter

- Kommunikationskonzepte
- Kundenkommunikation
- Vertriebskommunikation
- Vermietungsmarketing
- Bild- und Print Datenbanken

Peter Müller

- Kommunikationskonzepte
- Pressearbeit, Text und Themenkommunikation
- Interne Kommunikation
- Change Kommunikation
- Krisenkommunikation

Anna Kathrin Keller

- Web 2.0
- Steuerung Grafik
- Corporate Design
- Bild- und Print Datenbanken

Christoph Wilhelm

- Kommunikationskonzepte
- Kapitalmarktkommunikation
- Pressearbeit / PR
- Vermietungsmarketing

Erfolge

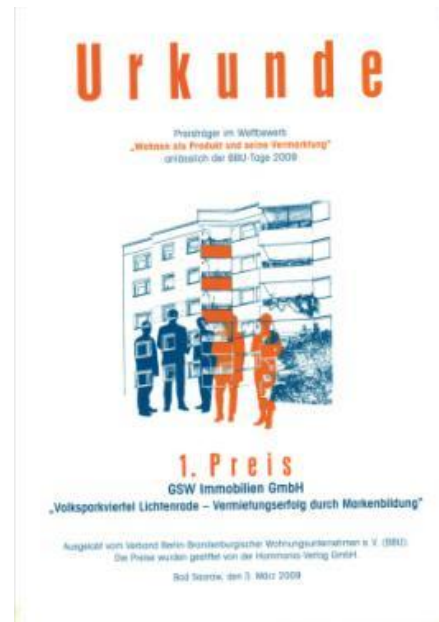
1. Platz

Immobilien Manager Award 2009,
category "Placement"



1. Platz

BBU-Award 2009
"Best Residential Company in
Berlin Brandenburg" for
Branding Volksparkviertel
Lichtenrade



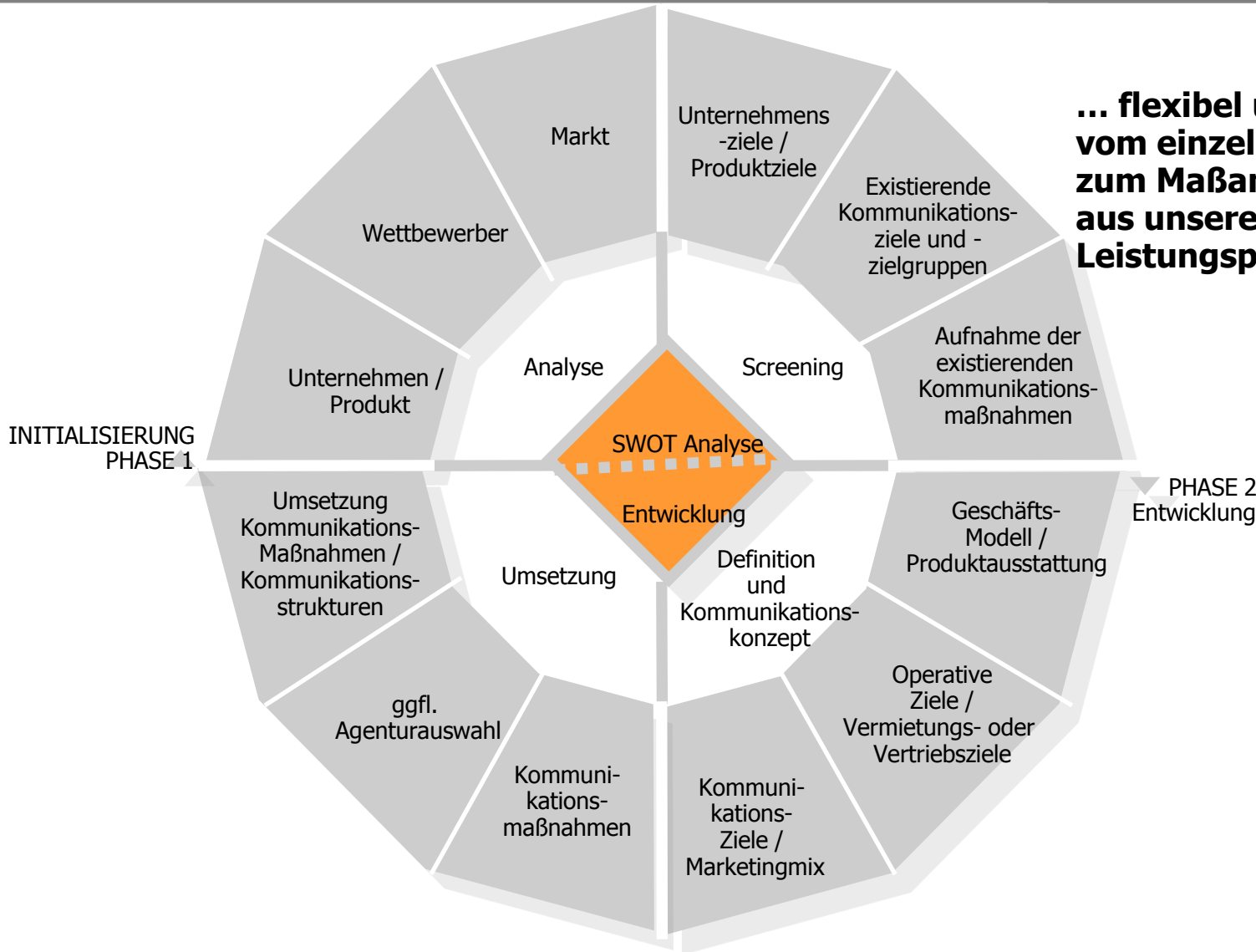
1. Platz

DW - Future Award of German
Residential Companies
for "Most creative letting
concepts" 2009



Erreichen eines „AA“ Ratings der FERI Rating Agentur für
die GSW Immobilien GmbH als Property- und
Assetmanager

Unser Vorgehen: RC_Diamant – der Kommunikationsdiamant



**... flexibel und strukturiert:
vom einzelnen Baustein bis
zum Maßanzug wählen Sie
aus unserem
Leistungsportfolio**

RUECKERCONSULT verfügt über standardisierte Instrumente zum Erreichen Ihrer Ziele

Strukturiertes Vorgehen, Qualität und Transparenz für den Projekterfolg

RC_Brief

Start: Klare Definition der Aufgabenstellung und der angestrebten Ziele anhand eines strukturierten Briefings.
Ziele: gleiches Projektverständnis, Umsetzungseffizienz

RC_Konzept

Konzeption: Basis der von RUECKERCONSULT entwickelten Konzepte sind ein ausgeprägtes Desk Research zu Markt, Wettbewerb, Unternehmen und Produkt. Ferner werden Einzelinterviews Führungskräften geführt und, sofern notwendig, ein Workshop mit Vorstand oder Geschäftsführung durchgeführt.
Ziele: Abgleich externer mit interner Perspektive, SWOT Analyse, Positionierungsstrategie, Kommunikationskonzept

RC_Report RC_Status

Umsetzung und Controlling: RC_Report berichtet über die qualitative Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen und definierten Aufgaben. RC_Status gibt transparent über das Stundenbudget von RUECKERCONSULT Auskunft und zeigt frühzeitigen Handlungsbedarf auf, damit Ihre Budgets nicht aus dem Ufer laufen.
Ziele: Transparenz und Einhaltung von Meilensteinplänen

- **Unternehmensziel:** Vorbereitung auf einen möglichen Börsengang
- **Operative Ziele:** Übergewichtung des Wertes in Immobilienaktienfonds, um eine höhere Aktiennachfrage zu generieren und damit tendenziell eine höhere Börsenbewertung. Bekanntheit bei Immobilienvermittlern steigern, um die Angebote möglicher Akquisitionsobjekten zu steigern
- **Kommunikationsziel:** Entwicklung der Wohnungsgesellschaft zum Kompetenzführer für den Berliner Wohnungsmarkt, da Fondsmanager Unternehmen mit fokussierten Nutzungsarten und regionaler Konzentration bevorzugen.
- **Zielgruppen:** Lokalpresse, Immobilienfachpresse, Immobilienvermittler, Banken, Analysten
- **Kommunikationsmaßnahme:** Entwicklung eines Wohnungsmarktberichtes Berlin
- **RC_Diamant:**
 - **Analyse:** Existierende Marktberichte, mögliche Partner
 - **Screening:** Bestehende Research Kompetenz im Unternehmen aufgenommen und vernetzt
 - **Definition:** Marktbericht mit renommierten Partnern und bisher nicht existenter Berichtstiefe
 - **Umsetzung:** Konzeption und realisieren des Wohnungsmarktberichtes mit Jones Lang Lasalle und GfK Geomarketing, Aufbau einer Versanddatenbank
 - **Ergebnis:** Hohe mediale Verbreitung und Positionierung des Unternehmens als Meinungsführer für den Berliner Wohnungsmarkt

- **Unternehmensziel:** Akquisition von Wohnungsbeständen mit höherem Leerstand zur Realisierung von künftigen Wertsteigerungen durch Leerstandsreduzierung
- **Operative Ziele:** Leerstandsreduzierung einer Wohnanlage von 25 Prozent bei Erwerb auf 5 Prozent innerhalb von zwei Jahren
- **Kommunikationsziel:** Erhöhung der Identifikation der Mieter mit der Wohnanlage, der Ausstrahlung auf Mietinteressenten und Entwicklung eines Vermietungskonzeptes
- **Zielgruppen: Mieter, potenzielle Mieter**
- **RC Diamant**
 - **Analyse:** Marktumfeld, Wettbewerbsimmobilien, Mieterzielgruppen, Einzugsgebiet, Mieterbefragungen
 - **Screening:** Stärken und Schwächen der Wohnanlage hinsichtlich Zustand und Mieterstruktur
 - **Definition:** Bedeutende Parameter waren die Steigerung der Identifikation der Bewohner mit der Wohnanlage und das Ausstrahlen dieser Identifikation auf das Zielgebiet
 - **Umsetzung:** Mieterworkshop, Entwicklung eines Eigennamens für die Wohnanlage unter Einbeziehung der Mieter, Entwicklung eines Location Brands und Corporate Designs, Einbeziehung des Einzelhandels der Nachbarschaft sowie von gemeinnützigen Initiativen, Eröffnung eines Vermietungsbüros in der Wohnanlage, Entwicklung eines Marketingmix zum Gewinnen von Neumietern inklusive der Aufwertung der Außenanlagen der Wohnsiedlung, Veranstaltungen, Vermietungsanreize und Werbemaßnahmen
 - **Erfolg:** Reduzierung des Leerstandes auf unter 10 Prozent innerhalb der ersten 16 Monaten nach Akquisition der Wohnanlage

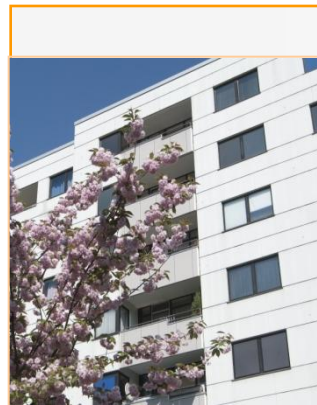
Volksparkviertel Lichtenrade – Eine Wohnanlage wird zur Marke

Volksparkviertel Lichtenrade, Berlin



Ausgangssituation

Im Sommer 2007 erwarb die GSW in Berlin Tempelhof-Schöneberg eine Wohnanlage aus den 70er Jahren von der Evangelischen Kirchengemeinde Lichtenrade (863 Wohnungen, 47 Gewerbeeinheiten, 185 KfZ-Stellplätze). Der Leerstand in der Wohnanlage betrug zum Zeitpunkt des Besitzübergangs über 30 %.



Zielsetzung

Es galt, den bestehenden Leerstand drastisch zu senken. Dafür wurde ein neues wohnanlagen-spezifisches Design und Serviceangebot konzipiert, das Interessenten und bestehende Mieter gleichermaßen anspricht. Ziel war, Zuzüge von Familien der „Bürgerlichen Mitte“ zu generieren und Fluktuation zu vermeiden.



Die Bewohner des Quartiers wurden aktiv in die Neu-Gestaltung Ihres Quartiers eingebunden:

- Analyse der Bewohnerstruktur
- Mieterbefragung, Bedürfnisermittlung
- Teilnahme der Bewohner an Kiezzrunden
- Beteiligung der Mieterschaft bei der Namensfindung
- Beteiligung der Mieterschaft bei Auswahl der zusätzlichen Serviceleistungen
- Großes Namensfest im Mai 2008 zur Bekanntgabe des neuen Namens der Siedlung



Maßnahmen

- Objekt- und Umfeldanalyse (Gebäude, Bewohner-, Infrastruktur, Lage, Mieten)
- Vertrauen gegenüber der Mieterschaft und der Kiezzrunde aufbauen (Mieterbefragung, Bedürfnisermittlung, Teilnahme bei den Kiezzrunden)
- Zielgruppenbestimmung, Recherche Zuzugsregionen
- Entwicklung des Markeninhalt und Designs
- Sondervermietungsaktionen (Wochenendvermietung, Mieter-werben-Mieter)
- Imagebildende Maßnahmen in der Wohnanlage (Branding, Internetauftritt, Kooperation mit Gewerbetreibenden, Illuminationen)
- Imagebildende Maßnahmen im nahen Umfeld (Anzeigen, Sportsponsoring, Promotions, Belegung von Werbeflächen)
- Erstellen von Werbemitteln im Design der Wohnanlage
- Identitätsstiftende Maßnahmen im Wohnumfeld (Sicherheit, Beleuchtung, Sauberkeit)



Wohnanlagen-Branding - Erfolgskontrolle

Erfolg

- Den Kosten stehen zusätzliche Mieterlöse aus der Reduzierung des Leerstandes auf derzeit ca. 8 % gegenüber.
- Die Siedlung trägt in jeglicher Kommunikation mit Interessenten und Kunden Ihr eigenes Logo und
- hat einen eigenen Internetauftritt, der an die Website der GSW angeschlossen ist und allenotwendigen Informationen enthält:
- www.volksparkviertel.de



Sept. 2007 Sept. 2009

Miete: 5,23 EUR/m² 5,07 EUR/m²

Mieteinnahmen: 3,01 Mio. EUR p.a. 3,84 Mio. EUR p.a.

Leerstand: 25,7 % 8,1 %

Gesamtkosten: 48,2 Mio. EUR 51,1 Mio. EUR

Kosten

Konzeption: 10.000,00 EUR

Produktion, Media, Incentives: 240.000,00 EUR



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

RUECKERCONSULT GmbH

Wallstraße 16

10179 Berlin

030 2844987-3

post@rueckerconsult.de